

**ПРОУЧВАНЕ
НА ПОДХОДЯЩИ МЕХАНИЗМИ ЗА ГРУПОВО
ФИНАНСИРАНЕ И ДЕФИНИРАНЕ НА ПИЛОТНИ
ДЕЙНОСТИ ЗА КРАУДФЪНДИНГ
по проект CrowdStream**

Delivarable 6.1.1.

Отказ от отговорност

Отговорността за информацията и мненията, изложени в тези публикации, е изцяло за авторите. Тези публикации не отразяват непременно мнението на европейския съюз. Нито институциите и органите на европейския съюз, нито което и да е лице, действащо от тяхно име, могат да бъдат държани отговорни за използването на съдържащата се в този документ информация.

Тези публикации са подготвени внимателно, с оглед на това, че авторите и техните работодатели не дават никаква гаранция по отношение на съдържанието и не носят отговорност за каквито и да било преки, случайни или последващи щети, които могат да възникнат от използването на информацията или данните, съдържащи се в тях. Онлайн версиите на тези публикации могат да включват хипервръзки към други уебсайтове, които не са под наш контрол.

Table of Contents

1.	ВЪВЕДЕНИЕ.....	6
2.	ТЕРМИНОЛОГИЯ, МОДЕЛИ ЗА КРАУДФЪНДИНГ И ФИНАНСОВИ МЕХАНИЗМИ	8
2.1	ПРОЦЕС И ФАЗИ.....	10
2.2.	ДОПЪЛНИТЕЛНИ ФУНКЦИИ	13
3.	ПРАВНА РАМКА: НАЦИОНАЛНА И ЕВРОПЕЙСКА РАМКА.....	14
3.1	АВСТРИЯ	15
	<i>Регламенти на Crowdfunding в Австрия</i>	<i>15</i>
	<i>Текущи регламенти на краудфъндинга в Австрия.....</i>	<i>15</i>
	<i>Обобщение</i>	<i>18</i>
3.2	ЧЕШКА РЕПУБЛИКА	19
	<i>Развитие на пазара на Crowdfunding в Чешката република</i>	<i>19</i>
	<i>Развитие по отношение на регламентите на.....</i>	<i>2</i>
	<i>Чешката република в областта на Crowdfunding.....</i>	<i>2</i>
	<i>Текущи регламенти на Краудфъндинг в Чехия.....</i>	<i>3</i>
	<i>Обобщение</i>	<i>3</i>
3.3	СЛОВЕНИЯ	4
	<i>Пазарът на краудфъндинг в Словения</i>	<i>4</i>
	<i>Новости по отношение на регламентите за Crowdfunding в Словения</i>	<i>5</i>
	<i>Текущи регламенти на краудфъндинг в Словения.....</i>	<i>2</i>
	<i>Обобщение</i>	<i>3</i>
3.4.	СЛОВАКИЯ.....	4
	<i>Скорошни развития на пазара на краудфъндинг в Словакия</i>	<i>4</i>
	<i>Последни новости по отношение на регламентите за съфинансиране в Словакия.....</i>	<i>4</i>
	<i>Текущи регламенти на краудфъндинга в Словакия.....</i>	<i>5</i>
	<i>Изисквания към проспекта</i>	<i>5</i>
	<i>Възможни допълнителни разпоредби.....</i>	<i>5</i>
	<i>Заключение</i>	<i>5</i>
	<i>Обобщение</i>	<i>6</i>
3.5.	ХЪРВАТСКА.....	7
	<i>Последни развития на пазара на Crowdfunding в Хърватска</i>	<i>7</i>
	<i>Последни събития по отношение на регламентите на Crowdfunding в Хърватска</i>	<i>7</i>

Текущи регламенти на краудфънда в Хърватска	7
Закон за капиталовия пазар и Закон за инвестиционните фондове.....	8
Закон за алтернативните инвестиционни фондове 2018	9
Обобщение	9
3.6. ЧЕРНА ГОРА.....	10
Скорошни развития на пазара на краудфънда в Черна гора	10
Последни събития по отношение на регламентите за краудфънда в Черна гора	10
Текущи регламенти на краудфънда в Черна гора	10
Обобщение	11
3.7. УНГАРИЯ	12
Скорошни развития на пазара на Crowdfunding в Унгария	12
Последни развития по отношение на регламентите за краудфънда в Унгария.....	12
Текущи регламенти на краудфънда в Унгария.....	13
Обобщение	14
3.8. СЪРБИЯ	15
Скорошни развития на пазара на Crowdfunding в Сърбия.....	15
Последни събития по отношение на регламентите за краудфънда в Сърбия.....	16
Действащи регламенти на краудфънда в Сърбия.....	16
Обобщение	17
3.9. БЪЛГАРИЯ.....	17
Последни развития на пазара на груповото финансиране в България	17
Последни развития по отношение на регламентите на груповото финансиране в България	17
Настоящи разпоредби относно груповото финансиране в България.....	18
Обобщение	18
4. ПРЕГЛЕД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ НАРЕДБИ	19
5. МЕЖДУНАРОДНИ представители	2
6. ЦЕНТРАЛЕН И ИЗТОЧНО ЕВРОПЕЙСКИ ПАЗАР ЗА ГРУПОВО ФИНАНСИРАНЕ В ЦИФРИ.....	6
7. РЕГИОНАЛЕН КОНТЕКСТ НА СТРАНИТЕ НА ДУНАВСКАТА ЗОНА	7
8. ПЛАТФОРМИ	2
8.1. Кои характеристики са важни?	3
8.2. Глобални crowdfunding платформи	3

8.3. Местни crowdfunding платформи	5
9. ПОДКРЕПЯЩИ ОРГАНИЗАЦИИ	6
9.1. Видове подкрепящи организации	6
9.2. Финансиране на заинтересованите страни	7
9.3. Обществени организации и посредници	7
10. УЧАСТНИЦИ В КАМПАНИЯТА	8
10.1. Различни идеи	8
10.2. Ползи за участниците в кампанията	8
10.3. Избор на пилотен модел за Варна, България	9
10.3.1. Заинтересовани страни	9
10.3.2. Споделени работилници в гр. Варна	15
10.3.3. Неправителствени организации	16
10.3.4. Бизнес, който има отношение към crowdfunding	18
10.3.5. Акселератори и финансиращи организации в България	19
10.3.6. Добри и успешни примери	20

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Crowdfunding може да бъде дефинирано като „привличане на големи инвеститори с малки суми пари, за да се осигури финансиране за бизнес проект, обикновено използвайки интернет“. При определянето на думата „crowdfunding“ е необходимо определянето на понятието „краудсорсинг“. Последното е съставено от думите „група-тълпа“ и „аутсорсинг“ и описва процеса на договаряне между предприемач и множество инвеститори. По този начин работи краудфъндинг-представява привличане на капитал от „множеството“ за реализирането на определена идея. Поканата за инвестиции, отправена към широката общественост в подкрепа на проект или компания, е известна като кампания за краудфъндинг. Обикновено се провежда чрез специализирана интернет платформа, наречена платформа за краудфъндинг.

Crowdfunding се разглежда като алтернативна форма на финансиране, която стои до класическото банково финансиране или финансиране чрез професионални инвеститори като бизнес ангели и рискови инвеститори. Основните различия между тези видове финансиране могат да бъдат намерени в следващата таблица, при което се прави по-нататъшно уточняване на груповото инвестиране (което цели постигане на печалба) и груповото финансиране (основно в подкрепа на добра кауза и / или интересен продукт или услуга):

 Банково финансиране	 Рисков капитал	 Групово инвестиране	 Групово финансиране
• Банката не желае да поема високи рискове. • Таксите за лихви често са високи. • Очакват се няколко гаранции от кредитополучателя.	• Необходими са високи темпове на растеж. • Тесни връзки с инвеститорите, които имат право на глас. • „Хардкор бизнес“ • Разчита на опцията за изход.	• И двете - идеи и растеж са важни. • Инвеститорите нямат право на глас в бизнеса. • Опцията Изход не е задължителна.	• Активирането и / или поддържането на добра кауза или интересен продукт / услуга е най-важно. • Сътрудниците нямат право на глас в бизнеса.

Таблица 1: Финансови модели

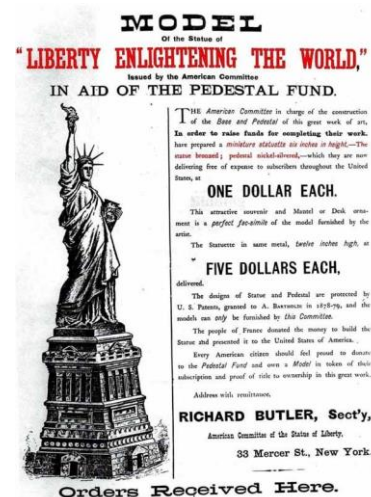
И така, концепцията за краудфъндинг е съществувала много преди да бъде създаден интернет, въпреки че тогава не е била обозначена по този начин. Един от най-старите примери е представен от средновековни катедрали в цяла Европа (като например Елизабет в Кошице, Словакия), където богатите местни жители помагат за финансирането на нейното изграждане в края на



Фигура 1: Катедрала Св.Елизабет В Кошице, Словакия

14-ти и началото на 15-ти век. Друг подход, основан на краудфъндинг, който е широко разпространен през 17-ти и 18-ти век се използва главно за финансиране отпечатването на книги. „Наградата“ за желаещите да инвестират е нематериална - имената им да бъдат отпечатани в книгата.

Най-известният пример за инициатива за краудфъндинг в пред-интернет ерата е представена от Статуята на свободата в края на 19-ти век. Замислена като подарък от Франция за САЩ, статуята трябва да бъде построена на пиедестал. Американският комитет за статуята на свободата обаче не разполага с около половината от необходимия капитал, за да финализира пиедестала, когато редакторът на вестника Джоузеф Пулицър инициира чрез своя вестник „Светът“ призив за дарения. Това действие включва повече от 120 000 души, които успяват да съберат приблизително 102 000 щатски долара (което днес е равно на 1,7 милиона евро), като повечето от желаещите да инвестират са допринесли с по-малко от един долар на човек.



Посочените примери показват, че краудфъндингът не е започнал с интернет, въпреки че дължи своята експанзия и успех през последните няколко години именно на интернет. Един поглед върху резултатите, предоставени от търсачката, потвърждава този аспект: през юли 2018 г., по ключова дума “crowdfunding”, броят на статиите достига 16 500 000. Освен това търсенето на думата „краудфъндинг“ връща около 30 300 000 статии, което води до заключението, че хетерогенната онлайн общност става все по-интересна за механизма на краудфъндинг.

Фигура 2: Краудфъндинг за Статуята на Свободата [8]

Докато пионерите в областта на онлайн краудфъндинга идват предимно от художествено-творческата сцена, в днешно време се иницират и финансират проекти от различни среди - като технологии, социално предприемачество, енергия. Също така броят на платформите нараства от около 700 през 2012 г. до повече от 2 000 през 2016 г. и все още се намира във възходящ тренд. Според изследването, проведено от екипа на проекта CrowdStream, общо 60 платформи за краудфъндинг са базирани в страните, които изграждат консорциума.

Но освен платформите (и хората, които стоят зад тях - собственици, съответно оператори) и инициаторите на проекти, както и участниците, има и други участници, които предлагат своята подкрепа в различни фази на проекта (преди, по време и / или след кампанията).

2. ТЕРМИНОЛОГИЯ, МОДЕЛИ ЗА КРАУДФЪНДИНГ И ФИНАНСОВИ МЕХАНИЗМИ

Както беше посочено по-горе, crowdfunding представлява финансиране от много хора с относително малки суми, за подпомагане на проект или компания за набиране на капитал. В това отношение могат да бъдат идентифицирани следните два основни модела:

- нефинансово възвръщаем краудфъндинг
- финансиране с финансова възвръщаемост

В случай на нефинансови модели на краудфъндинг на средствата за връщане, хората подкрепят проект, защото те са емоционално привлечени от кампанията (на базата на дарение) или защото получават символичен подарък (модел на награда), който обаче не е пропорционален на действителното дарение. Основните предимства на последния модел могат да бъдат привличането на първите клиенти и бързата обратна връзка за търговския потенциал на съответния продукт или услуга.

Двата вида краудфъндинг могат да бъдат определени, както следва:

- Кралско дарение, основано на дарение: Това е оригиналната и най-популярна форма на краудфъндинг. Участниците подкрепят социални, политически, академични или културни проекти с различни суми. Донорите не получават нищо в замяна.
- Краудфъндинг, основаващ се на възнаграждения: подобно на кръстосаното финансиране, основано на дарение, участниците са мотивирани в този случай от темата, а не от очакванията за доходност. Основната разлика е, че те получават взаимно нефинансова символична награда. Стойността на това материално или нематериално възнаграждение не е пропорционална на действителното финансово участие.

Друг вид краудфъндинг, който попада в тази категория, е моделът на предварителната продажба, където инициаторът на проекта обещава да предложи прототип или краен продукт или услуга за определен период от време на онези, които допринасят за кампанията.

От друга страна, моделите за финансиране с фискална възвръщаемост дават възможност на обществеността да инвестира в стартиращи предприятия или да предлага заеми с очакването за финансова възвръщаемост, като същевременно отчита някои рискове.

“Групата” би могла да инвестира в компании на ранен етап (базирани на акции) или да предлага заеми на МСП при специфични законови условия (базирани на заеми).

Особеностите на тези два вида краудфъндинг са:

- Краудфъндинг на основата на акции: Малките инвеститори придобиват акции в компания, която често е стартираща или МСП с иновативен проект. Сумата на инвестициите може да бъде много ниска (често започваща от 100 евро за проект). Инвеститорите (в този случай се наричат сътрудници) носят риска: в случай на успешен бизнес, доходността може да бъде много привлекателна. Този тип е особено популярен в немско-говорящите страни.
- Кредитно финансиране, основано на кредитиране: обхваща микрокредити за проекти под формата на вторични кредитни фондове. Това означава, че участниците дават пари на определен човек директно или чрез платформа за краудфъндинг. В допълнение към главницата, която се изплаща обратно в определен период от време, заемодателят получава предварително договорени лихвени плащания. Размерът на лихвения процент е индивидуален за всеки проект и зависи от търсенето и предлагането. Този вид кредити попадат в категорията "мецанин капитал", тъй като при несъстоятелност всички останали кредитори имат приоритет за получаване на парите си.

В някои страни, особено в немско-говорящите, този модел се нарича още "кратковременен" или "peer-to-peer-lending".



Фигура 2: Преглед на нефинансовата възвръщаемост и моделите на финансовата възвръщаемост

Според гореспоменатите модели за краудфъндинг, има различни, по-специфични термини за хората, които съставляват "групата". Докато някои от използваните думи са интуитивни - като донори в случай на базирани на дарения или кредитори в рамките на кредитирания модел, други не са толкова ясни - например поддръжници, когато става дума за тип, основан на възнаграждение, или инвеститори за капиталов краудфъндинг. Освен това, думата поддръжници може да се използва като сътрудници, когато не се отнася конкретно до определен модел.

Концепцията за краудфъндинг може да бъде включена в алтернативни форми на финансиране, която се отнася до всички видове финансиране, които не са посреднически от банка.

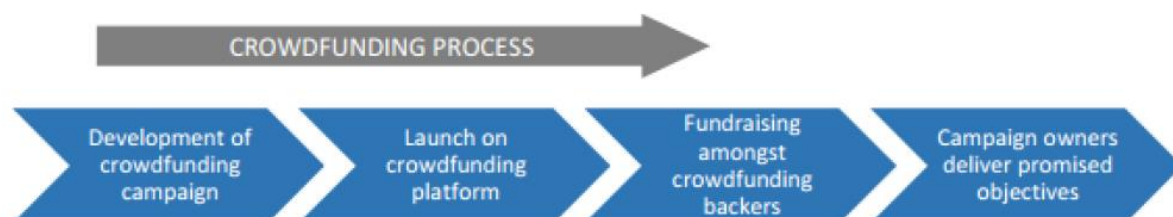
Друг свързан с краудфъндинг термин е този за онлайн набиране на средства, който е доста по-широк и описва процеса на използване на онлайн инструменти за генериране на средства за определена кауза или проект.

Преди да се запознаем подробно с процеса на краудфъндинг и да обсъдим основните фази, е необходима ясна картина за речника, свързан с кампанията:

- Кампанията се отнася до всички усилия и дейности на проекта за краудфъндинг, за да се достигне и активира потенциалният участник.
- Собственикът на кампанията е човек или екип, който инициира проекта в опит да събере пари за него чрез crowdfunding. Алтернативен термин ще бъде кампанията (ите).
- Страницата на кампанията е онлайн присъствието на проект (кампания) под формата на подстраница, стартирана на платформа за краудфъндинг.
- Целта за финансиране е сумата, предвидена от собственика на проекта. В някои случаи могат да се дефинират две други стойности: праг, който представлява минималната цел за финансиране и максимум или лимит.
- Продължителността на кампанията се отнася до периода, в който целта на финансиране ще бъде постигната. Въпреки това, някои проекти може да нямат краен срок, което означава, че кампанията се провежда за неопределен период от време.
- Наградите са символични, материални или нематериални, предлагани на участниците в случай на краудфъндинг, основан на възнаграждение.

2.1 ПРОЦЕС И ФАЗИ

Преди да започне кампания за краудфъндинг, трябва да се изясни един основен аспект: **дали идеята е подходяща за този вид (алтернативно) финансиране изобщо**. Както беше обяснено по-горе, въпреки че в момента масовото финансиране се радва на популярност, е важно да се признае, че е малко вероятно някои идеи да бъдат подкрепени от краудфъндинг. За да може по-добре да се оцени пригодността на идеята, е необходима подробна информация за процеса и факторите, допринасящи за успешната кампания.



Фигура 3: Crowdfunding процесу

Процесът на инициране, стартиране, провеждане и финализиране на кампания за краудфъндинг може да бъде структуриран в три основни фази:

- Планиране или пред-кампании - като се започне с по-нататъшното разработване на идеята, за да се превърне тя в проект за краудфъндинг, тази фаза е посветена на всички необходими дейности за подготовката на кампанията. Тя включва създаването на екип, който представлява и / или стои зад собственика на проекта - привличане на външни експерти, ако и когато е необходимо, провеждане на изследвания на подобни проекти и съществуващи платформи за краудфъндинг и избор на подходяща платформа.

В повечето случаи на този етап се извършва и предварителна оценка от въпросната платформа за кръстосано финансиране, за да се гарантира, че проектът е допустим и подготвен за целия процес, тъй като платформата също има определен начин да комуникира с обществеността. Допълнителните действия включват определяне на параметрите на кампанията (продължителност, цел и, ако е приложимо, награди) според наличните ресурси, разработване и изготвяне на бизнес план, както и комуникационен план, изясняване на съответните правни аспекти, подготовка на онлайн присъствието на проекта на страницата на кампанията (включително описания, видео, снимки / графики), идентифициране и активиране на тълпата.

- Кампания - като най-видимата част от целия процес, тази фаза се фокусира върху онлайн присъствието на платформата за краудфъндинг, както и страницата на кампанията.

Това предполага много дейности и продължителни усилия, повечето от които са свързани с изпълнението на вече планираните мерки по време на пред-кампаниите, когато значителен брой от тях се осъществява офлайн. Освен реалното стартиране на кампанията и общата промоция на проекта, собственикът трябва да инвестира време и ресурси за отговор на всички входящи въпроси или искания, редовно да актуализира сътрудниците и да привлича нови. Групата и усилията, насочени към идентифицирането и активирането ѝ, не трябва да се подценяват, тъй като не само трите категории „Фамилия, приятели и познати“ съставляват група (тълпа).

- Пост-кампании - действителната работа при тях започва след успешно реализирана кампания на проекта за групово финансиране. Въпреки това все още има някои аспекти, които трябва да бъдат взети под внимание, като например издаването на сметки, съобщаване на успеха на поддръжниците, благодарност към тях и, ако е приложимо, изпращане на наградите и информирането им за следващите стъпки. На този етап силно се препоръчва да се обмисли и направи оценка на финализираната кампания, тъй като започването на по-нататъшна кампания в бъдеще също трябва да бъде взето под внимание.

Етикетирането на кампания за краудфъндинг като успешна зависи и от подхода, следван от съответната платформа, като тук се използват два различни модела: „Запази всичко“ и „Всичко или

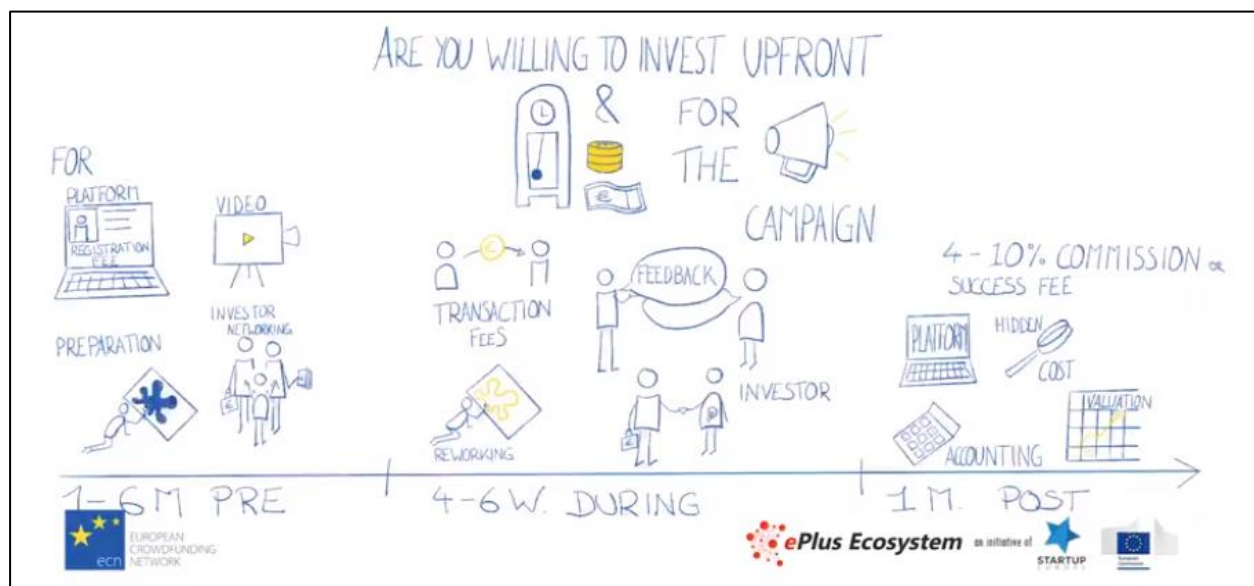
нищо“. В първия случай определената цел на финансиране не е обвързваща и следователно всички средства, набрани чрез всяка една вноска, се прехвърлят към проекта.

