
УДК 336.5

Кравчун А. С.

Класичний приватний університет

ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГА ДЛЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ — СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Визначено основну проблематику забезпечення фінансування проектів різного роду на краудфандингових платформах. Окреслено функціонування краудфандингових платформ, в яких спрямовується значний капітал на соціальні інновації та соціальне підприємництво, а також основи краудфандингу лежить поширення інформації про проект серед великої кількості людей замість складних та виснажливих переговорів з фінансовими інституціями. Запропоновано модель національного розвитку краудфандингових платформ, а також окреслені характеристики кожної компоненти, що є частиною краудфандінга. Підсумовано інформацію, щодо поширення на українських теренах краудфандингу, хоча більшості інноваційних проектів притаманна реєстрація на американських та європейських краудфандингових платформах. **Ключові слова:** краудфандінг, стартапи, інноваційні проекти, краудфандингова платформа, економічне зростання.

Постановка проблеми. Значної популярності набирає інструмент залучення інвестицій як краудфандинг, що є відкритим і недорогим інструментом, який дозволяє забезпечувати фінансування проектів різного роду. Краудфандингові проекти здебільшого мають мету збір коштів на навчання та лікування, випуск кінофільмів, започаткування інноваційних видів діяльності, а також виконання соціальних завдань. Особливої актуальності набуває краудфандинг для розвитку українських підприємств інноваційної сфери внаслідок відсутності інвестиційних ресурсів в межах країни, а також наявності ускладнень по залученню зовнішніх джерел фінансування.

Широке використання інтернет-технологій, значно вплинуло на трансформацію економічних відносин, а також визначенні нових конфігурацій електронного фандрайзингу. В умовах зростання економіки знань, актуальності набувають ресурсомобілізуючі технології, одними з таких є

краудсорсінг, краудфандинг і краудінвестінг, краудрекрутінг та інші. Тому широке використання краудфандингу в національній економіці набуває подальшої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аспекти краудфандинга в Україні знайшли в наукових працях таких вчених, як: О. Марченко, В. Огородник, Ю. Петрушенко, Н. Супрун та інші. Висвітлення інструментарію краудфандінгу зазначено такими вченими: В.Д. Маркової, І.П. Васильчука, Ю. Гернего, О.С. Марченко, О.В. Зозульова, К.А. Полторака, Л.М. Швець, Д. Хау. Відзначалися своїми дослідженнями закордонні вчені: Джефф Хау, Армін Швейбахер, Аджай К. Агравал, Ентоні Зеолі, Етан Моллік, Бенжамін Ларралд та ін. Варто відзначити роботи Ю.М. Петрушенка, І.Ю. Косулі та А.О. Фоменка, в яких проаналізовано основні переваги та недоліки використання краудфандингу та здійснено порівняльну характеристику його з іншими фінансовими інструментами.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Найвні складові краудфандинга є дедалі більше використовуваними в економічному середовищі національної економіки, тому подальше дослідження є актуальним.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є формування, розвиток та удосконалення моделі національного розвитку краудфандингових платформ, а також характеристика кожної компоненти, що є частиною краудфандинга.

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити, що діяльність по залученню коштів для створення бізнес-, інноваційних та соціальних проектів, маючи за основне фінансове джерело добровільні внески великої кількості людей має назву «краудфандинг». Виникненню краудфандингу посприяла поява інформаційних технологій та їх активне використання у всіх сферах життя суспільства. Також як один з факторів зростання зацікавленості до краудфандинга є розвиток та розповсюдження інформаційних технологій, зокрема використання мобільних телефонів, смартфонів та ін.

Одним з вагомих аргументів розвитку краудфандингу стали платіжні системи, а також Інтернет-середовище. Краудфандингова діяльність виступає як ефективний інструмент накопичення фінансів, з метою імплементації інноваційних технологій та проектів. Краудфандингові платформи спрямовують значний капітал на соціальні інновації та соціальне підприємництво. В основі краудфандингу лежить поширення інформації про проект серед великої кількості людей замість складних та виснажливих переговорів з фінансовими інституціями. Краудфандинг для країн, що розвиваються, виступає можливістю за незначні зусилля отримати кошти для розвитку підприємництва, а також мікро-, малих і середніх підприємств. В Україні використання краудфандинга, здебільшого, здійснюється в напрямку соціальних та мистецьких культурних проектів. Зокрема, варто навести приклад суспільних ініціатив у м. Львів, де використали інструменти краудсорсингу та краудфандингу, а саме: – «Йота», що займається відродженням Підзамче – історичного району Львова; – «Врятувати Меркурія» – ініціатива з реставрації скульптури Меркурія у Львові; – «Lurpeva.com» – ініціативна група, яка реалізувала проект озеленення площі Галицької – займається проектом з облаштування вулиці Липневої; – «Асоціація культурних індустрій», що здійснює перетворення міських територій шляхом регенерації індустріальних споруд через творчість і культуру [1].

