

Краудфандинг як сучасний інструмент фінансування інвестиційних проектів

Лещук Галина Василівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та підприємництва

Прикарпатського інституту ім. М. Грушевського

Міжрегіональної академії управління персоналом

Питання щодо диференціації та пошуку альтернативних джерел фінансування інвестиційних проектів є достатньо вагомою проблематикою у сучасній економічній науці, що зумовлює доцільність дослідження та імплементації новітніх технологій капіталовкладення, а саме краудфандингу.

Дефініція сутності поняття краудфандингу (від англ. crowdfunding: crowd - натовп, funding - фінансування) у науковій літературі узагальнено ґрунтується на наступних положеннях:

- новітня технологія залучення коштів великої кількості інвесторів - користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами, з метою фінансування різноманітних проектів;
- технологія соціального фінансування через Інтернет, технологія залучення соціальних інвестицій, що їх здійснюють особи, які не є інституційними інвесторами, такими як держава, бізнес, інвестиційні фонди, венчурний капітал, бізнес-янгели тощо. Головними суб'єктами соціального фінансування виступають люди («натовп»), для яких внесення коштів у певні проекти (виробничі, інноваційні, культурні тощо) є заняттям тимчасовим і додатковим до основних видів їх економічної активності [1, с. 28];
- інноваційна фінансова послуга, головна ідея якої ґрунтується на співпраці у формі колективного фінансування ризикових проектів заради досягнення

визначених специфічних цілей (фінансових чи не фінансових) або без розрахунку на вигоду у формі пожертви чи спонсорства, або з розрахунком на не фінансову чи фінансову вигоду, що здійснюється шляхом формування пулу капіталу, який надходить у незначних сумах від значної невизначеної кількості осіб на основі відкритого конкурсу за допомогою Інтернет-технологій [2];

- співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції, зокрема: допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення тощо [3, с. 22].

В широкому трактуванні дефініція сутності поняття «краудфандинг» ґрунтується на колективному фінансуванні (співпраці) людей за допомогою Інтернет-технологій, які добровільно об'єднують свої фінансові (інші ресурси) для підтримки інших людей (організацій) з метою реалізування конкретних проектів (програм). Краудфандинг виник як ідея підтримки та надання фінансування для творчих проектів і особистостей (акторів, співаків, спортсменів, режисерів) та використовується для надання фінансової допомоги постраждалим, проведення соціальних чи політичних акцій, фінансування стартапів чи виробництва новітнього продукту тощо. Мета краудфандингу полягає у зборі грошових коштів для інвестицій, як правило, використовуючи соціальні мережі.

Співставлення класифікацій краудфандингу у науковій літературі дозволяє виокремити наступні поділи, зокрема:

- за метою краудфандингового проекту (бізнес-проект, креативний, політичний, соціальний);
- за метою для інвестора (пожертвування, нефінансова винагорода, фінансова винагорода, повернення боргу).

На думку професора Марченко О.С. класифікацію видів краудфандингу відповідно до цілей розробників проектів, особливостей винагороди соціальних інвесторів, обраної моделі фінансування проектів доцільно представляти наступним чином [1, с. 31-33]:

1. Види краудфандингу залежно від мети розробників (авторів) проектів:

- 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;
- новаторський краудфандинг, або краудфандинг ідей: проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо;
- культурний (творчий) краудфандинг: проекти, спрямовані 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.

2. Види краудфандингу залежно від особливостей винагороди соціальних інвесторів:

- краудфандинг без винагороди інвестору, коли «зворотною дією можуть бути банальне «дякую», згадування донора на сайті тощо»;
- краудфандинг з не фінансовою винагородою інвестору у формі подарунка та продукту;
- інвестиційний (акціонерний) краудфандинг з винагородою інвестору у формі: частки прибутку від реалізованого проекту; певної кількості акцій новоствореного підприємства.

