

речія мирового хозяйства на разных этапах его эволюции. Экономические противоречия, сопровождающие процесс европейской интеграции, представлены как движущие силы ее дальнейшего углубления и расширения.

Ключевые слова: законы диалектики, противоречия мировой экономики, экономическая глобализация, интеграция, интернационализация.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE ANALYSIS OF TRENDS IN GLOBAL ECONOMY

Makukha S. N.

The theoretical and methodological analysis of the essence of economic globalization, integration and internationalization are performed on base of the development of the main contradiction of the world economy. The contradictions of the world economy at different stages of their evolution are analyzed. Economic contradictions that accompany the process of deepening European integration are presented as the driving force for its further development and expansion.

Key words: laws of the dialectics, contradictions of the world economy, the economic globalization, integration, internationalization.

УДК 330.1 : 330; 341,1

КРАУДФАНДИНГ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ВИДИ

О. С. Марченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет
«Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

Розкрито сутність краудфандингу як технології соціального інвестування через Інтернет. Обґрунтовано головні відмінності краудфандингу: багатосуб'єктність, мікрофінансування, опора на соціальні мережі, формування глобального простору колективного фінансування, мінімізація трансакційних витрат і ризиків венчурного фінансування, економія на посередниках. Охарактеризовано головні види краудфандингу. Доведено, що в умовах інформаційного суспільства краудфандинг є важливою складовою світового фінансового ринку.

Ключові слова: краудфандинг, краудсорсинг, краудінвестинг, колективне фінансування, соціальні інвестиції, соціальні мережі.

Постановка проблеми. В рейтингу головних подій у сфері високих технологій у 2012 р. американський техноблог PCWorld визначив «бум краудфандингу — колективного фінансування проектів через Інтернет» поряд із операційною системою Windows 8 корпорації Microsoft, IPO Facebook, «великою патентною війною» між Apple і Samsung, iPhone 5. «Флагманом краудфандингу став сайт Kickstarter.com, що з'явився ще у 2009 р., але у 2012 пережив друге народження. Рекордсменом збирання коштів на Kickstarter.com став “розумний годинник” Pebble: його винахідники залучили 10 млн дол. для реалізації проекту, таким чином взявши світ технологій штурмом. Згадали аналітики і про проект Wikipedia, який існує на пожертвування Інтернет-користувачів» [1]. Відповідно до звіту Американської асоціації краудсорсингу «CROWDFUNDING INDUSTRY REPORT: MARKET TRENDS, COMPOSITION AND CROWDFUNDING PLATFORMS», оприлюдненому в травні 2012 р., світовий ринок краудфандингу було представлено 450 Інтернет-майданчиками (прогноз на кінець 2012 р. — 530), через які у 2011 р. було залучено 1,5 млрд дол. (прогноз на кінець 2012 р. — 2, 8 млрд дол.) [2]. Як підкреслює Ю. П'ятковський, краудфандингові сайти фактично стали в один ряд з великими інвестиційними компаніями [3].

Високі темпи розвитку краудфандингу, з одного боку, свідчать про прибутковість йому певні переваги порівняно з традиційними технологіями залучення коштів для фінансування проектів: банківськими кредитами, венчурним капіталом, грантами, меценатством та ін., які є привабливими для потенційних інвесторів та виступають чинниками їх вибору на його користь. З другого боку, практика краудфандингу породжує багато проблем, які потребують нагального розв'язання. Все це спричиняє необхідність теоретичного аналізу соціально-економічної природи особливостей краудфандингу, умов та наслідків його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зараз дослідження технології краудфандингу знаходиться на етапі збирання інформації, накопичення даних та їх початкового аналізу систематизації. Практика краудфандингу є предметом обговорення на Інтернет-конференціях і семінарах: [Блок-конференція «CROWDCON Краудсорсинг в России» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [<http://thinkinnovative.ru/?p=2112>; семінар «Краудфандинг в России. Как привлечь деньги на свой проект» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bankir.ru/novosti/s/yarmarka-tshcheslaviya-10035186/>]. Перші спроби її узагальнення можна знайти в публікаціях В. Артамонова [2], Ю. П'ятковського [3], Н. Гончарук [4] та ін.