Краудфандинг складається з п'яти ключових елементів, а саме [2; 3]: 1. Люди – основною метою краудфандингової діяльності є задоволення потреб конкретних людей та інтересів суспільства загалом. 2. Мета – започаткування краудфандингові платформи має на меті покращити світ, вирішити певну проблему чи задовольнити певний попит суспільства. 3. Платформи (platforms) – зустрічі ініціативних авторів проектів та донорів, які хочуть стати частиною даного проекту. 4. Участь (participation) – вкладення грошей, однак також можуть бути інші види підтримки як творче чи інформаційна. 5. Продуктивність (productivity) – імплементація проекту краудфандинга можлива значно швидше, простіше та зі збереженням людських і фінансових ресурсів [4].

Однією з найвідоміших світових краудфандингових платформ є Kickstarter, що була заснована 2009 р., де найбільшим попитом користуються технічні винаходи, музика чи відео. Ініціатор проекту має

сказати термін та мінімальна сума коштів, що зібрани за допомогою краудфандинг-майданчику. В разі, якщо сума не зібрана гроші повертаються донорам, Kickstarter отримує 5% усіх залучених коштів. Краудфандингова платформа Kickstarter також сприймається як магазин попереднього продажу продуктів. Найбільш відомими проектами на коучингу платформі були смарт-годинники Pebble, консоль OUYA, 3D-принтер FORM 1, окуляри Oculus Rift тощо. Не сьогодні найбільш відомими інноваційними проектами, запропонованими українцями на Kickstarter є: Jollylook, Senstone, RollSpin. Jollylook – фотокамера для миттєвих знімків, виготовлена з переробленого паперу та картону. Проектна група із м. Запоріжжя поставила за мету зібрати 15 тис. дол. США, тоді як лише за одну добу отримала 90 тис. дол. США. Станом на 23 лютого 2017 р. вже вдалося мобілізувати 331 866 дол. США від 5 445 інвесторів. Senstone – технологічний приклад, який схожий на чорний кулон, що дає змогу перетворювати голосові сигнали у текст. Львівський проект вже зібрав 154 722 дол. США від 1 481 інвестора, хоча початково планувалося отримати лише 50 тис. дол. США. RollSpin – одеський стартап, що пропонує антистресову дзигу. Цей проект зібрав близько 17 тис. дол. США від 320 донорів [5].

Отримання коштів за рахунок краудфандингу передбачає участь кількох суб'єктів. За ступенем залученості учасників краудфандингу, то їх можливо розділити на прямих та непрямих учасників. Прямі учасники виступають засновником проекту, що потребує фінансових ресурсів, а також суб'єкти, що фінансують даний проект. Непрямими учасниками є суб'єкти економічних відносин, що надають послуги краудфандингу. Наприклад, дані послуги можуть бути пов'язані з фінансування угоди або вивченням цільової аудиторії для реалізації проекту. Також існують посередники, що надають можливість розміщувати проекти на популярних краудфандингових платформах, а також посередники щодо виведення зібраних коштів з однієї країни в іншу (конвертація валюти). Суб'єкти, що надають фінансування, є користувачами краудфандингової платформи при обранні ними проекту.

В залежності від фінансування та форми винагороди виділяють кілька видів учасників, що виділяють кошти на проекти – донор (benefactor) дарування коштів на проект, інвестор (investor) – підписання інвестиційних угод, спонсор проекту (backer) – отримання винагороди, кредитор (lender) – кредитування. Також при організації краудфандингової угоди важливим моментом є вибір моделі її реалізації. Основними моделями краудфандинга є: безоплатне дарування (Donation based crowdfunding); винагорода (Reward based crowdfunding); кредитування (Lending based crowdfunding); отримання частки бізнесу (Equity based crowdfunding), використанні моделі роялті (Royalty based crowdfunding), гібридні моделі краудфандинга (Hybrid based crowdfunding). Процес реалізації краудфандингової угоди полягає у – виборі краудфандингової платформи в залежності від обсягів фінансування, розміру оплати, відповідності засновника проекту вимогам. На даному етапі встановлюється рівень капіталу при плануванні розміру краудфандингового капіталу. Алгоритм дії краудфандингової платформи: – збір коштів на краудфандинговій платформі за проект; зняття коштів за виведення коштів або додаткова оплата за збір коштів; – витрати на оплату

додаткових послуг посередників, пов'язані з організацією і реалізацією краудфандингової угоди. 2. Підготовка до краудфандингової угоди полягає у розміщенні проекту (цілей проекту, обґрунтування розміру вкладу донорів тощо) [6].