В последния модел, който също е и най-често срещаният, се предвижда, че само след постигане на целта по отношение на финансирането, парите действително ще останат в проекта, в противен случай те ще бъдат възстановени на участниците.

Макар и да не е желателно, трябва да се има предвид и случаят на невъзможност за постигане на целта за финансиране, тъй като процентът на успешните кампании е само между 50-65%, в зависимост от платформата.

Експертите препоръчват да се комуникира по прозрачен начин с участниците и да им се обясни защо кампанията е завършила с неуспех. По този начин може да се изгради взаимоотношение на доверие и мрежа от контакти, което би могло да бъде ползотворно, ако се обмисли друга кампания някъде в бъдеще, но и за да се подобри концепцията за разработения продукт/услуга. Освен това получените вноски ще бъдат възстановени на поддръжниците, като по този начин няма да бъдат загубени пари в процеса.

Всяка от трите фази изисква известно време, както и инвестиране на специфични ресурси, както е показано на следната фигура:

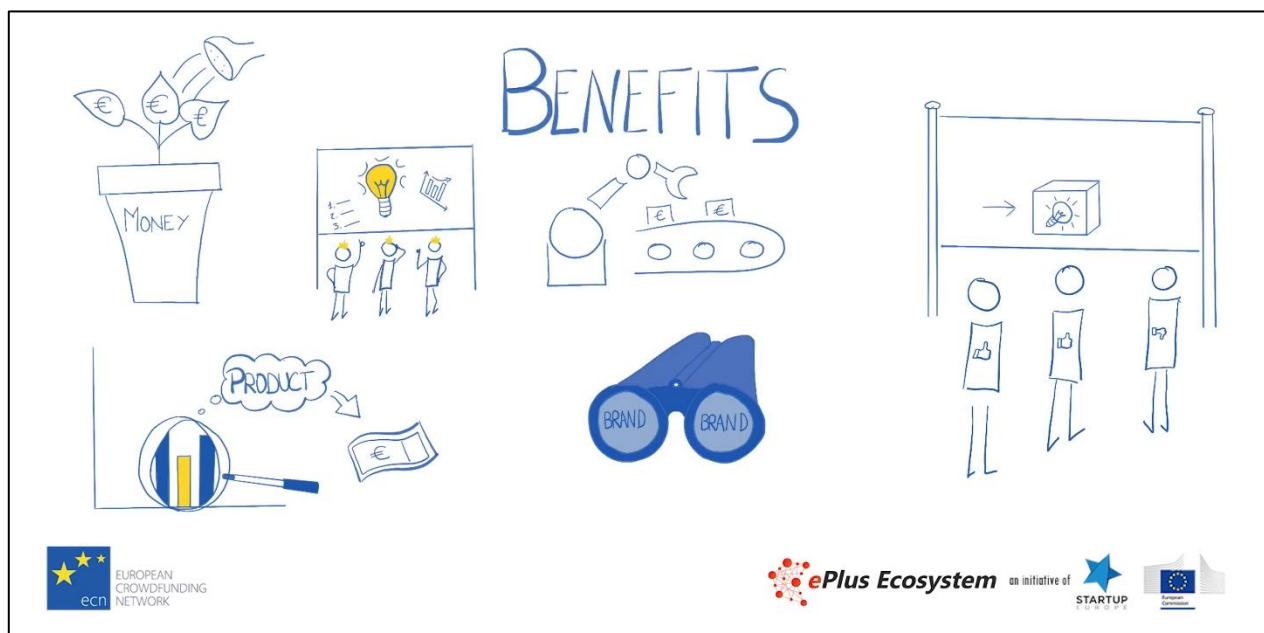


Фигура 4: Инвестиция за кампания

2.2. ДОПЪЛНИТЕЛНИ ФУНКЦИИ

Нарастващата популярност на Crowdfunding се дължи и на ползите, които идват заедно с една успешна кампания. Например, особено в областта на инвестирането в групи от хора, една кампания може да се използва и като пазарно проучване или инструмент за пускане на пазара, като предприемачът може да получи незабавна обратна връзка („доказателство за концепция“) от потенциалните клиенти за своята бизнес идея, но също така да направи реклама за нея сред съответните целеви групи дори преди да я пусне на пазара.

Освен това вниманието, отделено от медиите, както и рекламната стойност на кампанията, могат да доведат по-късно до положителни ефекти, като например заявки за интервю, онлайн репутация и общ добър обществен имидж.



Фигура 5: Ползи от Crowdfunding

Сред участниците в кампанията винаги има мултипликатори, които разпространяват новините за действието, като по този начин други поддръжници и / или инвеститори разбират за него. Това може да доведе до изграждане на общността, тъй като „тълпата“ събира различни хора, които имат същия интерес към идеята за проект за краудфъндинг.

Освен това, инициаторите на проекти могат също да използват „мъдростта на тълпата“ и да ангажират своите поддръжници отвъд събирането на обратната връзка. Чрез краудсорсинг сътрудниците могат да дадат различни съвети и предложения за развитието на компанията, както и за продукта или услугата, за които кампанията е стартирана.

Явното иновативно съдържание на проектите, избрани да бъдат финансирани чрез краудфъндинг, е друг важен фактор при позоваване на допълнителните функции на кампанията. По този начин „crowdfunding“ функционира като отворен модел на иновации, където средната част на фунията за иновации е отворена за доставчици на фондове или финансиращи организации, които участват във всички етапи на нов продукт ”.

Освен всички споменати по-горе ползи, които идват заедно с (успешна) кампания, има и някои рискове, които могат да доведат до доста негативни ефекти. В тази връзка, недостигането на поставената цел за финансиране или липсата на достатъчен интерес от предвидената целева група може да има широко обществено въздействие, свързано с неуспех и / или загуба на имидж.

Независимо от това, такива ситуации могат да бъдат допълнени с ясна картина за това как работи краудфъндинг модела, какво означава това, както и с обективна оценка на идеята за проекта и нейния потенциал за този вид алтернативно финансиране.

3. ПРАВНА РАМКА: НАЦИОНАЛНА И ЕВРОПЕЙСКА РАМКА

Пазарът на ЕС за краудфъндинг е слабо развит в сравнение с други големи световни икономики. Една от най-големите пречки пред платформите за краудфъндинг, които искат да предлагат своите услуги през границите, е липсата на общи правила в целия ЕС. Това води до увеличаване на разходите за съответствие и оперативните разходи и предотвратява разширяването на платформите за кръстосано финансиране.

През март 2018 г., като част от плана за действие на Fintech, Европейската комисия представи предложение за регламент относно доставчиците на услуги за краудфъндинг. След като бъде приет на равнище ЕС, новият регламент ще позволи на платформите да кандидатстват за разрешително от ЕС въз основа на единен набор от правила. Това ще им помогне да предлагат услугите си в целия ЕС.

Новите правила ще подобрят достъпа до тази новаторска форма на финансиране за малките инвеститори и предприятия, които се нуждаят от финансиране, особено стартиращите предприятия. Инвеститорите в платформи за краудфъндинг ще се възползват от по-добър режим на защита и по-високо ниво на гаранции, основани на:

- ясни правила за разкриване на информация за собствениците на проекти и платформи за кръстосано финансиране;
- правила за управление и управление на риска;
- съгласуван подход към надзора;

Предложението на Комисията се прилага само за услугите за групово финансиране, които водят до финансова възвръщаемост за инвеститорите, като например инвестиране и краудфъндинг на базата на кредитиране.

Инициативата на Европейската комисия ще облекчи начина, по който младите предприемачи, основателите на бизнеса и авторите ще получават по-лесно финансиране.

Докато европейският регламент за груповото финансиране все още не е постигнат, в следващата част се анализира действащото законодателство в рамките на алтернативния финансов сектор в няколко държави от Европа. Той предоставя информация за правните рамки, развитието, съдържанието и пречките в рамките на закона.

3.1 АВСТРИЯ

Пазара на Crowdfunding в Австрия

Австрийският пазар за краудфъндинг бавно се превръща от малка пазарна ниша в сериозна алтернатива във финансовата система. Промяната бележи своето развитие до въвеждането на нова правна рамка, която влезе в сила в Австрия на 1 септември 2015 г. Оттогава броят на проектите за краудфъндинг и бизнес моделите, основани на краудфъндинг, се увеличиха бързо, но Австрия все още не е достигнала своя пълен потенциал. Експертите заявяват, че средносрочният потенциал на пазара на краудфъндинг в Австрия може да бъде оценен на 65 млн. евро годишно.

Регламенти на Crowdfunding в Австрия

Поради въздействието на краудфъндинга в Австрия и продължаващата тенденция при използването на този алтернативен модел на финансиране, австрийското законодателство трябваше да адаптира правната си рамка към новите условия. Чрез прозрачност на нормативната уредба и правна сигурност за бизнеса, могат да бъдат осигурени платформите и инвеститорите. В бъдеще пазарът на краудфъндинг ще продължи да нараства както през последните две години. С нарастващата професионализация на алтернативната индустрия за финансиране, crowdfunding ще се установи като реална алтернатива на традиционното финансиране. Специално за малките и средни предприятия, груповото финансиране ще се превърне във важен източник на финансиране, поради строгите регулаторни рамки за банките.

Текущи регламенти на краудфъндинга в Австрия

1. Закон за алтернативното финансиране

През последните години инвестирането чрез краудфъндинг е обект на широка обществена дискусия в Австрия. Отправна точка е случаят с МСП, чийто основател е бил преследван и глобен от органа за финансовите пазари след набиране на средства за увеличаване на производствения си капацитет.

Това разискване доведе до приемането на специален закон за инвестиране чрез краудфундинг, т.нар. Закон за алтернативното финансиране (Alternativ Finanzierungsgesetz - AltFG) и за промяна на съществуващия Закон за капиталовите пазари (Kapitalmarktgesetz - KMG) през лятото на 2015 г.

Законът за алтернативното финансиране специално насочва вниманието към груповото инвестиране. Австрийският закон за алтернативното финансиране създаде правното основание за финансиране на МСП (малки и средни предприятия) чрез Crowdfunding и модели за гражданско участие. Освен това той създава правна рамка за операторите на Crowdfunding платформите. Целите на Закона за алтернативното финансиране и Закона за капиталовия пазар са:

- Увеличаване на иновативния потенциал на инвестирането в групата за стартиращи фирми и
- Защита на инвеститорите

Законът за алтернативното финансиране се прилага за МСП, които имат по-малко от 250 служители и/ или генерират годишен оборот от не повече от 50 милиона евро или с годишен баланс на обща стойност не повече от 43 милиона евро. Новият закон значително увеличи максимално допустимия обем увеличавайки го от 250 000 евро на 1,5 милиона евро, като по този начин позволява финансирането на по-големи инвестиционни проекти.

Съгласно Закона за алтернативното финансиране инвестициите над 5 милиона евро, набрани за седемгодишен период на наблюдение, ще предизвикат необходимостта от публикуване на специален проспект. Новият закон обхваща акции, облигации и бизнес дялове в капиталови дружества и кооперации, както и права за участие в печалбата и тихо партньорство. Даренията не попадат в обхвата на новия закон. Акциите и облигациите, предлагани на обществеността с общ размер не по-малко от 250 000 EUR и не повече от 1,5 милиона EUR, са обхванати от специални правила, а именно задължението за проспект „light“. За да се подобри защитата на инвеститорите, индивидуалните инвестиции обикновено са ограничени до максимум 5 000 евро за проект, като само професионалните инвеститори са освободени от ограничението.

Новият закон също така прилага широки информационни изисквания по отношение на инвеститорите, включително разкриване на информация за бизнеса, алтернативния финансов инструмент, текущите годишни отчети и бизнес плана. Тази информация трябва да бъде проверена от експерт, например адвокат или нотариус, тъй като органът по финансовите пазари няма компетентност за проверка.

За да се намалят високите рискови инвестиции, свързани с Crowdfunding, Законът за алтернативното финансиране въвежда нови правила за операторите на платформата Crowdfunding. Операторите трябва или да притежават търговски лицензи, които им дават право да действат като финансови консултанти за инвестиционни сделки или доставчици на инвестиционни услуги (за сделки с алтернативни финансови инструменти съгласно Закона за надзор на ценните книжа

(Wertpapieraufsichtsgesetz - WAG), или да притежават лиценз, издаден от органа за финансовия пазар. Освен това операторите са задължени да сключат застраховка "Гражданска отговорност".

ЦЕЛИ НА ЗАКОНА:

- Създаване на ясна правна рамка за краудфъндинг с цел увеличаване използването на тази форма на финансиране;
- Осигуряване на адекватно ниво на защита на инвеститорите;
- Предотвратяване на злоупотребата с групово финансиране за престъпни цели;
- Осигуряване на евтино групово финансиране в съответствие с правителствената програма.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ЗАКОНА:

- Изясняване правната рамка на тълкуването
- Въвеждане на основни изисквания за информация и публикации
- Предотвратяване на злоупотребата с групово финансиране за престъпни цели
- Осигуряване на евтино групово финансиране в съответствие с правителствената програма

ПРОМЕНИ:

- Според разпоредбите на закона, задължението за публикуване на пълен проспект на капиталовия пазар ще се прилага, като се започне с емисия от 5 милиона евро. Преди това лимитът беше 250 000 евро;
- Изискването за изготвяне на проспект за емисионни обеми между 250 000 и 5 млн. евро също е променено. В бъдеще е необходим единствено опростен проспект (проспект с леки изисквания) за емисия при обеми между 1,5 милиона евро и 5 милиона евро;
- Един инвеститор може да инвестира до 5000 евро на проект;
- Този лимит от 5 000 евро може да бъде надхвърлен, ако инвеститорът печели нетна заплата от над 2500 евро на месец. В този случай инвеститорът може да инвестира двойно нетните месечни доходи.
- Една възможност е инвеститорите да инвестират десет процента от своите финансови активи, ако тази сума надвишава 5 000 евро;
- Подобно на Закона за защита на потребителите, инвеститорите имат право да се оттеглят в рамките на две седмици;

- Емитентите не могат да набират повече от 5 милиона евро капитал за период от седем години, намалени с вече изплатените суми на инвеститорите. Ако този праг е надвишен, от дружеството се изисква да издаде проспект за капиталовия пазар;
- Инвестициите се извършват с издаващите МСП или чрез платформи за краудфъндинг.

Обобщение

Австрия	
Последни развития на CF-пазара	• Австрийският пазар на краудфъндинг бавно се превръща от малка пазарна ниша в сериозна алтернатива във финансовата система; • Тази промяна е възможна поради новата правна рамка; • В следствие на промените, проектите, финансирани от Crowdfunding, стават все повече и повече, но Австрия все още не е достигнала пълния си потенциал; • Crowdfunding ще бъде реална алтернатива на традиционното финансиране в бъдеще; • Особено за малките и средни предприятия crowdfunding ще стане важен източник на финансиране поради строгите регулаторни рамки за банките.
Последни развития в регламентите за CF	• Законът за алтернативното финансиране е приложен на 1 септември 2015 г.; чрез прилагането му, общите изисквания за лицензиране стават по-ясни; • Ситуацията по отношение на отпускането на подчинени кредити на клиенти остава неясно, тъй като те могат да доведат до сериозни недостатъци.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Австрия	• Ако Crowdfunding платформите за съфинансиране предоставят алтернативни финансови продукти, те трябва да бъдат лицензирани като доставчик на услуги за сигурност от Федералния закон; • Закон за алтернативното финансиране: • Създава се ясна правна рамка за Crowdfunding, за да се увеличи използването на тази форма на финансиране; • Осигурява се адекватно ниво на защита на инвеститорите; • Предотвратява се злоупотребата с Crowdfunding за престъпни цели; • Осигурява се нискотарифно финансиране на групи в съответствие с правителствената програма.
Местни платформи	www.respekt.net (donations) www.conda.eu (equity and lending) www.1000x1000.at (mixed model) www.greenrocket.com (investing) www.homerocket.com

3.2 ЧЕШКА РЕПУБЛИКА

Краудфъндингът е вече много популярен в Чешката република, като по-голямата част от проектите, подкрепяни от платформите на Crowdfunding, са в културната и социалната област. Моделът, основан на дарения и награди, все още е най-използваният модел на Crowdfunding. Моделът на кредитиране е създаден в областта на взаимното кредитиране и наскоро се активизира нова платформа, фокусирана върху кредитите за малки и средни предприятия.

Чешката република е набрала 9 милиона евро с краудфъндинг през 2015 г. Понастоящем най-разпространената форма е набирането на средства, основано на възнаграждения, което съществува в Чешката република в продължение на четири години и се увеличава всяка година.

Например, платформата Hithit е събрала 80% повече средства през 2015 г., отколкото през 2014 г. Втората най-използвана форма на публично финансиране в Чехия (която всъщност не се възприема публично като форма на краудфъндинг), е P2P потребителското кредитиране. Тя започна да се ускорява през 2015 г., когато стартира Zonky.cz.

Тази платформа е изградила общественото си признание с акцента, че хората, които не отговарят на критериите на банките, трябва все пак имат шанс да получат заем. SymCredit и Pujcmefirme представляват чешките P2P бизнес кредити. Тези платформи постепенно придобиват доверието на публичния фондов ресурс, който досега не е бил активна форма на финансиране в Чешката република. Само една кампания е финансирана успешно.

Развитие на пазара на Crowdfunding в Чешката република

Crowdfunding става все по-популярен в Чешката република с първата платформа за краудфъндинг, стартирана през 2011 г., последвана от значително увеличение на платформените предприятия през 2012 г. и нататък. Макар че националните програми на Crowdfunding се възприемат като ефективни алтернативни финансови механизми за малки проекти, по-големите инициативи обикновено се пробват в международни платформи за краудфъндинг с потенциал за финансиране на мащабни проекти. Като цяло през октомври 2014 г. сумите, набрани чрез краудфъндинг в Чешката република, достигат 24 милиона чешки крони (около 890 000 евро), докато подкрепата и интересите на поддръжниците остават положителни (Staszkiwicz, et al. 2014). Като се има предвид броят на ефективно функциониращите платформи и успешно финансираните проекти, crowdfunding демонстрира своя потенциал за преодоляване на недостига на финансиране между концептуалния дизайн и по-късните етапи на иновационното развитие.

Развитие по отношение на регламентите на Чешката република в областта на Crowdfunding

През изминалата година основните нормативни актове, отнасящи се до краудфъндинг, остават непроменени. От неофициалния контакт с публичните органи разбираме, че сегашната степен на регулиране на Crowdfunding се счита за достатъчна и поради това в близко бъдеще не се очакват конкретни регулаторни промени, които пряко да засягат Crowdfunding. Напоследък в Чешката република се наблюдава следното значително развитие по отношение на Crowdfunding:

1. Модел на собствения капитал

Въпреки, че в Чешката република все още няма работеща платформа за Crowdfunding, ние отбелязваме повишен интерес към създаването на такава платформа. Това развитие може да се дължи отчасти на новото законодателство, регулиращо корпорациите (Закон № 90/2012 Coll., Законът за корпорациите, който влезе в сила на 1 януари 2014 г.). Законът за корпорациите дава възможност за по-голяма гъвкавост при създаването на структурата за корпоративно управление на целевите компании, като по този начин се постига по-голяма жизнеспособност на проектите за капиталови инвестиции в дългосрочен план. Налице са някои съобщения по отношение на новите капиталови платформи, но към 1 декември 2018 г. все още няма оперативна платформа на Crowdfunding.

2. Модел на кредитиране

Налице е значително развитие в модела на кредитиране, най-вече по отношение на взаимното кредитиране. Нови платформи с бизнес кредити също стават активни на пазара. Бизнес кредитите продължават да бъдат превъзхождани от заемите на частни лица. Някои от новосъздадените платформи за кредитиране са установени от финансови институции (включително банки).

3. Дарение или Модел на награди

Платформите, основани на модела „Награди“, продължават да бъдат най-успешните и популярни в Чешката република. Както и в миналото, социалните и културни проекти все още формират по-голямата част от финансираните предприятия, заедно с по-малък брой стартиращи компании и проекти.

Текущи регламенти на Краудфъндинг в Чехия

Общи разпоредби:

- Проектната компания или платформата на Crowdfunding, действаща по модела на собствения капитал, могат да бъдат квалифицирани като инвестиционен фонд по AMCIF
- Необходим е лиценз от Чешката национална банка. - Като алтернатива, платформата Crowdfunding може, в ограничена степен, да действа като посредник при директното закупуване на акции от инвеститорите
- Проектната компания или платформата за краудфъндинг, действаща по модела на кредитиране, не е регулиран субект, следователно не се изисква лиценз. - Проектната компания или платформата на Crowdfunding, действаща по модела на дарения или награди, се ползва от освобождаване по AMCIF и не може да бъде квалифицирана като инвестиционен фонд (не се изисква лиценз). Има изискване за общ проспект за предлагане на инвестиционни ценни книжа. Освобождаванията се прилагат под прага от 1 000 000 EUR на емитент, за инвестиционни ценни книжа, предлагани във всяка държава-членка на ЕС в рамките на 12 месеца.

Изискване за проспект:

- Общо изискване за проспект за предлагане на инвестиционни ценни книжа. Освобождаванията се прилагат под праг от 1 000 000 EUR за емитент за инвестиционни ценни книжа, предлагани във всяка държава-членка на ЕС в рамките на 12 месеца.

