

УДК336.563:061.2

Ткачук І.Я.,
асистент кафедри фінансів і кредиту
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

КРАУДФАНДИНГ В КОНТЕКСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ДОДАТКОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Tkachuk I.Ya.,
assistant at the department of finances and credit
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

CROWDFUNDING IN THE CONTEXT OF INVILVMENT OF ADDITIONAL RESOURCES FOR THE PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP PROJECTS REALIZATION

Постановка проблеми. Глобальні проблеми сьогодення вимагають об'єднання можливостей і ресурсів державного, прибуткового та неприбуткового секторів на умовах тісної співпраці між ними. Одним із найефективніших видів такої співпраці є державно-приватне партнерство (ДПП), яке, використовуючи переваги кожного із секторів, здатне найбільш якісно задовольнити потреби кінцевого споживача послуг. Цікаво, що у економічно розвинених країнах світу кожен четвертий інвестиційний проєкт реалізовується на основі державно-приватного партнерства. Однак в Україні цей вид взаємодії державного та недержавних секторів досі не є широко використовуваним. Причина криється як у існуванні об'єктивних суперечностей функціонування кожного із секторів, так і в недостатньому вивченні досвіду використання зазначеного механізму українськими можновладцями. Однак першопричиною є проблеми мобілізації необхідних ресурсів на реалізацію проєктів державно-приватного партнерства та ефективності їх використання. В таких умовах все більшої актуальності набувають питання можливості залучення додаткових ресурсів до реалізації проєктів державно-приватного партнерства. У світовій практиці більшість проєктів, що носять інноваційний характер, перевіряють свою затребуваність для громадськості й згодом реалізуються за допомогою використання механізму краудфандингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання реального запровадження державно-приватного партнерства в Україні порушувалося багатьма науковцями, котрі не лише описали його переваги, але й обґрунтували необхідність використання в Україні. Такими вітчизняними та зарубіжними науковцями є Т. Прайв, Л. Абрамов, С. Дорошенко, О. Кириленко, В. Коваленко, О. Юлдашев, О. Марченко, Я. Овсянникова, О. Пильтяй, Г. Піратовський, О. Рожко, А. Фоменко та інші. Однак, всупереч значному науковому дискурсу, науковцями не надавалась увага питанню залучення додаткових ресурсів для реалізації проєктів державно-приватного партнерства за допомогою механізму краудфандингу.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення теоретико-методологічних основ та формування практичних рекомендацій стосовно використання механізму краудфандингу для залучення додаткових фінансових ресурсів у процесі реалізації проєктів державно-приватного партнерств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У партнерстві держави, бізнесу та неприбуткових організацій кожен сектор має величезні потенційні можливості у своїй галузі: держава може створити сприятливі умови для існування бізнесу та громадського сектору, бізнес може вирішити фінансові проблеми розвитку, який стоїть на порядку денному уряду, але саме неприбуткові організації, використовуючи наявні проєктні ресурси, можуть більш ефективно та економічно впровадити цей розвиток на найнижчому рівні. Більше того співпраця неприбуткових організацій з державою та бізнесом здатна підвищити актуальність та зацікавленість населення у впровадженні певного проєкту, збільшити його загальну цінність для суспільства, що у свою чергу робить можливим використання краудфандингових ресурсів для проєктів державно-приватного партнерства.

Краудфандинг (англ. «crowd» – натовп, «funding» – фінансування) є новітнім методом залучення коштів для фінансування різноманітних проєктів: від соціальних та культурних до бізнес-стартапів. За своєю сутністю він об'єднує велику кількість однодумців, які згодні платити певну (зазвичай невелику) ціну за реалізацію конкретного проєкту. Зазвичай фінансування здійснюється за допомогою інтернет-платформ. Найвідомішими та найуспішнішими у світі такими платформами є kickstarter.com, indiegogo.com, seedrs.com, crowdcube.com, smartmarkerket [10; 7; 6]. Темпи зростання ринку

краудфандингу вражають. Так, до прикладу, у 2012 р. за допомогою краудфандингових платформ було зібрано \$2,7 млрд. (що перевищило показник 2011 р. на 81 %) [7].

Спеціалісти міжнародного видання «Форбс» сформулювали власний підхід до визначення краудфандингу, а саме: «це не те, що ти робиш, а те, задля чого ти це робиш». Саме з цього формулювання можна найбільш точно визначити суть та значення краудфандингу для ДПП, а також можливості, які він створює для ГО, тобто фокусування в основному повинне відбуватися на меті, яку переслідує донор чи бекер (особа, що вкладає свої кошти у поки що неіснуючий проект з метою його підтримки і/чи в майбутньому отримати від нього якийсь бонус [9]).