Зростання ролі сучасного світі інформаційних технологій стала одним з елементів просування інноваційних проектів на краудфандингових платформах, також комерціалізації їх. Краудфандинг може віднести до таких сфер діяльності як: 1) економічна – інвестування, управління бізнесом і фінансами; 2) соціально-психологічна – поведінкові, споживчі, групові, водночас свідомі й емоційні аспекти діяльності людини; 3) маркетингова – просування продукту, збір та аналіз зворотного зв'язку, рекламні та PR-заходи. Проведення краудфандингових компаній як одного з напрямків краудфандинга підвищує шанси інноваційного проекту та привертає увагу інвесторів, однак український краудфандинг наразі знаходиться на етапі становлення. Суми коштів, що збирають українські краудфандингові платформи з метою завоювання потенційних споживачів, є незначними [7].

Також варто зауважити, що Україна є неприязливою для іноземного краудфандингу з таких причин: 1) податкове законодавство внаслідок своїх постійних змін спричиняє цілі колізії та неможливість вести відносини у довгостроковій перспективі; 2) нестабільність економіки та національної валюти. Варто зауважити, що зарубіжний досвід та вітчизняний досвід варто розділити на різні категорії, а саме визначивши чітко розуміння прав та обов'язків сторін, що беруть участь в кожному виді краудфандинга. Основними перешкодами зростання краудфандинга в Україні є: гроші приватних інвесторів, що потрібні економіці; поява проектів краудфандинга, що пов'язані з нерухомістю та іншими сферами; грамотність населення в Україні з кожним роком зростає [8].

Хоча краудфандинг Україна має низький потенціал, але надання проекту широка маса впливає на покращення та перевірку самого проекту, що потребує інвестицій. Більшість краудфандингових платформ, після того як набрав необхідного обсягу фінансування, надають супутні послуги, як підтримка ЗМІ, також допомагає спрямовувати трафік на веб-сайт та інші ресурси де знаходиться компанія ініціатор проекту. Отримуючи новий досвід в краудфандингових проектах, суб'єкти в майбутньому забезпечують собі більш легке просування своїх проектів та використання фінансових ресурсів. Також позитивним ефектом краудфандингу є покриття витрат після того як вже отримали гроші на проект. На сьогодні краудфандинг є одним з основних інструментів, що забезпечує фінансування проектів не тільки для реалізації соціальних завдань і бізнес-ідей.

На жаль, в Україні ще недостатньо реалізований досвід краудінвестинга, більшість фондів платформ зосереджені на вирішенні соціальних завдань.

Основними перевагами застосування краудфандинга в Україні є: не тільки для реалізації соціальних завдань і бізнес-ідей дрібних підприємців; просування проекту через засоби масової інформації; оптимізація зусиль по збору коштів; зростання довіри інвесторів; користування фінансовими ресурсами після позитивних результатів від реалізації проекту [9].

На основі вищевикладеного матеріалу та моделі національного розвитку краудфандингових платформ (рис. 1) сформовано систему елементів,

що формують подальший розвиток краудфандингових платформ в межах національної економіки.

Ключовими елементами краудфандингових платформ виступають – люди, наявність мети в проекті, проект передбачає залучення як найбільшої кількості людей, проект краудфандингової платформи має містити певний результат, що вплине на соціум, а також сама краудфандингова платформа, яка направлена на залучення різних видів інвестицій. До найбільш негативних факторів, які можуть позначитися на краудфандинговій платформі – це податкове законодавство та несприятливі економічні та політичні умови.

Основний потенціал краудфандингової моделі в межах національної економіки полягає у активне залучення населення до інноваційних соціальних проектів, що розміщуються на краудфандинговій платформі, також соціальні проекти можуть інвесторів за рахунок показників залученості громадян в даному проекті і на останнє чим більше реалізується проектів на краудфандингових платформах, тим більш дієвим інструментом стає даний вид платформ у залученні зовнішніх та внутрішніх інвестицій.