Обобщение

Чешка република	
Последни развития на CF-пазара	През изминалата година основните нормативни актове, отнасящи се до краудфъндинг, останаха предимно стабилни и непроменени
Последни развития в регламентите за CF	• Няма нови разработки в приложимите разпоредби; • Законът за новите корпорации дава възможност за по-гъвкава структура на целевите компании, използващи Модел на собствения капитал; • Не се очаква ново регулиране в близко бъдеще.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в	Общо: • Проектната компания или платформата Crowdfunding, действаща по Модел на

Чешката република	собствения капитал, може да бъде квалифицирана като инвестиционен фонд съгласно AMCIF → изисква се лиценз от Чешката национална банка; • Като алтернатива, платформата на Crowdfunding може в определена степен да действа като посредник при директно закупуване на акции от инвеститорите 106 → изисква се лиценз от Чешката национална банка; • Проектната компания или платформата Crowdfunding, действаща по модела на кредитиране, не е регулиран субект → не се изисква лиценз; • Проектната компания или платформата на Crowdfunding, действаща под формата на дарения или награди, се ползва от освобождаване по AMCIF и не може да се квалифицира като инвестиционен фонд → не се изисква лиценз. Изисквания към проспекта: • Общо изискване за проспект за предлагане на инвестиционни ценни книжа; • Освобождаванията се прилагат под праг от 1 000 000 EUR на емитент за инвестиционни ценни книжа, предлагани във всяка държава-членка на ЕС в рамките на 12 месеца.
Местни платформи	• Zonky.cz е платформа за потребителско кредитиране на P2P, стартирана през 2015 г. • Hithit.com е платформа, основана на награди, която стартира дейността си през 2013 г. • Startovac.cz е втората най-голяма платформа, основана на награди. Тя стартира през 2013 г. • SymCredit.com е платформа за бизнес кредитиране, която стартира през 2014 г. • Benefi, платформа за потребителско кредитиране в P2P, започва да функционира през 2014 г.

3.3 СЛОВЕНИЯ

Пазарът на краудфъндинг в Словения

Решението на Министерството на икономиката да улесни достъпа на предприятията до фондове има конкретни последици за краудфъндинга в Словения. В доклад от 2013 г. се посочва, че словенските проекти са събрали над 1 милион евро чрез платформи за кръстосано финансиране. Това се дължи главно на по-ниските административни усложнения и тежест.

Още по-интересно е, че една от основните причини за успеха на Словения се дължи на иновативните умове, които успяват да създадат продукти, които привличат разнообразни поддръжници и в някои случаи повече от сумата, определена за постигане на целта.

Липсват конкретни данни за тенденцията на краудфъндинг в Словения, но се отчита положителна тенденция в цялата област на Централна и Източна Европа. Според втория европейски доклад за индустрията за алтернативни финанси, обемът на финансирането през 2015 г. съответства на 0,8 милиона евро.

Новости по отношение на регламентите за Crowdfunding в Словения

Директивата за мениджърите на алтернативни инвестиционни фондове (AIFMD) е въведена в Словения чрез Закон за управление на алтернативните инвестиционни фондове, който е валиден и е в сила от 23 май 2015г. Както този Закон, така и изменението на Закона за инвестиционните тръстове и управляващите дружества следват текста на АИФМД. Освен законодателството за прилагане на АИФМ, през последната година не е имало други промени по отношение на регулирането на Crowdfunding.

Постигнати са положителни резултати за словенските проекти, основани на краудфъндинг, но в същото време са идентифицирани и редица пречки. Преди всичко, заинтересованите страни са привлечени предимно от нивото на иновации в страната, ясната комуникация и личното участие. В същото време липсва съответна информация и липсват знания за комуникация. Заинтересованите страни всъщност са много по-склонни да подкрепят краудфъндинг, ако

проектът има широко покритие, особено когато се предлага на международни платформи.

Хората, които стоят зад проектите, трябва да се интересуват от нея до степен, че могат да се идентифицират в собствената си кампания. Измамите и липсата на подходяща информация са обикновени страхове, пред които са изправени заинтересованите страни, които изискват да се посочи много ясна и прецизна информация. Това означава ясни условия, ясни и точни процедури за инвестиране и всякакви възможни предупреждения за риска.

Друг фактор, който може да засили още повече краудфъндинга, е възможността хората, които стоят зад проектите, да актуализират редовно заинтересованите потребители за това, как проектът върви. В същото време е необходима и прозрачност, когато става въпрос да се разбере кой стои зад него. И накрая, добрият бизнес план изглежда е основен плюс.

Текущи регламенти на краудфъндинг в Словения

Регулаторната рамка, която е активна в Словения, създава някои пречки пред предприемачите. За разлика от Хърватия, където е необходимо просто дружество с ограничена отговорност с начален бюджет от 100 евро, за да се създаде стартиращ бизнес, в Словения това не е възможно на първо място, защото участва словенският предприемачески фонд.

Това означава, че въпреки стимулирането на предприемачеството чрез субсидиите, то все още представлява ограничение в тази област, тъй като субсидията изисква ангажимент за връщане. Като цяло младите предприемачи в Словения създават дружество с ограничена отговорност, което означава, че минималният начален бюджет е най-малко 7500 евро, което е голяма разлика в сравнение с положението в Хърватия. Освен това присъствието на нотариус се изисква във всички възможни законови промени, които компанията решава да предприеме.

Положителната страна на този избор е, че регулаторната рамка улеснява прилагането на закона, така че това е основно за преодоляване на първите стъпки. Въпреки че няма специфична регулаторна рамка за това, което се отнася до краудфъндинг, в Словения всъщност съществуват някои закони, които трябва да се спазват, когато става въпрос за собствен капитал, в който само лицензирани банки и брокери могат да извършват финансови услуги, дават заеми, дарения модели. [40]

Структурирането не е само по себе си добре или специфично регулиран бизнес в Словения, но различни регулаторни въпроси и въпроси, свързани със съответствието, могат да възникнат въз основа на съществуващото регулиране на финансовите инструменти и пазари, банковите и платежните услуги. Освен това операцията и инвестициите чрез платформата Crowdfunding могат да имат данъчни, потребителски права, игра на късмета и други правни последици, които изискват внимание. [41]

Общи разпоредби:

- Финансови услуги и сделки, свързани с предлагане на прехвърлими ценни книжа, предоставени от платформата Crowdfunding, задействат изисквания за лиценз от Агенцията за пазара на ценни книжа
- Посредническите услуги по отношение на потребителски кредити и други кредитни споразумения изискват лиценз от Банката на Словения или Агенцията за пазара на ценни книжа.
- Даренията и наградите Краудфъндинг Моделите вероятно ще имат правни последици от данъци, както и хазартни игри и защита на потребителите.

Изискване за проспект:

- Изискване за бизнесплан за предлагане на ценни книжа Праг: 100 000 евро в ЕС в рамките на 12 месеца.
- Други най-значими изключения: (i) предлагане на ценни книжа само на лицензирани инвеститори или (ii) предлагане на ценни книжа на до 150 физически или юридически лица, които не са лицензирани инвеститори.
- Възможност за опростен бизнесплан за предлагане на ценни книжа под или равно на 5 000 000 евро в ЕС в рамките на 12 месеца. [35]

Обобщение

Словения	
Последни развития на CF- пазара	• Директивата за мениджърите на алтернативни инвестиционни фондове (AIFMD) бе въведена наскоро в Словения чрез новия Закон за управителите на алтернативни инвестиционни фондове (в сила от 23 май 2015 г.); • Изменение на Закона за инвестиционните тръстове и управляващите дружества (в сила от 19 май 2015 г.); • Новият Закон за мениджърите на алтернативни инвестиционни фондове и изменението на Закона за инвестиционните фондове и управляващите дружества следват текста на AIFMD.
Последни развития в регламентите за CF	• AIFMD е изпълнен (приложим от 23 май 2015 г.); • Закон за управление на алтернативните инвестиционни фондове; • Приет е Законът за инвестиционните фондове и управляващите дружества (19 май 2015 г.); • Закон за инвестиционни фондове в областта на управлението;
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Словения	Act on Alternative Investment Fund Managers: Amendment to the Investment Trusts and Management Companies Act. Общи разпоредби: • Финансови услуги и сделки, свързани с предлагане на прехвърлими ценни книжа, предоставени от платформата Crowdfunding, задействат изисквания за лиценз от Агенцията за пазар на ценни книжа; • Посредническите услуги по отношение на потребителски кредити и други кредитни споразумения изискват лиценз от Банката на Словения или Агенция за пазар на ценни книжа;

	- Даренията и наградите Краудфъндинг Моделите вероятно ще имат правни последици от данъци, хазартни игри и защита на потребителите, между другите. Изискване за бизнесплан - Изискване за проспект за предлагане на ценни книжа Праг: 100 000 евро в ЕС в рамките на 12 месеца; - Други най-значими изключения: (i) предлагане на ценни книжа само на сложни инвеститори или (ii) предлагане на ценни книжа на до 150 физически или юридически лица, които не са сложни инвеститори; - Възможност за опростен проспект за предлагане на ценни книжа под или равно на 5 000 000 евро в ЕС в рамките на 12 месеца. [35]
Местни платформи	- Adrifund, който се основава на възнаграждение; - CONDA Slovenija, която се основава на акции и кредитиране.

3.4. СЛОВАКИЯ

Скорошни развития на пазара на краудфъндинг в Словакия

През последните 6 години се наблюдава значително увеличение на стартиращите инвестиции в Словакия. В стартиращата общност в Словакия има значителен брой фондове, инвеститори, платформи за инкубатори за съвместна работа и бизнес ангели. По-рано стартиращите и предприятията в Словакия предпочитаха да използват добре установени чуждестранни платформи на Crowdfunding (напр. Kickstarter или Indiegogo) или новосъздадени платформи на Crowdfunding в Чешката република (напр. HitHit), като в същото време Crowdfunding не беше често срещано явление в Словакия. [42]

Последни новости по отношение на регламентите за съфинансиране в Словакия

Самото съфинансиране не е изрично регламентирано в Словакия. Различните налични модели на Crowdfunding са признати по няколко различни правни регламента; въпреки това, няма единен правов източник, който да даде на Краудфъндина окончателен правен статут и правна сигурност.

Текущи регламенти на краудфънда в Словакия

Неспецифичната регулация, която може да повлияе на краудфънда, включва следните действия:

- Законът за публичните колекции само за обществено полезни цели - “лесен” регулаторен режим, само с нестопанска цел;
- Законът за колективните инвестиции за изисквания за лиценз и проспект, евентуално изключение за финансиране на редовна стопанска дейност, като половината от средствата се събират от собствени ресурси. Законът за ценните книжа и инвестиционните услуги, както и изискванията за лицензи и проспекти. [43]

Изисквания към проспекта

1. Изискване за проспект за предлагане на ценни книжа или инвестиционни продукти;
2. Общ праг: 100 000 EUR на емитент в рамките на 12 месеца;
3. Липса на изрично освобождаване от проспекта за съфинансиране. [44]

Възможни допълнителни разпоредби

- Закон № 162/2014 Coll. относно публичните колекции, както са изменени;
- Закон № 455/1991 Coll. За лицензиране на търговията, както е изменен;
- Закон № 297/2008 Coll. За защита срещу легализация на постъпленията от престъпления и срещу финансирането на тероризма, както е изменен (Наредба за борба с изпирането на пари);
- Закон № 129/2010 Coll. Относно предоставянето на потребителски кредит, както е изменен;
- Закон № 483/2001 Coll. За банките, с измененията;
- Закон № 122/2013 Coll. Относно защитата на личните данни, както е изменен.

Заклучение

В заключение, в момента и Словакия, и регламентът на ЕС представляват бариера за развитието на Crowdfunding и положителното въздействие върху бизнес средата в Словакия. Основните регулаторни бариери произтичат от Закона за ценните книжа и инвестиционните услуги и Закона за колективните инвестиции, докато националният регулатор при двата режима - НБС - няма практика или политика, установени по отношение на платформите на Crowdfunding.

Съгласни сме, че увеличаването на разпокъсаността на европейския регламент за борба с краудфърда поради въвеждането на национален регламент за Crowdfunding може дори да влоши

пречките пред трансграничния краудфъндинг. Необходимостта от хармонизирана европейска регулация на краудфъндинга според нас е оправдана.

Обобщение

Словакия	
Последни развития на CF- пазара	- През последните 6 години се наблюдава значително увеличение на стартиращите инвестиции в Словакия; - През последните две години Словакия стана свидетел на пристигането както на местни, така и на чуждестранни платформи на Crowdfunding, тъй като Crowdfunding става все по-популярен.
Последни развития в регламентите за CF	- Самото съфинансиране не е изрично регламентирано в Словакия; - Различните налични модели на Crowdfunding са признати по няколко различни правни регламента; въпреки това, няма единен правов източник, който да даде на Краудфъндинга окончателен правен статут и правна сигурност; - Нова корпоративна правна форма - просто акционерно дружество; - Брой нови платформи на Crowdfunding в Словакия.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Словакия	- Законът за ценните книжа и инвестиционните услуги - изискванията за лицензи и проспекти. - Законът за колективните инвестиции - изисквания за проспект за лицензии и продажби - възможно изключение за финансиране на редовна стопанска дейност, като половината от средствата се събират от собствени ресурси; - Изисквания към проспекта: - AIFMD; - Регулиране на платежни услуги; - Други подходящи, виж 3.5
Местни платформи	www.crowdberry.com www.conda.sk www.zltymelon.sk www.zinceuro.sk www.hithit.com/sk/home www.startovac.com www.marmelada.sk www.dobrakrajina.sk www.dakujeme.sme.sk www.darujme.sk

	• www.wellgiving.sk Ideasstarter прекрати дейността си.
--	---

3.5. ХЪРВАТСКА

Последни развития на пазара на Crowdfunding в Хърватска

Хърватският краудфъндинг пазар се възстановява след спад в сумите, събрани през 2015 г. (750 000 USD) и 2016 г. (300 000 USD), поставяйки нов рекорд през 2017 г. с 2,350,000 USD, но остава недостатъчно развит, особено в областта на капиталовите и кредитни модели. Промяната през 2017 г. е причина за някои много популярни движения като “микро: бит STEM революция”, която досега има най-голям брой поддръжници в Хърватска (2.364) [44]. Crowdfunding в Хърватска се основава почти изцяло на модела на дарения или награди и изглежда, че е твърде малък пазар за развитие на значими собствени платформи. Най-голямото предизвикателство остава малката цялостна осведоменост относно възможността за краудфъндинг, слабото използване на лошото развитие на интернет и недоверието към електронния бизнес. Но промяната, засвидетелствана през 2017 г., показва положителни признаци за бъдещето на краудфъндинга, тъй като придобива видимост чрез успешни кампании, които се покриват от медиите.

Последни събития по отношение на регламентите на Crowdfunding в Хърватска

Поради ниското равнище на краудфъндинг в Хърватска, няма хърватски органи които да предоставят специални насоки в областта на краудфъндинга. Хърватското регулиране в областта на краудфъндинга е обхванато от Закона за капиталовия пазар, Закона за инвестиционните фондове и Закона за алтернативните инвестиционни фондове.

Текущи регламенти на краудфъндинга в Хърватска

През последните години Хърватска не е предоставила никакви специални допълнителни насоки в областта на краудфъндинга, като вместо това разчита на съществуващата регулаторна рамка, включително директивите на ЕС, които осигуряват достатъчно насоки, както е посочено от Надзорния орган за финансовите услуги (HANFA).

Що се отнася до тълкуванието и спонсорирането на тълпата, в Хърватска няма специални правни пречки. В Хърватска, в случай на дарения чрез хърватски платформи за набиране на средства, платформата е задължена да заплати данък от 5%. Тъй като повечето средства се събират чрез чуждестранни платформи за краудфъндинг, те са освободени от тази разпоредба.

Претоварването е строго регламентирано от Закона за капиталовия пазар. Публичните власти не могат да използват този модел за какъвто и да е тип проекти - това е официалната позиция на Министерството на финансите. Това прави цялата процедура сложна и скъпа.

Хърватската данъчна администрация също така излезе със становище относно краудфъндинг, като определи данъчните задължения по отношение на вида на краудфъндинга. [45]

Закон за капиталовия пазар и Закон за инвестиционните фондове

Съгласно Хърватския закон за капиталовия пазар [46] всеки, който възнамерява да предоставя „инвестиционни услуги“ и да извършва „инвестиционни дейности“ в Хърватска, трябва да притежава писмен лиценз от HANFA или от Хърватската народна банка („CNB“).

Моделът на собствения капитал не се използва често (или изобщо) в Хърватска. В зависимост от използвания модел на Crowdfunding, съществува вероятност търсещият фондове или платформа в действителност да може да се разглежда като опериращ публичен колективен инвестиционен фонд (схема) от отворен тип. Това тълкуване може да възникне, като се има предвид, че "инвестиционният фонд" може да се отнася до корпоративно предприятие или колекция от активи и че обикновено инвеститорите не биха имали ежедневен контрол върху управленските решения. В такъв случай приложимите правила упълномощават както получаването на необходимото одобрение от HANFA, така и регистрирането в съответния регистър.

От друга страна, когато една кампания ще търси финансиране само чрез дялове, които не могат да се прехвърлят на капиталовите пазари (например акции в частни дружества с ограничена отговорност, или дялове в кооперативни или тихи дружествени дялове), такъв режим ще попадне извън регулацията на хърватските капиталови пазари и няма да има лиценз от регулатора на ценни книжа. Тъй като инвестициите в това отношение са малко или никакви, не съществува и установена практика по въпросите на лицензирането.

Моделът на кредитиране в Хърватска също се използва рядко, или изобщо не се използва. Когато се използва, моделът ще изисква подходящ лиценз от Министерството на финансите или от CNB за определени видове кредитна дейност.

Изискванията за проспект са задължителни за публично предлагане на ценни книжа на територията на Република Хърватска. По правило обаче това се отнася само до предлагането на „прехвърляеми ценни книжа“ (тези, които могат да се прехвърлят на капиталовите пазари), като акции на акционерни дружества. Следователно, ако една кампания за модел на собствения капитал предлага само дялове, които не могат да се прехвърлят на капиталовите пазари (например акции в частни дружества с ограничена отговорност, дялове в кооперативни или тихи дружествени дялове), изглежда, че няма да има изискване за проспект.

Закон за алтернативните инвестиционни фондове 2018

Съгласно Закона за алтернативните инвестиционни фондове [47] алтернативен инвестиционен фонд се определя като инвестиционен фонд, създаден с цел: i) набиране на активи чрез публична или частна оферта; (ii) инвестиране на тези активи в различни видове собственост в съответствие със стратегията и инвестиционните цели, определени предварително; и iii) изключително в полза на инвеститорите в такива ФАИ. Схемата за съфинансиране, при която се предоставя нестандартно споразумение за разпределяне на печалбата, може да се тълкува като включваща инвестиционен фонд под формата на ФАИ. По принцип обаче операторите на платформата на Crowdfunding не се квалифицират като ФАИ, като се има предвид, че те не привличат капитал от самите инвеститори, а само осигуряват техническа възможност за набиране на капитал от страна на търсещия средства.

Обобщение

Хърватска	
Последни развития на CF-пазара	- Пазарът на хърватския краудфъндинг бавно нараства, но все още е възпрепятстван от малка осведоменост, липса на използване на интернет и недоверие към електронния бизнес; - През 2017 г. crowdfunding получи значителна обществена осведоменост чрез една кампания за краудфъндинг, но продължава да се бори като сериозна алтернатива на конвенционалните модели на финансиране; - Хърватска все още не е достигнала пълния си потенциал и някои модели като моделите на собствения капитал и кредитирането са близки до несъществуващи.
Последни развития в регламентите за CF	Хърватска въведе новия Закон за алтернативните инвестиционни фондове през март 2018 г., без да се набляга особено на краудфъндинга.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Хърватска	- Съгласно Закона за капиталовия пазар, платформите за кръстосано финансиране трябва да се регистрират в случай на модел на собствен капитал или на кредитиране - Даренията и спонсорирането не изискват специални лицензи и не са специално регламентирани - Закон за алтернативното финансиране - по принцип операторите на платформи не се квалифицират като алтернативни фондове за финансиране
Местни платформи	- Croinvest (http://croinvest.eu/) - тази платформа съчетава пет модела на финансиране (дарения, награди, заеми, участие в собствеността и участие в печалбата), съобразени са с националното законодателство; - Croenergy (http://croenergy.eu/) - платформа за кръстосано финансиране,

	финансирана от дарения, изключително за проекти за устойчива енергия и опазване на околната среда; • ЧИНИ ПРАВУ СТВАР (www.cinipravustvar.hr) - дарения за хуманитарна работа; • Регистър на хуманитарната помощ на Република Хърватия (http://croinvest.eu/rhp/); • Funderbeam SEE, платформа, базирана на дялово участие, (https://www.funderbeam.com).
--	---

3.6. ЧЕРНА ГОРА

Скорошни развития на пазара на краудфъндинг в Черна гора

Черна гора все още не е създала своя собствена платформа за финансиране. Понастоящем само чуждестранни платформи се използват за финансиране на потенциални проекти. Единственото изключение е финансиран от ПРООН проект за 3 вида проекти: велосипедни алеи, слънчеви пейки / интелигентни автобусни спирки и слънчеви лодки. В Черна гора все още е нововъведение, а подкрепата е ограничена и са необходими посредници за подпомагане на кампаниите. Повечето кампании за краудфъндинг в Черна гора са Indiegogo и Kickstarter, а най-често срещаните видове са базирани на дарения и награди.

Последни събития по отношение на регламентите за краудфъндинг в Черна гора

В Черна гора не е изрично регламентирано от законодателството в областта на краудфъндинга и не е имало скорошно развитие, специално посветено на краудфъндинга в Черна гора.

Текущи регламенти на краудфъндинга в Черна гора

Черна гора не разполага с конкретна регулация на обмена на средства, а вместо това разчита на други правни актове. Най-важният е Законът за задълженията, който е ориентиран предимно към задължителни правоотношения. Други приложими закони са Законът за предприятията, Законът за имуществените отношения, Законът за обезпеченията, Законът за предотвратяване на незаконния бизнес и групата от данъчни закони и наредби.

Законът за задълженията е от значение за възнаграждаване на публичното финансиране като форма на финансиране под формата на колективно закупуване на стоки и услуги от граждани с предварително определено време в началото на кампанията за краудфъндинг.

Наградата не трябва да се взема на жаргон и да се приравнява с правния институт на публичното обещание за награда. В този случай притежателят на проекта определя срок за доставка на продуктите. Отношенията между купувача и продавача по отношение на взаимните права, задължения и защита на същите обаче могат да бъдат регулирани от съответното споразумение. Най-често на практика това биха били договори за продажба със специфичен срок за доставка, а купувачът може да осигури договорни санкции в случай на неизпълнение на задължения от страна на продавача, но също така и на редица други начини, които отново посочват принципа на разпореждане в тези отношения. Могат да се използват много видове обезпечения, като договор за залог върху движими обекти.

