

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ, СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ
ТА СОЦІОЛОГІЇ**

**КРАУДСОРСИНГОВА ПЛАТФОРМА ЯК ТЕХНОЛОГІЯ
СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 4 курсу 07-411 групи
Спеціальності 231 Соціальна робота
Освітньо-професійної програми «Соціальна робота»
Спеціалізація: управління персоналом
Вікторія ДМИТРІЄВА

Керівник: к.пед.н., доцент Тетяна КОРШУН
Рецензент: к.псих.н., доцент Іван КРУПНИК

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРАУДСОРСИНГУ В ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Теоретичні засади краудсорсингу в історії дослідження проектів.....	6
1.2. Краудсорсинг для малого бізнесу.....	13
1.3. Експонентний розвиток краудсорсингу як інструмент активізації інноваційної діяльності.....	27
РОЗДІЛ 2 КРАУДСОРСИНГ ТА ЙОГО ТЕОРЕТИЧНА ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ.....	34
2.1. Технологізація крауд-платформ.....	34
2.2. Перспективи застосування краудфандингу та краудінвестингу для фінансування стартап-проектів.....	35
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ	
Додаток А. Кодекс академічної доброчесності здобувача вищої освіти Херсонського державного університету.....	49

ВСТУП

У сучасному світі дуже стрімко розвиваються інформаційні технології. На перший план у галузі розповсюдження інформації виходять соцмережі, а не традиційні медіа. Фінансова галузь також не є виключенням – традиційні ролі виробника та споживача переживають період трансформації, кордони між ними нівелюються, ролі стають аморфними та гнучкими, споживач стає активнішим, а виробник навпаки може проявляти пасивність. Відповідно до нових умов з'являється безліч варіантів нових методик акумуляції стартового капіталу та формуються нові фінансові інструменти взаємодії учасників процесу. Одним із проявів таких інновацій є прискорений розвиток краудсорсингу – феномену сучасного фінансового світу та якісно нового сегменту фінансового ринку, який за своєю суттю є нічим іншим як способом альтернативного фінансування. Починаючи з 2019 року у світі було проведено більш ніж 1 млн успішних кампаній зі збору коштів на різноманітні бізнес-проекти засобами краудтехнологій.

Власне поняття «краудсорсинг» було введено до широкого обігу у червні 2006 року, його використали Джеф Хофі та Марк Робінсон у журналі Wired Magazine [12]. За різними точками зору «краудсорсинг» означає:

- 1) «застосування колективного розуму та праці добровольців для різних корисних цілей, зокрема і комерційних» [22, с. 39];
- 2) «передачу організацією певних функцій невизначеному колу осіб без укладання трудової угоди на основі публічної оферти» [22];
- 3) «процес передачі завдань значній, часто анонімній, кількості індивідів та залучення їхніх активів, ресурсів, знань або досвіду» [30:с.8];
- 4) у контексті краудфандингу – колективного фінансування, мета якого полягає у збиранні фінансів для інвестицій, переважно через соціальні мережі.

Надважливою основою краудсорсингу, як зазначають автори ідей та законодавство, являється: добровільність та структурованість.

Дослідження спеціалізованої і наукової літератури дозволяє констатувати, що краудсорсинг на сьогоднішній день є недослідженою галуззю у вітчизняній науковій літературі та згадується виключно в друкованих та онлайн-виданнях, які зорієнтовані на надання практичної консультативної допомоги у сфері бізнесу та фінансів. Але світова наукова думка вже має певні напрацювання у цій галузі, зокрема вони стосуються визначення поняття «краудсорсинг», виокремлення сутнісних характеристик цього явища, класифікації краудсорсингу, та багато іншого. Найвідомішими дослідниками у цій галузі є П. Беллефлемм, С. Вевен, Т. Ламберт, А. Лей, Й. Хемер, А. Швенсбахер, та ін. саме опрацювання результатів їх досліджень та аналіз практичного впровадження краудсорсингу у сучасному фінансовому світі дає можливість зробити перші узагальнення з цієї актуальної проблематики та окреслити стан краудсорсингу в Україні та його перспективи.

Виходячи із сказаного вище, тема кваліфікаційної роботи (проекту) **«Краудсорсингова платформа як технологія сучасної соціальної допомоги»** є надзвичайно актуальною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Кваліфікаційну роботу (проект) виконано у межах наукової теми кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології Херсонського державного університету «Сучасні технології формування професійної активності в умовах трансформації сучасного українського суспільства» (державний реєстраційний № 0117U006790). Тему дослідження обговорено та затверджено на засіданні кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології (протокол від 01.11.2019 р. № 4) та Наказом по Херсонському державному університету від 22.04.20 20 р. № 383-Д «Про затвердження тематики кваліфікаційних робіт (проектів) здобувачів ступеня вищої освіти бакалавр заочної форми навчання у 2019-2020 навчальному році».

Метою дослідження є аналіз можливостей застосування краудтехнологій у соціальній роботі.

Для досягнення мети дослідження були поставлені наступні **завдання**:

- Визначити теоретичну базу краудсорсингових технологій шляхом аналізу наявних у науковій літературі, ЗМІ та інших джерелах публікацій;
- Виявити можливі галузі впровадження краудсорсингу у соціальній сфері, визначити позитивні та негативні сторони краудсорсингу;
- Визначити роль краудтехнологій в соціальній роботі;
- Охарактеризувати можливості застосування технологій краудсорсингу для подолання проблеми залучення інвесторів для впровадження соціальних проєктів.

Об’єкт дослідження: краудсорсингові технології.

Предмет дослідження: краудсорсингова платформа як технологія сучасної соціальної допомоги.

У дослідженні використано такі теоретичні методи дослідження: емпіричні, аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, систематизації та класифікації.

Практичне значення дослідження полягає у теоретичному узагальненні поняття, сутності, видів краудсорсингових технологій, можливості їх застосування в соціальній сфері сучасної Української держави. Окрім того, дослідження дає можливість розробити практичні рекомендації відносно проектування, створення та технічної підтримки краудсорсингової платформи у будь-якій галузі.

Апробація результатів дослідження. Матеріали дослідження обговорювались на засіданнях кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології (протокол від 01.11.2019 р. № 4, від 10.03.2020 р. № 9, від 13.04.2020 р. № 10).

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 71 сторінка, основного тексту – 50 сторінки та списку використаних джерел (48 найменувань).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРАУДСОРСИНГУ В ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Теоретичні засади краудсорсингу в історії дослідження проєктів

Краудсорсинг виник як ідея підтримки та набуття поширеності для творчих проєктів і культурно-мистецьких заходів та використовується для надання соціальної та навіть фізичної допомоги постраждалим, проведення соціальних чи політичних акцій, підтримку соціальних стартапів чи створення соціального новітнього продукту тощо.