Згідно Nemer J. найбільш поширеними моделями краудфандингових платформ є: 1) Модель порогової застави – платформа та ініціатор проекту домовляються про тривалість періоду збору внесків; 2) Модель мікрокредитування – пірингова взаємодія тобто від індивідуума до індивіда без прямої участі банку, в даному випадку кошти виділяються краудфандинговому проекту тільки після досягнення порогового значення; 3) Модель інвестицій або акціонування – визначення часу та цільової суми коштів, що служить порогом для збору інвестицій, дана модель функціонує за фіксованими цінами. 4) Модель холдингу – створення дочірніх компаній в якості окремого підприємства, але в межах краудфандингові платформи виступає лише єдиний інвестор у вигляді холдингових компаній. 5) Клубна модель – організація свого співтовариства, залучаючи до краудфандингових проектів потенційних спонсорів у якості членів закритого кола, створення даної спільноти направлено для уникнення ряду регуляторних обмежень. у своїх емпіричних дослідження Mollick E., зазначив успіх проекту не краудфандингові платформах залежить від рівня представленості та якості матеріалу, щодо проекти який потребує інвестування, роль локальності та суспільної значимості відіграють одну з важливих ролей внаслідок того, що здебільшого основними інвесторами є пересічні громадяни [10].

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи вищевикладене зазначимо, що краудфандинг стає методом акумулювання коштів, що допомагає реалізувати суспільні ідеї та бізнес-проекти. Хоча краудфандинг помірно набуває поширення на українських теренах, однак більшість інноваційних проектів реєструються на американських та європейських краудфандингових платформах. Основною проблемою вітчизняних реалій щодо залучення інвестицій на краудфандингові платформи є низька обізнаність та рівність суб'єктів економічної діяльності, а також наявні політичні та економічні системні процеси в країні. Тому для активного розвитку вітчизняних краудфандингових платформ важливого значення набуває державна підтримка в якості законодавчого регулювання, а також партнерство з приватними компаніями для їх залучення до краудфандингових платформ.