Об'єднання зусиль державного, комерційного та неприбуткового секторів збільшує важливість пропонованого проекту, що посилює зацікавленість потенційних донорів та бекерів у його підтримці.

В економічно розвинених країнах світу, де краудфандинговий сектор уже зайняв чільне місце, акцент змістився з проектів культурного та соціального характеру до бізнес-проектів [5, с. 93]. Але в Україні початковий рівень розвитку краудфандингу, а також суспільно-політична ситуація в державі спричинили посилення акцентів саме на проектах соціального та культурного характеру. Таким чином, мета більшості заявлених проектів краудфандингу та діяльність ГО в Україні збігаються. Саме тому в умовах об'єднання зусиль державного, приватного та некомерційного секторів в межах ДПП та переважання проектів соціального спрямування використання краудфандингу є найбільш доречним.

Порівняно з іншими формами залучення коштів для фінансування проектів краудфандинг має низку особливостей, відображених та описаних у табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика особливостей краудфандингу як форми залучення коштів для фінансування проектів

Особливість	Характеристика
Багатосуб'єктність та мікрофінансування	До фінансування проекту залучається велика кількість донорів/бекерів, які вкладають в нього зазвичай невеликі суми коштів.
Глобальний простір соціального фінансування	Проекти рекламуються і поширюються в основному за допомогою мережі Інтернет, а тому залучення інвесторів не є територіально обмеженим.
Економія на посередниках та трансакційних витратах	Автори проектів економлять на оплаті традиційним посередникам – банкам та мінімізують витрати, пов'язані з використанням механізмів фінансового ринку.

Джерело: складено автором на основі [2, с. 30]

Процес краудфандингу можна описати за допомогою трьох послідовних етапів, суть яких загально відображено на рис. 1.

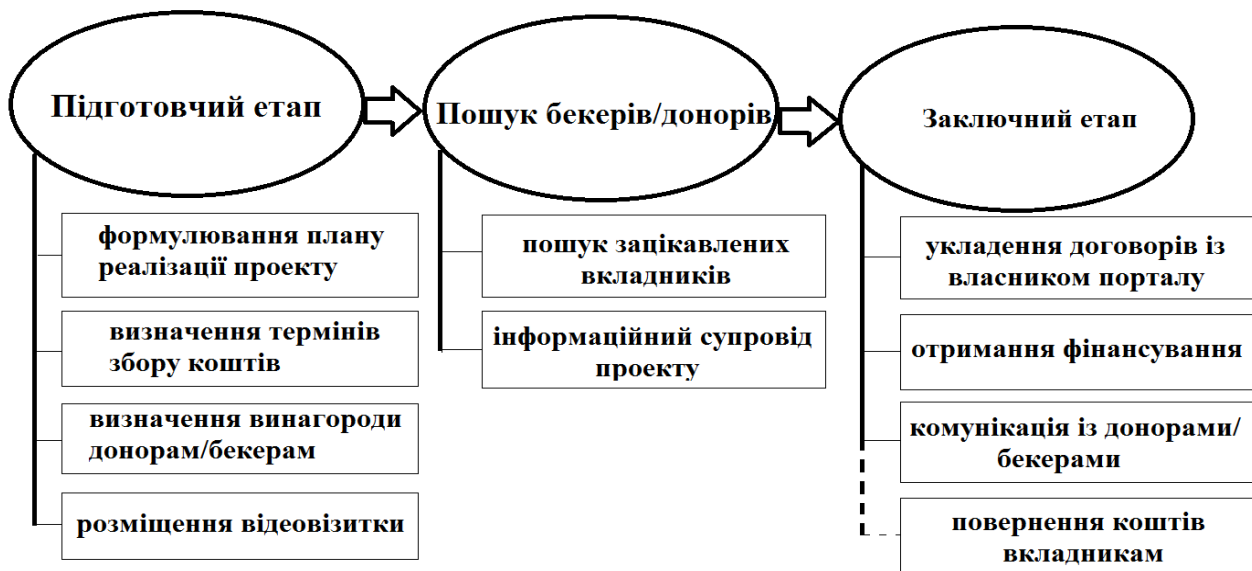


Рис. 1. Етапи процесу краудфандингового фінансування

Джерело: побудовано автором на основі [3]

На підготовчому етапі основною метою, яку ставлять перед собою розробники ідеї є формулювання її таким чином, щоб можна було досягти кінцевої цілі, а саме – зібрати кошти та реалізувати весь проект. На цьому етапі автор проекту повинен сформулювати детальний план його реалізації, від якого буде залежати вся його подальша робота. Після формулювання плану, визначається чіткий термін, за який потрібно зібрати кошти та їх сума. Досвід показує, що формулювання оптимальних сум та термінів їх збору дозволяють збільшити шанси підтримки проекту.