Поняття колективного фінансування ґрунтується на більш широкій концепції краудсорсингу, від англ. crowdsourcing, де «sourcing» – «збір, використання ресурсів». Термін «краудсорсинг» був вперше використаний Джефом Хофі і Марком Робінсон в червні 2006 року в журналі Wired Magazine [3].

Існує кілька визначень поняття «краудсорсинг»:

- 1) «використання колективного розуму і праці добровольців для різних корисних цілей, зокрема і комерційних» [4, с.39];
- 2) «передачу організацією певних функцій невизначеному колу осіб без укладання трудової угоди на основі публічної оферти»[2];
- 3) «процес передачі завдань значній, часто анонімній, кількості індивідів та залучення їхніх активів, ресурсів, знань або досвіду» [5, с. 8];
- 4) «отримання ідей, відгуків для прийняття рішень щодо розвитку діяльності корпорації» [6, с. 4].

Краудсорсинг, як система колективного фінансування, має на меті збір фінансових активів для інвестування у різнопланові бізнес-ідеї, стартапи, проєкти та використовує для цього переважно соціальні мережі та спеціалізовані крауд-платформи.

У сучасному світі дуже стрімко розвиваються інформаційні технології. На перший план у галузі розповсюдження інформації виходять соцмережі, а не традиційні медіа. Фінансова галузь також не є виключенням – традиційні ролі виробника та споживача переживають період трансформації, кордони між ними нівелюються, ролі стають аморфними та гнучкими, споживач стає активнішим, а виробник навпаки може проявляти пасивність. Відповідно до нових умов з'являється безліч варіантів нових методик акумуляції стартового капіталу та формуються нові фінансові інструменти взаємодії учасників процесу. Одним із проявів таких інновацій є прискорений розвиток краудсорсингу – феномену сучасного фінансового світу та якісно нового сегменту фінансового ринку, який за своєю суттю є нічим іншим як способом альтернативного фінансування. Починаючи з 2019 року у світі було проведено більш ніж 1 млн успішних кампаній зі збору коштів на різноманітні бізнес-проекти засобами краудтехнологій.

Дослідження спеціалізованої і наукової літератури дозволяє констатувати, що краудсорсинг на сьогоднішній день є недослідженою галуззю у вітчизняній науковій літературі та згадується виключно в друкованих та онлайн-виданнях, які зорієнтовані на надання практичної консультативної допомоги у сфері бізнесу та фінансів. Але світова наукова думка вже має певні напрацювання у цій галузі, зокрема вони стосуються визначення поняття «краудсорсинг», виокремлення сутнісних характеристик цього явища, класифікації краудсорсингу, та багато іншого. Найвідомішими дослідниками у цій галузі є П. Беллефлемм, С. Вевен, Т. Ламберт, А. Лей, Й. Хемер, А. Швенсбахер, та ін. Саме опрацювання результатів їх досліджень та аналіз практичного впровадження краудсорсингу у сучасному фінансовому світі дає можливість зробити перші узагальнення з цієї актуальної проблематики та окреслити стан краудсорсингу в Україні та його перспективи.

Провідні теоретики явища краудсорсингу П. Беллефлемм, Т. Ламберт, А. Швенсбахер визначають його як: «відкритий конкурс, в основному через

Інтернет, для забезпечення фінансовими ресурсами або у формі пожертвування або в обмін на майбутній продукт або іншій формі винагороди для підтримки ініціатив для специфічних цілей» [6, с. 8].

Й. Хемер практично повторює своїх колег, проте вносить деякі нові правки до визначення поняття, акцентуючи увагу на тому, що акумуляція фінансових активів здійснюється «у формі пожертви або в обмін певної форми винагороди або голосуючих прав для підтримки ініціатив для специфічних цілей» [55, с.8].

А. Лей та С. Вевен детально зупиняються на такій особливій рисі краудсорсингу як «можливість фінансування венчурних проєктів» та визначають його як «зростаючий он-лайн тренд, що представляє новий потенціальний пул капіталу як ресурсу для формування акціонерного капіталу стартап-проєктів» [17, с. 86].

Виходячи з наведених трактувань поняття краудсорсингу, можна зробити висновок, що вони на даному етапі є досить подібними одне до одного. Пояснити це можна передусім невеликим проміжком часу, протягом якого існують краудсорсингові технології та недостатнім рівнем диференціації сфер та методик їх застосування. У авторському розумінні краудсорсинг – це «інноваційна фінансова послуга, головна ідея якої ґрунтується на співпраці у формі колективного фінансування ризикових проєктів заради досягнення визначених специфічних цілей, фінансових чи не фінансових, або без розрахунку на вигоду у формі пожертви чи спонсорства, або з розрахунком на фінансову чи нефінансову вигоду, що здійснюється шляхом формування пулу капіталу, який надходить у незначних сумах від значної невизначеної кількості осіб на основі відкритого конкурсу за допомогою Інтернет-технологій» [36].

Після визначення дефініції слід розглянути особливості краудсорсингу як фінансової інновації, що дозволяє визначити його як явище постіндустріальної економіки. Дослідження сутності краудсорсингу дозволяє стверджувати, що виникнення феномену краудсорсингу стало можливим

лише завдяки формуванню інформаційно-інноваційної економіки. Перш за все краудсорсинг є продуктом поширення інформаційно-комунікаційних технологій, насамперед, Інтернету. У книзі «Маніфест нової економіки» А. Долгін говорить: «Інтернет призвів до революції, коли забезпечив миттєвий зв'язок людини з людиною та доступ до будь-якої інформації» [14, с. 34].

Саме завдяки комунікативним можливостям Інтернету краудсорсинг зміг інституціоналізуватися як фінансова послуга, спроможна за короткий проміжок часу зібрати значні фінансові активи, джерелами яких може бути безкінечна кількість осіб, які мають доступ до світової глобальної мережі. Технічно послугу можливо втілити шляхом створення специфічного порталу – крауд-платформи на основі Web 2.0, де організатор та розробник проекту має можливість розмістити загальну інформацію про проект, фінансова допомога у впровадженні якого йому необхідна.

За своєю суттю краудсорсинговий проект є звичайним суспільно важливим проектом, він може бути спрямований на будь-яку сферу суспільного життя, може бути різного масштабу та виду, зокрема малим або великим, груповим або індивідуальним, як правило локального спрямування, але такий проект перебуває у пошуку повного фінансування шляхом залучення не одного спонсора або інвестора, а великої кількості більш дрібних вкладчиків, якими виступають передусім приватні особи. Сучасний розвиток інформаційних технологій допомагає зробити пошук таких інвесторів швидким та зручним, адже відбувається він онлайн у всесвітній мережі інтернет, для таких проектів існують спеціалізовані платформи, до яких мають вільний доступ як автори проектів, так і широкі кола громадськості і де будь-хто може внести кошти на користь проекту, який його зацікавив [38].

