

Марченко Ольга Сергіївна
Доктор економічних наук, професор кафедри економічної теорії
Національний університет
«Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

КРАУДФАНДИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ

Анотація Розкрито зміст краудфандинга як краудсорсингової технології колективного фінансування інноваційної діяльності інвесторами, поєднаними соціальними мережами. Проаналізовано особливості мережевого механізму залучення соціальних інвестицій. Доведено необхідність всебічного використання краудфандинга у сфері інновацій.

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

Аннотация Раскрыто содержание краудфандинга как краудсорсинговой технологии коллективного финансирования инновационной деятельности инвесторами, объединенными социальными сетями. Проанализированы особенности сетевого механизма привлечения социальных инвестиций. Доказана необходимость всестороннего использования краудфандинга в сфере инноваций.

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

Summary Maintenance of kraudfanding as kraudsourcing technologies of the collective financing of innovative activity by investors, united social internatworks is exposed. The features of network mechanism of attraction of social investments are analysed. The necessity of the comprehensive use of kraudfanding in the field of innovations is proved.

Key words: kraudsourcing, kraudfanding, innovative activity, collective financing, social networks, social investments.

У сучасній нелінійній моделі інноваційного процесу суб'єктам інноваційної діяльності притаманна тісна мережева взаємодія, що забезпечує реалізацію інноваційного проекту. Тому інноваційна діяльність фірми становить собою її співпрацю, взаємодію із зовнішніми учасниками інноваційних мереж. При цьому найважливішою функцією інноватора стає системна інтеграція всіх елементів і стадій інноваційного і виробничого циклів у рамках мережі незалежних учасників, що формується навколо нововведення.

Зовнішні мережі є для фірми джерелом ресурсів інноваційної діяльності: матеріальних, інтелектуальних, трудових, фінансових тощо. В умовах новітніх інформаційно-комунікаційних технологій можливості мережевої взаємодії в сфері інновацій значно збільшуються завдяки використанню краудсорсингових технологій (від англійського crowd-source-using – використання джерел ресурсів «натовпу»), орієнтованих на залучення за допомогою інтернет-мереж ресурсів величезної кількості людей, технологій колективного використання ресурсів, що долають територіальні, професійні, культурні, корпоративні та ін. обмеження сумісної інноваційної діяльності. Краудсорсинг суттєво розширює коло суб'єктів, ресурси яких залучаються для інновацій, значно збільшує кількість ресурсів, що використовуються у інноваційному процесі. Як пишуть автори книги «Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все» Дон Тапскотт, Энтони Д. Уильямс: «Доступність інформаційних технологій зростає, надаючи інструменти співпраці, створення цінності і конкуренції практично кожному. Це дає можливість людям вільно брати участь у процесі інновацій і створенні цінності у кожній економічній галузі»[1].

У 2006 році редактор і журналіст журналу Wired Джефф Хау уперше використав термін «краудсорсинг». Технології залучення та використання ресурсів «натовпу» він присвятив книгу «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса», у якій визначив: «Краудсорсинг – це не одна єдина технологія. Це термін, який охоплює різноманітну групу підходів, об'єднаних однією спільною рисою: всі вони засновані на участі безлічі людей»[2, с. 262]. У 2012 році в Росії відбулася перша блок-конференція з краудсорсингу «CROWDCON Краудсорсинг в России», на якій обговорювалися актуальні теми впровадження різних видів краудсорсингових технологій для ефективного менеджменту ідей, розвитку бізнес-інновацій, соціального конструювання майбутнього, фінансування проектів, розробки і виробництва товарів [3].

Найбільш розповсюдженими технологіями краудсорсингу є:

1) інтелектуальний краудсорсинг[4, с. 82] – технологія інтелектуальної співпраці поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту, технологія мережевої інтеграції неявних знань великої кількості людей («натовпу»), інтелектуальна взаємодія яких не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та ін. обмежень. «Краудсорсинг йде своїми коріннями в базовий егалітарний принцип: кожна людина має знання і таланти, які можуть виявитися потрібними іншим людям. У більш широкому сенсі краудсорсинг передбачає формування зв'язків між людьми» [2, с. 132];

2) краудрекрутинг (crowd-recruiting) – забезпечення інноваційної фірми необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах [5];

3) краудфандинг (donation of crowd – добровільний внесок натовпу) – технологія колективного фінансування інноваційних проектів.

