УДК 330.341.11

Огородник В.О.

КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

В статті досліджується краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи. Для кращого розуміння терміну були розглянуті різноманітні його трактування та була приділена увага історичному походженню даної категорії. В даній роботі наведені цілі, види, переваги та недоліки краудфандингу. Увагу в даному дослідженні зосереджено на необхідності відкриття державної краудфандингової платформи для модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки.

Ключові слова: *краудфандинг, фінансування, інвестування, кошти, ресурси*

Постановка проблеми. Нагальним науково-практичним завданням розвитку української економіки є її реновація та переведення на інноваційний шлях розвитку. Сьогодні Україні необхідно подолати накопичене технологічне відставання, що, в свою чергу, неможливе без належного фінансування. З вищесказаного випливає, що одним з найактуальніших питань реновації економіки України є модернізація фінансово-інвестиційної системи. Традиційні фінансово-інвестиційні інструменти вичерпали свій потенціал і вимагають нових теоретичних та інноваційних розробок, а також заснованих на них практичних дій.

Серед пріоритетних напрямів модернізації національної фінансово-інвестиційної системи, здатної забезпечити перетік капіталу в розвиток нових виробництв, є пошук і використання якісно нових інноваційних інструментів фінансування, проектів створення та розвитку виробничо-технологічних комплексів нового технологічного устрою. До їх числа відноситься краудфандинг, який швидко розвивається і успішно зарекомендував себе як ефективний засіб досягнення цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теорії і практики краудфандингу як інноваційного інструменту модернізації національної фінансово-інвестиційної системи лише починають підніматись. Існуючі публікації акцентують увагу лише на окремих деталях краудфандингу.

Теоретичну основу даного дослідження склали публікації зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме: Д. Жданової, К. Кочієвої, М. Кришнана, Б. Ларралде, А. Носика, К. Прахалада, А. Рогової, В. Швальца та А.Швієнбахера.

Формулювання цілей статті. Метою статті є характеристика краудфандингу як інноваційного інструменту модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки. Виходячи із поставленої мети, необхідно вирішити наступні завдання: розглянути думки науковців, які займались дослідженням теорії і практики краудфандингу, проаналізувати цілі, види, переваги та недоліки краудфандингу, а також обґрунтувати необхідність відкриття державної краудфандингової платформи для модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з найактуальніших питань модернізації національної фінансово-інвестиційної системи є пошук і використання якісно нових технологій. Прискорення науково-технологічного прогресу знайшло своє відображення зокрема і в розширенні різноманіття фінансування та інвестування. Результатом цього стала відносно недавно сформована технологія залучення коштів в проекти на стадії зародження – краудфандинг.

Актуальність застосування краудфандигу в національній фінансово-інвестиційній системі обумовлена об'єктивним ускладненням і подорожчанням процесів залучення коштів в національну економіку. Сьогодні і в прогнозованому майбутньому неможливо залучати кошти без розробки та освоєння сучасних фінансово-інвестиційних технологій. При цьому мова йде не про надання нових найменувань старим бюрократичним операціям, а про якісно новий спосіб залучення коштів. Сучасні технології повинні викликати глибокі перетворення у всій фінансово-інвестиційній системі, забезпечити раціональність та ефективність залучення та використання коштів.

Краудфандинг (англ. crowdfunding, crowd – натовп, юрба, маса; funding – фінансування) – масове фінансування. Сутність терміну полягає в російській приказці: «З миру по нитці - голому сорочка». Краудфандинг – це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої грошові кошти або інші ресурси разом, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій [3]. А. Швієнбахер і Б. Ларралде визначають краудфандинг як «відкритий конкурс, переважно через Інтернет, для збору фінансових ресурсів або у вигляді дарування, або в обмін на основі різних форм винагороди та / або підтримки правом голосу ініціатив, спрямованих на досягнення конкретних цілей» [2]. Краудфандинг – розподіл завдань для великої групи людей через публічні оголошення [6]. В свою чергу, президент США Б. Обама назвав краудфандинг – «game changer» (з англ. змінювач правил гри) і в квітні 2012 р. підписав JOBS (Jumpstart our business startups) – закон, відповідно до якого стартап-компанії можуть залучати до 1 млн доларів за допомоги краудфандингу без підготовки спеціального пакета документів та реєстрації акцій [4].

Вважається, що термін краудфандінг з'явився в 2006 році і його автором є Джефф Хау, однак саме явище колективного фінансування, звичайно, значно давніше. Досить згадати будівництво Статуї Свободи в Нью-Йорку, кошти на яку збирали усім народом [7]. Поширення краудфандингу починається з США,

© **Огородник Валерія Олегівна,** к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи економічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород e-mail: valeria.ogorodnik@gmail.com

де були створені перші інтернет-платформи, призначені для публікації ідей проекту, їх опис та план просування. В 2009 р. розпочала свою роботу американська компанія «Кікстартер», яка на сьогоднішній день є лідером з кількості краудфандингових транзакцій. Ця компанія надає інструменти зі збору коштів для громадського фінансування проектів. Ініціатором проекту, з деякими застереженнями, може виступити будь-який бажаючий. Оцінка перспективності проекту, його ризиків, а також прийняття рішення про суму, яка вкладається, здійснюється самим донором [1].

