

УДК 338.12.017

Диба Олександр Михайлович

к. е. н., доц. кафедри банківських інвестицій КНЕУ ім. Вадима Гетьмана

Гернего Юлія Олександрівна

старший викладач кафедри банківських інвестицій КНЕУ ім. Вадима

Гетьмана

КРАУДФАНДИНГ: ТЕОРІЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація: У статті обґрунтовані теоретичні трактування поняття "краудфандинг", розглянуто класифікації та виокремлено види краудфандингу. Звернуто увагу на переваги застосування окремих видів краудфандингу закордоном. Наголошено на можливостях використання краудфандингу в Україні.

CROWD-FUNDING: THEORY AND POSSIBILITIES OF USAGE IN UKRAINE

Annotation: In the article are explored the theoretical points of views at the concept of "crowd-funding". The classifications and kinds of crowd-funding are separated. The attention is paid to the advantages of usage of kinds of crowd-funding abroad. It is highlighted the possibilities of crowd-funding's usage in Ukraine.

Ключові слова: краудфандинг, види краудфандингу, фінансування інноваційного розвитку, краудсорсинг.

Key words: crowd-funding, types of crowd-funding, financing of innovative development, crowd-sourcing.

На сьогодні стрімкий інноваційний розвиток та необхідність підтримки конкурентних позицій національної економіки на міжнародному ринку

вимагають постійного пошуку нових можливостей залучення фінансових ресурсів. Зокрема, у зв'язку із тотальною інформатизацією сучасного суспільства та охопленням інтернет-технологіями усіх сфер його функціонування, доцільно здійснювати пошук додаткових каналів та джерел залучення фінансових ресурсів саме в Інтернеті. Тому, в контексті інноваційного розвитку вітчизняної економіки набуває значення теоретичне обґрунтування для подальшого використання на практиці уже відомих закордоном можливостей краудфандингу.

Звернемо увагу на те, що краудфандинг має здебільшого виключно прикладний характер. Тому, здебільшого оцінюються результати конкретних краудфандингових проектів. Проте, у зв'язку із актуалізацією даних питань також виникають окремі теоретичні дослідження. Зокрема, першу спробу теоретичних узагальнень здійснив Дж. Хау [1]. Окремі аспекти теоретичного обґрунтування даного поняття представлені в працях В. Артамонова [2], Ю. П'ятковського [3], Н. Гончарук [4], А. Швієнбахер, Б. Ларралде [5], П. Белефлам, Т. Ламберт [6], Дж. Хемер [7], Е. Молік [8], А. Лей [9] та ін.

Метою нашого дослідження є узагальнення теоретичних поглядів на поняття краудфандингу, основних ознак його класифікації для наступного обґрунтування можливостей використання конкретних видів краудфандингу на практиці в Україні.

У синтаксичному значенні краудфандинг є поєднанням двох слів – crowd (натовп, юрба, маса) та funding (фінансування). Тому, загалом це поняття визначимо, як масове фінансування. Краудфандинг – «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець», «народне фінансування», «народна складчина». На думку Дж. Хау, краудфандинг є одним із напрямів краудсорсингу (технологія інтелектуальної співпраці у соціальних мережах через Інтернет, що спрямовується на спільне створення інтелектуального продукту на основі інтеграції знань великої кількості людей), який охоплює різноманітну групу підходів, об'єднаних однією спільною рисою: всі вони засновані на участі безлічі людей. Але «краудфандинг не залежить від знань,

творчої енергії та поглядів широких кіл населення. Тут йдеться про залучення їх доларів, фунтів та песо» [1, с. 231]. 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» [5].