«Спеціалізовані інтернет-платформи допомагають створювати максимально повний опис проекту та потреби у фінансуванні. Як правило, вони дозволяють використовувати вкладення у вигляді фотографій, посилань

на відео, документи, зокрема бізнес-план та інше. Тут же вказується сума, термін, на який залучаються гроші і бажаний відсоток доходу потенційного інвестора. Якщо проект носить характер пожертвування, то вказується, що це безповоротна фінансова допомога» [19]. PR та поширення інформації про крауд-проекти як правило проводиться із застосуванням соціальних мереж, які мають можливість розповсюдити інформацію у доступній та яскравій формі та практично миттєво, що власне і є визначальним у процесі збору коштів.

А. Долгін наголошує: «споживча селекція якості є універсальним способом мобілізації інформаційних ресурсів соціуму. Цей механізм дозволяє отримати максимум цінності із дій людських мас – а саме від її здатності збирати і обробляти інформацію. При цьому індивіди виступають одночасно і творцями інформаційного продукту, і його безпосередніми споживачами» [4, с. 41]. В цьому контексті доречно перефразувати відомий ленінський лозунг: «Знання стають силою, коли вони оволодівають масами» на фразу наступного змісту: «Знання, якими володіють маси, стають великою силою».

Сучасна світова економічна система побудована таким чином, що колаборативна фільтрація дозволяє індивіду полегшити розв'язання одвічної проблеми вибору, автоматизація та інформатизація практично усіх сфер економічного життя дозволяє мінімізувати фінансові втрати та затрати часу на пошук, систематизацію та виокремлення інформації, яка цікавить певного конкретного індивіда. За таких умов механізм колаборативної фільтрації дозволяє знизити трансакційні витрати, насамперед, інформаційні. А. Долгін переконаний: «головним надбанням інформаційно-комунікаційних технологій є здешевлення комунікацій, оскільки з'явилися можливості для прямого, ніким не опосередкованого обміну з вуст у вуста, а також для відкритого обміну в колективі, коли приватне висловлювання не передається за ланцюжком, а доступно відразу всім членам суспільства» [14, с. 45].

У такий спосіб процес відбору проектів стає більш ефективним: індивідів отримати вигаш від задоволення своїх інтересів у формі компенсації, що ними й обрана – моральна, матеріальна і фінансова компенсація; ініціатори крауд-проектів здобувають фінансування у таких розмірах, які їм необхідні та у найкоротші терміни, минаючи фінансових посередників з метою втілення будь-яких креативних проектів найрізноманітніших напрямків – у соціальній, екологічній, благодійній, комерційній галузях. Крім того організатори крауд-платформ отримують відповідні комісійні та мають змогу отримувати прибуток від благодійної діяльності та новітніх ідей. Економічна сфера загалом показує загальний приріст обсягів реалізації наявної або ще невідомої інноваційної продукції, приріст сукупного національного продукту, створює нові робочі місця, знижує витрати та багато іншого за умови фінансування інвестиційних проектів. У сфері розвитку соціуму загалом відбувається зростання рівня суспільних благ, з'являється реальна можливість втілити найактуальніші соціальні проекти, підвищується рівень суспільної довіри та єдності.

«Ще однією перевагою краудсорсингу в контексті колаборативної фільтрації є можливість відновити паритет у обізнаності споживача і виробника про якість товарів, блокуючі тенденцію відбору, що погіршується, яка виникає в умовах інформаційної асиметрії» [14, с. 52].

Зниження інформаційної асиметрії та трансакційних витрат на етапах *ex ante* и *ex post* здобувається шляхом поєднання технічних та організаційних можливостей, у тому числі факторів візуалізації проектів, забезпечення безпечного та прозорого збору фінансів та подальшого втілення проекту, інвестори мають змогу постійно проводити моніторинг втілення проектів на будь-якому етапі у режимі онлайн та засобами зворотного зв'язку. Самі учасники фінансового ринку наголошують на тому, що задля успіху та реалізації проекту, важливо, аби він чітко давав відповідні на такі питання: куди конкретно піде кожна сума і що отримують учасники фінансових операцій. Особливо важливим є від самого початку визначитися з реальною

сумою грошей, яку можливо накопичити за відведений для збору фінансів період часу. Ще одним чинником успіху є реклама проекту на всіх можливих каналах комунікації, щоб якомога більше людей дізналися про нього. Виконання цих простих вказівок значно підвищує шанси крауд-проекту на успіх [14].

Отже, важливою перевагою краудсорсингу, що забезпечує зниження інформаційної асиметрії, є удосконалення процесу управління проектом та підвищення його ефективності за допомогою зворотного зв'язку, комунікаційні можливості якого значно підвищились внаслідок застосування Інтернет-технологій. За таких умов значна частина функцій моніторингу реалізації проекту передається інвесторам.

Продовжуючи аргументація на користь можливостей краудсорсингу знизити прояви інформаційної асиметрії слід зазначити, що краудсорсинг дозволяє також знизити ризик шахрайства та добросовісності [49].

Втім, хочемо наголосити, що хоча краудсорсинг дозволяє знизити трансакційні витрати та інформаційну асиметрію, але не здолає її зовсім. Реалізація краудсорсингових проектів пов'язана з невизначеністю, оскільки більшість проектів є досить новітніми, а отже, ризикованими. Тому надавачі грошових коштів, насамперед, інвестори, повинні враховувати ризики реалізації проектів.

Ідеологія краудфандингу базується на концепції соціальної відповідальності, в основу якої покладено взаємну довіру між усіма учасниками процесу. У цьому контексті провідною є думка, що «соціальна відповідальність є проявом вищого рівня суспільної свідомості, яка стала можливою завдяки багатьом чинникам, серед яких слід виділити, насамперед, зростання рівня свободи та свідомості особистості у новому суспільстві. В свою чергу, підвищення рівня довіри між учасниками краудфандингового проекту, як вже зазначалося, підкріплене технічними можливостями Інтернет-технологій, що дозволяють контролювати всі етапи процесу збору коштів та реалізації проекту» [11].