Моделът на кредитиране се прилага чрез Закона за задълженията. Законът допуска договаряне на интереси в правната рамка. Тъй като доставчиците на кредитни средства предоставят парични средства за конкретна цел, така че това е заем, който е предназначен за определени в договора цели и различни от тях не могат да се използват. Законът не предвижда задължителната форма на този договор и той може да бъде сключен неофициално, но по отношение на правната сигурност това не се препоръчва, така че е желателно договорът да се сключи в писмена форма със заверени подписи на договарящите страни в съда или нотариуса.

Моделът на инвестиране с цел заместване на собствения дял или дял от печалбата не е развит. Активите под формата на финансиране са само финансови и могат да бъдат инвестирани в различни правни форми. Това може да бъде споразумение за учредяване на дружеството или споразумение за прехвърляне на акции. Така, в зависимост от вида (акционерно дружество, дружество с ограничена отговорност и командитни дружества) зависи участието в инвестиционния проект. На практика това е сложно и скъпо, имайки предвид необходимите правни процедури, както и адвокатски, нотариални, съдебни и други административни разходи, които се налагат.

Обобщение

Черна гора	
Последни развития на CF-пазара	- Няма нови разработки в областта на краудфъндинга; - Класическите платформи не са достъпни, с изключение на специализирани типове, разчита се на чуждестранни платформи за краудфъндинг.
Последни развития в регламентите за CF	В последните години не са приемани нови или специфични регламенти за краудфъндинг
Актуални разпоредби на Crowdfunding в	Разчита се на Закона за задълженията (2008 г.), Закона за предприятията (2011 г.), Закона за имуществените отношения (2009 г.), Закона за имуществените отношения (2009 г.) и различни данъчни закони и

Черна гора	наредби.
Местни платформи	Няма местни платформи за краудфъндинг, с изключение на финансирането от ПРООН проект за проект „Към неутрален въглероден туризъм“;

3.7. УНГАРИЯ

Скорошни развития на пазара на Crowdfunding в Унгария

Унгарският пазар на краудфъндинг остава недостатъчно развит, тъй като нито моделът на собствения капитал, нито моделът на кредитиране имат присъствие на унгарския пазар. Същото се отнася и за „Real Estate Crowdfunding“ и „Renewable Crowdfunding“, т.е. нито един от тези Crowdfunding модели няма присъствие на унгарския пазар.

Първите CF инициативи започнаха през 2012 г.: www.creativeselector.hu и kezdheted.hu. И двата портала скоро преустановиха дейността си без никакви реални инвестиции и без налични проекти. В момента най-важната CF платформа е „Да го добавим заедно“: www.adjukossze.hu. Те са домакини на кампании предимно в областта на образованието, спорта, здравеопазването, социалните и културните теми. Повечето от кампаниите са базирани на социално отговорно дарение, основано на частично възнаграждение. От април 2017 г. те са сключили 184 успешни кампании, като са постигнали обща инвестиция от 244 000 евро. Въз основа на тези данни може да се види, че средната инвестиция е 1,325 евро. Освен националните инициативи, често се използват и чуждестранни платформи за краудфъндинг (например Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe и др.).

Последни развития по отношение на регламентите за краудфъндинг в Унгария

Не са въведени нови законодателни промени в Унгария във връзка с краудфъндинга през последните години.

Следователно, в Унгария се разчита на финансиране чрез съществуващата обща правна рамка. Единственото ново развитие, което има значение във връзка с Crowdfunding, е, че Националната банка на Унгария е издала и направила обществено достъпни, необвързващи насоки за тълкуването на унгарските финансови регулаторни закони, които могат да се прилагат за някои структури на Crowdfunding, т.е. Модел на собствения капитал. Съгласно тези незадължителни насоки, Националната банка на Унгария е дала ясно да се разбере, че предвид липсата на законодателство, специално приложимо за Crowdfunding, всяка структура на Crowdfunding трябва да се оценява въз

основа на действащите в момента регулаторни и инвестиционни закони на Унгария без никакви специфични изключения, приложими за краудфъндинга, като цяло.

Текущи регламенти на краудфъндинга в Унгария

В момента в Унгария не съществува специфично законодателство за Crowdfunding, следователно цялото финансиране на типа „краудфъндинг“ трябва да бъде проучено чрез съществуващата обща правна рамка.

1. Модел на собствения капитал

Ако онлайн платформата Crowdfunding улесни предлагането на финансови инструменти по начин, подобен на бизнеса, такава дейност на оператора на платформата може да се квалифицира като инвестиционна услуга, която може да бъде лицензирана съгласно Унгарския закон за инвестиционните услуги. „Финансови инструменти“ съгласно унгарския Закон за инвестиционните услуги включват, *inter alia*, прехвърлими ценни книжа, като акции в акционерни дружества и акционерни дружества и дългови ценни книжа. Следователно, ако операторът на платформата предлага ценни книжа, държани в компании, търсещи Crowdfunding или облигации, емитирани от такива компании, такива оператори на платформи би трябвало да получат лиценз за инвестиционни услуги от унгарския регулатор.

Националната банка на Унгария обаче потвърди в своите необвързващи обществени насоки, че ако дадена структура на Crowdfunding не включва ценни книжа, облигации или други финансови инструменти (например, индивидуалните инвеститори не се предлагат и не могат да придобият ценни книжа, облигации или други финансови инструменти), такава структура на Crowdfunding вероятно няма да представлява инвестиционна услуга и като такава няма да породи изисквания за лицензиране съгласно Унгарския закон за инвестиционните услуги.

2 Модел на кредитиране

Кредитирането е регулирана финансова услуга съгласно Унгарския банков закон. Следователно за целите на предоставяне на такава регулирана дейност по отпускане на заеми в Унгария е необходим лиценз по бизнес начин. Такива лицензионни изисквания се прилагат както за юридически лица, така и за физически лица. От това следва, че ако дейността на частен инвеститор, използващ платформата Crowdfunding, се квалифицира като кредитна дейност, извършвана по начин, подобен на бизнес, такава дейност би предизвикала изисквания за лицензиране в Унгария. В такъв случай дейността на оператора на платформата Crowdfunding вероятно може да се квалифицира като посредническа дейност, което от своя страна би могло да предизвика регулаторни изисквания в Унгария, приложими за агенти и посредници. Въпреки това платформите на Crowdfunding,

използващи модела на кредитиране, биха могли да структурират своите услуги, така че да елиминират или ограничават риска от задействане на унгарските лицензионни изисквания във връзка с елемента за поемане на депозити.

3. Модел на дарения или награди

Моделите за дарения или награди не повдигат никакъв специфичен унгарски регулаторен въпрос. Въпреки това, в зависимост от структурата, използвана от платформата Crowdfunding, изискванията на унгарските платежни услуги и изискванията за попечителски услуги могат да се прилагат и за платформи, прилагащи модела на дарения или награди на Crowdfunding в Унгария и данъчните задължения (ДДС или ТАО) трябва да се вземат предвид, въпреки че това е предимно за дарения, плащани от стопански субекти.

4. Изисквания към проспекта

Структури на модела на собствения капитал, в които операторът на платформата участва в предлагането / пускането на ценни книжа, може да изиска публикуването на проспекта / известието и одобрението от унгарския регулатор във връзка с такова предлагане / пласиране, при условие че не е налице освобождаване по унгарския капитал Закон за пазарите.

5. Закон за унгарските колективни инвестиционни схеми

Директивата на Европейския съюз за мениджърите на фондове за алтернативни инвестиции е въведена съгласно Закона за унгарските колективни инвестиционни схеми. Законът за колективните инвестиционни схеми е приложен като цяло за всички колективни инвестиционни схеми, включително алтернативни инвестиционни фондове. „Алтернативен инвестиционен фонд“ е определен в Закона за колективните инвестиционни схеми като колективна инвестиционна схема, която не се квалифицира като „Предприятия за колективно инвестиране в прехвърлими ценни книжа“ (ПКИПЦК). Ето защо, ако едно предприятие за финансиране на капитали иска да структурира дейността си като алтернативен инвестиционен фонд (или негов управител), то трябва да отговаря на изискванията на Закона за колективните инвестиционни схеми.

Обобщение

Унгария	
Последни развития на CF- пазара	Унгарският пазар на краудфъндинг нараства бавно и разчита на чуждестранни платформи за краудфъндинг в допълнение към националните;

	Унгария не е достигнала пълния си потенциал в областта на краудфъндинга.
Последни развития в регламентите за CF	- Не са постигнати нови развития в областта на регламентите за краудфъндинг; - Унгарската национална банка издаде необвързващи обществени насоки за краудфъндинг.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Унгария	- Ако платформата Crowdfunding улеснява предлагането на ценни книжа, операторът на платформата може да бъде предмет на изисквания за инвестиционни услуги → изисква се лиценз от унгарския надзорен орган; - Ако платформата Crowdfunding улеснява и / или посредничи при отпускането на заеми за бизнес с множество средства, такава дейност може да задейства изискванията за финансови услуги по отношение на оператора на платформата, бизнеса с множество средства и / или лица, които предоставят заеми → изисква се лиценз от унгарския надзорен орган; - Съвместното финансиране по модела за дялово участие и модела на кредитиране може да бъде структурирано така, че да елиминира / ограничава риска от задействане на лицензионни изисквания, но трябва да бъде съобщаван със съответните органи - Моделът за дарения или награди не повдига конкретни унгарски регулаторни въпроси; - Изискването за проспект за предлагане на ценни книжа и някои други финансови инструменти (например акции, облигации, определени деривати) съдържат праг от 100 000 EUR агрегирана емисионна стойност за ценни книжа, предлагани във всички държави-членки на Европейския съюз в рамките на период от 12 месеца.
Местни платформи	“Let’s add it together”: www.adjukossze.hu

3.8. СЪРБИЯ

Скорошни развития на пазара на Crowdfunding в Сърбия

В Сърбия има 2 местни платформи за Crowdfunding: Donacije.rs и Fandrejzing. Освен тях, хората от Сърбия могат да използват и международна платформа Indiegogo, докато на Kickstarter има и много сръбски кампании, но тя не е достъпна от Сърбия, така че сърбите откриват компании в чужбина и започват кампанията си там.

В Сърбия чрез CrowdFunding до момента са събрани 653.134 USD. Общият брой на сръбските кампании е 570, с 41 успешни (7,2%) кампании. Най-многобройните проекти са в областта на изкуството (32%). Процентът на успеха на Indiegogo е 3%, а 37% Kickstarter се дължи на модела „всичко или нищо“. Броят на кампаниите за CF е нараснал с 400% от 2012 г. насам, докато броят на поддръжниците на кампаниите през 2016 г. е 3148, което представлява 0,03% от населението. [48]

Последни събития по отношение на регламентите за краудфъндинг в Сърбия

Поради ниското равнище на краудфъндинг в Сърбия, няма сведения от сръбските власти за предоставяне на специални насоки в областта на краудфъндинга. Сръбската регулация в областта на краудфъндинга се очаква да бъде допълнително дефинирана чрез обявения Закон за рисковия капитал.

Действащи регламенти на краудфъндинга в Сърбия

Сърбия няма специален регламент за краудфъндинг, а вместо това разчита на други правни актове. Най-важният е Законът за инвестиционните фондове, който регламентира:

- Организиране и управление на инвестиционни фондове,
- Създаване и управление на инвестиционни фондове от затворен тип,
- Създаване и управление на частни инвестиционни фондове,
- Създаване, функциониране и управление на институции, които управляват инвестиционни фондове,
- Задълженията и отговорностите на банката попечител, по смисъла на този закон,
- Отговорността на Комисията за ценни книжа
- Други въпроси, свързани с областта на инвестиционните фондове.

В процес на подготовка е и Законът за рисковия капитал, който предвижда по-нататъшно регулиране на различните видове инвестиции в Сърбия.

Като се има предвид, че има донорски (Donacije.rs и Fandrejzing), наградени (Indiegogo и Kickstarter) и справедливо основани (Indiegogo) платформи за краудфъндинг, сръбската законодателна уредба не е дефинирана в областта на краудфъндинг.

Кредитното финансиране, основано на дарение и възнаграждение, не попада под никакви специални разпоредби и остава основно освободено, въпреки че данъчните разпоредби трябва да се вземат предвид за частни лица и юридически лица.

Кредитното финансиране, основано на акции, остава недостатъчно развито и е обхванато от Закона за инвестиционните фондове, който може да изисква регистрация, както се изисква от закона.

Обобщение

Сърбия	
Последни развития на CF- пазара	- Сръбският пазар на краудфъндинг продължава да се развива стабилно, но остава слаб в сравнение с традиционните модели на финансиране; - Собственото и кредитно финансиране остават недостатъчно развити и нямат специфична правна уредба.
Последни развития в регламентите за CF	Няма ново развитие в областта на краудфъндинга в Сърбия.
Актуални разпоредби на Crowdfunding в Сърбия	- Закон за инвестиционните фондове, регулиращ платформите за краудфъндинг трябва да се регистрира в случай на модел на собствения капитал или кредитиране, и при условие, че отговарят на определените критерии; - Даренията и спонсорирането не изискват специални лицензи и не са специално регламентирани.
Местни платформи	- Donacije.rs (http://fandrejzing.rs/) - Fandrejzing (https://www.donacije.rs/)

3.9. БЪЛГАРИЯ

Последни развития на пазара на груповото финансиране в България

През последните няколко години в България са разработени няколко платформи и областта нараства значително с постоянен ръст на груповото финансиране. В резултат на това има множество платформи, които позволяват различни видове за краудфъндинг.

Последни развития по отношение на регламентите на груповото финансиране в България

В последно време не е имало съответни промени по отношение на регулациите в България. Законът за публичното предлагане на ценни книжа от 2016 г. предвижда, че той няма да се прилага за груповото финансиране, като по този начин се подчертава необходимостта от специално законодателство в тази област. Този закон не се прилага за търговски оферти за ценни книжа, издадени от дружества, чиято цел е колективното инвестиране на набрани средства чрез публично предлагане на ценни книжа, което действа на принципа на разпространение на риска.

Настоящи разпоредби относно груповото финансиране в България

Няма изрични правни разпоредби за краудфундинг. В резултат на това част от действащото законодателство следва да се прилага по аналогия, а именно - Закон за кредитните институции; Закон за платежните услуги и платежните системи; Закон за публичното предлагане на ценни книжа; Закон за пазарите на финансовите инструменти; Закон за дейността на колективните инвестиционни схеми и други предприятия за колективно инвестиране; Търговско право; Закон за мерките срещу прането на пари; Валутен закон.

От оператора на платформата може да се изиска да бъде лицензиран / регистриран като финансова или кредитна институция от Българската народна банка в съответствие със Закона за кредитните институции, съответно със Закона за платежните услуги и платежните системи.

За дарения и награди базирани на краудфъндинг, няма специални разпоредби, които да изискват специална регистрация или лицензиране, но трябва да се обърне внимание на данъчните разпоредби. Капиталовото групово финансиране може да попадне в правната рамка на Закона за публичното предлагане на ценни книжа или Закона за пазарите на финансови инструменти.

Обобщение

България	
Последни развития на краудфъндинг пазара	The През последните години в България са разработени няколко платформи от типа Peer-to-Peer (P2P). Тези платформи използват различни видове финансиране и различен модел на действие. Например, някои от тях използват инициатори - т.е. финансиране от кредитополучатели от небанков сектор. Други видове платформи се характеризират с първоначално отпускане на пари и след това търсене на проекти, чрез които да се изплащат парите.
Последни развития в разпоредбите за краудфъндинг	Законът за публичното предлагане на ценни книжа от 2016 г. предвижда, че той няма да се прилага за краудфъндинга, като по този начин се подчертава необходимостта от специално законодателство в областта на груповото финансиране, тъй като то не се прилага за търговски оферти за ценни книжа, издадени от дружества, чиято цел е колективното инвестиране на набрани средства чрез публично предлагане на ценни книжа, което действа на принципа на разпространение на риска.
Текущи разпоредби на краудфъндинг в България	Няма изискани правни за краудфундинг. В резултат на това част от действието на законодателството следва да се приложат аналогии, а именно - Закон за кредитни услуги; Закон за платежните услуги и платежните системи; Закон за публично предлагане на ценни книги; Закон

	за пазаруване на финансови инструменти; Закон за дейността на колективните инвестиционни схеми и други предприятия за колективно инвестиране; Търговско право; Закон за мерките срещу прането на пари; Валутен закон. • От оператора на платформата може да се направи лицензиран / регистриран като финансова или кредитна институция от Българската народна банка в съответствие със Закона за кредитни услуги, съответно със Закона за платежни услуги и платежни системи. • Разпоредбите на Търговския закон могат да се приложат към краудфъндинга по отношение на правната форма на дружествата; управителните органи; разпределението на печалбите и много други
Местни платформи	Няма

4. ПРЕГЛЕД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ НАРЕДБИ

Директива 2000/31/ЕО относно някои правни аспекти на услугите на информационното общество, по-специално електронната търговия на вътрешния пазар (платформи, които събират пари за успешно финансирани проекти, могат да се занимават с електронна търговия);

Директива 2006/114/ЕО относно заблуждаващата и сравнителната реклама, която осигурява минимална хармонизация за заблуждаващи маркетингови практики в контекста B2B;

Директива 2005/29/ЕО относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар, които защитават потребителите от заблуждаващи и агресивни практики за групово финансиране; и

Директива 93/13 / ЕИО на Съвета относно неравноправните клаузи в потребителските

договори, в случай че стандартните условия, използвани от операторите на групово финансиране, съдържат несправедливи клаузи. Освен това, дейностите за групово финансиране могат също да бъдат предмет на правилата на ЕС за държавна помощ и конкуренция. В съобщението се посочва, че по-специално за кръстосаното финансиране, основано на заеми и акции, се посочват, че други правила на ЕС, които могат да се прилагат, включват разпоредби от

Директива 2003/71/ЕО относно проспекта, който се публикува, когато ценните книжа се предлагат публично или се допускат до търговия,

Директива 2007/64/ЕО относно платежните услуги на вътрешния пазар,

Директива 2004/39/ЕО на пазарите на финансови инструменти,

Директива 2013/36/ЕО относно достъпа до дейността на кредитните институции и благоразумния надзор на кредитните институции и инвестиционните посредници,

Директива 2011/61/ЕО относно управителите на фондове за алтернативни инвестиции,

Директива 2008/48/ЕО относно договорите за кредит за потребителите,

Директива 2002/65/ЕО относно дистанционната търговия на потребителски финансови услуги,

Регламент (ЕС) № 575/2013 относно благоразумните изисквания за кредитните институции и инвестиционните посредници.

Регламент (ЕС) № 345/2013 относно европейските фондове за рисков капитал и

Регламент (ЕС) № 346/2013 относно европейските фондове за социално предприемачество. [49]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

CrowdFunding се развива бързо и националните законодатели противодействат на това развитие с индивидуално законодателство във всяка държава-членка. Това води до разпокъсване на законодателството относно краудфренда в Европа и прави международното краудфрендинг много трудно дори в рамките на Европейския съюз. [50]

Виждайки това статукво, тъй като не съществува европейско законодателство за краудфъндинга и законодателството във финансовия сектор (независимо от това дали те се основават на правни актове на Европейския съюз или не) вече е много концентрирано, трансграничният краудфъндинг ще става все по-труден във всичките му видове. В някои случаи, поради приложимостта на единните правни актове и правила, правната ситуация остава силно неясна дори на национално равнище, а допълнителните международни аспекти увеличават сложността на трансграничния краудфъндинг. Тъй като държавите-членки са приложили отделни регламенти - които могат да опростят националните въпроси на Crowdfunding - международният краудфъндинг често се затруднява. [51]

Във връзка с това, краудфъндингът все още не е широко разпространен в ЕС, но се развива бързо и може да бъде ключов източник на финансиране за МСП в близко бъдеще. Предвид преобладаващото местно естество на краудфъндинга, Комисията счита, че на този кръстопът не съществува силно основание за политическа намеса на равнище ЕС. Въпреки това, предвид динамиката на сектора и потенциала за трансгранично разширяване, ще бъде важно да се следи развитието на сектора и ефективността и степента на сближаване на националните регулаторни рамки. Европейската комисия ще продължи да оценява развитието на трансграничния бизнес и по-специално аспектите, свързани със защитата на инвеститорите, за да гарантира, че е в състояние да реагира своевременно, ако са необходими допълнителни стъпки в подкрепа на сближаването на регулаторните подходи. [52]

Освен това ЕС отдавна обмисля въвеждането на хармонизирано законодателство за кръстосано финансиране. Европейският банков орган („ЕБО“), както и Европейският орган за ценни книжа и пазари („ЕОЦКП“) предложиха редица мерки за намаляване на рисковете, свързани с краудфандинг, включително възможността за въвеждане на специфична регистрация и регулиране на операторите на платформи за краудфъндинг.

Очаква се бъдещото законодателство на ЕС, което следва да бъде представено от Европейската комисия по-късно тази година (2018 г.), да прилича на системата в Обединеното кралство, където платформите за краудфъндинг трябва да бъдат лицензирани от британския орган за финансово поведение. [53]

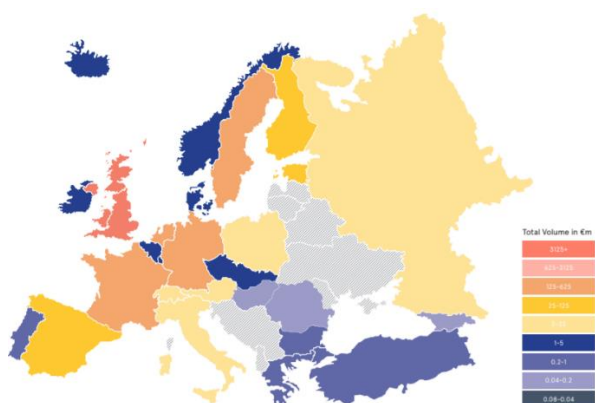
5. МЕЖДУНАРОДНИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ

Европейската карта за краудфъндинг се представя доста колоритно в съответствие с общите пазарни обеми на алтернативни финансови транзакции през 2015г.: Докато Великобритания може да се определи като ясен водещ фактор, следващите значими страни според най-високия общ пазарен обем са Франция (319 млн. Евро), Германия (249 млн. Евро), Холандия (111 млн. Евро), Финландия (64 млн. Евро) и Испания (50 млн. Евро).