Теоретичні узагальнення щодо природи та інноваційної ролі краудфандингу у фінансуванні різних сфер життєдіяльності суспільства уперше викладе-

но Джеффом Хау в книзі «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса»: «Краудфандинг користується колективним гаманцем, дозволяючи населенню фінансувати проекти, які вони вважають, що ті того варті, вкладати по декілька доларів то в один проект, то в інший» [5, с. 233].

Формування цілей. Метою статті є визначення на базі інструментарію економічної науки головних змістовних характеристик та видів краудфандингу.

Виклад основного матеріалу. Краудфандинг (від англ. *crowdfunding*: *crowd* — натовп, *funding* — фінансування) — новітня технологія залучення коштів великої кількості інвесторів — користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами, з метою фінансування різноманітних проектів. Як підкреслює керівник напрямів бізнес-рішень «Майкрософт Україна» В. Артамонов, цей відносно новий інструмент дозволяє залучати через Інтернет у великої кількості людей гроші для реалізації різноманітних ідей і проектів. Основу послуги складає спеціалізований Інтернет-портал, на якому після детальної реєстрації користувач створює проект, що потребує фінансування. Це можуть бути новий бізнес, запис музичного альбому, створення притулку для тварин-безхатченків, прохання про позику на придбання побутової техніки чи просто збір пожертвувань [2].

Краудфандинг визначають як «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець», «народне фінансування», «народна складчина». На думку Дж. Хау, краудфандинг є одним із напрямів краудсорсингу¹, 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» [5, с. 231].

На наш погляд, краудфандинг — це 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-яголи та ін. 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.

Краудфандингу притаманні такі відмінності порівняно з традиційними формами залучення коштів для фінансування проектів:

– *багатосуб'єктність* (масовість): до фінансування проектів залучаються кошти величезної кількості людей — «бекерів» [6], «донорів» [7]. Це *соціаль-*

¹ Інтелектуальний краудсорсинг — технологія інтелектуальної співпраці у соціальних мережах через Інтернет, що спрямовується на спільне створення інтелектуального продукту на основі інтеграції знань великої кількості людей («натовпу»).

ні інвестори — суб'єкти колективного фінансування через краудфандингові платформи;

– *мікрофінансування*: краудфандинг — технологія залучення та здійснення соціальних мікроінвестицій, оскільки населення вкладає невеликі суми грошей у різні проекти. Вважаємо, що краудфандинг має багато спільного з мікрофінансуванням, запропонованим лауреатом Нобелівської премії М. Юнусом, містить ознаки «соціального бізнесу» [8]. Краудфандинг — це технологія здійснення *соціальних інвестицій*¹ — вкладення коштів населення у різні проекти, технологія соціального бізнесу;

– *глобальний простір соціального фінансування*: краудфандинг долає приаманні традиційним формам фінансування обмеження, пов'язані, наприклад, із місцезнаходженням інвестора і інноватора, рівнем розвитку національного та міжнародного фінансових ринків; станом фінансової інфраструктури, що забезпечує рух грошей, національним регулюванням фінансової сфери, менеджментом корпорацій тощо. Краудфандинг створює умови для реалізації фінансового потенціалу домогосподарств незалежно від національних кордонів, формує глобальний простір соціального фінансування проектів і спирається на нього. Зараз *ринок краудфандингу* як система соціально-економічних відносин з приводу пропозиції соціальних інвестицій і попиту на них стає складовою світового фінансового ринку;

– *мережевий принцип організації фінансування*: кошти населення залучаються шляхом установаження взаємозв'язків інвесторів і розробників проектів у соціальних мережах. Одним із найважливіших чинників успішності краудфандингових проектів є соціальні зв'язки їх авторів. За даними професора Пенсильванського університету Ітана Моллика, який вивчив 46 902 проекти з краудфандингової платформи Kickstarter.com, якщо у соціальних мережах друзів у авторів було менш за 10, шанси на успіх за інших рівних умов були лише 9 %. 100 друзів давали 20 %, 1000 — 40 %. Мають значення соціальні зв'язки і в офлайн — якщо команда і засновник проекту живуть у великому місті, шанси на успіх вище. Причому важливо, у якому саме великому місті — у Нашвіллі добре йдуть музичні проекти, в Лос-Анджелесі — кінематографічні, в Сан-Франциско — технологічні [6];

– *економія на посередниках*: «скорочується кількість ієрархічних ланок через безпосередній зв'язок людей, які мають гроші, з людьми, яким вони потрібні» [5, с. 231]. На думку А. Артамонова, цей процес називається «дезінтермедіація» — зниження ролі банків та ощадних інститутів як посеред-

¹ Як правило, соціальними вважають інвестиції, спрямовані на розвиток соціальної сфери. На нашу думку, соціальними слід також називати інвестиції, що здійснюються населенням (а не інституціональними інвесторами) у різні проекти, зокрема соціальні, тобто це народні інвестиції.