П. Белефлам та Т. Ламберт розглядають краудфандинг, як відкритий конкурс, в основному через Інтернет, для забезпечення фінансовими ресурсами або у формі пожертвування, або в обмін на майбутній продукт, або в іншій формі винагороди для підтримки ініціатив для специфічних (конкретних) цілей [6, с. 8]. Е. Молік визначає краудфандинг, як процес фінансування однієї сторони шляхом запиту й отримання невеликих внесків від значної кількості сторін в обмін на певну форму вартості для цих сторін [8, с. 3]. В контексті фінансування венчурних проектів, краудфандинг – це потенційний пул капіталу для формування акціонерного капіталу стартап-проектів [9, с. 86].

Зауважимо, що для краудфандинга характерна особлива форма зв'язку з краудсорсінгом (рис. 1).

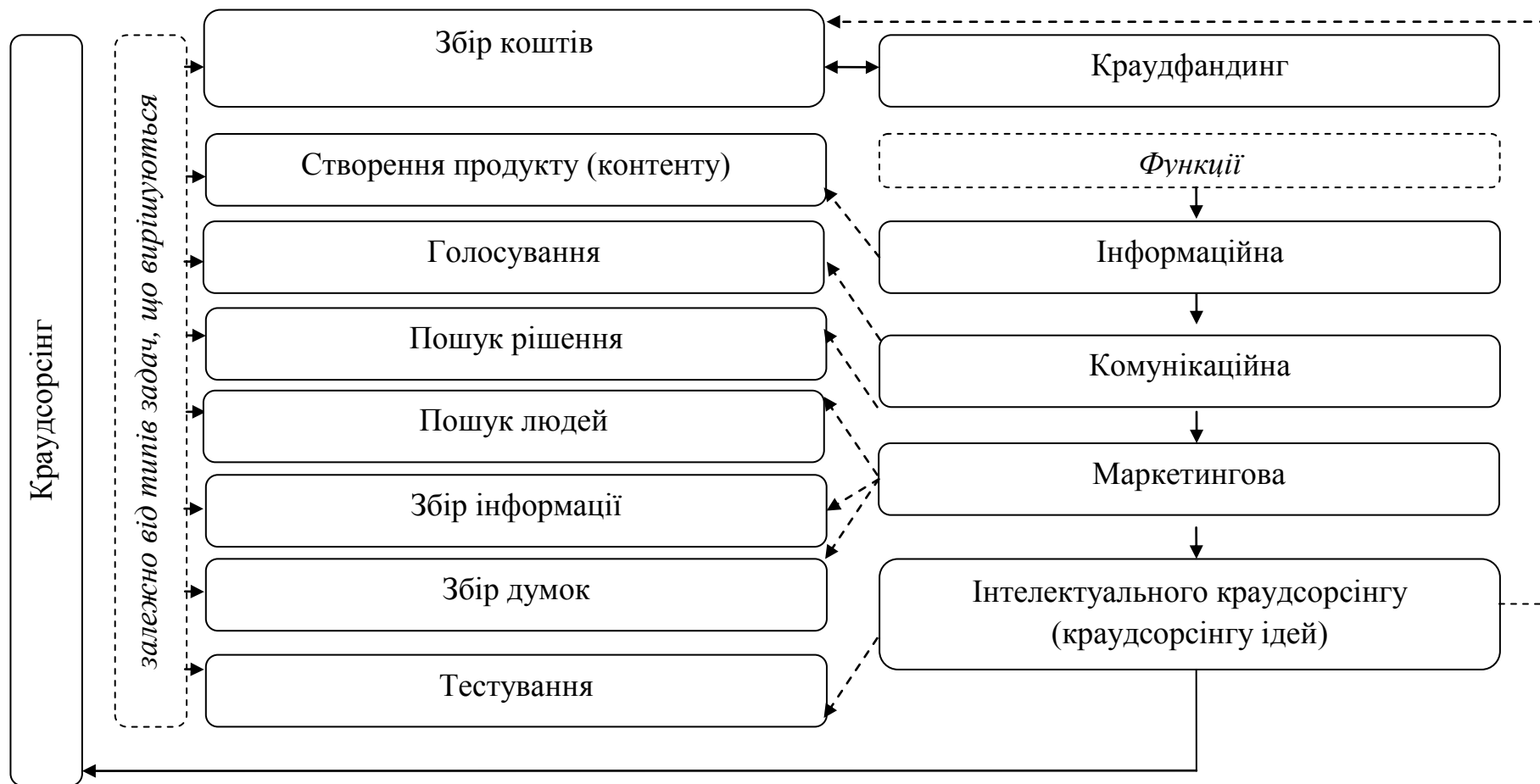


Рис. 1. – Зв'язок краудфандингу та краудсорсінга*

* Джерело: складено автором на основі [10], [11]