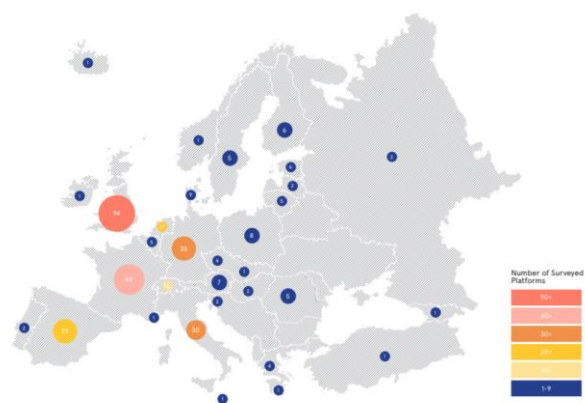
По отношение на разпределението на платформи ситуацията е малко по-различна при най-високата концентрация на платформи във Великобритания (94), Франция (49), Германия (35), Италия (30), Испания (29), следвана от Холандия (27). , докато Финландия, една от петте най-големи страни, управляващи обема, регистрира само няколко платформи за краудфъндинг през 2015 г., по времето, когато цитираното проучване е

проведено. За сравнение, общият брой на платформите в страните от Централна и Източна Европа (обобщени: 47) леко изостава от втората, Франция, но постоянно се увеличава. [54]

Макар в момента на написването на този материал гореспоменатите номера да са най-новите на европейско ниво, те не трябва да се приемат за даденост сега, защото пазарът за краудфъндинг има много динамичен характер и следователно се променя постоянно. Един от най-важните примери е промишлеността за краудфъндинг в Естония, която нараства значително през последните няколко години - най-вече след началото на първата местна платформа за финансиране на капитали, основана на капиталови фондове през 2015 г. Освен това, колкото повече Увеличаването на популярността на съществуващите платформи и краудфандинг като цяло също имаше положителен принос. [55]

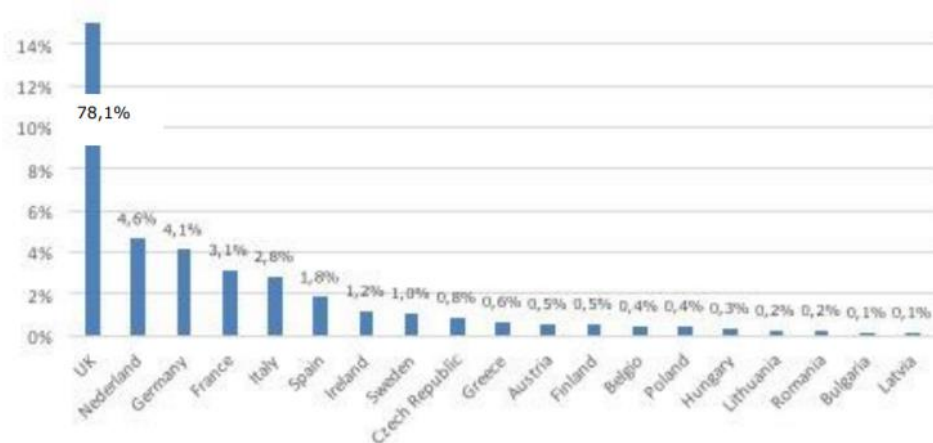


Фигура 5: Comparative Market Volumes of Alternative Finance Transactions



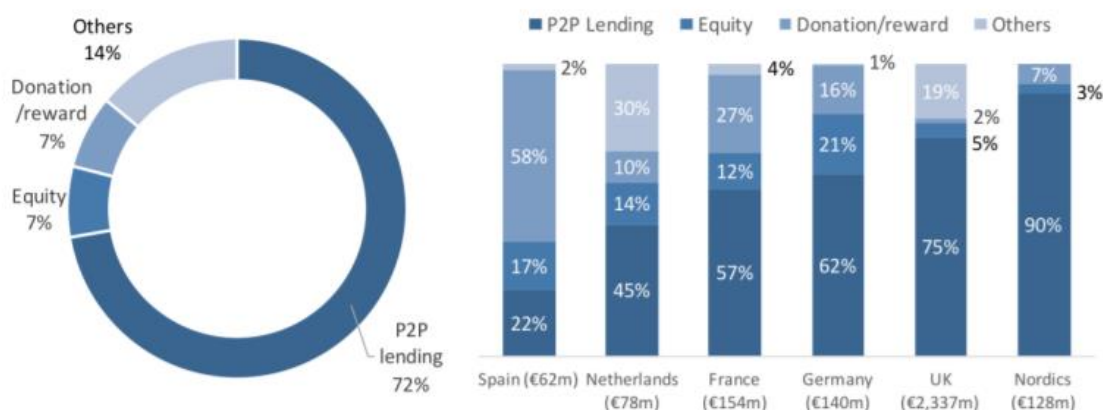
Фигура 6.: Geographical Distribution of Surveyed Platforms

Фигура 7: Брой проекти по държави в Европа



Приблизително една и съща картина на водещите участници може да бъде идентифицирана, когато се разгледат броят на проектите за научни изследвания и иновации (R&I) за всяка страна, станали възможни чрез краудфъндинг: Великобритания притежава повече от три четвърти (78,1%) от всички проекти на европейско равнище, докато за Холандия, Германия, Франция и Италия се падат по 2% до 5%. [58]

Фигура 8: Разбивка на европейския пазар за алтернативно финансиране за 2014



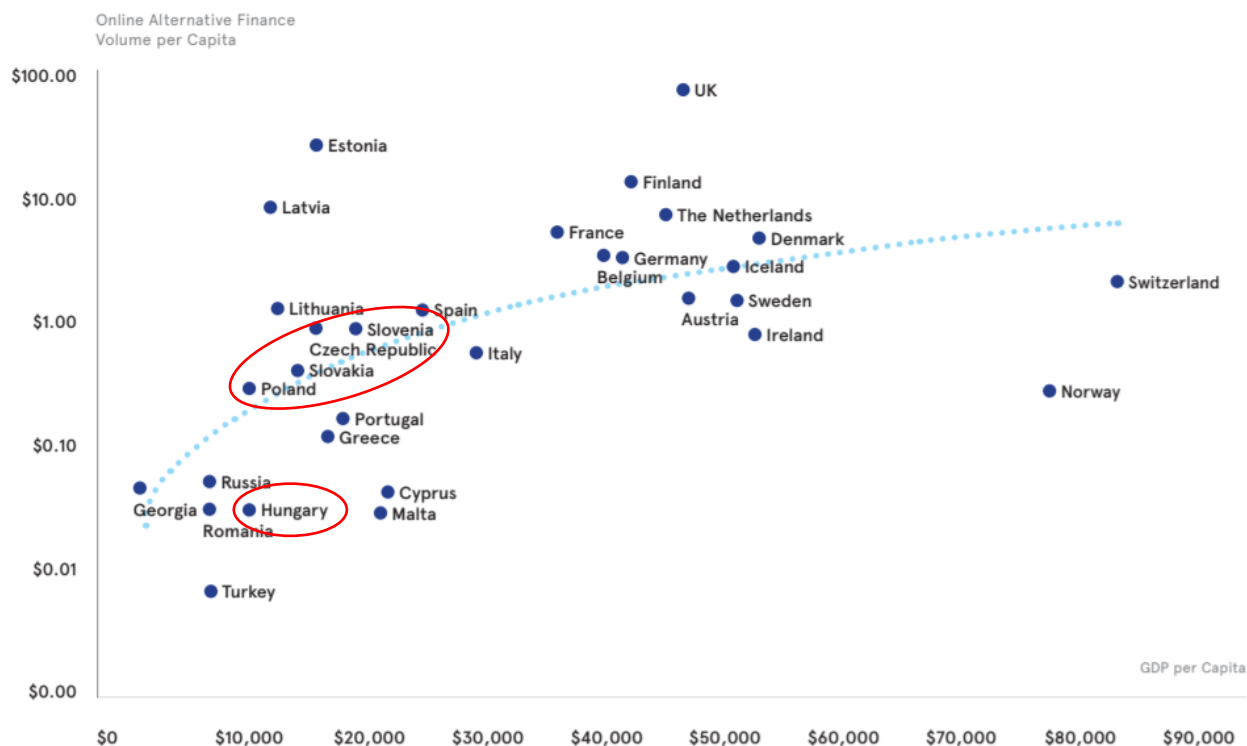
Що се отнася до избраните модели за краудфъндинг, отразяването на тълкуването се оказва най-широко разпространеното, покривайки около 72% от общия брой проекти, докато донорски модели, основани на справедливост, също формират приблизително 7%. Това обаче са само обобщени стойности и при по-задълбочено проучване на тези цифри могат да се наблюдават значителни регионални различия, които до голяма степен се влияят от съществуващите правни рамкови условия във всяка страна: докато Великобритания почти напълно се вписва в Средните стойности, споменати по-горе, Дания, Финландия, Исландия и Норвегия - включени тук под термина „скандинавци“ - притежават дял по-висок от 90% от проектите за кръстосано финансиране, основаващи се на заеми. В противоположния край на спектъра на водещите участници е Испания, като дял от само 22% от инициативите за кръстосано финансиране, основани на дарение, се базира на 58%.

Въпреки че гореспоменатите европейски лидери по отношение на краудфъндинг могат да бъдат обозначени като силни национални икономики и въпреки че има - до известна степен - връзка между БВП на глава от населението и общия онлайн алтернативен финансов обем на глава от населението в повечето от оценяваните държави, някои резултати са изненадващи.

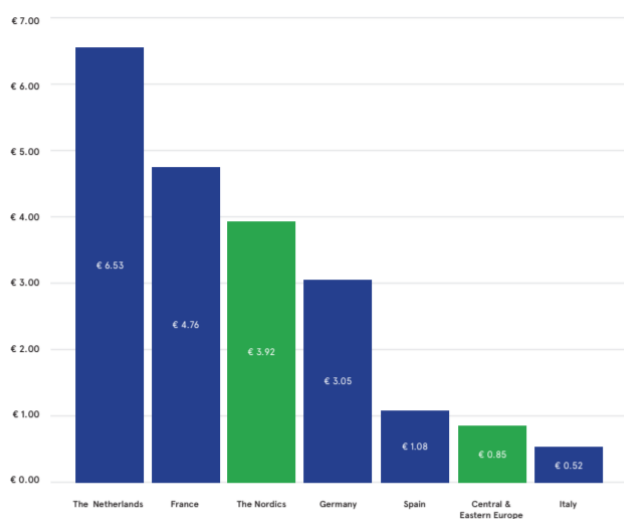
Например, Естония и Латвия посочват висок принос на алтернативното финансиране на човек, за разлика от стойността на БВП за 2015 г., което е значително над линията на най-доброто (виж Фигура 11). По отношение на добре известния афинитет на балтийските страни за електронни услуги, това би могло да подсказва, че съществуващите напреднали цифрови умения в обществото могат да повлияят положително върху степента на участие на гражданите в проекти за краудфъндинг.

Погледнете представянето на Дунавския регион на картината по-долу - особено в страните-партньори на CrowdStream - диаграмата показва, че някои страни, като Словения, Чехия или Словакия, напредват в съответствие с пътищата за развитие на международния пазар, докато напр.

Унгария се намира под средната линия, което показва значителен потенциал за засилена експлоатация на пазара за краудфъндинг.



Фигура 9: Total Online Alternative Finance Volume per Capita vs. GDP per Capita in USD



Фигура 10. Market Volume per Capita by Region (excl. UK)

Клъстеризиране на страните, представени в горната диаграма (Фигура 11), според тяхното географско разпределение, добре се очертава, икономически и особено свързан с краудфъндинг като силен регион с Холандия, Франция, Германия и Белгия, допълнен от скандинавските страни Финландия, Дания и Исландия. По отношение на алтернативния обем на финансовия пазар на глава от населението, регионът на Централна и Източна Европа показва значителен потенциал да надмине пазарния обем, регистриран през 2015 г.

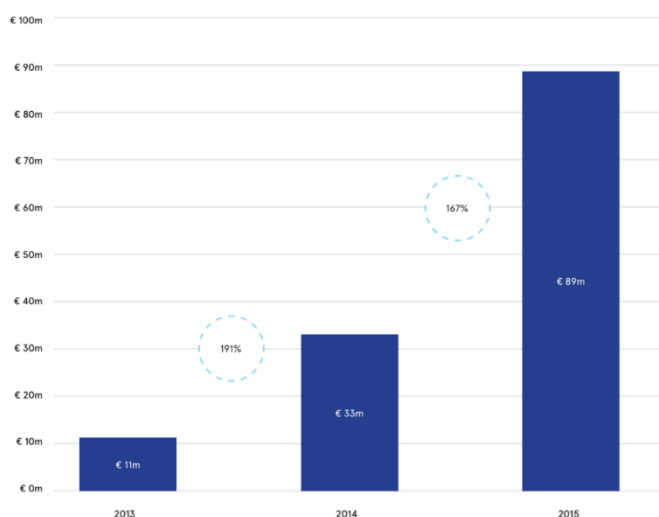
Въпреки ентузиазма за краудфъндинга в Европа, различни експерти от добре установени платформи наскоро изразиха мнението си, че в близко бъдеще може да се очаква пазарна корекция в рамките на развитите пазари за краудфъндинг, а също и сред страните, където краудфъндингът току-що е започнал да се закрепва. Основната причина за този вид перспектива за развитие е постоянно нарастващият брой платформи, които се конкурират за все още ограничен обем на пазара.

Що се отнася до платформите за краудфъндинг, може да се наблюдава тенденция към специализация по определени теми и / или целеви групи, както по отношение на водещите страни, така и по отношение на другите европейски страни.

След този кратък преглед на настоящата ситуация на пионерите и предшествениците на европейския кралски фонд, следващата част се фокусира повече върху страните в региона на река Дунав, в опит да се опише състоянието на индустрията за масово финансиране на макрорегионално ниво, както и еднократно от гледна точка на страната.

6. ЦЕНТРАЛЕН И ИЗТОЧНО ЕВРОПЕЙСКИ ПАЗАР ЗА ГРУПОВО ФИНАНСИРАНЕ В ЦИФРИ

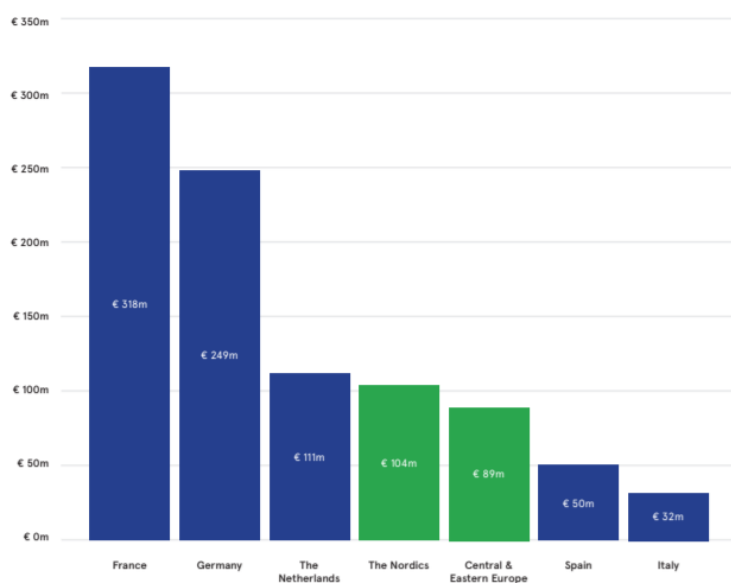
Най-актуалният анализ на пазарите за краудфъндинг в Централна и Източна Европа е извършен от Cambridge University et al. [65]. Анализираният в това изследване онлайн пазар за алтернативни източници на финансиране в Централна и Източна Европа включва обеми на сделки от следните страни: Албания, Армения, Австрия, Беларус, Босна и Херцеговина, България, Хърватска, Чехия, Естония, Грузия, Унгария, Косово, Латвия, Литва, Македония, Молдова, Черна гора, Полша, Румъния, Сърбия, Словакия, Словения и Украйна - подчертаните страни са част от консорциума на CrowdStream.



Фигура 11: Online Alternative Finance Market Volumes in Central and Eastern Europe 2013-2015

Crowdfunding като специфичен вид онлайн алтернативни финанси регистрира непрекъснат напредък, като през 2013 г. са събрани 11 милиона евро и 33 милиона евро през 2017 г., което представлява годишен темп на растеж от 191%. Впоследствие, от 2014 г. до 2015 г., темпът на растеж в региона на Централна и Източна Европа, както е определено в горепосоченото проучване, се ускори със 167%, достигайки приблизително 89 милиона евро.

В рамките на общия европейски пазар за алтернативни финанси пазарният дял на онлайн алтернативното финансиране на Централна и Източна Европа е само 9% през 2015 г. Въпреки това, малко изненадващ може да бъде фактът, че натрупаните данни от страните в този регион са сравними с Северните страни по това време - като регионален блок, скандинавската зона регистрира 104 млн. евро, докато Централна и Източна Европа отчитат 89 млн. евро [67] (вж. също фигура 14). Като се има предвид динамичното развитие на алтернативните финансови пазари след това, днес картината вероятно ще изглежда по-пристрастна.



Фигура 12: Online Alternative Finance Volume by Country and Region

7. РЕГИОНАЛЕН КОНТЕКСТ НА СТРАНИТЕ НА ДУНАВСКАТА ЗОНА

Тази глава разглежда настоящата ситуация по отношение на пазарното развитие на пазара в по-широкия регионален контекст на Дунавския регион, като се съсредоточава върху страните от партньорството CrowdStream - Австрия, България, Хърватска, Чехия, Унгария, Черна гора, Сърбия, Словакия и Словения.

SWOT анализ [69], проведен по време на първата фаза на проекта CrowdStream, установи, че все още има много неизползван потенциал от една страна и редица възможни критични фактори за устойчиво развитие на краудфъндинга в този макрорегион. Въпреки че, както беше споменато в първото учебно звено (вж. Модул 1 „Основи на краудфъндинга“), популяризирането на краудфъндинг нараства и по този начин се наблюдава повишен обществен интерес, както и непрекъснато нарастващият брой дейности, свързани с краудфъндинг, отбелязва относителна активност.

Отчита се намалено ниво на познания относно този вид алтернативни финанси и потенциала им сред широката общественост. Освен това, аспекти като липсата на дигитални умения, недоверието в цифровите плащания, недостатъците в правната рамка или липсата на местни платформи и недостатъчният достъп до международни такива не са най-благоприятните предпоставки за разгръщане на пазара на тълкуване и следователно трябва да бъдат разгледани по съответния начин и преодолены.

Подробна информация относно силните страни и сравнително слабите места, както и възможностите и рисковете, пред които е изправен Дунавският регион, както е посочено от екипа на проекта CrowdStream, може да се намери на следната фигура:

Strengths	Weaknesses
- Growing public interest in CF + increase in CF activities - Qualified, creative human capital + emerging start-up communities - High-potential innovative companies in regional specialisation sectors - Developed innovation infrastructure and business support organisations - AT: legal framework in place	- Low level of knowledge about CF and its potential in the general public and in public authorities - Lack of regulatory framework on CF - Low awareness and information of potential campaigners (start-ups, academia, innovators) - Missing digital skills and distrust in digital payment - Lack of local CF platforms and insufficient access to international CF platforms
Opportunities	Threats
- Regional success stories on CF - Identification of target sectors that would benefit most from CF - Strengthening support for innovative CF target groups - Clarification of legal framework conditions - Establishing national/Danube region CF platform(s) and related CF communities	- Failure to improve legal framework - Lack of understanding from the CF stakeholders / lack of experts / distrust of business community - Brain Drain effects - Low interest of potential campaigners/weak response of potential investors - Regional focus turns out infeasible for CF approach

Фигура 13: SWOT Analysis for the Danube Region [70]

Позовавайки се на всяка от страните, които са част от партньорството CrowdStream, концепцията за краудфъндинг може да бъде намерена на различни нива на развитие. Подробна информация за актуалното състояние на развитието на кратки фондове във всяка от страните в партньорството с CrowdStream може да бъде намерена в Регионалните профили, както и в Регионалния пазарен анализ, публично достъпни в:

<http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/crowdstream/outputs>.

Сред страните-партньори на CrowdStream националният пазар за краудфъндинг е вече добре установен в Австрия, където показва динамично развитие от 2015 г., когато е приета надеждна правна основа за алтернативни финансови механизми. Crowdfunding става все по-популярен в по-големите икономики на Дунавския регион, като напр. в Чешката република или Хърватска. Все пак в други страни от Дунавския регион, напр. в предприєдинителните страни-партньори по проекта CrowdStream нивото на дейност на местната общност за краудфъндинг все още е ниско и услугите, предлагани от платформите, са доста ограничени, което се дължи на недостатъчни рамкови условия за прилагането на алтернативни финансови механизми.

Друг подходящ показател за нивото на развитие на местните пазари за краудфъндинг може да се види в броя на платформите за краудфъндинг със седалище в една от страните от Дунавския регион. На някои от по-малките пазари изобщо няма местни платформи, потенциалните участници в кампанията трябва да намерят начин как да поставят своите проекти на международни платформи.

И накрая, могат да се наблюдават различни ситуации по отношение на броя на съществуващите (публични и частни) организации за подкрепа на бизнеса (BSO) в рамките на регионалната иновационна

система на страните партньори. ОПБ включват различни организации като финансиращи институти, инкубатори и ускорения, бизнес агенции, камари, асоциации или други посреднически организации, заедно с други специализирани доставчици на услуги, например видео-продукция или маркетингови агенции. Всеки от тези различни типове ОПБ играе специфична роля на ниво регионални иновационни екосистеми, което позволява на тези организации да предлагат широк спектър от услуги, свързани с краудфъндинг, чиято плътност е пропорционална на размера на местната общност за краудфъндинг.