3. Види краудфандингу залежно від моделі фінансування проектів:

- краудфандинг — пожертвування: винагорода інвесторів не має прямого зв’язку з доходом від реалізованого проекту;

- краудфандинг-кредитування: здійснюється у формі народного (колективного) кредитування і P2P-кредитування, коли позичальник спілкується не з знеособленою масою людей, а з безпосереднім кредитором.

Виходячи з наведених теоретичних засад краудфандингу доцільно виокремити наступні особливості, а саме:

- краудфандинг – нетрадиційний спосіб капіталовкладення за допомогою відповідного інформаційного забезпечення потрібної аудиторії, а саме користувачів Інтернету та відповідних мереж;
- наявність нерозвиненої інфраструктури та низького рівня довіри й інтересу з боку можливих вкладників, що обумовлено недостатньою фінансовою грамотністю населення (наприклад, низький рівень освіченості щодо користування банківськими картками в Інтернеті), зумовлюють не значні темпи імплементації краудфандингу в Україні;
- відсутність в Україні чіткого правового регулювання краудфандингу, оскільки не має відповідних нормативно-правових актів, що визначали б даний вид діяльності, особливості оподаткування, визначення особливостей інвестування, спонсорства, добродійності чи пожертвувань;
- високий рівень ризиків, що в значній мірі пов'язано із Інтернет - шахрайством, оскільки під виглядом благодійної ініціативи або інвестиційного проекту може бути організований збір коштів, які в підсумку не дійдуть до заявленого адресата.

У науковій літературі краудфандинг зазвичай розглядають також як окремий вид краудсорсингу. При цьому, краудфандинг є відносно новим методом фінансування проектів (некомерційних культурних, соціальних проектів, стартапів) за допомогою Інтернету. Спеціалізовані сайти, Facebook, Вконтакте, Twitter є найважливішими інструментами для обміну інформацією щодо краудфандингових проектів і сприяють перетворенню соціального капіталу в капітал фінансовий.

Доцільно також відмітити діяльність певних краудфандингових сайтів, а саме: Kickstarter - один із найвідоміших у світі, що надає допомогу

американським авторам у виконанні творчих проєктів; Indiegogo, який, на відміну від Kickstarter, дозволяє реєструватись учасникам не тільки з США, але й з будь-якої точки планети, а також, окрім творчих проєктів, дозволяє створювати й благодійні; ArtistShare – перший офіційно зареєстрований краудфандинговий веб-сервіс у США; сайт Велика ідея (найбільша краудфандингова платформа в Україні), що запустила бета-версію сервісу Спільнокошт (онлайн-інструмент фінансування проєктів, який пропонує соціальним інноваторам та творчим людям звернутися за підтримкою до аудиторії, яка зацікавлена в реалізації їхнього проєкту).

Таким чином, перспективи розвитку краудфандингових технологій в Україні є достатньо вагомими не лише у вітчизняній науці, але й у розвитку ІТ сегментів економіки, фінансовій системі України та інвестиційній сфері. Це обумовлено не лише виникненням значного соціального ефекту, який досягається у допомозі розвитку малого і середнього бізнесу при реалізуванні інвестиційних проєктів, але й значною інвестиційною привабливістю самого проєкту розробки платформи. В Україні краудфандинг слід оцінювати як потенційно перспективний напрям для розвитку, оскільки недостатньо насичений ринок соціальних медіа, які є головним інструментом у цьому методі фінансування, зумовлюють значний інтерес у Інтернет-користувачів та швидкі темпи його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник НУ «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – №4. – с. 26-35.
2. Васильчук І.П. Краудфандінг як феномен постіндустріальної економіки / І.П. Васильчук [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2500>.
3. Рибицький В. Б. Аналіз та прогноз інноваційно-інвестиційної діяльності / В. Б. Рибицький, В. В. Саботюк // Інвестиції та інноваційний розвиток. — 2009. — № 1. — С. 19–28.