

Секция: Финансы, деньги и кредит

ОГОРОДНИК В. О.

*канд.экон.наук,
доцент кафедры финансов и банковского дела
ГВУЗ «Ужгородский государственный университет»
г. Ужгород, Украина*

МАКАРОВИЧ В.К.

*ст. преподаватель кафедры учета и аудита
Ужгородский государственный университет
ГВУЗ «Ужгородский государственный университет»
г. Ужгород, Украина*

КРАУДФАНДИНГ: МЕХАНИЗМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Рыночные отношения определяют поиск новых механизмов финансового обеспечения реализации проектов, оптимизации структуры источников финансирования и полноценного использования возможностей привлечения капитала.

Отсутствие ресурсов, необходимых для покрытия потребностей, недостаточное их количество или невозможность их своевременной мобилизации препятствует нормальному ходу производственного процесса и может свести на нет эффективность деятельности.

Опыт многих стран свидетельствует о том, что одним из ключевых условий экономического роста является развитие предпринимательства. Это объясняется тем, что при развитии предпринимательства оптимизируются и структурируются рынки, обеспечивается эластичность спроса и предложения, мобилизуется основная масса национальных ресурсов.

В последние несколько лет популярность приобрел краудфандинг, как разновидность финансирования, основанная на финансировании проектов «толпой» с помощью электронных ресурсов.

Зарубежный опыт применения краудфандинга свидетельствует о заключенном в нем значительном потенциале как инструмента реализации коммерческих инновационных проектов.

Значительный вклад в развитие научной мысли о краудфандинге сделали такие ученые, как П. Беллефлемм, Дж. Хау [2], Т. Ламберт, М.О. Душина [3], И.А. Тянь [4], Г.А. Хмелева [5] и др. Среди немногих отечественных авторов, которые рассматривали проблемы развития краудфандинга, можно выделить К. Аккерман, И.П. Васильчук [1], А. Григораш.

Не приуменьшая роль научных трудов исследователей, важности их влияния на дальнейшее развитие краудфандинга, нерешенными остаются вопросы сущности краудфандинга, его классификации.

Краудфандинг (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование») — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) [1]. Сбор средств может служить для различных целей — помощь пострадавшим от стихийных бедствий, поддержка со стороны болельщиков, поддержка политических кампаний, финансирование стартап-компаний и малого предпринимательства, создание свободного программного обеспечения, получение прибыли от совместных инвестиций и многого другого. Краудфандинг зачастую привлекает не только отдельных граждан, но и целые компании.

Г.А. Хмелева отмечает, что ключевая роль краудфандинга, как инструмента активизации инновационной деятельности, заключается в следующем: обеспечивает содействие развитию благоприятных условий для малого бизнеса и запуска предприятий с момента создания, предоставляет возможность участия в инвестировании неограниченному

кругу инвесторов с самыми различными мотивами и финансовыми возможностями [5, с. 202].

Краудфандинг зачастую привлекает не только отдельных граждан, но и целые компании.

Финансирование компании посредством продажи малых долей предприятия широкому спектру инвесторов можно также определять как краудфандинг. В тоже время краудфандинг является одним из методов сетевой коммуникации, который позволяет дигитально управлять проектами.

Необходимо отметить, что, как правило, при краудфандинге привлекаются непосредственно денежные средства. Если речь идет о привлечении человеческого ресурса для проекта, то речь идет о краудсорсинге. Краудсорсинг позволяет привлечь широкий круг специалистов, экспертов и всех заинтересованных лиц к решению поставленной задачи. Организация работы группы лиц над решением какой-либо задачи ради достижения общих благ позволяет обеспечить так называемый эффект «коллективного разума», который невозможно получить в узком кругу рабочей команды.

Иногда понятия краудфандинга и краудсорсинга отождествляются или краудфандинг рассматривается как часть краудсорсинга.

В процессе реализации краудфандинга берут участие бэеры (доноры) — те, кто делают денежный вклад в проект. Бэер (донор) получает за свой вклад (как правило, продукт, который выпускается на рынок вследствие успешной краудфандинговой кампании) вознаграждение. Изначально должна быть заявлена цель, определена необходимая денежная сумма, составлена калькуляция всех расходов, а информация по ходу сбора средств должна быть открыта для всех.

Интернет-технологии позволяют с минимальными издержками вовлечь неограниченно широкий круг заинтересованных лиц в решение

конкретных бизнес-задач. Соответственно, краудфандинг становится все более популярным механизмом привлечения необходимых ресурсов.

Поскольку краудфандинг, в настоящее время, наиболее эффективно реализуется посредством сети Интернет, можно выделить три его формы, соответствующие ресурсам, которые в настоящее время могут распространяться через Интернет: деньги, вычислительные мощности и места для хранения данных.

По результатам исследований [1, 2, 3, 4], предлагаем выделить четыре разновидности краудфандинга:

1. краудфандинг на основе долевого участия в капитале компании или проекте;
2. краудфандинг на основе финансового займа;
3. краудфандинговое финансирование в обмен на вознаграждение;
4. краудфандинг на основе пожертвований.

Особая актуальность краудфандинга, на сегодняшний день, заключается в нехватке финансовых средств как в частном, так и в публичном секторах, что отчасти вызвано обострением мировой экономической ситуации и последующей нестабильностью.

Преимущества краудфандинга нельзя переоценить. Среди основных преимуществ считаем необходимо выделить: прозрачность и демократичность самой процедуры финансирования; сокращение времени, затрачиваемое на сопутствующую документацию; помощь в развитии малого бизнеса; поддержка молодых ученых и талантливых людей; экономия бюджетных средств; создание сетевых механизмов взаимодействия, что повышает уровень доверия в обществе; управления финансами и крупными проектами посредством новых интернет-технологий.

Однако, сетевые методы таят в себе потенциальную угрозу, так как они способны мобилизовать как человеческие ресурсы, так и финансовые

средства в короткий срок, поэтому сетевое управление должно предполагать контроль, что и представляет перспективное поле дальнейших исследований.

Литература:

1. Васильчук І. П. Краудфандінг як феномен постіндустріальної економіки / І. П. Васильчук // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – 2013. – № 11. – Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2500&p=1>.
2. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 288 с.
3. Душина М.О. Методы сетевой коммуникации в дигитальном обществе: бенчмаркинг, краудсорсинг, краудфандинг // Социология науки и технологий, 2014. Т.5. № 1. - 143 с. С. 105-115.
4. Тянь И. А. Повышение качества высокотехнологичной продукции на основе сетевых механизмов привлечения ресурсов : дис. канд. эк. наук : 08.00.05 / Тянь Ирина Анатольевна – Москва, 2012. – 156 с.
5. Хмелева Г. А. Развитие инновационной деятельности в регионе с позиции процессного подхода: теория, методология, практика : дис. докт. эк. наук : 08.00.05 / Хмелева Галина Анатольевна – Тамбов, 2012. – 346 с.