На сьогоднішній день більшість соціально значущих проєктів підтримується завдяки благодійникам та жертводавцям, що є прямим свідченням того, що рівень соціальної свідомості окремих громадян та суспільства у цілому невпинно зростає. Тому, використовуючи термінологію неінституціональної теорії та цивілізаційної парадигми, можна сміливо говорити, що краудсорсинг надає підтвердження олюдненості та усупільненості соціально-економічних відносин у нових економічних умовах, окрім того це свідчить також про демократизацію та соціалізацію фінансової сфери. Загалом відбувається конвергенція економічних, соціальних і екологічних інтересів бізнесу та соціуму, що знаменує поступовий перехід до соціальних фінансів.

В той же час краудсорсинг є проявом і капіталістичної економіки, оскільки дозволяє інвесторам отримувати доходи на інвестиціях в добродійні справи.

За результатами проведеного дослідження можна констатувати, що «краудсорсинг як фінансова інновація знайшов свою нішу і своє місце у новій інформаційно-інноваційній, креативній економіці та продовжує набирати оберти. В Україні з'явилися лише перші паростки такого виду фінансових послуг, але їх розвиток буде залежати в майбутньому від багатьох суб'єктивних та об'єктивних чинників» [29, с. 15].

Подальше вивчення фінансового феномену краудсорсингу у різних його проявах, вироблення працюючого механізму колективного фінансування, вдосконалення методик, розширення спектру технологій, адаптація вітчизняного законодавства можуть дати Україні надзвичайно широкий діапазон можливостей для втілення найкреативніших соціальних проєктів.

1.2. Краудсорсинг для малого бізнесу

З'ясовано, що найбільший успіх при фінансуванні малого бізнесу шляхом краудсорсингу в Україні можуть мати проєкти глобального бізнесу,

орієнтованого на задоволення потреб споживачів місцевої громади. Тема краудфандингу є дуже популярною в останні роки, причому як у науковій літературі, так і як практичне керівництво з ведення інвестиційної діяльності. Більшість авторів згодні з визначенням краудфандингу, яке дали А. Вієнна чері Б. Латеральне у статті «Краудфандинг малої підприємницької діяльності»: «Відкритий заклик, в основному через Інтернет, для надання фінансових ресурсів або у вигляді пожертвування чи в обмін на будь яку форму винагороди і права голосу з метою підтримання ініціатив для конкретних цілей» [51, с. 372].

Іншими словами, під краудсорсингом розуміють добровільну колективну співпрацю людей, спрямована на фінансування зусиль інших людей або організацій (краудсорсингових проектів), які представлені в Інтернеті на спеціалізованих сайтах (краудсорсингових платформах), що є посередниками та організаторами їх взаємодії. Існують різні думки з приводу характеристик фінансування краудсорсингових проектів. Так, американський учений Е. Моллік при дослідженні динаміки краудфандингу виокремлює такі його моделі.

Перша – модель філантропії, за якої «спонсори виступають у ролі благодійників, які не очікують прямого повернення своїх пожертвувань. Такі ініціативи спрямовані переважно на реалізацію гуманітарних цілей або на здійснення проектів у галузі мистецтва» [32, с. 52].

У другій – моделі кредитування – «кошти надаються у вигляді кредиту з очікуванням певної норми прибутку на вкладений капітал. У випадку мікрокредитування кредитор може бути більш заінтересований в отриманні соціальної користі від кредитованого заходу, ніж у поверненні суми кредиту з процентами. У даному разі також є елементи моделі філантропії» [32, с. 53].

Третій підхід передбачає одержання винагороди за підтримку проекту, але не в грошовій формі. Це можуть бути «згадування у фільмі, участь у розробці продукту, зустріч з творцями проекту. Дана модель може розглядати спонсорів як перших клієнтів, надаючи їм доступ до продукції,

виробленої в ході фінансового проекту, на ранній стадії, за кращою ціною або з будь-якими іншими спеціальними вигодами» [32, с. 54].

Німецький вчений І. Химер у своїй праці «Коротка характеристика краудфандингу» пропонує таку категоризацію моделей краудфандингу [31]. Модель пожертвувань передбачає певну немонетарні «винагороду спонсорам за їх підтримку, хоча в загальному випадку пожертвування, за визначенням, є альтруїстичним актом, без будь-яких зобов'язань з боку отримувача». Такі винагороди часто мають нематеріальну форму, наприклад, лист подяка на електронну пошту, автограф артиста, згадування імені «донора» в титрах фільму чи на обкладинці музичного диску, запрошення відвідати знімальний майданчик або майстерню художника, вернісаж чи вечерю, а також навіть незначна роль у фільмі, який фінансується. «Деякі винагороди можуть бути у вигляді невеликих подарунків, таких як футболки, що рекламують проект, тощо. У моделі спонсорства ініціатори проекту і спонсори домовляються з приводу винагороди, яку ініціатор зобов'язується надати в обмін на кошти. Часто ці винагороди мають форму послуг, таких як просування і маркетинг на користь спонсора» [31, с. 45].

Модель попередніх продажів (попередніх замовлень) передбачає, що пожертвування призначається для допомоги у виробництві кінцевого продуктів (книги, фільму, музичного альбому, театральної вистави, програмного забезпечення, технічних новинок, сільськогосподарської продукції, нового сервісу тощо) з обіцянкою надати спонсований продукт (послугу) до початку його масового поширення. У даному випадку спонсор стають ексклюзивними (на певний момент часу) користувачами продукту і (або) послуги.

Незважаючи на деякі відмінності в запропонованих категорнізаціях, вчені сходяться в думці про те, що критичним аспектом краудсорсингу є питання отримання компенсації, подяки та (або) винагороди. З точки зору «The Crowdfunding Centre», провідного світового агрегатора інформація про існуючі краудфандингові проекти і платформи, краудсорсинг являє собою

“зсув парадигми, яка створює руйнівний виклик і новий вимір світової економіки” . За словами одного з експертної, “гігантський новий ринок капіталу формується на наших очах, і це його перші кроки”. Всього 5 років тому це був відносно невеликий ринок (880 млн. дол. у 2010 р.) [47]. За даними звіту компанії “Massolution”, яка спеціалізується на дослідженнях і консалтингу на ринку краудфандингу, цей ринок зріс на 167% у 2014 р. і досяг 16,2 млрд. дол. порівняно з 6,1 млрд. дол. у 2013 р. Попередні розрахунки за 2015 р. знову показали подвоєння ринку і досягнення позначки в 34,4 млрд. долл. Для прикладу: індустрія венчурного інвестування становить у середньому 30 млрд. долл. щороку (близько 45 млрд. дол. у 2014 р.), тоді як ринок ангельських інвестицій – у середньому 20 млрд. дол. на рік (рис.) [47]. Таким чином, ринок краудфандингу починає конкурувати з ринком венчурного фінансування. За оцінками Світового банку, при збереженні тенденції до подвоєння ринок краудфандингу досягне 90 млрд. дол. до 2020 р. [47].