Так, з одного боку, краудфандинг є одним із функціональних різновидів краудсорсінгу, задача якого полягає у зборі коштів за посередництвом мережі Інтернет для реалізації проектів. Проте, зважаючи на функції краудфандингу, визначаємо його вплив та участь в реалізації інших видів краудсорсінгу. Зокрема, у частині створення нового продукту (контенту), краудфандинг дозволяє отримати інформацію щодо проектів, бізнес-ідей та їх авторів, що визначає можливості та перспективи їх фінансування, доцільність подальшої реалізації та розвитку. Комунікаційна функція краудфандингу сприяє голосуванню та пошуку рішень, що полягають у відборі та порівнянні отриманих результатів, і пошуці оптимальних для даного проекту інноваційних рішень відповідно. У свою чергу зазначені вище процеси відбуваються на основі сприяння зв'язкам між авторами та інвесторами проектів, що лежать в основі комунікаційної функції краудфандингу.

За посередництвом маркетингової функції відбувається сприяння пошуку людей, збору інформації та думок. Це проявляється у просуванні ідей і проектів, їх авторів та інвесторів серед інтернет-користувачів. Зазначені вище аспекти дозволяють звернути увагу на актуальність та інноваційність тих або інших ідей, що є основою для їх належного фінансового забезпечення.

Названі вище функції краудфандингу конкретизуються за посередництвом функції інтелектуального краудсорсінгу, а саме технології інтелектуальної співпраці у соціальних мережах через Інтернет з метою продукування та вибору ідеї проекту. Деталізація та уточнення ідей лежить в основі пошуку інвесторів, які готові надати достатній обсяг фінансових ресурсів для впровадження зазначених ідей.

Обґрунтовані вище положення дозволяють наголосити на вирішальному впливі фінансової складової (краудфандингу) на реалізацію усіх інших проявів краудсорсінгу. Адже, саме належне фінансування лежить в основі розвитку, як на стандартних засадах, так і з використанням можливостей мережі Інтернет. Обґрунтування зв'язків між краудсорсінгом та краудфандингом дозволяє наголосити на особливостях взаємодії загального та часткового. Проте, на

практиці найчастіше відбувається виокремлення окремих аспектів краудфандингу, що проявляється у визначенні його видів (рис. 2).