ників на фінансовому ринку [2]. Краудфандинг можна визначити як *соціальний банк*, котрий акумулює і використовує фінансові ресурси населення;

– *економія трансакційних витрат*: розробник проекту і потенційний інвестор, спираючись на технологію краудфандингу, мінімізують витрати, пов'язані з використанням альтернативної моделі фінансування — механізму фінансового ринку;

– *форма венчурного фінансування*: оскільки суми соціальних інвестицій незначні, ризики краудфандингу не є великими. Але треба пам'ятати, що, як пише Дж. Хау, не дивно, що і ті, для кого Інтернет є засобом шахрайства, також вважають краудфандинг досить привабливим [5, с. 233].

Для соціальних інвесторів краудфандинг може бути комерційним та некомерційним. Видами краудфандингових проектів є бізнес-проекти, креативні, політичні, соціальні, за винагороду, без винагороди, народний кредит, акціонерне фінансування [7], інвестиційні [9]. Головні галузі та сфери краудфандингових проектів відображають дані, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Проекти краудфандингової платформи Kickstater

Категорія проектів	Кількість проектів	Кількість донорів	Загальна сума внесків, дол
Мистецтво	1 172	78 558	5 900 166,14
Комікси	267	27 544	1 763 628,48
Танці	292	14 377	1 054 763,95
Дизайн	319	99 923	9 180 637,55
Мода	182	16 793	1 351 659,85
Фільми	3 284	308 541	32 473 790,40
Їжа	241	30 682	2 809 503,31
Ігри	253	45 622	3 616 530,88
Музика	3 653	260 178	19 801 685,21
Фотографія	343	26 897	2 116 261,93
Публіцистика	774	74 280	5 134 388,55
Технології	125	39 341	4 673 470,41
Театр	931	50 144	4 051 962,62

Джерело: [9].

Пропонуємо класифікацію видів краудфандингу відповідно до цілей розробників проектів, особливостей винагороди соціальних інвесторів, обраної моделі фінансування проектів.

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

– *соціальний краудфандинг*: проєкти, спрямовані на розв’язання певних соціальних проблем. Слід підкреслити, що некомерційний соціальний краудфандинг не є моделлю благодійності, оскільки, по-перше, соціальні інвестори можуть одержувати вигоди від участі у фінансуванні проєкту; по-друге, якщо проєкт не реалізується, то кошти інвесторам, як правило, повертаються;

– *бізнес-краудфандинг*: підприємницькі проєкти, які мають інноваційну спрямованість, пов’язані з упровадженням інновацій з метою одержання прибутку;

– *новаторський краудфандинг, або краудфандинг ідей*: проєкти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо. Новаторський краудфандинг є можливим не тільки у виробничій чи науковій, а й у соціальній, культурній та інших сферах;

– *культурний (творчий) краудфандинг*: проєкти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва. Прикладом культурного краудфандингу є проєкт «Померанчева еволюція» художниці із Миколаєва Ж. Рогальської, для якого було зібрано 1800 дол. (запит авторки проєкту — 1500 дол.) [4];

– *політичний краудфандинг*: проєкти, пов’язані з діяльністю політичних об’єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів тощо. Наприклад, метою російського проєкту «Рос Пил» (створеного у 2011 р.), є контроль за витрачанням бюджетних коштів у сфері державних і муніципальних закупівель. За перше півріччя здійснення проєкту зібрано більш ніж 8 млн руб., витрачено — 1,7 млн руб. Сума контрактів замовлень, за якими вдалося запобігти порушенням, склала 7,5 млрд руб [9].