Виходячи з отриманих даних, можна припустити, що можливості краудсорсингу ще не повністю використовуються для розвитку бізнесу. Безумовно, найбільш популярними і такими, які найчастіше висвітлюються у пресі, є проекти розробки технологічних новинок, проведення благодійних, соціальних і культурних заходів. «Дрібні інвестори, безумовно, більш схильні направляти свої кошти у знайомі їм і близькі для розуміння галузі, тому, з нашої точки зору, розвиток бізнесу, щонайменше, за показником кількості проектів, не є їх пріоритетом» [42]. Сформована особливість краудсорсингових проектів позначилась і на тематичні наукових досліджень. Вони проводяться в різних напрямках і залучають учених з багатьох країн. Наприклад, мотивації учасників та ініціаторів краудсорсингових проектів присвячено такі наукові праці: дискусійна стаття бельгійських і французьких учених П. Беллефламме, Т. Ламбертна і А. Счвієнбачера «Краудфандинг: виявлення правильного натовпу» [54]; стаття американських вчених з Північно Західного університету штату Іллінойс «Краудфандинг: чому люди

мотивовані виставляти і фінансувати проекти на краудфандингових платформах» [61]; спільна стаття вчених з Університету Бокконі А. Орданінні Л., Міцелі М. та університету Майамі А. Парасурамана «Краудфандинг: трансформація клієнтів в інвесторів за допомогою інноваційних сервісних платформ» розглядає питання заінтересованості інвесторів у фінансуванні краудфандингових проектів [37]. Цьому самому питанню присвячено згадування раніше працю І. Хемера [3]. Фактори, від яких залежить успіх краудфандингових проектів, розглядають: Е. Молл [42], вчені з Університету Торонто А.К. Агравал і А. Голдфарб і Массачусетського технологічного університету К. Каталінні в статті «Географія краудсорсингу» [18], вчені з Університету Бокконі А. Кордова, Г. Гіанфранте та І. Дочці з «СМС Capital» – лондонської інвестиційної компанії комерційної нерухомості у статті «Детермінанти успіху краудфандингу: свідчення з боку технологічних проектів» [9]. Моделям краудсорсингу присвячено згадування раніше праці П. Беллефламме, Т. Ламбертна і А. Счвієнбначера [51], Е. Молика [22]; вчені з Канадського технологічного університету З. Єгелевінціуте і Л. Валанцінене на 20 й міжнародній науково практичній конференції «Економіка і управління» виступили з доповіддю «Порівняльний аналіз шляхів, які сприяють краудфандингу», де приділили увагу ролі державного регулювання в питаннях краудфандингу [19]; турецький вчений з університету «MEF» С.С. Туран на Всесвітній конференції з технологій, інновацій та підприємництва виступив з доповіддю «Фінансові інновації – краудфандинг: друг чи ворог?», в якій висвітлив типи супутніх краудфандингу ризиків [21] тощо. Однак застосовність краудфандингу до фінансування бізнесу, в тому числі малого, залишається не дуже розробленою сферою, хоча вчені країн, які розвиваються, вже почали розуміти важливість даного джерела фінансування для розвитку бізнесу Н. Ібрагім та Валентина у статті «Модель краудфандингу для підтримки малого та мікробізнесу в Індонезії за допомогою веб платформи»

репрезентували модель краудсорсингу для сприяння малому і мікробізнесу [52].

З урахуванням такого глибокого вивчення даної проблематики та її особливої актуальності для України мета дослідження – дослідити релевантність і потенціал використання краудсорсингу «для фінансування вітчизняного малого бізнесу. Малий і середній бізнес є основою економіки будь якої держави, джерелом зайнятості населення, в тому числі самозайнятості, формування ВВП» та податкових відрахувань, поліпшення підприємницького клімату і посилення здорової конкуренції. За оцінкою експертів, у 2015 р. більшу кількість кредитів було видано представникам середнього бізнесу (65%), переважно тим, які були зареєстровані у формі товариства з обмеженою відповідальністю.

Порівняно з великим бізнесом, представники малого часто обмежені в доступі до альтернативних джерел фінансування, таких як венчурні інвестиції та ангельське фінансування. В Україні дані джерела фінансування є значно менш розвинутими і доступними, ніж в інших країнах. У цьому зв'язку розумним вирішенням питання недостатнього фінансування для підприємств малого бізнесу може стати краудсорсинг. «Проте в переліку краудфандингових українських проектів, яких чимало на популярних платформах Kickstarter та Indiegogo, практично не представлено проектів малого бізнесу. Так, у 2014 р. успішним було названо 2 проекти з категорії дизайн і 1 – з категорії технології, у 2015 р. – 2 проекти з категорії дизайн і 5 – з категорії технології» [29]. Більше того, ряд платформ не призначений для реалізації бізнеспроектів і обмежує коло доступних категорій соціально значущими ідеями, як це робить всесвітньо відомий «Kickstarter». Серед українських платформ тільки «Спільнокошт» включає категорію економіка, хоча в ній вказано досить сумнівні за належністю до цієї категорії проекти.

За словами координатора проектів «Спільнокошт» Д. Бортнікова, «ініціативи, які однозначно мають успіх на Спільнокошт це проекти

соціального підприємництва, які не тільки створюють певний соціальний капітал для суспільства, але й дають можливість отримувати дохід» [14].

Інвестиції здійснюються в основному на етапі підтвердження бізнесідеї, а саме – при завершенні розробки товару (послуги) і на початку продажів. «Бізнес Ангелів можна розглядати як приватних венчурних інвесторів, які приносять у фінансовий проект не тільки власні фінансові ресурси, але й безцінний бізнес досвід» [8]. Фінансування часто здійснюється на ранніх етапах розвитку компанії, включаючи створення підприємства і розробка товару (послуги). Краудфандинг є функцією колективного фінансування, що дозволяє звичайним людям стати учасниками (інвесторами) спільного проекту. З приводу мотивації Дж. Маклін, менеджер програмний «Indiegogo» для підприємств, зазначив: «Споживачам подобається ідея, що вони мають можливість формувати кінцевий продукт за допомогою їх відгуків. Вони також хочуть мати можливість отримати продукт раніше за інших і дешевше, ніж у роздріб» [15].