До прикладу, меншою привабливістю користуються проекти з тривалими періодами збору коштів та сумами меншими за \$100 та більше \$1 млн [3].

Не менш важливим на цьому етапі є формулювання винагород, які отримують донори та бекери, тобто мети, яку вони переслідують. Характеристику видів краудфандингу в залежності від мети, яку переслідують інвестори (донори та бекери), здійснено в табл. 2.

Таблиця 2

Види краудфандингу залежно від мети, яку переслідують інвестори

№ п/п	Вид краудфандингу	Характеристика
1.	Без винагороди інвестору	Пожертвування здійснюється на основі альтруїзму, є добровільним актом, інвестор не очікує жодних зворотних дій з боку отримувачів коштів. Винагородою може бути проста згадка на сайті всіх інвесторів.
2.	З нефінансовою винагородою	Винагородою за фінансування можуть бути подарунковий сертифікат, CD, DVD, контакти з авторами, автографи виконавців (у культурних проектах) тощо.
3.	Фіксована винагорода у вигляді продукту	Цей вид фінансування за своєю суттю є перед замовленням продукту, оскільки донори стають першими власниками результату колективного фінансування.
4.	Краудфандинг-кредитування	Існує у формах народного кредитування та P2P кредитування (позичальник спілкується безпосередньо з кредитором; краудфандинговий майданчик виступає посередником та гарантом процедури). За підсумками 2012 р. цей вид фінансування склав майже 50 % від усієї структури ринку доходів.
5.	Акціонерне фінансування (краудінвестинг)	Донор в ролі винагороди отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосувати на загальних зборах акціонерів.

Джерело: складено автором на підставі [1; 2, с. 31-33; 4, с. 57; 5, с. 94-95]

Очевидно, що у проектах ДПП соціального спрямування ГО не можуть гарантувати фінансової винагороди своїм донорам, а також частини власності чи акцій підприємства. Тому найоптимальнішими винагородами при цьому виді співпраці для потенційних донорів/бекерів можуть бути:

- чиста «вдячність» у вигляді публічної подяки, наприклад, від представників державного партнера; згадування в інформаційних матеріалах та звітності;
- нефінансова винагорода у вигляді вручення відзнак за благодійність (CD, DVD, книги тощо);
- винагорода у вигляді кінцевого продукту чи доступу до нього у випадку, якщо донорами є потенційні отримувачі послуг (пандуси, клуби, що об'єднують людей зі спільними інтересами. Наприклад, проект Izolab: майстерня цифрового виробництва [8]);
- краудфандинг-кредитування – повернення вкладених коштів за рахунок державного партнера чи приватного партнера-представника прибуткового сектору.

Підготовчий етап закінчується розміщенням відео візитки на платформі краудфандингу, яка коротко висвітлює основну ідею проекту. Досвід показує, що значною мірою успіх реалізації всього проекту залежить від якості та креативності проморолика [8].

На другому етапі краудфандингу, коли ролик вже розміщено на платформі, важливо знайти вкладників, які профінансують проект. У пошуку вкладників участь можуть брати однаковою мірою всі партнери, оскільки саме так поділяється між ними відповідальність за його реалізацію.

Не меншу роль на цьому етапі відіграє інформаційний супровід проекту та його просування у соціальних мережах. Так, за даними професора Пенсильванського університету Ітана Моллика, який вивчив 46 902 проекти з найвідомішої краудфандингової платформи Kickstarter.com, розмір фінансування, яке отримує проект, прямо залежить від установлених зв'язків інвесторів та авторів у соціальних мережах. Так, якщо в авторів проекту у соціальних мережах було менше за 10 друзів, то шанси проекту на успіх складали лиш 9 %, якщо 100 друзів, то вже 20 %, а якщо 1000 – то 40 %. Окрім цього, мають значення і зв'язки авторів поза мережею. Таким чином, партнери ГО по ДПП створюють додаткові можливості по залученню проектних коштів [3].