Відмітимо таке. По-перше, новаторський бізнес-краудфандинг можна визначити як соціальне (народне) кредитування стартапів, особливо для малого бізнесу. «Краудфандинг має потенціал стати альтернативною формою фінансування бізнес-проєктів на ранніх стадіях» [7]. По-друге, можливі проєкти, які поєднують принципи краудфандингу та інтелектуального краудсорсингу — краудфандинго-краудсорсингові проєкти [10], які залучають фінансові і знаннєві ресурси «натовпу». По-третє, на практиці застосовується також *квазікраудфандинг* — це проєкти, «розробники яких із самого початку не збиралися їх реалізувати, а бажали просто “підняти” гроші і під якимось приводом закрити проєкт» [4].

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» [7];

– краудфандинг з нефінансовою винагородою інвестору у формі подарунка та продукту (табл. 2);

– інвестиційний (акціонерний) краудфандинг з винагородою інвестору у формі: а) частки прибутку від реалізованого проекту; б) певної кількості акцій новоствореного підприємства.

Таблиця 2

Нефінансові винагороди інвесторам у сфері краудфандингу

№ з/п	Вид нефінансової винагороди	Приклад
1	Винагорода як подарунок	Надання подарункових CD, DVD, загрузка треків, контакти з авторами, автографи тощо
2	Фіксована винагорода у формі продукту	Винагородою є продукт, що фінансується: книга, фільм, музичний альбом, програмне забезпечення тощо. Найпопулярнішими винагородами донорів проектів через краудфандингову платформу Kickstarter у 2011 р. були: стилус вартістю 1–50 дол. — 5 623 донорів; інсайд грілка для кави вартістю 40 дол. — 4 246 донорів; кронштейн для кріплення iPhone на скло вартістю 25 дол. — 3 595 донорів; кліп тримач для камери за 50 дол. — 3 372 донорів; ручка за 50 дол. — 2 930 донорів; підставка для iPad вартістю 25 дол. — 2 515 донорів

Джерело: [7; 9].

Інвестиційний краудфандинг передбачає, що «підприємець-початківець платить своїм інвесторам частку від прибутку новоствореної компанії» [11]; акціонерний краудфандинг — «як винагороду донор одержує частку власності, акції підприємства, дивіденди чи право голосування на загальних зборах акціонерів» [7]. Інвестиційний і акціонерний краудфандинг складають зміст *краудінвестингу* — краудфандингової технології, що дає можливість соціальним інвесторам одержати частки власності та прибутку новостворених підприємств. «Сьогодні краудінвестинг — це перспективний і дуже цікавий напрям, який не тільки дозволяє стартапам зібрати кошти на реалізацію бізнес-ідеї, а й відкриває для непрофесійних інвесторів широкий спектр можливостей щодо створення джерел пасивного доходу» [12]. «Ви можете не просто дати грошей кльовим хлопцям, а проінвестувати, тобто одержати частку в прибутках майбутнього проекту» [13].

3. *Види краудфандингу залежні 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. Краудфандинговий майданчик у цьому разі є посередником і якоюсь мірою гарантом усієї процедури. Переваги для кредитора полягають у самій можливості надання кредиту, а для позичальника — у більш низьких тарифах і зручності одержання кредиту [7]. На думку А. Артамонова, P2P — це мережа, котра дозволяє оминати банк як додаткову ланку в ланцюжку поставок фінансових послуг, забезпечуючи більш високий дохід інвестору і більш низьку кредитну ставку позичальнику [2].

Висновки. Краудфандинг — це технологія соціального фінансування через Інтернет. Він мобілізує фінансові ресурси «натовпу», забезпечує використання фінансового потенціалу населення у виробничих, інноваційних, культурних та інших проектах, є механізмом соціальних інвестицій. Сутнісними характеристиками краудфандингу є багатосуб'єктність, мікрофінансування, глобальний простір соціального фінансування, мережевий принцип організації, економія на посередниках, мінімізація трансакційних витрат та ризиків венчурного інвестування. Залежно від мети розробників (авторів) проектів краудфандинг може бути соціальним, підприємницьким, новаторським, культурним, політичним тощо. Моделями краудфандингу є колективне фінансування і P2P, що передбачає прямий контакт соціального інвестора та автора проекту. У теперішній час в Україні існує тільки одна краудфандингова платформа — «Велика Ідея», ([biggggidea.com.](http://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]. Умови та проблеми розвитку краудфандингу в Україні становлять предмет подальшого дослідження краудсорсингових технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Американский техноблог PCWorld назвал знаковые события в сфере высоких технологий 2012 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://iee.org.ua/ru/prog_info/22807/.
2. Артамонов, В. Когда в Украине появится краудфандинг / В. Артамонов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://forbes.ua/opinions/1334049-kogda-v-ukraine-poyavitsya-kraudfanding>.
3. Пятковский, Ю. Народное финансирование IT-проектов — краудфандинг / Ю. Пятковский [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.ukr.net/news/narodnoe_finansirovanie_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. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау ; пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.