Краудфандинг визначають як «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець». На думку Дж. Хау, «краудфандинг не залежить від знань, творчої енергії і поглядів широких кіл населення. Тут йдеться про залучення їх доларів, фунтів та песо»[2, с. 231].

Як відомо, залежно від джерела коштів фінансування інновацій може бути державним, корпоративним, індивідуальним (наприклад, інвестиції бізнес-янголів) та ін. Краудфандинг – це технологія соціального фінансування інновацій через інтернет-мережі, технологія соціальних інвестицій.

Соціальні інвестиції, по-перше, це інвестиції, що здійснюють особи, які не є інституційними інвесторами. По-друге, суб'єктами соціальних інвестицій виступають домогосподарства, для яких фінансування певних проектів (виробничих, інноваційних, культурних тощо) є заняттям тимчасовим і додатковим до основних видів економічної активності.

Соціальним інвестиціям притаманні такі відмінності:

–багатосуб'єктність (масовість): до фінансування інновацій залучаються кошти величезної кількості людей –«натовпу»;

–мережевий принцип організації фінансування: кошти залучаються шляхом встановлення взаємозв'язків інвесторів і інноваторів у соціальних мережах. «Скорочується кількість ієрархічних ланок через безпосередній зв'язок людей, які володіють грошима, з людьми, яким вони потрібні» [2, с. 231];

– необмеженість джерел коштів: краудфандинг долає притаманні іншим формам фінансування обмеження, пов'язані, наприклад, з місцезнаходженням інвестора і інноватора, рівнем розвитку національного та міжнародного фінансових ринків; станом фінансової інфраструктури, що забезпечує рух коштів, національним регулюванням фінансової сфери, менеджментом корпорацій тощо. Краудфандинг створює глобальний простір соціального фінансування інновацій і спирається на нього. Завдяки глобальному простору соціальний банк –краудфандинг використовує макрофінансовий потенціал «натовпу»;

–мікрофінансування: краудфандинг – це технологія соціальних мікроінвестицій у інновації, оскільки населення вкладає невеликі суми у різні проекти. «Краудфандинг користується колективним гаманцем, дозволяючи населенню фінансувати проекти, які вони вважають, що ті того варті, вкласти по кілька доларів то в один проект, то в інший»[2, с. 233];

–економія трансакційних витрат: інноваційна фірма, використовуючи технологію краудфандингу, мінімізує витрати, пов'язані з діяльністю з залучення коштів на фінансовому ринку;

Використання інноваційною фірмою технології краудфандингу потребує істотної перебудови її менеджменту: по-перше, зовнішня мережа соціального мікрофінансування (колективний гаманець) є її соціальним капіталом,

управління яким повинно бути визнано одним з найважливіших напрямів інноваційного менеджменту; по-друге, краудфандинг базується на довірі учасників соціального фінансування (мікроінвесторів і інноваторів), отже, менеджмент інноваційної фірми повинен забезпечити їй необхідний рівень мережевої репутації; по-третє, нагального вирішення потребують проблеми забезпечення правового поля здійснення соціальних інновацій; по-четверте, треба також вказати на необхідність убезпечення як соціальних інвесторів, так і інноваторів від злочинного використання колективного гаманця.

Таким чином, краудфандинг це технологія краудсорсингу, що спрямована на здійснення колективного фінансування. Краудфандинг мобілізує фінансові ресурси «натовпу», забезпечує використання фінансового потенціалу населення у виробничих, інноваційних, культурних та ін. проектах, виступає механізмом соціальних інвестицій. Поширення краудфандингу диктує необхідність розробки теоретичних засад нової складової менеджменту інноваційної фірми – управління соціальними інвестиціями.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Танскотт Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все /Д. Тапскотт, Э. Д. Уильямс. – М.: BestBusinessBooks, 2009. – 392 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [<http://www.likebook.ru/books/download/98707/>].
2. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; пер. с англ.. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – 288 с.
3. Идеология коллективного творчества или «инновации вскладчину» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [<http://thinkinnovative.ru/?p=2112>].
4. Джайлс М. Настоящие друзья / Мартин Джайлс // Мир в 2050 году; под. ред.. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013. – 368 с.
5. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов / Компаньон. –2012. – 31 августа [Електронний ресурс] – Режим доступу: [<http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>].