Заключний етап краудфандингу полягає в укладанні угод з власником платформи у випадку, якщо необхідну суму коштів вдалося зібрати і в поверненні коштів інвесторам, якщо вона не зібрана.

Масова участь населення у проектах державно-приватного партнерства та їх підтримка шляхом фінансування є свідченням реальної готовності впливати на перебіг соціально-економічних процесів державного чи регіонального значення, тому не лише сприяє реалізації конкретних соціально-економічних проектів, але й забезпечує реалізацію семіотичної функції громадянського суспільства.

Важливо, щоб громадські організації, які формально об'єднують зацікавлене населення, брали участь у процесі державно-приватного партнерства від моменту створення ініціативи про партнерство до його завершення. Така участь буде можливою за її підтримки та просування у Регіональних

програмах сприяння розвитку громадянського суспільства в межах Державної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства України, адже саме цими програмами в основному керуються регіональні органи влади у процесі підтримки ініціатив та сприяння розвитку неурядових організацій України, найчисельнішими серед яких є громадські організації.

Висновки та подальші дослідження. Отже, у процесі дослідження визначено теоретико-методологічні основи використання механізму краудфандингу задля залучення додаткових фінансових ресурсів у процесі реалізації проектів державно-приватного партнерства.

Обґрунтовано, що краудфандинг є вигідним і головне доступним джерелом фінансування проектів державно-приватного партнерства, за рахунок можливого залучення ресурсів громадських організацій шляхом використання засад приватного партнера.

Наголошено на важливості започаткування практики участі громадських організацій у реалізації проектів державно-приватного партнерства за її підтримки та просування в межах Регіональних програм сприяння розвитку громадянського суспільства.

Література

1. Краудфандинг: психологические типы бекеров [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу: <http://geektimes.ru/post/147670/>.
2. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – №4. – С. 26–35.
3. Ответ на главный вопрос краудфандинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geektimes.ru/post/148106/>.
4. Піратовський Г.Л. Бізнес-ангели як джерело формування венчурного капіталу / Г.Л. Піратовський // Наука та інновації. – 2008. – №3. – С. 55–74.
5. Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні / А.О. Фоменко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – №3. – С. 93–96.
6. Charities Around The World [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.charity-charities.org/index.htm>
7. Crowdfunding Industry Report Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf>.
8. IZOLAB: майстерня цифрового виробництва [Електронний ресурс] // Велика Ідея – Режим доступу: <https://biggggidea.com/project/974/>.
9. Prive, T. What Is Crowdfunding And How Does It Benefit The Economy [Електронний ресурс] / Tanya Prive // Forbes. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.crowdinvest.com/blog/what-is-crowdfunding-and-how-does-it-benefit-the-economy/>.
10. 2013 CF The Crowdfunding Industry Report [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу: <http://research.crowdsourcing.org/2013cf-crowdfunding-industry-report>.

References

1. "Crowdfunding: The psychological types of becker's", available at: <http://geektimes.ru/post/147670/> (access date June 6, 2016).
2. Marchenko, O. (2013), "Crowdfunding: social and economic content and types", *Visnyk natsionalnoho universytetu «Yurydychna akademiya Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho»*, no. 2, pp. 26–35.
3. "The answer to the main question of crowdfunding", available at: <http://geektimes.ru/post/148106/> (access date June 6, 2016).
4. Piratovskyy, H. (2008), "Business angels as a source of venture capital forming", *"The science and innovations"*, no. 3, pp. 55–74.
5. Fomenko, A. (2013), "The Current conditions of crowdfunding development in Ukraine", *"Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu"*, no. 3, pp. 93–96.
6. "Charities Around The World", available at: <http://www.charity-charities.org/index.htm> (access date June 6, 2016).
7. "Crowdfunding Industry Report Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms"(2012), available at: <http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf> (access date June 6, 2016)
8. "IZOLAB: Digital production studio", available at: <http://biggggidea.com/project/974/>. (access date June 6, 2016)
9. Prive, T. (2012), "What Is Crowdfunding And How Does It Benefit The Economy", *"Forbes"*, available at <http://www.crowdinvest.com/blog/what-is-crowdfunding-and-how-does-it-benefit-the-economy/> (access date June 6, 2016)
10. "2013 CF The Crowdfunding Industry Report", available at <http://research.crowdsourcing.org/2013cf-crowdfunding-industry-report> (access date June 6, 2016)

Рецензент: д.е.н., професор Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича П.О. Нікіфоров