6. Ответ на главный вопрос краудфандинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/148106/>
7. Что такое краудфандинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding.
8. Юнус М. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Жоли. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. — 307 с.
9. И опять краудфандинг: сегодня по-американски [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/143353/>.
10. Эволюция Ра — социальная краудфандинговая сеть [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://crowdsourcing.ru/article/evolution-ra-social-crowdfunding-net>.
11. 16 января в казанском IT-парке прошел семинар «Краудфандинг в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://crowdsourcing.ru/article/yarmarkatshcheslaviya>.
12. Краудивестинг — новая модель заработка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.womanontop.ru/2012/09/kraudinvesting-novaya-model-zarabotka/>.
13. Краудинвестинг в России: как мы делали платформу для инвестиций, чего уже добились и в какие проекты уже можно инвестировать [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://habrahabr.ru/company/smartmarket/blog/176837/>.

КРАУДФАНДИНГ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ВИДЫ

Марченко О. С.

Раскрыта сущность краудфандинга как технологии социального инвестирования через Интернет. Обоснованы главные отличия краудфандинга: многосубъектность, микрофинансирование, опора на социальные сети, формирование глобального пространства коллективного финансирования, минимизация транзакционных издержек и рисков венчурного инвестирования, экономия на посредниках. Охарактеризованы основные виды краудфандинга. Доказано, что в условиях информационного общества краудфандинг является важной составляющей мирового финансового рынка.

Ключевые слова: краудфандинг, краудсорсинг, краудинвестинг, коллективное финансирование, социальные инвестиции, социальные сети.

CROWDFUNDING: SOCIO-ECONOMIC CONTENT AND TYPES

Marchenko O. S.

The essence of crowdfunding as technologies of social investments through the Internet are disclosed. The main differences crowdfunding: mass participation, microfinance, reliance on social networks and creating a global space of collective

financing, minimization of the transaction costs and risks of venture investment, savings on intermediaries are substantiated. The main types of crowdfunding are characterized. In the conditions of information society crowdfunding is an important component of the world financial market are proved.

Key words: *crowdfunding, crowdsourcing, crowdinvesting, collective financing, social investment, social networks.*

УДК 368:339

ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СТРАХОВА ГРУПА»

*Л. В. Нечипорук, доктор економічних наук, професор
Національний університет «Юридична академія України
імені Ярослава Мудрого»*

На основі інструментарію інституційної теорії обґрунтовано, що метою створення страхових груп є: підвищення ефективності діяльності окремих страховиків — учасників групи на підставі об'єднання та раціонального використання матеріальних, технологічних, фінансових та інформаційних ресурсів; реалізація інвестиційних проектів; підвищення конкурентоздатності страхових послуг; розширення ринків їх збуту.

Ключові слова: *страхування, фінансово-промислова група, страхова група, концентрація капіталу, централізація капіталу.*

Постановка проблеми. Атрибутами сучасного стану страхового ринку є його лібералізація, використання сучасних інформаційних, фінансових, банківських та страхових технологій, перехід на міжнародні стандарти аудиту і бухгалтерської звітності, подальша концентрація та централізація. Якщо концентрація капіталу являє собою його збільшення шляхом капіталізації частини додаткової вартості, тобто це відтворення капіталу в розширених масштабах, то централізація капіталу — це збільшення його розмірів унаслідок об'єднання або злиття раніше самостійних капіталів.

Зазначимо, що хоча концентрація тісно пов'язана з монополізацією, вона не обов'язково призводить до появи фірм-монополістів, але може прискорити утворення груп господарських структур, що не є винятком і для страхового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі визнано, що виявом концентрації і централізації капіталу є формування різноманітних форм фінансово-промислових корпоративних об'єднань (ФПКО), котрі мо-