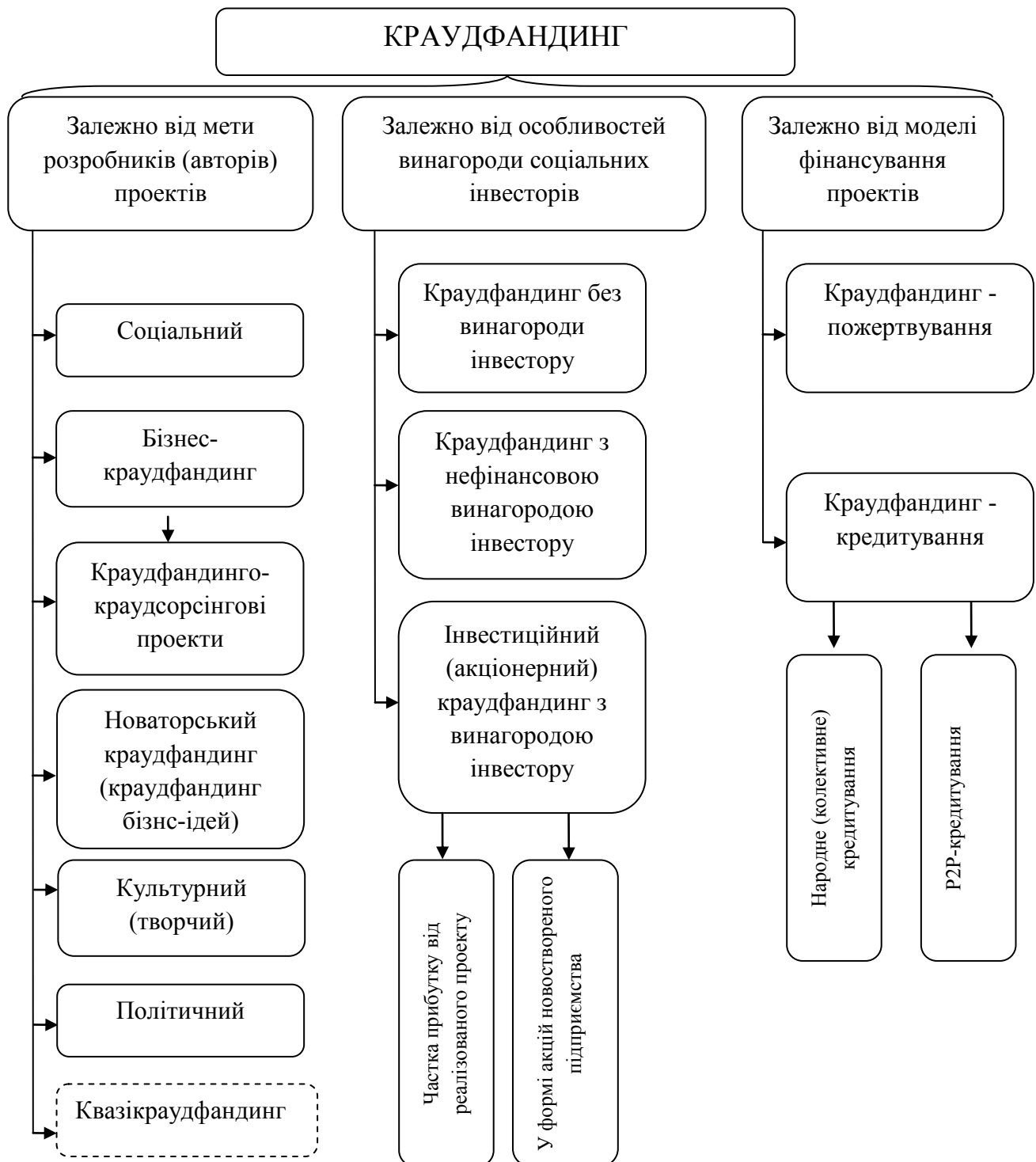


Рис. 2. – Види краудфандингу *

* Джерело: складено автором на основі [12]

Залежно від мети розробників (авторів) проектів виокремлюють соціальний, бізнес-краудфандинг, краудфандинго-краудсорсингові проекти, новаторський краудфандинг (краудфандинг бізнес-ідей), культурний, творчий та політичний краудфандинг. Зазначений поділ забезпечує розподіл джерел фінансування залежно від пріоритетів та побажань потенційних інвесторів, тобто сприяє обранню оптимальних обсягів та напрямів залучення фінансових ресурсів.

Соціальний краудфандинг – проекти, спрямовані на розв’язання певних соціальних проблем. Бізнес-краудфандинг – підприємницькі проекти, які мають інноваційну спрямованість, пов’язані з упровадженням інновацій з метою одержання прибутку. Поряд із бізнес-краудфандингом на практиці також виокремлюють краудфандинго-краудсорсингові проекти, які націлені на залучення фінансових і знаннєвих ресурсів «натовпу». Новаторський краудфандинг, або краудфандинг ідей – проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо. Культурний (творчий) краудфандинг спрямований на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва. Політичний краудфандинг – проекти, пов’язані з діяльністю політичних об’єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів тощо.