Подробна информация относно текущата ситуация в Дунавския регион като цяло, както и по-специално страните от тълпата, може да бъде намерена в документите на проекта, както е посочено в следната таблица:

Изходни документи на CrowdStream и описание на наличната информация	
Регионални профили	За всяка страна в рамките на партньорството с тълпата: - Обща информация за регионалните особености и икономическата ситуация, общата инвестиционна ситуация, състоянието на иновационното финансиране - Анализ на съществуващите участници в платформите (платформи, инициативи, посредници и т.н.), видове налични средства за финансиране, обем на инвестициите и съществуваща регулаторна

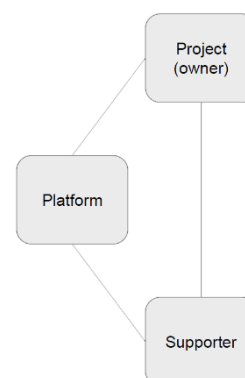
	рамка • SWOT анализ на потенциала за регионален краудфъдинг • Анализ на търсенето на регионално развитие по отношение на инвестиционната и бизнес средата, съществуващите регионални иновационни стратегии и регулаторна рамка, насърчаващи иновациите • Събиране на примери за добри практики
Анализ на регионалния пазар	За всяка страна в рамките на партньорството с тълпата: • Подробен преглед на съответните заинтересовани страни (платформи, финансови заинтересовани страни, публични и посредници) • Запазване на статуквото на дейностите за краудфъдинг и съществуващите мрежи • Събиране на истории на успеха
Базово проучване	• Aggregated преглед на настоящата ситуация с краудфъдинг в страните от тълпата • SWOT анализ за Дунавския регион • Преглед на съществуващото национално законодателство в Дунавския регион

Таблица 2: CrowdStream documents and information available

8. ПЛАТФОРМИ

Платформите са участници в краудфъдинга, които посредничат между участниците в кампанията и участниците, които ги свързват чрез интернет, като позволяват финансовата подкрепа и информационния поток.

Тези платформи за краудфъдинг постепенно се появяват през последните 10 години и днес те могат да бъдат открити от стотици. Повече от 800 краудфъдинг платформи онлайн в световен мащаб [74] и повече от 360 от тях, работещи в Европа, съгласно втория Европейски доклад за индустрията за алтернативни финанси от 2016 г.



Фигура 14: Connections in CF project [71]

Това е разширено количество налични платформи, всяка с различни зони на покритие. Техните характеристики и цели са критерии, които трябва да се вземат под внимание при избора на платформата, която е най-подходяща за проект за краудфъндинг. За него е необходимо първо да се разберат основните характеристики.

8.1. Кои характеристики са важни?

Платформите могат да бъдат разграничени и класифицирани въз основа на:

- ❖ **МОДЕЛ НА ПОВТАРЯНЕ:** това е, ако те са основани на дарение, основани на възнаграждение, платформа за краудфъндинг или базирана на собствен капитал;
- ❖ **ГЕОГРАФСКО ПОКРИТИЕ:** най-важните като Kickstarter или Indiegogo са глобални платформи. Съществуват обаче и множество регионални и местни платформи, които могат да предоставят по-добро обслужване за конкретни мисии или теми, дори и да не могат да достигнат до големи тълпи. Повечето европейски платформи обхващат само регионални области;
- ❖ **ТЕМИ:** всеки проект може да бъде финансиран от изкуство, благотворителност или творчески идеи към науката, възобновяемите енергии или здравето. Тъй като един от ключовите фактори е, че проектът е насочен към инвеститорите, които се интересуват от темата на проекта, изборът на платформа, на която повечето от тях са разположени, изглежда решаваща.

В това учебно звено бяха обобщени някои от най-известните глобални платформи, както и европейски регионални. На него могат да се намерят платформи като Kickstarter или Indiegogo, двете най-големи световни платформи, които държат най-голямата конкуренция в сектора, но също така и други интересни глобални и някои регионални фокусирани върху екологични проблеми, финансиране на стартиращи фирми и др. обхваща целия Дунавски регион.

8.2. Глобални crowdfunding платформи

Basic information				Crowdfunding models					Additional information	
Name	Homepage	Head Office	Founding year	Donation-based	Reward-based	Loan-based	Equity-based		Geographical coverage	Topics/targets
Kickstarter	kickstarter.com	Brooklyn (USA)	2009		x				Global	Creativity, Culture, Art

Indiegogo	indiegogo.com	San Francisco (USA)	2008		x		x	Global	Technologies and Innovation
FundRazr	fundrazr.com	Vancouver	2009	x	x	x	x	Global	All, non-profits, businesses, etc.
Crowdfunder	crowdfunder.com	Los Angeles (USA)	2016				x	Global	Technologies, SMEs
RocketHub	rockethub.com	NY (USA)	2009				x	Global	Science, Music, theatre, etc.
Gofundme	gofundme.com	Dublin	2010	x	x			Global	Education, medical, charity
CrowdCube	crowdcube.com	UK	2011				x	Global	UK's community of equity investors
Fundable	fundable.com	USA	2012		x		x	Global	Small businesses
Kiva	kiva.org	San Francisco (USA)	2005			x		Global	Female-owned businesses, green loans, education

Таблица 3: Global crowdfunding platforms

Indiegogo е платформата, която вдига най-много средно с 37,000 \$.

Fundrazr е най-високата успеваемост с 40,9%.

И накрая, Kickstarter е най-популярната платформа със 113 поддръжници на проект средно и с най-голям брой завършени проекти общо с 270,684 проекта от януари 2014 г. до юни 2018 г.

8.3. Местни crowdfunding платформи

Basic information				Crowdfunding models				Additional information	
Name	Homepage	Head Office	Founding year	Donation-based	Reward-based	Loan-based	Equity-based	Geographical coverage	Topics/targets
Invesdor	invesdor.com	Helsinki	2014				x	FI, DE, SE, NO, UK	Industry, Businesses, etc.
CONDA Crowdfunding	conda.eu	Vienna	2013			x	x	AT, DE, SI, SK	Finance, IT, food, construction, etc.
Green Rocket GmbH	greentocket.com	Graz	2013				x	AT, DE	Start-ups, sustainability, energy, nature
Startnext	startnext.com	Dresden	2010	x	x			AT, DE, CH	Creative ideas, Start-ups, education, etc.
Cleantech Bulgaria	cleanteach.bg	Sofia	2011		x			BG, HR, BA, EL, RO, RS, MD, ME	Green Business
HitHit.cz	hithit.cz	Prague	2012		x			CZ	Theatre, music. Films, entertainment
Croinvest.eu	croinvest.eu	Zagreb	2014	x	x	x	x	CR	Entrepreneurs, Socially useful campaigns
FUNDERBEAM SEE	funderbeam.com	Zagreb	2016				x	CR, SI, SE	SMEs
Creative selector	creativeselector.hu	Hungary	2012	x	X			HU	All
Adj király	adjkiraly.hu	Hungary	2015	x				HU	Donations
IZRACUNAJCO2	izracunajco2.me	Macedonia	2014	x				ME	Economy and Environment
Donacije.rs	donacije.rs	Belgrade	2014	x				SE	Humanitarian projects, social
Zlty melon	zltymelon.sk	Slovakia	2012			x		SK, CZ	People
ADRIfund	adrifund.com	Lesce	2012		x			SI	Entrepreneurs,

									Creative
CONDA Slovenija	conda.si	Ljubljana	2015				x	AU, DE, SW, SI, SK	Business campaigns

Таблица 4: Regional crowdfunding platforms

9. ПОДКРЕПЯЩИ ОРГАНИЗАЦИИ

Организациите за подкрепа са още един от основните участници в проектите за краудфъндинг, особено ако проектът желае да бъде успешен. Стартирането на проект за краудфъндинг не предполага голямо количество проблеми, но със сигурност се опитва да го направи. Само една трета от проектите за МВ в Kickstarter са успешни.

Проектите за съфинансиране могат да се нуждаят от подкрепа по няколко начина; някои от тях включват творчески идеи или социални причини, които се нуждаят от информация и консултации. Други изискват инвестиционна и финансова подкрепа.

9.1. Видове подкрепящи организации

Организациите за подпомагане са разделени на финансови заинтересовани страни и публични и посреднически организации, в зависимост от целта им да предоставят средства или съвет.

- ✓ *Финансово Заинтересованите страни* са организации, които биха могли да бъдат заинтересовани да се присъединят към кампанията като инвестиционен проект, изпълнявайки конкретна работа или функция върху нея и очакващи да реализират печалба при завършването на проекта. Съответните финансови институции, бизнес ангели, инвестиционни дружества и публични органи са включени в този начин на финансова подкрепа;
- ✓ *Публичните и посредническите организации* са субекти, които допринасят за развитието на проекта в различни аспекти. Повечето от тях са организации с нестопанска цел и те могат да бъдат разграничени между финансиращи институции, инкубатори и ускорители, агенции за подкрепа на бизнеса и камари / асоциации. В този раздел са включени такива организации, както и други посреднически организации в рамките на регионалната иновационна система.

По-широк списък можете да намерите на следната връзка: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/crowdstream>

9.2. Финансиране на заинтересованите страни

Съществуват и различия между финансовите заинтересовани страни. Различните видове организации зависят от структурата на компанията или нейната цел.

- *Финансови институти, дружества (като банки),* които оперират с парични трансакции като депозити или кредити, получавайки печалба от тях;
- *Компании, Инвестиционни дружества, корпорации,* чиято основна дейност е, като колектив от хора, да инвестират и да реализират печалба от търговия с акции и различни активи на възможните подкрепени проекти и компании;
- *Бизнес ангели, индивидуални инвеститори,* които действат като инвестиционни дружества, които очакват да получат бъдеща печалба от своето предприятие, но също така обикновено желаят да се включат в проекта (понякога като ментори).

9.3. Обществени организации и посредници

За участниците в кампанията и техните проекти за краудфъндинг може да е необходима и подкрепа от публичния сектор или посредници или доставчици:

- ✓ **Финансиращи институции, агенции,** които допринасят за технологичното и образователното развитие на някои региони чрез финансови инструменти и финансиране;
- ✓ **Инкубатори и ускорители, корпорации,** които предлагат подкрепа на фирми и проекти по време на ранния етап на своя бизнес и установяване на пазара. Те предлагат наставнически и помощни услуги, както и предоставяне на подходящо работно пространство на фирмите за разработване на техните идеи;
- ✓ **Агенции за подкрепа на бизнеса,** предлагащи консултации и иновативна подкрепа за МСП, осигуряващи стимули и безплатни услуги, както и нарастващи дейности за развитие на бизнеса. Те също така улесняват достъпа до финансиране;
- ✓ **Камари и асоциации,** обикновено неправителствени организации, които представляват голямо количество работници и студенти, както и членове на различни сдружения, които предоставят консултантски и информационни услуги. Например: Национални търговски камари, университети и т.н .;
- ✓ **Други организации,** като международни доставчици, които предлагат определени услуги за проекти на Crowdfunding като проучвания, статистика или промоция.

10. УЧАСТНИЦИ В КАМПАНИЯТА

Участниците в кампанията, наричани още създатели или основатели, са инициаторите на кампаниите за набиране на средства, основните участници в проектите. Те са създатели на една идея или инициатива, която се нуждае от инвеститори, за да се развие. Всеки, който има добра идея или добра мрежа, може да стартира кампания за краудфъндинг, тъй като те се считат за основен фактор за успех.

Съответно повечето от основателите на проекти за краудфъндинг са творчески, иновативни и млади хора, които имат достъп до ограничени мрежи и ресурси [88]. Кралството дава възможност на тези създатели да избегнат географските и финансовите бариери.

10.1. Различни идеи

Участниците в кампанията могат да съберат почти всякакъв вид проекти, от артистични и културни инициативи (които са най-често срещани), до солидарни кампании за колективи или физически лица, нови технологични идеи, стартиращи фирми, планове за търговска дейност и др.

Общият възел на всички тези видове проекти е, че те обикновено са финансирани от ранни етапи на проекта, така че участниците в кампанията могат да се свържат с „тяхната тълпа“, която получава подкрепата си. Широката гама от възможности за краудфъндинг е такава, че участниците в кампанията, които желаят да бъдат успешни, трябва да имат нещо различно. Бъди креативен!

10.2. Ползи за участниците в кампанията

Първата цел е да се достигне до поддръжниците. Те трябва да имат подобни интереси, за да увеличат вероятността за набиране на средства. За да привлече по-голям брой финансиращи организации, основателят е силно препоръчително да изгради и развие мрежа чрез социални медии.

Въпреки че основната цел на проекта за краудфъндинг е да се получат средства, crowdfunding предлага различни предимства и на създателите.

Тук могат да се видят някои от основните:

- **Тестване** на маркетинговите канали и целевата аудитория, така че предприемачите ще могат да проверяват дали имат правилен подход към конкретни аудитории;
- **Популяризирането** на техните различни продукти, crowdfunding се основава на маркетинга;
- **Свързване** на нова аудитория за бъдещи проекти, тъй като поддръжниците са привлечени към този проект;

- **Получаване** на пазарна валидация от специфичен сектор на продуктите;
- **Разбирането** на мотивацията и очакванията на потребителите, и съответно израстването в съответствие с тях.

10.3. Избор на пилотен модел за Варна, България

Избора на модел за активизиране на екосистемата на стартиращи компании започва с изследване на текущото състояние в града, определяне на силни и слаби страни, цели и визия и дейности за постигането на целите. За успеха е важно да бъдат включени всички заинтересовани страни с което се гарантира силен старт и успех.

10.3.1. Заинтересовни страни

В последните години се появиха субекти които работят в областта на иновациите и груповото финансиране във Варна. Може да се каже че след София, Варна е най-доброто място за развитие на crowdfunding. Причините за това са основно наличието на много млади хора, защото на територията на Варна са разположени 6 университета.

Описание на заинтересовните страни:



Община Варна - Общината е много важен играч, защото е избран от Европейската комисия за първия дигитален и иновационен хъб в България. Това е една много добра новина в полза на дигитализацията на бизнеса и администрацията в град Варна. В следващите 2 години до 2020 г. Европейската комисия за цифровизация на индустрията е отделила бюджет от 500 милиона евро, които да подпомогнат

развитието на 30 дигитални хъба от цяла Европа, като този във Варна. Хъбовете ще развиват дигитализацията на общественно-икономическия живот, като в последствие те ще бъдат свързани в мрежа, за да работят успешно заедно. Хъбовете ще се превърнат във важен стълб за цифровизацията на индустрията в избраните страни и региони, където в момента се инвестира по-малко в дигиталните технологии отколкото в други части на Европа. Новата програма „Цифрова Европа“ на ЕС е с бюджет от 9 милиарда евро, което е 96% повече от отпуснатите многогодишната финансова рамка за дигитализация. - <http://www.varna.bg> Варна е най-



големият град на българското черноморие. Града разполага с много стратегически предимства. Наличие на тежка индустрия в близост до града, едни от най- големите предприятия в България се намират в община Девня на около 20 км от Варна. Най- голямото пристанище в България се намира във Варна. Варна е и притегателен туристически център, като годишно е посещавана от повече от 1,5 милиона туриста. Варна има чудесна свързаност със света чрез летище, пристанище, авто и жп гара. Въпреки множеството силни страни се наблюдава че не се изпозлва пълният потенциал на града. Наблюдава се липса на коориднация между отделните дейности и проекти. Дори и в стартър обществото което е относително ново се наблюдава известна липса на обща визия и действия. Въпреки някои единични добри примери липсват събития във Варна. Решенията на общинско ниво се вземат относително трудно, защото няма изграден прозрачен механизъм и структура за предложения, обсъждане и вземане на решение.



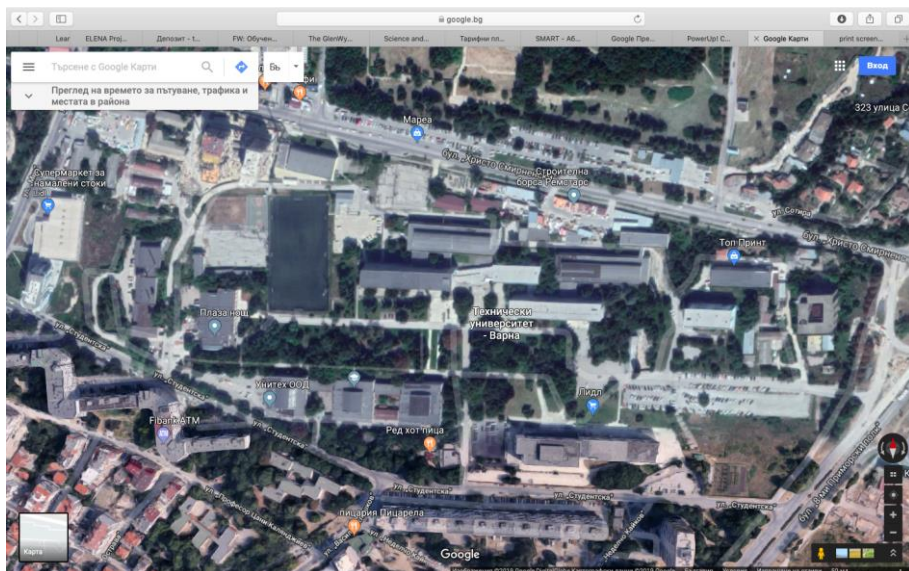
Технически университет Варна - извършва се обучение в целият спектър на техническите науки - електрически, машини, морско дело, двигатели и др. унверситета се състои от 4 факултета 3 колежа докторантски депртамент. В ТУ Варна учат около 6000 студента. Студентите от ТУ Варна са разработили някои от най-интересните иновации произхождащи от Варна. Университетът осигурява подготовка на пазарно ориентирани, висококвалифицирани инженерни и други специалисти от всички образователно-квалификационни и научни степени за нуждите на българската, европейската и световната икономика в областта на:

- корабостроене и корабоплаването;
- машиностроене и машиностроителните технологии;
- електротехника, електроника и автоматика;
- комуникационна и компютърната техника и технологии;
- енергетиката;
- индустриалния мениджмънт;
- екологията и техниката и технологиите за опазване на околната среда и морето;
- социалните дейности;
- растениевъдство;
- земеделска техника и аграрно инженерство.

Техническият университет-Варна е единственото гражданско държавно висше училище в България, което в съответствие с географското си положение изпълнява специфичната цел да интегрира в цялостен процес подготовката на специалисти с висше образование и провеждането на научни изследвания в специфични и уникални за системата на висшето образование области като,

корабостроене и морски технологии, корабоплаване и воден транспорт, екология, техника и технологии за опазването на морската акватория.

ТУ Варна е чудесна база за много нови разработки и стартъпи. Има огромен потенциал, който все още не се използва пълноценно. Може да се работи във всички насоки от създаване на нови лаборатории до обучение в предприемачество. Като единствен технически университет на българското черноморие ТУ Варна е притегателен център за младите хора които имат желание да се обучават в техническите науки. Въпреки голеият потенциал, тежката административна структура и тромавият начина за вземане на решения, липсата на независимост на отделните катедри водят до относително малкия брой проекти в които е включен ТУ Варна.



Икономически университет Варна - В своята близо 100 годишна история Икономически университет – Варна е подготвил над 123 хиляди икономисти, в това число много чужди граждани от повече от 60 страни. Днес в университета се обучават над 11 000 български и чуждестранни студенти, подготвяни от 300 редовни преподаватели, от които над 120 са хабилиитирани.

Икономически университет – Варна е акредитирана образователна и научна институция, сертифицирана по ISO 9001:2008. В ОКС "бакалавър" Икономически университет – Варна предлага избор между 22 акредитирани специалности от четири професионални направления: "Икономика", "Администрация и управление", "Туризм" и "Информатика и компютърни науки". В ОКС "магистър" учебният процес се реализира в 34 магистърски специалности в три форми на обучение – редовна, задочна и дистанционна. В Колежа по туризъм към Икономически университет



– Варна се осъществява обучение в ОКС "професионален бакалавър по туризъм" в 3 специалности. ИУ Варна е най-старото икономическо висше училище в България. Последните години ИУ Варна посотятно подобрява своята структура, работа, база и резултати. През 2017 година се откри трети учебен корпус на университетта. В университетта се провеждат множество събития свързани с предприемачество и crowdfunding.

Въпреки че е относително голям университет начина на вземане на решения е оптимизиран и относително бърз. Дадена е относителна независимост на отделните катедри при вземането на решения, което се отразява благоприятно при работата им с външни организации. Провеждат се множество събития на територията на университетта. Като цяло тренда на университетта е положителен и може да бъде определен като добър пример за управление.



Висше военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ - единствен по рода си университет в България. Висшето военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ е най-старото техническо учебно заведение в България. Историята и настоящата му дейност го утвърждават като най-престижен център за подготовка на морски

кадри в България. Неговото развитие започва от няколко самостоятелни структури, които са предшественици на съвременните факултети, катедри, департаменти и професионални колежи, влизащи в състава на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. Обучават се кадри за морският бизнес и военно-морските сили. Състои се от следните звена - „Навигационен“, факултет „Инженерен“, Департамент за следдипломна квалификация и обучение на чуждестранни студенти и Професионален старшински колеж. Обучават се около 3000 студента. ВВМУ е специализирано училище което разполага с добра база и силно мотивирани студенти. Морският транспорт и съответно проблемите и предизвикателствата свързани него се срещат навсякъде по света. Това е изключително предимство на студентите които могат да правят своите разброти на местно ниво но предложените решения могат лесно да бъдат мултиплицирани. Силно централизираното управление на ВВМУ се явява като пречка пред гъвкавото вземане на решения.



Медицинският университет „Проф. д-р Параскев Стоянов“ е държавно висше училище във Варна, България. Има филиали в Шумен, Сливен и Велико Търново. МУ е първият университет в България, въвел през 2008 г. EFQM® модел за Business Excellence на Европейската фондация за управление на качеството. Дипломите, издавани от университета, са признати във всички страни на Европейския съюз. Медицински университет Варна - един от най-добрите университети в България. Обучават се студенти в целият спектър на медицината. Разполага с 4 департамента, колеж и филиал. Обучават се около 4500 студента.

Факултети

Факултет по медицина

Основно звено в структурата на университета, което обединява 20 катедри и 18 учебно-научни сектора.

Факултет по дентална медицина

Основан на 15 март 2006 г. и обединява 7 катедри. Тук се подготвят кадри с висше образование по дентална медицина, специализанти и докторанти по основните дентални специалности. От 2008 г. факултетът разполага с нова, оборудвана за целите на теоретичното и практическото обучение на студентите сграда. През 2009 г. към факултета отваря врати академичен център по имплантология.

Факултет по фармация

Създаден на 16 октомври 2008 г. и обединява 8 катедри. Във факултета, който към 2016 г. е единствен за Източна България, се подготвят студенти по фармация, както и специализанти и докторанти по основните фармацевтични дисциплини.