Незважаючи на те, що в Україні краудфандинг лише починає розвиватися, вже можна відзначити лідерів даної сфери, це: «Українська біржа благодійності», запущена Фондом Віктора Пінчука, «X-Ideas» від «Nescafe» та сайт «Велика ідея».

Фінансування за типом краудфандинга може використовуватись для різноманітних цілей: просування інноваційних ідей, розвитку стартапів, виробництва нових продуктів, створення відкритого програмного забезпечення, для реалізації суспільно корисних заходів, фінансування малого бізнесу, розвитку індустрії розваг, підтримки політичних кампаній, допомоги потерпілим від стихійних лих і т.д. Як правило, збір коштів здійснюється в мережі Інтернет за допомоги спеціалізованих сайтів з залучення фінансових (в основному) та інших ресурсів групою осіб (донорів) для реалізації конкретного проекту або з метою допомоги окремим реципієнтам.

Ключовими перевагами краудфандинга вважається:

- ❖ демократизація процесу підтримки мистецтва і культури, а також генерування додаткового доходу для індустрії розваг;
- ❖ підтримка інноваційних рішень і стартапів дозволить традиційним посередникам знаходити успішних і талановитих людей;
- ❖ створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проектів.

Необхідно відмітити, що частіше за все у краудфандинг залучаються безпосередньо грошові кошти. Якщо мова йде про залучення людського ресурсу (виконання трудових операцій або функцій) для проекту, то тут мова йде про таке поняття, як краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd – натовп, юрба, маса; sourcing – використання ресурсів). Хоча інколи ці поняття ототожнюють або називають краундфандинг видом краудсорсингу.

Відокремити краудфандинг від інших краудтехнологій допоможуть правила краудфандингу:

1. Будь-який збір коштів повинен мати заявлену мету.
2. Витрати, які планується покрити за допомоги цього виду фінансування, повинні мати публічний характер калькуляції.
3. Процес збору коштів повинен бути прозорим для громадськості.
4. Щоб уникнути ризиків благодійних зборів, процесу публікації реквізитів повинна передувати процедура попереднього тестування.
5. Технологія краудфандингу, крім збору власне грошових коштів, передбачає участь і потенційних рекламодавців, і менеджерів рекламних агентств, здатних включити сайт в свої медіаплани, і власників відвідуваних майданчиків, які могли б допомогти з залученням аудиторії.
6. Правило matching funds (від англ. співфінансування) – наявність коштів, вкладених у проект іншими спонсорами: «наявність у грантодавця сторонніх партнерів, які вірять в цей проект і готові в нього вкладатися, служить запорукою його реальності і спроможності» [5].

Краудфандинг може мати в своїй основі як безоплатне донорство, так і донорство з подальшою винагородою. У першому випадку донор не переслідує будь-якої матеріальної / фінансової вигоди. Основним мотивом фінансування проекту є зацікавленість в його успішному завершенні. Наприклад, якщо йдеться про колективний збір коштів на закупівлю військового обладнання, то донор зацікавлений в тому, щоб військові були захищеними та дієздатними. Як правило, ядро донорів – це група патріотів, шанувальників ідеї, яка закладається в проект.

Донорство з наступною винагородою не заперечує сформульованого вище мотиву, але доповнює його цілком конкретною вигодою. Саме такий вид краудфандингу реалізований на сайті Kickstarter.com. Ініціатор проекту пропонує кілька видів винагород, залежно від внесеної суми. Наприклад, якщо мова йде про проект створення фільму, то при внеску 5 доларів ім'я донора буде вказано у титрах фільму, при внеску 10 доларів ім'я дарувальника буде вказано в титрах і він отримає ліцензійну копію фільму і т.д. Таким чином, винагорода виступає додатковим стимулом.

В свою чергу обсяг об'єднання приватних інвестицій навколо конкретної ідеї безпосередньо демонструє її актуальність і затребуваність у суспільстві. Проект, успішно залучаючи кошти конкретних людей, зацікавлених в його реалізації, не може працювати на інші цілі, крім заявлених. Суспільство делегує свої повноваження виконавцям, довіряючи їм як професіоналам. З іншого боку, реципієнти інвестицій отримують кошти, щоб зробити те, що необхідно, їм дається можливість працювати, минаючи посередників у вигляді фінансових і соціальних організацій, акумулюючи сили тільки на досягнення результату.