Залежно від особливостей винагороди соціальних інвесторів сучасні автори виокремлюють краудфандинг без винагороди інвестору, краудфандинг з нефінансовою винагородою інвестору у формі подарунка та продукту, інвестиційний (акціонерний) краудфандинг з винагородою інвестору у формі частки прибутку від реалізованого проекту або певної кількості акцій новоствореного підприємства. На сьогодні поширення набуває інвестиційний (акціонерний) краудфандинг. Одними з перших гравців на цьому полі вважаються американські портали LendingClub.com і Prosper.com, які були створені в 2006 і 2007 рр.

Залежно від моделі фінансування проектів виокремлюють краудфандинг – пожертвування та краудфандинг-кредитування, яке здійснюється у формі

народного (колективного) кредитування і P2P-кредитування. У випадку краудфандинг – пожертвування винагорода інвесторів не має прямого зв'язку з доходом від реалізованого проекту.

Прикладом використання такого виду краудфандингу на практиці є betterplace.org в Німеччині і respekt.net в Австрії. Обидві краудфандингові платформи фокусуються на некомерційних соціальних проектах.

Також на некомерційній основі функціонує краудфандинг у сфері культури. Так, більшість краудфандингових проектів у сфері культури і розваг надають в якості винагороди подарункові CD, DVD, завантаження треків, контакти з авторами, автографи і так далі. Найуспішнішим проектом, що працює за таким принципом, є майданчик Kickstarter, який тільки за 2012 рік зібрав \$320 млн.

В контексті краудфандинг-кредитування переваги для кредитора полягають у можливості запропонувати кредит, а для позичальника – у нижчих тарифах і зручності його одержання. P2P – це мережа, яка дозволяє оминати банк як додаткову ланку в поставках фінансових послуг, забезпечуючи вищий дохід інвестору і нижчу кредитну ставку позичальнику.

Першою краудфандинговою платформою (ще, по суті, до появи самого терміна), що працює за принципом кредитування, стала британська Zopa. Серед інших успішних проектів можна також виокремити Smava в Німеччині і Babyloan у Франції.

В ролі лідера ринку закріпилася американська платформа Lending Club, яка з 2007 по квітень 2013 року зібрала більше \$1,5 млрд. і, враховуючи поточні темпи зростання, тільки за 2013 рік очікується дохід на рівні \$1 млрд. Нещодавно корпорація Google оголосила про купівлю міноритарного пакету акції платформи Lending Club, тим самим ще більше заявив про свої інтереси у цьому виді фінансування. Доля народного кредитування за 2012 рік склала майже 50 % від усієї структури доходів ринку краудфандингу у світі і має усі шанси стати драйвером зростання надалі.

Зазначене вище доводить активізацію та зростання актуальності використання різних видів краудфандингу на практиці. Зокрема, розширення можливостей краудфандингу пов'язане із розвитком ринкової економіки та зміцненням фінансової системи у розвинених країнах світу.

На думку В. Швальц існує 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 [13].

Як повідомляє Royal Pingdom з посиланням на дані Internet World Stats, у 2012 р. у всесвітній мережі налічувалося близько 2,27 млрд користувачів. При цьому в більшості регіонів населення Інтернету подвоїлося за останні п'ять років.

У період 2007–2012 рр. кількість інтернет-користувачів у світі зросла на 1,1 млрд осіб. При цьому 53 % цього зростання забезпечила Азія, 16,1 % – Європа, 11,3 % – Латинська Америка, 9,6 % – Африка, 5,2 % – Середній Схід і тільки 3,6 % – Північна Америка. Так, в Африці кількість інтернет-користувачів збільшилася за останні п'ять років на 317 % – до 140 млн, а в Північній Америці – тільки на 17 % – до 273 млн. Інтернет-населення Європи за останні п'ять років виросло на 56 % – до 501 млн. У 2012 р. кількість інтернет-користувачів у Європі перевищила півмільярда, а в Азії – мільярд [4].