Факултет по обществено здравеопазване

Създаден на 20 юни 2001 г. и обединява 6 катедри. Подготвя кадри с висше образование по специалностите здравен мениджмънт, обществено здравеопазване, управление на здравните грижи, медицинска сестра, акушерка, фармацевтичен мениджмънт и рехабилитация, морелечение, уелнес и СПА.

Университета работи много добре, базата се обновява постоянно като се изграждат и нови сгради за нуждите на обучението. Апартурата с която работи се обновява постоянно. Кадрите които работят са професионалисти в областта си. Интересът към университета от малди хора е много висок, защото обучението е на високо ниво. Здравео и профилактиката са благодатна тема за нови идеи и старъпи. Предивд добрата професионална подготовка потенцила е значителен. Необходимо е провеждане на обучение в областта на подготовка на проекти и начина на работа на crowdfunding.

Варненският свободен университет „Черноризец Храбър“ е най-големият частен университет в България със седалище в гр. Варна. Намира се в близост до курортен комплекс Златни пясъци. Създаден през 1991 г. Разполага с 3 факултета един филиал и департамент. Варненският свободен университет „Черноризец Храбър“ е първият и единствен университет в България, сертифициран от Европейската изпълнителна агенция за образование и култура към Европейската комисия на Европейския съюз със знаците DS Label, ECTS Label и HR. Знакът ECTS Label се присъжда на институции, които са имали отлично представяне при прилагането на Европейската система за натрупване и трансфер на кредити (ECTS) в образователно-квалификационни степени „бакалавър“ и



„магистър“. Той издига образа на институцията като коректен и надежден партньор в европейското и международно сътрудничество. По време на обучението във Варненския свободен университет „Черноризец Храбър“ на студентите се предоставя изключителната възможност да участват в множество и разнообразни програми за академичен обмен, учебни практики, стажове и тренинги. ВСУ е особено активен в областта на crowdfunding, провежда се множество събития и обучения. ВСУ организира различни по вид курсове и обучения, които засягат актуални нужди и теми. ВСУ е особено активен в осъществяването на международно контакти.

Специалностите посотянно се актуализират и се създават нови магистърски програми които отговарят на последните тенденции. Например през 2018 г. Е създадена магистърска програма “Кръгова икономика” и Наука за данните”.

Поради своята гъвкавост и бързо вземане на решения ВСУ е благодатна почва за развитие на crowdfunding. Особено интересни теми за ВСУ са туризъм, устойчиво развитие, база големи данни и др. ВСУ си партнира много добре с местният бизнес, държавните власти на регионално и национално ниво и общината.



Висшето училище по мениджмънт (ВУМ) е специализирано висше училище във Варна, България. Основано е като висше училище през 1996 г. В него учат студенти от над 40 страни. Централният учебен корпус се намира във Варна, има колеж в Добрич и учебен център София. Висшето училище предлага бакалавърски и магистърски програми по „Маркетинг и мениджмънт“, „Бизнес администрация“, „Информационни технологии“, „Маркетинг и управление на хотелиерството и туризма“, „Хотелски мениджмънт“ и „Кулинарни изкуства“. Повечето специалности се преподават на английски език. ВУМ насърчава студентите си да прекарат 1 или 2 семестъра в чужбина.

Висшето училище има опит с международния обмен с повече от 100 университета в Европа, но също и с държави като Япония, Бразилия, Китай и др. ВУМ е един от водещите университети в България в преподавателската и студентска мобилност в рамките на „Еразъм+“. ВУМ има споразумения за партньорство с десетки университети в Европа.

Студенти от партниращи университети могат да се прехвърлят във ВУМ след първата или втората си година, както и студенти на ВУМ могат да се прехвърлят в някой от партниращите университети. Този трансфер води до получаването на двойни дипломи. ВУМ има утвърдени отношения с университети като Business and Hotel Management School в Швейцария, Stenden University в Холандия и Cardiff Metropolitan University във Великобритания.

Студентите, които искат да получат швейцарска или холандска бакалавърска диплома в допълнение към българската си диплома, могат да прекарат последната година от обучението си в някой от партньорите университети в Швейцария, Нидерландия или Великобритания. Освен възможността за прехвърляне във Великобритания, лицензът от Cardiff Metropolitan University дава възможност на

студентите да завършват с британска диплома, като прекарат всичките години на обучението си в България. ВУМ е сред малкото висши училища в България с програми изцяло на английски език и с изразена международна насоченост. Във висшето училище учат студенти от повече от 40 страни, сред които са Русия, Украйна, Индия, Казахстан, Нигерия, Турция, Китай, Франция, Испания и др. Като относително по-малък университет ВУМ е и значително по-гъвкав при вземането на решения, което е положително при утвърдяването на нови програми и възможности. ВУМ е особено активен при разработването и изпълнението на проекти финансирани по Европейски и национални програми. Фокус на ВУМ са креативните и рекреативните индустрии.

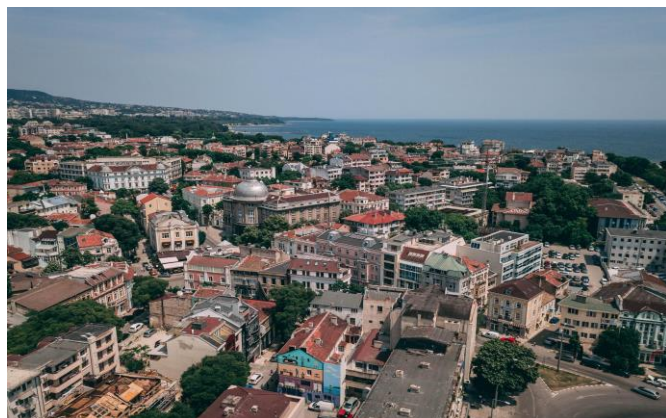
10.3.2. Споделени работилници в гр. Варна

Innovator Варна



Иноватор е български социален стартап, чиято цел е да открие първата по рода си верига от креативни иновационни пространства в България, комбинирайки типичните за maker spaces характеристики плюс обособено креативно работно място за мейкърите. Идеята е да се създаде правилната среда за местните иноватори и изобретатели.

Всяко креативно място е предназначено ексклузивно за технологични, образователни, културни и научни идеи. Целта е да се предостави работно пространство, оборудване и други ресурси. Оборудването включва необходимите за разработването на прототипи инструменти - от високотехнологични като 3D принтери, CNC рутери, лаборатории за виртуална реалност, Internet of things, лазерно рязане и други технологични иновации, както и



конвенционално оборудване като поялници до шевни машини. Останалите ресурси включват: менторство, споделяне на ноу-хау, предоставяне на богата контактна мрежа, помощ при реализация на продуктите на пазара, съдействие при набиране на seed capital, създаване на ефективна колаборация между потребителите в креативното пространство.

Иноватора организира различни обучения - криптовалути, блокчейн технологии, успешни стартап презентации, графичен дизайн, чужди езици, финаисращи организации и много други.

Социална чайна - проектът е създаден през 2014 г. от Мая Донева и Стояна Стоева във Варна, България. Идеята е и финалист в първото издание на ПРОМЯНАТА - най-голямата социално

отговорна инициатива на Нова Броудкастинг Груп, която се осъществява в партньорство с фондация Reach for Change Bulgaria.

Социалната чайна цели да подкрепи млади хора от проблемна социална и/или семейна среда, като им създаде възможност за независим начин на живот. През 2015 г. Социалната чайна отваря официално врати като алтернативно социално пространство, където младите хора с ограничен достъп до пазара на труда да получат своята първа работа.

Социалната Чайна е прекрасно социално пространство, чиято цел е да предостави шанс на юноши, лишени от родителски грижи да започнат своя независим начин на живот, като осигурява тяхното първо работно място. За 2015 и 2016 година чрез своята менторска програма Чайната помага на над 25 младежи да развият социални умения чрез постоянна индивидуална работа, множество работилници и летни лагери.

Социалната чайна е един от най-успешните и устойчиви проекти в ПРОМЯНАТА. Освен това екипа работи и изпълнява редица проекти с външно финансиране като фокуса на работа са социално значими проекти. Провеждат се множество събития и обучения.

Beehive или Wollow Space - споделено работно място с фокус към хора от ИТ сектора, такива със свободни професии, стартиращи бизнеси и др

10.3.3. Неправителствени организации

Асоциация на Българските Черноморски Общини - Към настоящия момент, Асоциацията обединява 21 общини от Българското Черноморие, а именно: Аврен, Аксаково, Балчик, Белослав, Бургас, Бяла, Варна, Вълчи дол, Дългопол, Девня, Добрич, Долни чифлик, Каварна, Малко Търново, Несебър, Поморие, Приморско, Созопол, Суворово, Шабла и Царево, разположени в три административни области – Бургас, Варна и Добрич.



Приоритети на АБЧО за 2019г.:

- подпомагане на общините при изготвянето на проектни предложения за кандидатстване за финансиране през новия програмен период 2014 – 2020
- съдействие за установяване на контакти и експертна помощ за привличане на международни партньори за кандидатстване с проектни предложения
- подкрепа за инициране на партньорски взаимоотношения и побратимяване на Черноморските общини с Европейски градове
- експертна и техническа помощ за общините при разработването на планови и стратегически документи

- изготвяне на експертни становища по закони, касаещи развитието на Българското Черноморие за осигуряване на по-добра законодателна среда за работа на местните власти
- организиране и провеждане на семинари и обучения по актуални законодателни промени и приложението им

АБЧО работи активно в привличането на европейски и национален капитал по различни програми с които се подкрепят множество инициативи. Екипа на АБЧО е особено активен в областта на обучения и привличане на външен капитал за реализацията на различни идеи.



Черноморски енергиен клъстер - обединява едни от най- иновативните фирми и НПО работещи в областта на енергиен менджмънт и ВЕИ. ЧЕК е

организация работеща за намаляване на енергийното потребление, за популяризиране на възобновяемите енергийни източници, за устойчиво развитие и ефективно управление на енергията в Черноморския регион. Повишаване на общественото разбиране за ролята и важността на ефективното управление на енергията, изпълнение на мерки за намаляване емисиите на въглероден двуокис и стимулиране на енергоспестяващите технологии и ВЕИ, водещи съответно до намаляване изменението на климата.

- Да подпомага дейностите на своите членове и да обединява усилията им по отношение на подготовка на предложения за подобряване на националната и местна нормативна база с цел подсигуряване на устойчива енергийна политика, както и дейностите им по участие в национални, европейски и международни проекти.
- Да осъществява връзка и да си сътрудничи с Агенцията за устойчиво енергийно развитие, МИЕТ, МОСВ и с други държавни институции при разработването на предложения за подобряване на държавната нормативна база в областта на устойчивото енергийно развитие, политиката за енергийна ефективност и употребата на възобновяеми енергийни източници.
- Да поддържа контакти с Директоратът за Енергия и Транспорт към Европейската комисия, целящ приложение на директивите на ЕК, както и участие в местни и регионални инициативи.
- Да обменя информация и да разпространява най-добри практики и резултати на международно и национално равнище.
- Да подпомага местните власти и туристическия бранш, като структуроопределящи в региона в инициативи и проекти, свързани с енергийната ефективност и екологията.
- Да проучва, инициира и разработва проекти, нормативни актове и стандарти, изпълнение на проекти, консултации и програми в областта на енергийната ефективност и екологията,

внедряване на екологично-доказани енергийни технологии, обучаване, публикуване и разпространение на информационни материали относно енергийния сектор.

От учредяването до сега ЧЕК е изпълнил проекти с европейско финансиране за повече от 1000 000 лв. С богатият си опит в управлението на проекти и технологичният опит на фирмите членки клъстера става силен играч в полета на разработване на иновации стартъпи.



Институт за младежки инициативи и иновации - Институтът осъществява дейности и инициативи насочени към прилагане на добри практики във всички сфери на обществения живот, както и дейности в областта на младежката практика, образованието, науката, иновациите, спорта и културата. Екипа на ИМИИ работи за решаване на проблемите на децата и младежите, защита на човешките им права и социални интереси. Усилията са насочени към подпомагане на личностната изява на младите хора, тяхната бъдеща социална и професионална реализация, за интеграцията на уязвими младежки групи от обществото. работи в областта на обучението и въвличането на млади хора за нови умения и европейско сътрудничество.

Бизнес агенция Варна - работи в областта на обучения, менторство и европейски проекти.

Стопанска камара Варна - обединява едрият бизнес във Варна.

ИКТ клъстер Бургас - работи в областта на ИКТ приложения и софтуерни разработки.

10.3.4. Бизнес, който има отношение към crowdfunding

- **Албена АД** - най- големият морски курортен комплекс на българското черноморие. Албена прилагат в своята дейност различни иновации като туристическото обслужване, управленски практики, енергийна ефективност, ВЕИ, оползотворяване на отпадъци, кръгова икономика и много други. Като голямо предприятие и постоянната нужда от оптимизация и прилагане на нови технологии и иновации Албена подкрепя старъпите.
- **iCard** - варненска стартъп успешна компания в областта на финансите. Услугата която предоставят е дигитален портфейл, приложение към телефона за съхранение на карти, организиране на плащане и позволява следене на транзакциите в реално време. Тази фирма е интересна с това че бизнеса е започнал точно на принципа на стартъп. Но в момента вече е относително голяма компания която има отношение към иновативните разработки. Поради тази причина iCard ще бъде представена и като успешен пример.
- **Солвей България** - е компания за новаторски и специализирани материали и продукти, ангажирана с развиването на химията, чиято цел е справяне с важните предизвикателства, стоящи пред обществото. Solvay създава иновации и си партнира с клиенти от най-различни глобални крайни пазари. Продуктите на компанията се използват в самолети, автомобили, батерии,

интелигентни устройства, медицински изделия, както и при добива на минерали, нефт и газ, като се набляга на ефективността и устойчивостта. Олекотените ѝ материали допринасят за екологично чистия транспорт, препаратите ѝ оптимизират потреблението на ресурси, а високоефективните ѝ химикали подобряват качеството на въздуха и водите. Седалището на Solvay е в Брюксел, като компанията има 24 500 служители в 61 държави.

- **Сий Хармони ЕООД** - разработване и проучвания в сферата на изкуствените рифове и тяхното многостранно положително влияние върху всички направления, които засягат:
 - Пречистване на Морска Акватория
 - Подобряване цялостната Флора и Фауна в големи периметри от тях.
 - Даване на възможност за нов вид чисти хранителни запаси, поради спецификата на Чернорската мида (*Mytilus galloprovincialis*).
 - Обогаляване водите с рибни запаси.

Фирмата е стартър произхождащ от Варна. Фирмата е получила различни награди и призове. Фирмата е разработила революционна аквакултурна технология, създавайки изкуствена система от рифове. Към настоящият момент проекта се доусвършенства и е получил финансиране по европейски проект. Подобно на iCard, бизнеса е стартирал като стартър, но вече компанията се е разрастнала и има отношение към иновативните продукти. Сий Хармони ЕООД е представена и в секцията на успешни стартърпи.

10.3.5. Акселератори и финансиращи организации в България

- **Клийнтех България** - организацията подкрепяща развитието на иновации, финансира стартиращи предприятия, както и подпомага изграждането на стратегически партньорства в областта на индустрията и зеления бизнес, околната среда, науката и образованието. Клийнтех е партньор на Climate-KIC Accelerator, който е най-големият и успешен pre-seed акселератор за зелени технологии и бизнес решения в Европа. Програмата е подходяща за млади компании, специалисти и дори некорпорирани в компании екипи от предприемачи с амбиция да лансират устойчиви бизнес решения, чисти технологии и иновации в областта на климата. Повече информация - <https://cleantech.bg>
- **Илевън** - инвестиционен фонд базиран в София, България с акцент върху предприемачи от Югоизточна Европа. Eleven е един от пионерите в ранните инвестиции в Източна Европа, състоящ се от екип от предприемачи и инвестиционни специалисти, в областта на технологиите и иновациите. С повече от 150 колективни инвестиции в продължение на 5 години, фондът притежава уменията как да превърне стартърпа в успешно предприятие. Повече информация - <https://www.11.me>

- **Chivas Venture** - Chivas Venture е ежегоден конкурс, който търси и подкрепя най-обещаващите социални предприемачи. Хората, които чрез бизнеса си решават социални или екологични проблеми. Желаетелите трябва да кандидатстват в конкурса в една от участващите държави, за да се борят за възможността да представят проекта си на Глобалния финал и да спечелят част от наградния фонд от 1 млн. щатски долара. Предлага се и акселераторска програма в партньорство с The Conduit в Лондон, Великобритания, като се предоставя менторство на тези, които достигнат до световния финал. Програмата предлага различни възможности за финалистите да подобрят и увеличат своите бизнес познания и умения за презентиране, както и да се учат от експерти от световна класа. Повече информация - <https://venture.bg/page.php>

Тука няма да засягам най-големите и известни фондове защото има предостатъчно информация интернет пространството, само ще представя линкове към официалните им страници:

- Кикстартер основан 2009 един от най-големите и известни crowdfunding пространства - www.kickstarter.com
- Индиегого - също международен crowdfunding уебсайт основан 2007 г. Втират по популярност сайт след кикстартер - <https://www.indiegogo.com>
- Crowdcube - crowdfunding уебсайт ситуиран във Великобритания, чрез този сайт е получено финансиране за повече от 600 000 000 GBP - <https://www.crowdcube.com>

10.3.6. Добри и успешни примери

Bee Smart Technologies -

Основатели са Иван Кънев и Сергей Петров. Целта на стартап Bee Smart Technologies, е да помага със спасяването на световната популация пчели и пчеларския бизнес. Компанията има приключена сделка за 300 хил. евро с инвестиционния фонд NEVEQ. С капитала компанията реално навлезе на пазара, както и подсили технологичния и инженерния си екип. Продажите са стартирали в началото на 2017. Основните пазари са в САЩ - щатите Северна Дакота, Флорида, Орегон и Монтана, като потенциални цели на по-късен етап са Китай и Европа. Основната причина да се интересуват от далечните пазари е, че продуктът на Bee Smart Technologies е насочен към професионални пчелари с над 300 кошера.



Първият опит е направен през февруари и март 2015, чрез пилотен проект по внедряване на технологията си в реални условия на голям пчелин. Тогава е най-важният сезон за пчеларите в САЩ, когато се опрашват бадемите и половината от всички кошери в страната се местят

в Калифорния (около 1.2 млн.). Монтирани са 30 системи в различни кошери и при различни условия, с цел определяне на потенциалните проблеми при използването на системата. Екипът работи с един от известните пчелни биолози в САЩ - Ранди Оливър. Целта им е да модифицират продукта така, че да улесни пчеларите да го използват. Така научават например, че се налага да направят системата си безжична. Продуктът на Bee Smart Technologies представлява своеобразна ERP система за пчелари, която събира данни за състоянието на кошерите, анализира ги и предлага в разбираема форма. В общи линии е кутийка сензори, която се слага в кошера и засича показатели за здравето на пчелите - температура, влажност и движението им. Тази система сензори комуникира безжично с друго устройство, което анализира данните и ги предоставя на пчеларя в лесно разбираема визуална форма и предупреждават за потенциални проблеми. Устройствата се поставят на около 10% от кошерите. Отделно от това компанията предлага и везна, която мери промените в теглото на кошера. Моделът, по който системата се предлага, е хибриден - сключва се договор и се заплаща такса за хардуерното оборудване, а софтуерът може да се използва на абонаментен принцип. Компанията е и един от международните финалист на Chivas Venture 2016.

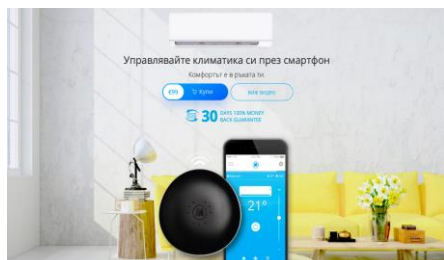


Повече информация: <https://pollenity.com>

Мелиса климат (Melissa Climate)



Базираната в София MClimate е основана 2013 г. от младите предприемачи Цани Събев, Любомир Янчев и Благовест Димитров, които продължават да бъдат част от управлението на компанията. Те започват дейността си с разработването на умно устройство за дистанционно управление на климатици, наречено Melissa, чрез което домакинствата могат да контролират температурата и разхода на енергията по ефективен начин. Малко по-късно на пазара пускат и второ умно устройство за контакти SmartPlug, но паралелно компанията продължава да работи и върху други продукти за дома с дистанционно управление. Това са устройството Vicki за радиатори, Bobbie за бойлери и най-новите решения за сигурност, които включват детектор за дим, сензор за движение, устройства за течове и отворени врати и прозорци.



Компанията е получила финансиране от 1 млн. лв., осигурени от основателя на "Телерик" и "Телерик Академия" Васил Терзиев и фонда RosslynCapital. Двамата нови инвеститори в компанията участват с

равни суми, всяка в размер на 500 хил. лв. Свежият капитал ще бъде използван за разрастване на портфолиото от продукти на компанията и лансирането им на пазара. Засега най-голяма част от продажбите на MClimate са в скандинавските страни и доста по-малко в България. Тук обаче е

базиран целият екип на компанията, който вече наброява повече от 20 души и има сключени договори с търговци от редица градове по света, сред които са например Барселона, Мадрид и Ню Делхи. Поетапно компанията преминава през два рунда на финансиране. Първият е през 2014 г., когато фондът за рискови инвестиции Rosslyn Capital инвестира 400 хил. евро в MClimate. Малко по-късно към българския стартап се присъединява и фондът Eleven със сумата 200 хил. евро. Тогава инвеститорите притежават миноритарен дял от компанията.

Екипът на MClimate инвестира събраните средства в разработка на устройството за климатици Melissa. Втората финансова инжекция е направена три години по-късно, а част от нея идва като последваща инвестиция от фонда Rosslyn Capital в размер на 500 хил. лв. Другият инвеститор в сделката е Васил Терзиев, един от основателите на "Телерик" и "Телерик Академия", който влиза в компанията с другите 500 хил. лв. От MClimate обаче не са дали информация срещу какъв дял от компанията е получила финансирането в общ размер от 1 млн. лв.