Безумовно, мотивація учасників не обмежується зазначеною вигодою, особливо у випадках соціальних і освітніх проектів – це може бути задоволення немонетарного плану. У багатьох випадках краудсорсинг стає джерелом не тільки фінансування, але й залучення прихильників і послідовників, що особливо важливо на ранніх стадіях просування продукту (послуги). Більше того, за словами краудфандингового консультанта М. Уорда, «жодний венчурний капіталіст не може дати вам такої експертизи, як ваші спонсори. Але рекомендації та оцінка ринку – це ще не все, що може запропонувати краудсорсинг. На відміну від традиційних інвесторів, краудсорсингове ком'юніті надзвичайно дружелюбне та інноваційне. Ті, хто поділяє ваші ідеї, несе їх у маси, органічно перетворюються на ваших бренд-амбасадорів» [16].

Цю думку підтверджує відомий венчурний капіталіст Т. Драпер: «Акціонерний краудфандинг дає підприємцям доступ до нової групи інвесторів, які можуть стати великими активами для їхнього бізнесу. Я вітаю

інвестиції в краудфандингові компанії. Це означає, що компанія має велику кількість промоутерів навіть перед тим, як я почну інвестувати» [43]. Бізнес Ангели і венчурні капіталісти інвестують гроші переважно в технічні стартапи. Краудсорсинг робить фінансування доступним для найрізноманітніших видів діяльності. Це ж робить краудсорсингові проекти більш “народними”, оскільки вони здатні охопити ширшу сферу діяльності людини.

Венчурні капіталісти зазвичай вимагають найбільший процент акцій – 60–70%, а в разі входження до ради директорів – підвищенні дивіденди. Пайова участь бізнес ангелів зазвичай становить міноритарний блокуючий пакет акцій. Краудсорсинг є більш простим і зрозумілим видом залучення інвестицій для самих підприємців. Презентування проекту на краудсорсинговій платформі хоча й вимагає певних витрат часу і коштів, але може обмежуватися тільки середовищем Інтернету і не включати особистісного спілкування. «Пошук венчурних інвесторів, у тому числі бізнес ангелів, часто пов’язаний з необхідністю відвідування спеціалізованих заходів, виступати на публіці, презентаціями проекту, особистими зустрічами з інвесторами тощо, тобто це психологічно більш складно і відповідально. Проведення ж краудсорсингових заходів, безумовно, вимагає серйозної підготовки, включаючи створення відеопрезентацій і медійних матеріалів, грамотний опис проекту та оцінку ризиків, складання дорожньої карти і фінансового плану, широку кампанію в соціальних мережах, спілкування з бекерами і журналістами та ін., проти вся ця робота проводиться віддалено, без особистих зустрічей і презентацій» [24].

Водночас ряд експертів досить прохолодно ставиться до феномену краудфандингу. Виокремимо проблеми, з якими стикається краудсорсинг [17].

1. Рівень ризиків у галузі є надзвичайно високим, оскільки в інвестуванні беруть участь професіональні гравці, часто не здатні грамотно оцінити перспективи проекту. За інформацією «The Crowdfunding Centre»,

тільки 21,8% проектів отримують повне фінансування при середньому внеску 89 дол. З цим пов'язано дві проблеми – швидке розчарування інвесторів і вихід на ринок різного роду шахраїв, які виставляють краудсорсингові проекти не з метою ведення бізнесу, а для швидкого збирання коштів.

2. Відсутність грамотного аудиту. Краудсорсингові платформи (в кращому випадку) обмежуються відбором проектів за заздалегідь обумовленими критеріями, які включають зазначення конкретних дат реалізації проектної заявки, оцінку ризику і проблем тощо. Досить серйозним процесом відбору відрізняється платформа «Kickstarter». «Якість проектів і довіра аудиторії забезпечуються суворою модерацією і видаленням проектів у разі порушень. Це може статися при додаванні явно неправдивих проектів, продажу існуючих товарів, порушенні авторських прав, прямих посиланнях на сторінку компанії з рекламних майданчиків, таких як Google або Facebook, тощо. Щоб пройти модерацію, команда повинна надати реальні фотографії пристрою або його прототипу; використання візуалізації при цьому заборонено. Всі інтерфейси, представлені в скріншотах, мають бути повністю робочими. Модерація проектів у середньому триває до семи днів». Репутація «Indiegogo» у світі краудфінансування є настільки високою, що визначається відсутністю реакції адміністрації на явно неправдиві проекти або на проекти, які технічно неможливо реалізувати.

Щодо українських платформ для краудфінансування, то вони досить умовно проводять відбір проектів для фінансування. Так, українська платформа «Спільнокошт» вимагає «забезпечення повноти, законності та достовірності інформації, наявності прозорого плану реалізації проекту, а також детального опису винагороди, умов і термінів її отримання» [20]. Платформа «Na Starte» ставить для проектів такі саме вимоги при неістотних відмінностях – робить акцент на дотримання авторських і суміжних прав третіх осіб, але не згадує про необхідність наявності прозорого плану реалізації проекту. Таким чином, платформи для краудфінансування реальної відповідальності перед інвесторами за шахрайські дії авторів

краудсорсингових проектів не несуть. Отже, ризики інвесторів значно зростають.

3. Відсутність реальної відповідальності автора проекту перед інвесторами. Бізнес Ангели і венчурні фонди мають кошти і можливості проводити моніторинг ходу реалізації проекту. У разі краудсорсингу в дрібних інвесторів немає реальної можливості спостерігати за розвитком проекту, а платформи не беруть на себе таких функцій. Дані проблеми, на ваш погляд, можна вирішити шляхом розширення функцій краудсорсингових платформ з точки зору як відбору проектів фінансування, так і моніторингу їх виконання, що неминуче викличе зростання тарифів краудсорсингових платформ. Важливо, що успіх краудсорсингового проекту може стати початковою точкою не тільки для запуску компанії (продукту), але й для їх розвитку за рахунок залучення венчурного інвестування. Експерти зазначають, що отримати інвестиції від венчурних фондів і (або) бізнес ангелів без працюючого прототипу можуть лише ті підприємці, які вже мають позитивну історію запуску подібних проектів. Часто автори краудсорсингових проектів потребують коштів саме для розробки дослідних зразків, для чого й запускають кампанії на краудсорсингових платформах (оскільки отримати венчурне фінансування у них практично немає шансів). На наступній стадії, за успішної реалізації краудсорсингової кампанії, до фінансування підключаються венчурні капіталісти. За словами фундатор українського бізнес інкубатора «GrowthUp» та активного діяча стартап товариства Д. Довгополого, «коли ми приходимо до інвестора, він хоче побачити перевірку гіпотези, що продукт має попит на ринку» [17].

