

Марченко О. С.

д. е. н., проф.,

*Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна*

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Світова фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. сприяла бурхливому розвитку новітніх інвестиційно-кредитних технологій, які є альтернативними традиційному механізму надання фінансових послуг. Складнощі та ризики, пов'язані з кредитуванням та здійсненням інвестицій обумовили зростання попиту на послуги нових фінансових посередників, діяльність яких базується на використанні Інтернет-ресурсів.

Новітніми технологіями інвестування через Інтернет є:

– краудфандинг (від англ. crowdfunding: «crowd» – натовп, «funding» – фінансування) – технологія залучення коштів великої кількості інвесторів – користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами. «Краудфандинг користується колективним гаманцем, дозволяючи населенню фінансувати проекти, які вони вважають, що ті того варті, вкладати по кілька доларів то в один проект, то в інший» [1, с. 233]. Головними суб'єктами фінансування на базі краудфандингу 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;

– інвестиційний (акціонерний) краудфандинг або краудінвестинг, що дає можливість інвесторам отримати частки власності та прибутку новостворених підприємств. Винагородою інвестору є: а) частка прибутку від реалізованого проекту; б) певна кількість акцій новоствореного підприємства;

– краудлендинг – технологія кредитування через Інтернет, що охоплює: 1) P2P – кредитування фізичними особами фізичних осіб; 2) P2B – кредитування фізичними особами юридичних осіб, насамперед, підприємств малого і середнього бізнесу [2].

Зазначені технології колективного фінансування базуються на використанні Інтернет - платформ, головними функціями яких є такі: 1) інформаційна – надання інформації з питань пропозиції фінансових ресурсів фізичних осіб та попиту на них з боку фізичних чи юридичних осіб; б) комунікаційна – забезпечення зв'язків між донорами і реципієнтами, кредиторами і позичальниками; в) маркетингова – просування фінансових послуг через Інтернет-платформи; г) функція інтелектуального краудсорсингу (краудсорсингу ідей) як технології інтелектуальної співпраці у соціальних мережах через Інтернет з метою продукування та вибору ідей проекту. «Поки що проект знаходиться на стадії розробки, одне з основних завдань полягає в тому, щоб усунути можливі недоробки в ньому. Краудфандинг дозволяє отримувати коментарі та ідеї від безлічі

мікроінвесторів» [3]. Зазначені функції здійснюються за комісійну винагороду. Так, комісія [Kickstarter](#) складає 5 % від отриманої розробником проекту суми[4].

Краудфандингові та краудлендингові платформи є віртуальними фінансовими посередниками, які наближують один до одного авторів, розробників проектів та потенційних інвесторів. За рівнем спеціалізації вони розділяються на відкриті, яким притаманна орієнтація на широкую Інтернет-спільноту без територіальних, галузевих та професійних обмежень, і нішеві, діяльність яких спрямована на окремі галузі, регіони, групи учасників, напрями фінансування тощо. Світовим лідером є міжнародна краудфандингова платформа [Kickstarter](#), завдяки посередництву якої у 2011 році було запущено понад 27 тисяч проектів та зібрано майже 10 млн. дол.[5]. В Україні діють національні краудфандингові платформи: «Велика Ідея», ([biggggidea.com](#)).

Головні умови розвитку краудфандингу і краудлендингу залежно від суспільної сфери, до якої вони належать, можна визначити як: техніко-технологічні, мережеві, соціально-економічні, культурологічні, правові, управлінські.

До техніко-технологічних умов належать такі: рівень розвитку інтернет-мереж, наявність, кількість, інтенсивність та ефективність функціонування спеціалізованих Інтернет-майданчиків, розвиток соціальних мереж, які соціо-технологічним середовищем новітніх технологій інвестування, що забезпечує і розширює зв'язки соціальних інвесторів і творців нових ідей, продуктів тощо. Краудфандингові технології спираються на Інтернет-ресурси, рівень доступу до яких населення країни безпосередньо впливає на їх розвиток, розповсюдженість та ефективність.

Головними соціально-економічними умовами розвитку новітніх інвестиційних технологій є рівень доходів населення країни, ступень диверсифікації об'єктів, форм, інструментів їх накопичення, заощадження та використання, розвиненість мережі та інфраструктури мікрофінансування, розвиток системи розрахунків. Але наявність економічних умов не є гарантією розвитку краудфандингу та краудлендингу в країні, якщо є відсутнім соціальний капітал колективного фінансування, ядро якого складає довіра потенційних інвесторів до творців проектів, які фінансуються. В Україні низькі доходи переважної частки домогосподарств спрямовуються на поточне споживання, а прошарок населення з високими доходами не має економічної мотивації до колективних мікроінвестицій, оскільки: по-перше, у нього є можливості для здійснення власної інвестиційної програми, у тому числі і за межами країни; по-друге, винагороди в сфері краудфандингу не є високими та постійними, тому колективне фінансування не може забезпечити реалізацію підприємницького мотиву інвестицій. Низькою є і гуманітарна мотивація колективного фінансування як висока оцінка суспільного значення допомоги у здійсненні інноваційних проектів, як зацікавленість у поширенні певних знань, у розвитку науки, культури тощо.

Стосовно правових умов, то в Україні нагального вирішення потребують проблеми забезпечення правового поля здійснення соціальних інновацій; убезпечення соціальних інвесторів, кредиторів і позичальників від злочинного використання колективного гаманця.

Не менш важливим є створення необхідних управлінських умов. Використання фірмою-ініціатором проекту 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 менеджменту; по-друге, краудфандинг базується на довірі учасників соціального фінансування (мікроінвесторів і інноваторів), отже, менеджмент фірми повинен забезпечити їй необхідний рівень мережевої репутації.

Література:

1. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; пер. с англ.. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
2. Обзор российского и мирового рынков краудлендинга по итогам 2013 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-rossiyskogo-i-mirovogo-rynkov-kraudlendinga-po-itogam-2013-goda
3. 10 главных преимуществ краудфандинга по версии Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spb-venchur.ru/news/18887.htm>
4. Пятковский, Ю. Народное финансирование IT-проектов – краудфандинг [Электронный ресурс] / Ю. Пятковский– Режим доступа: http://www.ukr.net/news/narodnoe_finansirovanie_it_proektov_kraudfanding-20587134-1.html
5. И опять краудфандинг: сегодня по- американски [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/143353/>