Беручи до уваги вищесказане, для модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки слід вважати доцільним активізувати відкриття державної та приватних краудфандингових

платформ, що сприятиме вирішенню соціально- та економічно- значущих завдань. Також це стане поштовхом для посилення ролі вітчизняних суб'єктів господарювання на міжнародних ринках, конкурентоспроможності національної економіки.

Звертаємо увагу на те, що на сьогодні в Україні існує тільки одна краудфандингова платформа – «Велика Ідея», (biggggidea.com), на створення якої гроші теж були зібрані (38 260 грн замість необхідних 35 тис. грн). Але інші представлені на платформі проекти збирають дуже незначні суми (максимальна — 25 тис. грн) [4].

Таким чином, в результаті співставлення теоретичних аспектів краудфандингу, практики їх використання у розвинених країнах світу, констатації недостатнього рівня розвитку даного напрямку фінансування в Україні вважаємо за доцільне:

- стимулювання розвитку досліджень краудфандингу у працях вітчизняних авторів;
- створення централізованої системи інформування вітчизняних суб'єктів господарювання та інвесторів стосовно можливості співпраці за посередництвом мережі Інтернет;
- активізація співпраці державних та приватних інвесторів, які готові до створення краудфандингових платформ різної направленості;

Це сприятиме розширенню можливостей фінансування за рахунок застосування можливостей мережі Інтернет та враховуючи її всеохоплюючий характер. Тобто, активізація використання краудфандингу в Україні стане ще одним наріжним каменем розвитку ринкової економіки, її зміцнення та забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Зазначене доводить актуальність подальшого розвитку досліджень стосовно теоретичних основ краудфандингу та можливостей його використання на практиці.

Список використаних джерел

1. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса : пер. с англ. / Джефф Хау. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
2. Артамонов В. Когда в Украине появится краудфандинг / В. Артамонов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://forbes.ua/opinions/1334049-kogda-v-ukrainepoyavitsya-kraudfanding>.
3. Пятковский Ю. Народное финансирование IT-проектов — краудфандинг /Ю. Пятковский [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.ukr.net/news/narodnoe_financeirovanie_it_proektov_kraudfanding-20587134-1.html.
4. Гончарук Н. Краудфандинг или народное финансирование / Н. Гончарук [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113
5. Schwenbacher A. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures [Электронный ресурс] / A. Schwenbacher, B. Larralde // Social Science Research Delivered Daily. – 2010. – Режим доступа до ресурсу: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1699183_code301672.pdf.
6. Belleflamme P. Crowdfunding:tapping the right crowd. / P. Belleflamme, T. Lambert A. Schwenbacher // Journal of Bussiness Venturing. – July, 2013. – pp.1- 45
7. Hemer J. (2011) A snapshot on crowdfunding. / J. Hemer // The Open Access Publication Server of the ZBW, pp.1- 39
8. Mollick E. (2013) The dynamics of crowdfunding: / E. Mollick // An exploratory study. Journal of Bussiness Venturing, pp.1-16
9. Ley A. (2011) Exploring Agency Dynamics of Crowdfunding in Start-up Capital Financing./ A. Ley, S. Weaven // Academy of Entrepreneurship Journal, Vol. 17, Number 1, 2011, pp. 85-110

10. Марченко О. С. Техніко-технологічні умови розвитку краудфандингу в Україні. /О. С. Марченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – № 1 (16). – с. 22 – 33.

11. Мосс А. Что такое краудсорсинг / А. Мосс [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing – 30.07.2013 г.

12. Марченко О. С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види. /О. С. Марченко// Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право / редкол.: А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2013. – № 4 (15). – с. 26 – 35.

13. Швальц В. Пять нематериальных преимуществ краудфандинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <http://crowdsourcing.ru/article/five-non-monetary-benefitscrowdfunding>