У даному випадку вклади дрібних інвесторів стають безцінним джерелом визнання продукту (послуги) користувачами та їх затребуваність на ринку. Краудсорсингові компанії «відкривають можливості для безпосереднього зворотного зв'язку із споживачами з приводу характеристик продукту, варіантів його використання, цінової політики тощо і можуть стати доказовою базою для формування ринкового попиту ще до виходу продукту

на ринок. Шанси на успіх зростають також за рахунок маркетингу і стратегічних вигод, які може принести краудфандинг. Традиційний метод маркетингу передбачає аналіз даних і (або) тестування продукту на фокусній групі» [6].

Зрозуміло, що вказані методи вимагають значних затрат часу і коштів. У разі проведення краудсорсингової кампанії збирання даних відбувається не у потенціальних споживачів, а у реальних покупців, які внесли свої кошти ще до моменту випуску продукту. Не можна також недооцінювати роль соціальних медіа, які неминуче супроводжують краудсорсингові кампанії, у популяризації та просуванні продуктів, а також у формуванні споживчого попиту. У цьому зв'язку деякі бізнес ангели і венчурні фонди розглядають краудсорсинг навіть як крок у своїй інвестиційній стратегії. П. Крейг, великий інвестор і генеральний партнер венчурної компанії «Arena Ventures», сказав: «Я розглядаю краудсорсинг не як інструмент, а скоріше, як місце для справжнього партнерства, де фонд або венчурна компанія працює в партнерстві з краудсорсингової платформи для здійснення нової форми венчурного фінансування. Коли ви поєднуєте стабільність і досвід венчурної компанії з ентузіазмом і багатим досвідом натовпу, ви отримуєте потужну нову силу у фінансовій екосистемі» [34, р. 4].

У цьому плані краудсорсинг можна розглядати як один з методів венчурного фінансування. Проведемо аналіз застосовності краудсорсингу для фінансування малого бізнесу в Україні. Бізнесові краудсорсингові проекти часто націлені, «по-перше, на здійснення інновацій на етапі досліджень і розробки, по-друге, на організацію стартапів, тобто на запуск особливого типу бізнесу з амбітними цілями розвитку і масштабування» [192]. З цієї точки зору (хоча стартапи можуть вважатися підприємствами малого бізнесу), не всі підприємства малого бізнесу є стартапами.

Підприємства малого бізнесу відрізняються від стартапів наступними рисами:

1. Масштаб. «Засновник малого бізнесу обмежує свою діяльність комфортними для себе рамками, це може бути невеликий магазин, мале виробництво та ін., зосереджуючись на обслуговуванні певного кола клієнтів. Стартап, як правило, не обмежує масштаби своєї діяльності й націлений на завоювання якомога більшої частки ринку» [4].

2. Інновації. «Малий бізнес не претендує на унікальність, тому може використовувати готові рішення. Для стартапа інновації є наріжним каменем, основною рушійною силою і метою розвитку» [14].

3. Темпи зростання. «Метою малого бізнесу, як і будь якого бізнесу, є прибуток. Із збільшенням прибутку розширюються його масштаби, тобто зростання відбувається в міру дорослішання компанії. Стартап повинен зростати максимально швидко і досить агресивно завойовувати глобальний ринок» [9].

4. Прибуток. «Малий бізнес націлений на отримання прибутку, причому з ранніх етапів розвитку компанії. Для стартапа пріоритетна мета – випуск продукту, який сподобається споживанням і завоює ринок. Якщо ця мета досягнута, то прибуток компанії буде незрівнянно вищим за прибуток малого підприємства» [41].

5. Фінансування. «Незважаючи на те, що для розвитку малого бізнесу використовуються не тільки особисті, але й залученні кошти, його метою є досягнення самодостатності й самоокупності. Стартапи гостріше потребують додаткового капіталу, оскільки їх цілі є більш амбітними і вимагають якнайшвидшого виходу продукту на ринок, тому стартапи активно залучають кошти із зовнішніх джерел» [26].

6. Технології. «Для розвитку малого бізнесу використовуються стандартні технології, як виробничі, так і управлінські. Для стартапа технології найчастіше становлять основний продукт або активно використовуються для досягнення швидкого зростання і масштабування» [15].

7. Життєвий цикл підприємства. «Малі підприємства хоч і схильні до високого рівня ризику, але є більш життєздатними, ніж стартапи. За оцінкою експертів, у перші 3 роки закриваються 92% стартапів і тільки 32% підприємств малого бізнесу» [38].

8. Команда і керівництво. Малий бізнес зазвичай займає стільки співробітників, скільки необхідно для нормального функціонування підприємства. Як зазначалося, «стартап розвивається прискореними темпами, тому працює з дедалі зростаючою кількістю співробітників, інвесторів, директорів та інших заінтересованих осіб» [11]. Зрозуміло, що для управління штатом, який постійно розширюється, керівник повинен вдосконалювати свої лідерські та управлінські якості.

9. Відповідальність керівника. «У малому бізнесі основною метою підприємця є досягнення стабільності. Стартап, залучаючи кошти зовнішніх інвесторів, бере на себе додаткові зобов'язання перед ними, тому його відповідальність не обмежується зобов'язаннями перед командною, сім'єю і громадськістю, як у випадку з малим бізнесом» [25].

10. Стратегія виходу. «Малий бізнес у більшості своїй має довгострокові цілі, часто передається у спадок або продається іншій заінтересованій особі» [7].

Виходячи із вищесказаного, можна підсумувати та охарактеризувати можливості впровадження краудсорсингу для підтримки малого бізнесу в Україні:

1) фінансова підтримка малого бізнесу в Україні, який не є стартапом, особливо технологічним, практично не співпадає з цілями венчурних фондів та бізнес ангелів;

2) банківське кредитування дещо обмежене для представників малого бізнесу;

3) в Україні краудсорсинг тільки починає розвиватися.

Українські технологічні стартапи фінансуються на зарубіжних краудфандингових платформах, а існуючі в Україні платформи, по перше,

націлені переважно на фінансування соціальних проектів, по-друге, вони ще не набрали критичної маси проектів і прихильників. Більше того, традиції фінансування, а особливо – акціонування підприємств, перебувають ще на стадії зародження. Так, за оцінками експертів, «проекти із СНД на “Kickstarter” мають, як правило, не більш як 0,3–0,5% бекерів на співвітчизників. Більшість коштів надходить із США, Австралії, Канади, Великобританії, Нідерландів. Тільки в Україні народ почав змінюватися, про що свідчить народне фінансування Майдану і АТО» [14].

Всі гарантії розподіляються між банком і страховою компанією, та проекти для фінансування відбираються фахівцями «Приватбанку», які враховують у першу чергу «поточні характеристики бізнесу і перспективи його розвитку, а не наявність застави» [23]. Важливо, що ця платформа передбачає грошову винагороду для інвесторів (близько 2,4% на місяць), що вигідно відрізняє її від традиційних краудфандингових платформ, які як винагороду за фінансування бізнес проектів часто пропонують сувенірну продукцію або навіть символічні (статусні) речі, такі як подяка, згадування у списку інвесторів тощо.