Повече информация - <http://seemelissa.com/bg>

Sea harmony

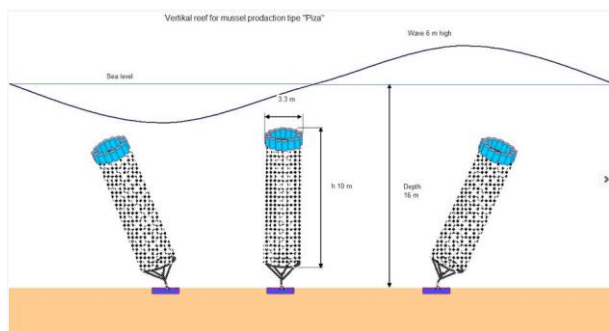


"Sea Harmony" е създадена с идеята за развитие на „зелен“ морски бизнес, който по пътя на екологията да допринася за възразждането на черноморската флора и фауна, чрез симбиотично сътрудничество с морските екосистеми.

След анализ на наличните традиционни и по-модерни съоръжения за отглеждане на миди и съпътстващите ги технологични ограничения, екипа на Sea harmony изобретяват и тестват над 10 вида рифови съоръжения от 1996г. насам, като в крайна сметка успяват да обединят техните предимства в лицето на последния модел иновативна технология, наречена Вертикални Мидени Рифове „Pisa Reef“, която е патентована през февруари 2014 г.



Потопени рифове до момента:



- 1) Риф Лале – пред Варна, България на дълбочина 22м, 7 бр., 2м височина – 1996-1997.
- 2) Риф Колона – пред Варна, България на дълбочина 10м, 7бр., 1,2м – 1996-1997.
- 3) Риф Лале-Колона 2 – пред Варна, България на дълбочина 15м, 7бр., 3м – 1996-1997.
- 4) Плаващ Мрежест Риф – Каварна, България – 1бр., 2008г.

- 5) Плаващ Регулируем Мрежест Риф – Каварна, България – 1бр., 2008г. – построен, не е тестван.
- 6) Голям Портален Риф – пред Каварна, България – 1бр. през 2009.
- 7) Пирамиден Риф – пред Каварна, България – 4 обединени конструкции – 12м/12м/4,3м на 27.05.2010.



- 8) Пирамиден Риф 2 – пред Кранево, България – 4+1 обединени конструкции – 18м/18м/4,3м на 01.10.2011.
- 9) Вертикален Въжен Риф – пред Кранево, България – 7 бр., d 3m височина – 16-19м на 01.10.2011.
- 10) Риф Акордеон – пред Кранево, България – 8 панелен бетонен комплект , ш. 1,4м, вис. 1,2м на 05.01.2012, дълбочина 10м.
- 11) Плосък спирален Риф – пред Кранево, България – 8 панелен комплект – d 5м / h 1,4м на 25.10.2012.
- 12) Малък Пиза Риф – в крайбрежните води на България, Грузия, Румъния и Турция – 28бр.– 2,27м/7м – 2015-2016.
- 13) Пиза Риф – пред Кранево, България – 9 бр.– d 3,3м / h 12,5м – 2015-2016г.

Екипът на Sea Harmony е разработил и патентовал уникална иновативна технология за индустриално производство на миди, наречена Pisa Reef™, като част от новаторската концепция ORTO – Ocean Reef-Tower Oasis™. Уникалността на рифовата технология основно е в това, че тя възстановява и оздравява морските екосистеми, като същевременно създава ползи за икономиката, балансирайки една бизнес инициатива със здравословна морска екосистема. ORTO – Ocean Reef-Tower Oasis™ е технология, получила високо признание от Европейската общност и до момента е спечелила редица международни награди, конкурси и сертификати.

- Носител на Seal of Excellence Certificate на Европейската комисия
- Притежател на първа награда в раздела за „Устойчиво производство на храна“ на Climate Launchpad 2017 (от 964 участника) , организирано от Climate KIC (първо и единствено отличие за България)
- Специално цитирана в годишния доклад на морски еврокомисар Кармену Вела за откриването на годишния Международен морски ден – EMD 2018, Бургас.

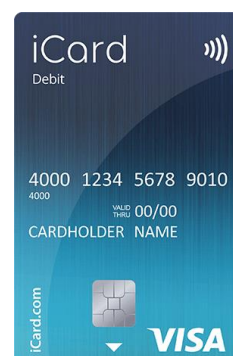
- Национален финалист и един от 30-те проекта в света, които подобряват живота на хората за 2017, Chivas The Venture Competition, LA USA
- 10-тия одобрен проект от България за финансиране по Horizon2020 (SME, Phase-1) от стартирането на програмата в страната ни.

Бизнес модела е устойчиво производство на черна мида чрез фермите.

iCard



Стартъпа е основан от Христо Георгиев през 2007 г. Към настоящият момент броят на служителите ни надминава 350 души. iCard е водещо на местния и международните пазари дружество за електронни пари. Отличава се с лидерски позиции и опит в сферата на високотехнологичните финансови продукти. Всеки ден чрез iCard бизнеса и частните клиенти по цял свят управляват парични потоци, извършват и приемат плащания по лесен, рентабилен и сигурен начин. Това е последно поколение мобилна апликация, която след успешна регистрация предоставя безплатно сметка за електронни пари с IBAN, дебитна Visa карта, две виртуални карти Visa и Mastercard и много други уникални услуги. Приложението iCard преобръща напълно традиционните представи за услугите по изпращане и получаване на пари. С него те стават бързи, лесни и сигурни. iCard предлага както напълно безплатно инстантно изпращане на пари между потребители на приложението, така и международни банкови трансфери в евро, осъществени в рамките на по-малко от 10 секунди. Разработен с мисъл за съвременния, динамичен човек, мобилният портфейл поддържа и функционалност за плащане на ПОС терминал и теглене на пари на банкомат директно и само с мобилния телефон. Дейността до сега на фирмата се показва от следните числа:



- 500 000 издадени разплащателни карти
- €3 милиарда в обработени транзакции
- 250 000 сметки за електронни пари в различни валути
- 55 000 бизнес клиенти в цяла Европа

"Айкарт" АД е със статут на дружество за електронни пари и платежен процесор с право да оперира на територията на целия Европейски съюз и Европейската икономическа зона. Лицензирани са по Директива 2009/110/ЕС за електронните пари.

Повече информация - <https://www.icard.com/bg/>

Airleaf - умна маска за чист въздух

Основател на компанията е Петър Живков. Проблемът с мръсния въздух в големите градове се задълбочава. Покрай масовото притеснение и недоволство Петър вижда необходимост и възможност за създаване на ценен продукт - маска, която да помага за пречистването на въздуха, който достига до организма. Специалистите смятат, че има полза от носенето на специални маски. Специфичното при тях е, че са със сменяеми филтри с динамичен активен въглен. Екипа на стартапа разработват подобна маска, като целта им е тя да бъде практична за носене във всекидневие. Особено за нея е, че е "умна", тъй като е свързана с приложение. Проектът за маската започва преди половин година и в момента е в етап на ранно проектиране. Българският екип начело с Петър Живков е направил задълбочен анализ на пазарите "най-ефективни и най-добре изглеждащи маски на пазара".



Създателите се опитват в най-кратки срокове да получат обратна връзка за продукта, за да започне процесът на техническо разработване. Тестовите са в ход като идеята е екипът да получи обратна връзка, за да прецени кои елементи да премахне или доразвие преди продуктът да бъде пуснат за масово производство. Целта на създателите е маската да има по-голяма лекота, комфорт и ефективност при пречистването на въздуха. Идеята им е да се създаде дълготраен продукт, който "да се използва с години".



Маската има висок клас биоразградими филтри, които пречистват до 99% ФПЧ 2.5 (най-вредните за човека, които попадат в кръвта) и други по-едри частици. Тя използва вентилатори за по-лесно дишане и е свързана с мобилно приложение. То информира потребителя при нужда от смяна на филтрите и кога се очакват високи нива на ФПЧ. Основният проблем при маските на пазара, е, че те не прилепват достатъчно добре към лицето. В случая маската е под формата на джоб, който прилепва към лицето. Другият търсен плюс на маската е възможността за свободно общуване при носенето ѝ.

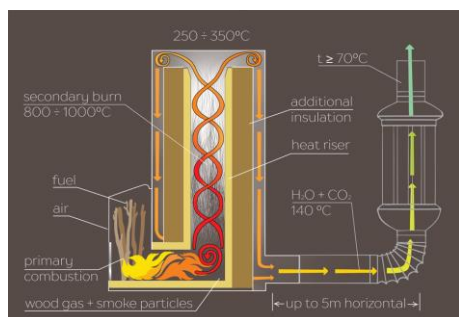
Инвестицията - Екипът е спечелил финансиране от 50 хил. евро от европейския фонд "Хоризонт 2020". То е по проекта Wear Sustain, който подпомага изобретяването на умни преносими устройства. Местен партньор е софийската работилница за иновации Smart Fab Lab.

До момента Живков и екипът му не са похарчили никакви пари за маркетинг. В началото на тестовите маската е срещнала одобрение от спортистите любители като колоездачи и бегачи, както и от хора с леки дихателни проблеми. Обратната връзка е дала насоки и за промени във визията на продукта. Въпреки че е твърде рано, да се каже каква ще е цената на маската, вероятно ще струва от 40 до 80 евро, като 50 евро е цената, към която се стреми екипът. Сумата търпи промяна заради допълнителни елементи около дизайна и изработването на мобилно приложение.

Ракетна печка Гамера



Стартъпа е основан от Живко Стефанов и Стойно Калвачев. Продуктът който се предлага е Високоэффективна печка, която гори дърва и екобрикети, но топли многократно повече от обикновена печка на твърдо гориво и почти няма вредни емисии. “Гамера” е ракетна печка, която в основата си има горивна камера с L-образна форма. Вертикалната част на горивната камера играе ролята на вторична горивна камера. Тя се нагрява до 800-1000 градуса, което води до пълното изгаряне на газовете, отделяни при първичното горене. След напускането на горивната камера изгорелите газове се отвеждат в кумина между изолираната вторична горивна камера и металния корпус на печката. Той играе ролята на теплообменник. Първата печка „Гамера“ е сертифицирана с 89,3% КПД и с мощност 9,5 KW.



Тя е способна да издържи 10 отоплителни сезона, казват Живко и Стойно. За нея те твърдят още, че не образува нагар в комините. Вече са създали и втори модел, наречен „Класик“, а сега подготвят версия с водна

риза. Доброто изгаряне на всички компоненти на газовете чрез вторичната горивна камера означава, че във въздуха почти не се отделят фини твърди частици.

По този показател печката е сравнима само с котлите на пелети. Фактът, че всички частици се изгарят ефективно в горивната камера, прави възможно използването на почти всякаква дървесна маса в печката. Освен добре познатите дървени цепеници, тя може да гори дребни клони, дървесни кори и друг дървен материал, който обичайно отделя огромни количества твърди частици във въздуха и по тази причина не се използва.

Въпреки, че е дело на стартъп, новият вид печка вече има над 80 продажби, а в Холандия вече има и дистрибутор за нея. Българският стартъп е и първата българска компания, приета в престижния InnoEnergy Highway® Accelerator. Стартиращата компания е с вече подписан договор за инвестиция от 120 000 евро и достъп до най-голямата бизнес мрежа за устойчива енергия в Европа.

Над 360 международни партньори, подкрепа в развитието и защитата на продукта, тийм билдинг, достъп до международни потребители и източници на външно финансиране са само част от ползите за компаниите, приети в акселераторската програма на InnoEnergy.

През 2016 г. българската компанията получи финансиране в рамките на Акселератора на Клинтех България и Climate-KIC, а през 2017 г. участва в третото издание на най-голямото състезание за стартъпи в сферата на устойчивата енергия за Централна и Източна Европа – *PowerUp! by InnoEnergy*, чрез което Клинтех България всяка година дава възможност на обещаващи стартиращи фирми от

страната да получат международно признание и достъп до финансиране. „Благодарение на инвестицията на ИнноЕнерджи ще преминем към серийно производство и ще увеличим производствения капацитет 10 пъти, а благодарение на партньорството с тях ще излезем открито на европейския пазар. За екипът ни е чест да сме първата компания финансирана от InnEnergy в България, което също е и голяма отговорност.“, Живко Стефанов, основател на Агнон.

Предложение за пилотен модел

Гореописните заинтересовани страни бяха въввлечени в темата по развитие на crowdfunding в България и по специално във Варна. Предложение което се оформи е създаването на структура към община Варна, която да отговаря за дигитализация, иновации, стартър и ИКТ

Целта е да се увеличи оперативната способност и най-вече комуникацията с представителите на ИКТ, иновационната и стартър общности. Целта е в законово определените задължения на Общината да предоставя нормативно определени услуги в интерес на местните общности, за да осигури нормална жизнена и професионална среда за населението. Тези услуги може да се осъществяват и директно от Общината чрез създаването на специализирани структури пряко ангажирани за постигане по-добра оперативност, ефективност и икономичност на работата.

Мотиви за създаването на структурата

Динамично променящата се бизнес и икономическа среда доста често налага вземането на бързи оперативни решения по определени въпроси, които за съжаление към момента значително са възпрепятствани заради затруднена комуникация и намалена оперативност. Ето защо създаването на подобна структура значително ще повиши ефективността от страна на администрацията към бизнеса, като същевременно ще запази контрола и правомощията на Кмета на общината и упълномощените от него лица в процесите на създаване, дейностите и управлението на структурата.

ЦЕЛИТЕ, които се поставят със създаването на подобна структура са свързани с подобряване на ефективността, оперативността, икономичност на работата и разкриването на нови потенциални възможности за развитие на бизнеса и намиране на инвестиции пряко касаещи темите дигитализация, иновации, развитие на стартър и ИКТ на територията на Община Варна.

Също така, във връзка с инициативата на Европейската Комисия за изграждането на **Единен цифров пазар** ще бъде определена специализация на гр. Варна, която ще подпомогне участието в различни проекти свързани с дигитализацията.

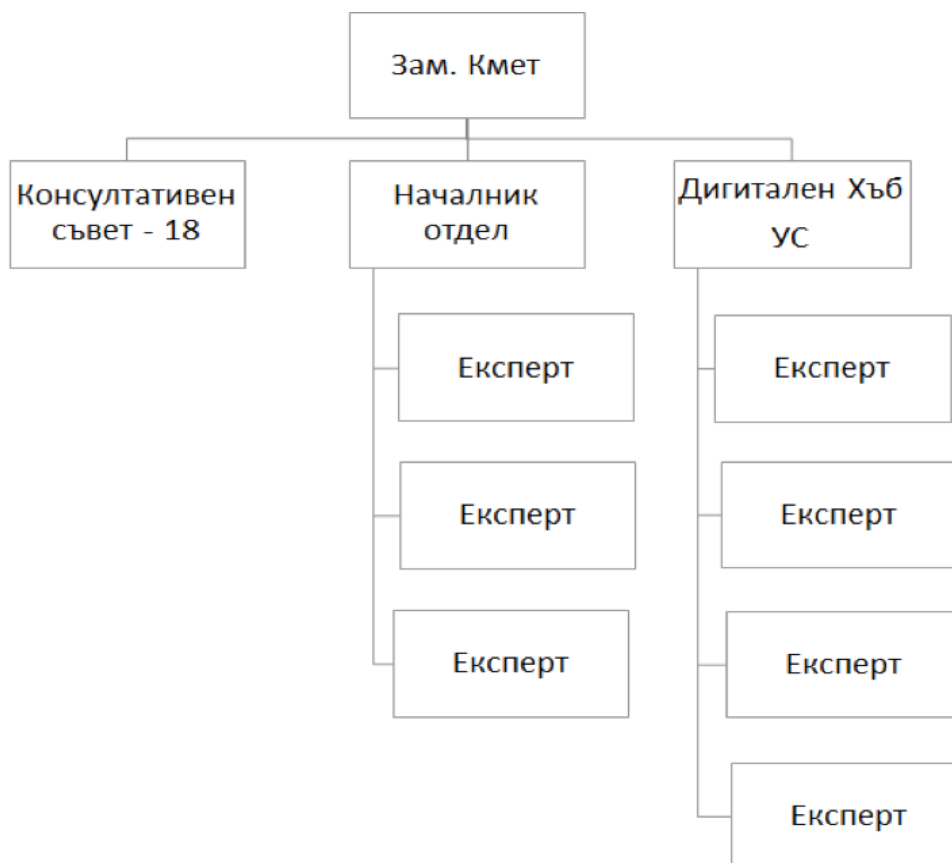
Финансови и други средства, необходими за дейността

Създаването на подобна структура, ще е свързана с изразходване на допълнителни финансови средства от бюджета на общината както и с ангажиране на допълнителни човешки ресурси.

ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Създаването на подобна структура, предоставя възможност чувствително да се повиши ефективността и оперативността между представителите на екосистемата и администрацията, като това ще доведе до значително облекчение на различни административни процеси както и за създаване на благоприятна среда за развитие на стартър и иновационна култура и участие в различни проекти и инициативи, свързани с дигитализацията.

Във връзка с направените консултации е направено предложение за следната структура:



Консултативен съвет.

Съвета е оптимално да се състои от 19 души разпределени между браншови представители, образование и експерти.

Местата в консултативния съвет следва да бъдат на ротационен принцип всяка година. Право на участие, предложения и изказвания да имат и организации/лица, които не членуват в КС, с предварителна молба за включване в дневния ред.

Отдел

Предлагаме да се създаде отдел, като по-малка, по-оперативна и бърза единица от дирекция.

Предложение 2 за оперативна работа на местно е създаването на Технологичен Хъб Варна

Предлагаме да се изгради технологичен хъб - физическо място, предназначено да бъде входната точка на Варна за иновации, инвестиции, бизнес, обучение и др.

Предлагаме да се създаде **Управителен съвет** на хъба - ръководен орган, който да задава „дневния ред“ на професионалния екип по **ръководство на хъба** - изпълнителен орган.

За него предлагаме смесен вариант – с професионалисти излъчени както от бизнеса, така и от администрацията.

Управителния съвет - изискване за членство в управителния съвет ще е организацията да имат поне две приключени финансови години и да имат поне 3 успешни проекта за обучения или свързани с технологичния свят. Фирмите да имат поне 2 приключени финансови години, да са с релевантен код на икономическа дейност и/или да притежават патенти.

Община Варна ще участва с представители на полезните и заинтересовани отдели и дирекции. Хъбът ще се конституира като отделно сдружение с нестопанска цел между Общината и горепосочените, като бъде в обществена полза.

Специализация

Във връзка с всичко свършено и постигнато до тук в града, естествените предпоставки и най-актуалните теми и технологии, препоръчваме Варна, в качеството си на дигитален иновационен център да се обособи като площадка за експериментиране и център за обучение на кадри, със специализация **Изкуствен интелект с блокчейн (AI with blockchain)**, като приоритетите на Комисията, в които се вписваме са: **Изкуствен интелект, Киберсигурност, Подготовка на висококвалифицирани кадри и Дигитализация на администрацията.**

Сфери от “недигиталния” свят:

Ключови за града са: морски бизнес, туризъм, администрация, смарт сити и градска среда, образование и медицински услуги. В тези сфери и в партньорство със заинтересованите страни ще опитае да внедрим възможно най-много решения.

Технологиите, в които искаме да специализираме са част от т.нар. **Deep Tech**, която е най-актуалната тема в ЕС в момента.

На регионално ниво се насочваме в две посоки:

Варна да се превърне в естествен **Черноморски център**, като входна врата за останалите страни и градове в този и съседни региони, които не са в ЕС, но имат интерес от взаимодействие с ЕС и България. Реално Варна не е най-големият град на Черно Море, но е един от по-големите и е единствен в ЕС. Държавите, към които можем да пуснем вектори – Турция, Грузия, Армения, Азербайджан, Казахстан, Украйна, Молдова.

Варна е в Източна Европа и поради редица предпоставки като общи интереси, ниво на развитие и др. е добре да търсим взаимодействие по тази ос. Идеята е да се изгради партньорство между Варна, Клуж и един полски или чешки град, около което да се включат като партньори сходни градове от Източна Европа (държави в или извън ЕС), по-специално и райони като Западни Балкани.

Дейности на бъдещия отдел и хъб

От групата структури – консултативен съвет, дигитален хъб, отдел и заместник кмет, както и от дигиталната и предприемаческа общност на град Варна се очаква:

- да помагат на стартъпите да се развиват и да им дават среда;
- да работят с големите компании и да решават специфични за тях проблеми;
- да привличат бизнес и инвестиции към Варна;
- да помагат на Общината в усилията ѝ да внедрява технологии;
- да решават проблеми на гражданите;
- да консултират “традиционния” бизнес и да го насочват към това, да се довери и използва дигитални и смарт технологии в работните си процеси;
- да помагат с инициативи насочени към образованието, квалификацията, подготовката на кадри, съвместно с бизнеса и образователните институции;
- да предоставя и прави връзката между експерти за решаване на ключови проблеми и предоставяне на експертиза.

Задача: да се приемат конкретни мерки, действия, план и визия за горепосочените.

Задачи пред общността и бъдещия отдел:

1. Да разработи подробни правила и принципи на работа.
2. Да разработи подробни документи за международна стратегия, както и специализация на града.
3. Да разработи обща визия, конкретни дейности, цели и срокове на амалгамата от организации и институции, посветени на развитието на Варна като иновационен хъб.
4. Да изготви списък с необходимите капиталовложения, модели техника, която да се поръча и други.

Бюджет за отдела и хъба

Със сума от 1 475 000 лева за 1 година.

6,25% за заплати на заместник кмета и отдела – 75 000 лева

6% административни разходи за персонал в хъба – 67 500 лева;

6% за външни специалисти(1 специалист не може да работи повече от 40 часа на месец платено при 20 лева бруто ставка на час) – 67 500 лева;

6% разходи за участия в събития и изложения – 67 500 лева;

9% за материали за експериментални проекти за Община Варна – 101 250 лева;

68,2 % за капиталови разходи – 767 250 лева;

1,2% „други“ за отдела – 13 500 лева;

1,2% „други“ за хъба – 13 500 лева;

2,4% за комуникационна стратегия, собствена специализирана медия, ПР, дигитални платформи и други – 27 000 лева.

БРАНДИНГ

Title:

Blacksea innovation hub specialized in AI (Artificial Intelligence) with blockchain – experimental site and educational center

Branding:

BlackSEE (SouthEasternEurope) Hub.

Предложението за пилотен модел е представено на кмета на гр. Варна и на еврокомисаря по дигитализация г-жа Мария Габриел. Предложението е прието положително и към декември 2018г се извършва подготовка за създаването на предложените структури.

Екипът на CrowdStream и АБЧО участват активно при обсъжданията и изготвянето на предложенията.