Необхідним є виділення основних видів краудфандингу:

1) вкладення мінімальної суми (наприклад, 10 гривень або 1 долар) для підтримки проекту. Дана транзакція, як правило є «пожертвуванням»;

2) вкладення суми вартості товару – передбачається, що в тому випадку, якщо автор набере потрібну суму для виробництва продукції, донор отримає цей товар відразу після виробництва. Відмінною особливістю цього виду інвестиції є те, що донор «платить» за ще невироблений товар і не може заздалегідь знати, коли товар буде готовий. Автори проекту розуміють, що покупець робить не замовлення, а попереднє замовлення довжиною, можливо, навіть в кілька років, тому на товар дається знижка. Тобто після того, як буде налагоджено виробництво, товар буде коштувати, наприклад, 100 $, а крауд-інвестор отримає його за 80 $;

3) вкладення вище вартості товару. У цьому випадку може бути дві ситуації: вкладення суми вартості товару + пожертвування; вкладення суми вартості товару + вартість за додаткові послуги /можливості/,

товари. Наприклад, в якості винагороди за фінансування в розмірі 1000 $ донор особисто пообідає з автором проекту.

4) контракт, за яким краудфандинг-інвесторам виплачуються роялті-дивіденди (наприклад, один раз на рік протягом десяти років з моменту виходу фільму / книги / ігри і т.д.);

5) донори, інвестуючи кошти в проекти, стають власниками створеного бізнесу або отримують паї;

6) пряме кредитування (зазвичай мікрокредитування), кредитори є фізичними особами, які хочуть, щоб проект був запущений, а їхні гроші були повернуті.

Спочатку значного поширення набули переважно благодійні проекти – збори на надання медичної допомоги, боротьбу з наслідками стихійних лих, фінансову підтримку політичних організацій і діячів мистецтва. Введення елементів платності дозволило значно розширити спектр фінансування підприємств.

В.Швальц наводить п’ять ринкових переваг краудфандингу:

1. Реальна оцінка рівня попиту та зменшення ризиків.
2. Краудфандинг – одночасно і рекламна кампанія.
3. Довіра і додаткове просування. Публікація проекту на краудфандинговій платформі вселяє довіру до нього донорів.
4. Отримання контактної інформації, створення бази споживачів. Краудфандинг надає можливість спілкуватися з цільовою аудиторією, отримуючи її оригінальні відгуки.
5. Стратегічна відкритість новим можливостям. Краудфандинг створює передумови для швидкого розвитку: з'являються інвестори, готові фінансувати компанії поза рамками проекту, і нові бізнес-партнери [8].

Беручи до уваги вищесказане, для модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки вважаємо за доцільне відкриття державної краудфандингової платформи, працюючої на бюджетній основі, що має на меті вирішення соціально значущих завдань силами донорів.

Розробка і впровадження державної краудфандингової платформи – це шлях до багаторазового збільшення рівня залучення громадськості до вирішення соціально значущих завдань, підвищення ефективності приватно-державного партнерства та переходу на новий етап діалогу влади, суспільства і бізнесу.

Але для успішного розвитку державної краудфандингової платформи в нашій країні необхідно не тільки її створення та реалізація, а й прийняття нормативно-правових актів з даного питання, оскільки донорами виступають некваліфіковані інвестори, які керуються більше емоціями у виборі проекту, ніж його актуальністю на ділі та юридичною правильністю.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження показало, що краудфандинг є високотехнологічним і досить зручним інструментом для модернізації фінансово-інвестиційної системи. Він має низку незаперечних переваг, являє собою цікаву та перспективну технологію фінансування та інвестування. Проте неможливо не погодитися з тим, що існують серйозні бар'єри для його використання в Україні: шахрайство; несумлінність позичальників у дотримані умов фінансування; невирішені питання з оподаткуванням; низький рівень довіри – цей фактор пов'язаний з тим, що донор незахищений державними органами. Наявність таких проблемних аспектів вимагає якнайшвидшого їх дослідження та усунення.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kickstarter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Kickstarter
2. Schwienbacher A. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures [Електронний ресурс] / A. Schwienbacher, B. Larralde // Social Science Research Delivered Daily. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1699183_code301672.pdf.
3. Жданова Д. Краудфандинг – это что? [Електронний ресурс] / Д. Жданова // Платформа для спільного фінансування креативних проектів. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://smipon.ru/articles/crowdfunding-eto-chto.
4. Кочиева К.К. Развитие приоритетных направлений инновационной деятельности как фактор укрепления конкурентных позиций России / К.К. Кочиева // Экономика: теория и практика. – 2013. – №2.
5. Носик А. Пять правил краудфандинга [Електронний ресурс] / А. Носик // Besttoday краще в блогах. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://www.besttoday.ru/read/1464.html.
6. Прахалад К.К. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем / К.К. Прахалад, М.С. Кришнан. – М.: Альпина Паблишер: Издательство Юрайт, 2012. – 258 с.
7. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона / А.В. Рогова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №5.
8. Швальц В. Пять нематериальных преимуществ краудфандинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://crowdsourcing.ru /article/five-non-monetary-benefitscrowdfunding

Одержано 15.09.2014 р.