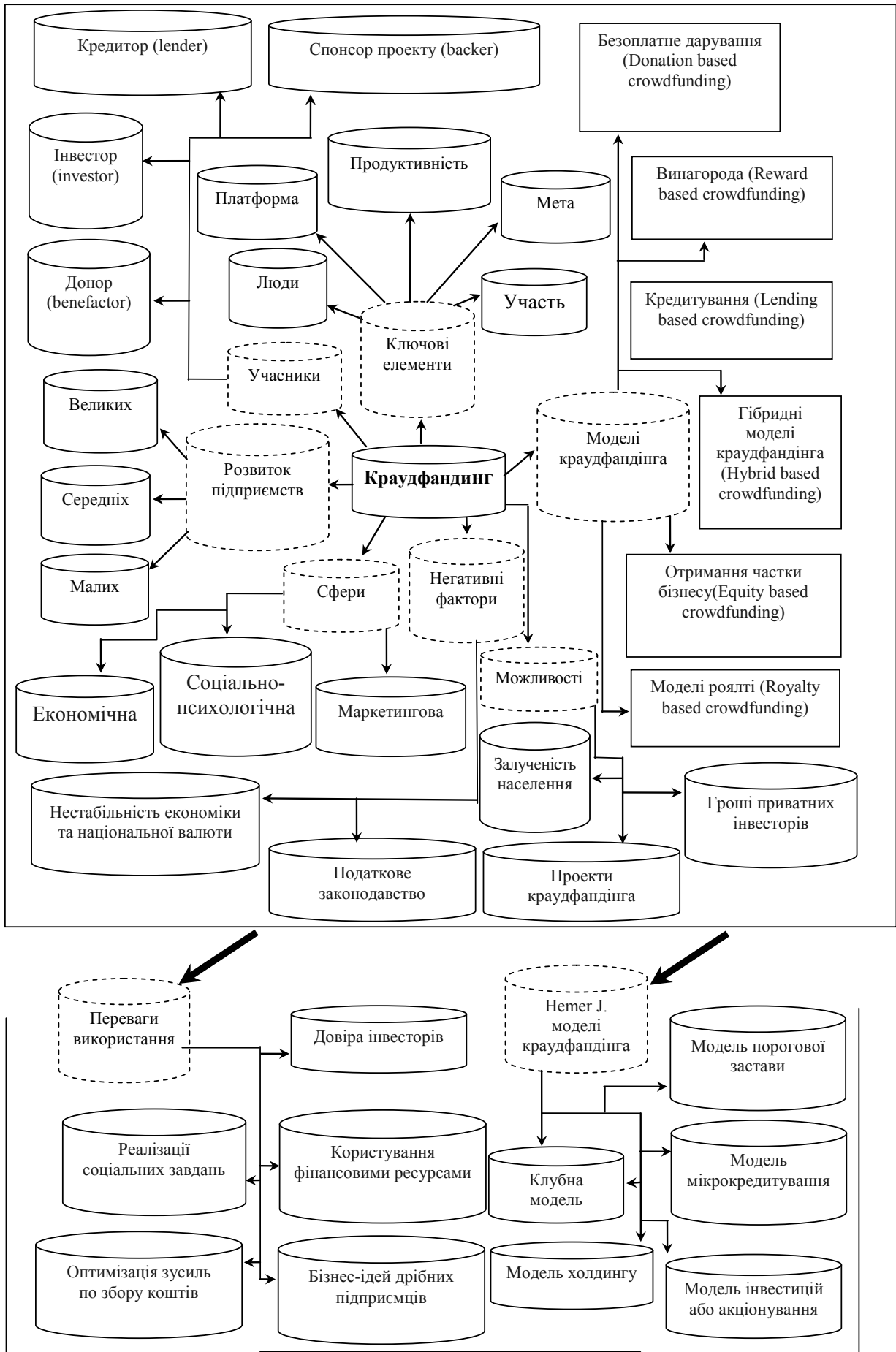


Рис. 1. Модель національного розвитку краудфандингових платформ

Список використаних джерел:

1. Карий О.І. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем / Карий О.І., Панас Я.В. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2016. – № 847. – С. 213–219.
2. Складові краудекономіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdsourcingweek.com/blog/5ps-of-the-crowd-economy/>.
3. Елементи краудфандингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://igniteintent.wordpress.com/2013/08/07/5-ps-of-crowdfunding/>.
4. Уголькова О.З. Ключові елементи системи краудфандингу / О.З. Уголькова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – № 873. – С. 105–110.
5. Єлісеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи у контексті зарубіжного досвіду [Електронний ресурс] / Л.В. Єлісеєва. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/4.pdf>.
6. Отливанская Г.А. Теоретические аспекты применения краудфандинга на предприятии [Текст] / Г.А. Отливанская // Економіка та держава. – 2017. – № 11. – С. 39–43.
7. Коваленко Л.П. Краудфандинг – інструмент інтернет-маркетингу інноваційних туристичних проектів [Електронний ресурс] / Л.П. Коваленко, Н.Б. Колотова. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/issue-11-2016/19-vipusk-11-cherven-2016-r/2123-kovalenko-l-p-kolotova-n-b-kraudfanding-instrument-internet-marketingu-innovatsijnikh-turistichnikh-proektiv>.
8. Зіненко В.В. Проблеми впровадження та використання краудфандингу [Електронний ресурс] / В.В. Зіненко, А.П. Фуга, О.М. Ісхакова. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/11/280.pdf>.
9. Отливанская Г.А. Перспективы и возможности применения краудфандинга в инвестиционной деятельности предприятий Украины [Электронный ресурс] / Г.А. Отливанская. – 2017. – Режим доступа к ресурсу: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2017/10.pdf.
10. Hemer J. A snapshot on crowdfunding [Electronic resource] / J. Hemer // Working papers firms and region. – 2011. – № R2/2011. – Mode of access: http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbpap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf?WSESSID=hreuyqnf.

Кравчун А. С.

Классический частный университет

ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА ДЛЯ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ – СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Резюме

Определена основная проблематика обеспечения финансирования различных проектов на краудфандинговых платформах. Определены функционирования краудфандинговых платформ, в которых значительный капитал направлен на социальные инновации и социальное предпринимательство, а также в основе краудфандинга лежит распространение информации о проекте среди большого количества людей вместо сложных и изнурительных переговоров с финансовыми институтами. Предложена модель национального развития краудфандинговых платформ, а также предоставлена характеристика каждой компоненты, являющиеся частью краудфандинга. Предоставлена информация относительно распространения краудфандинга на украинской территории, хотя большинству инновационных проектов присуща регистрация на американских и европейских краудфандинговых платформах.

Ключевые слова: краудфандинг, стартапы, инновационные проекты, краудфандинговая платформа, экономический рост.

Kravchun A. S.

Classic Private University

CROWDFUNDING IMPLEMENTATION FOR DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY – IMPROVING INNOVATION ACTIVITY

Summary

The basic problems of financing of projects of various kinds on crowdfunding platforms are determined. The functioning of the crowdfunding platforms, which allocate a significant amount of capital to social innovation and social entrepreneurship, and the basis of the crowdfunding, is the dissemination of project information among a large number of people, instead of complicated negotiations with financial institutions. The model of national development of crowdfunding platforms is proposed, as well as characteristics of each component are outlined, which is part of crowdfunding. The information is gathered about distribution in the Ukrainian areas of crowdfunding, although most of the innovation projects are characterized by registration on American and European crowdfunding platforms.

Key words: crowdfunding, startups, innovative projects, crowdfunding platform, economic growth.