Тож за таких умов найбільший успіх при фінансуванні малого бізнесу в Україні за допомогою краудфандингу можуть мати проекти локального підприємництва, орієнтованого на задоволення потреб споживачів місцевої громади. На наш погляд, люди більш прихильно ставляться до фінансування проектів, які перебувають у безпосередній близькості від місця їх проживання. Іншими словами, краудфандинг з «міфу ексклюзивності для високотехнологічних стартапів і можливості реалізації тільки на західних краудфандингових платформах» стає повсякденною реальністю українського бізнес онточення.

1.3 Експонентний розвиток краудсорсингу як інструмент активізації інноваційної діяльності

Сучасний етап становлення світової економічної системи усе частіше зосереджується на соціальному капіталі як на провідному провайдері забезпечення інклюзивного зростання економіки. Краудсорсинг є одним з провідних його засобів як механізм швидкої акумуляції грошових коштів з боку окремих людей – інвесторів із метою реалізації найактуальніших новаторських проєктів. Окремі аспекти цієї проблеми досліджували аналітика Світового банку [41], П. Діамандніс [22], С. Котлер та інші. Серед українських науковців можемо відзначити праці І. Васильчук [1], О. Марченко [32], В. Огородник [31], Ю. Петрушенко [43] та інших. Проте в їхніх роботах недостатньо повно розкрити сучасні тенденції розвитку краудфандингу та його механізми впливу на інноваційну діяльність, як складової крауд платформ. Ми ставимо за мету дослідити експонентний розвиток краудсорсингу від часу його появи до 2017 р. як можливості та механізму активізації інноваційної діяльності.

Краудсорсинг не є новим економічним явищем. Перші краудсорсингові платформи з'явилися наприкінці ХХ ст., проте особливий інтерес до них виник після кризи 2008–2009 рр. Причиною стало зменшення обсягу вільного міжнародного капіталу та підвищення критеріїв до фінансування стартапів, кредитування малого бізнесу тощо. Згідно з даними Google Trends «поступове зростання інтересу до краудсорсингу розпочалося з кінця 2010 р.» [43]. Протягом 2013 – 2016 рр. аналітики фіксують підвищення кількості запитів користувачів щодо краудсорсингу та можливостей його використання. Пік інтересу припав на липень 2015 р. Найбільше запитів здійснювали жителі Нідерландів, Австрії, Швейцарії, Сінгапуру, Іспанії, Бельгії, Франції, Португалії, Німеччини, Італії, Японії, Великобританії. До недавнього часу значно менше ним цікавилися в Росії, Україні, Польщі, Чеській Республіці, Румунії тощо [37].

Історично краудсорсинг виник у 1990-х рр. і початково передбачає акумулювання коштів від членів сім'ї та друзів. Перший успішний краудсорсинг-проект був започаткований у 1997 р., коли британська рок-група зібрала необхідну суму для власного туру через пожертвування своїх фанатів. Внаслідок цього у 2001 р. з'явилася перша спеціалізована краудсорсингова платформа – ArtistShare [68]. По сьогоднішній день вона спеціально займається залученням широких кіл шанувальників до творчого зростання кумирів. Вони можуть виступати як простими спостерігачами, так і інвесторами у творчі проекти. З часу їх старту у 2003 р. проекти ArtistShare отримала значну кількість нагород, зокрема 10 премій та 29 номінацій на Греммі тощо.

Найшвидшими темпами краудсорсинг розвивається в США та Європі. Важливим кроком у поширенні краудсорсингу в США стало підписання президентом Б. Обамою закону «The Jumpstart Our Business Startups» («законопроект краудсорсингу»). Завданням цього закону стало зниження рівня регулювання малого бізнесу й узаконив краудінвестинг. Натомість повноцінна краудсорсингова діяльність у Європі розпочалася лише у 2012 р., коли краудсорсингове інвестування було апробовано в Нідерландах. Краудсорсинг поширений і в інших країнах світу. Наразі в Канаді зроблено спроби інституціоналізувати цей процес. У Мексиці проводять консультації з венчурними компаніями та бізнес-ангелами щодо краудсорсингу. У Латинській Америці Бразилія лідирує в розвитку краудсорсингового простору. В Азії найбільший інтерес до таких платформ проявляють Гонконг, Республіка Корея, Бруней та Малайзія. Загалом кількість краудсорсингових платформ постійно збільшується. Кількість краудсорсингових платформ США - 344, Бразилія -17, Франція- 53, Канада -34, Італія -15, Австралія- 12, Великобританія-87, Південна Африка -4, Іспанія -27, Індія- 10, Нідерланди- 34, Російська Федерація- 4, Німеччина- 26, Китай -1.

Основними суб'єктами краудсорсингової сервісу є донори (інвестори) та реципієнти. Їхня співпраця взаємовигідна для обох сторін. Реципієнти –

люди, які на краудсорсинговій платформі пропонують певний проект та представляють бюджет, тобто визначають кількість грошей, що необхідна для запуску стартапу. У такий спосіб краудсорсингові платформи поступово стали альтернативою банківському кредитуванню, венчурному фінансуванню, фінансуванню з боку бізнес-ангелів, створюючи сприятливі умови для розвитку малих підприємств, започаткування стартапів, розвитку креативного потенціалу окремих осіб тощо. Такі заходи дуже впливають на фінансовий ринок: висока швидкість та дешевизна залучених на краудсорсингових сервісах коштів стимулює інші фінансові інститути шукати способи зменшення вартості власних грошових ресурсів та усунути інституційні бар'єри, які перешкоджають розширенню кількості клієнтів. З іншого боку, краудфандингове фінансування є вигідним і для інвесторів. В умовах високої довіри до діяльності класичних фінансових інститутів це – зручний та вигідний інструмент для збереження своїх заощаджень та отримання додаткової вигоди.

Згідно з класифікацією П. Діамандніса залежно від вигоди, яку здатний отримати інвестор краудфандингових платформ, доцільно розрізняти чотири види краудфандингу:

- «1) пожертвування;
- 2) борг;
- 3) акції компанії;
- 4) винагороду або стимул» [12, с. 144–145].

Пожертвування – класичні благодійні внески, які дозволяють користуватися інвесторам податковими пільгами. До таких платформ належать DonorsChoose, GlobalGiving, Causes. Борг – це вид краудсорсингу, який, за словами П. Діамандніса, можна назвати мікрокредитування або позикою між фізичними особами [12, с. 145]. У цьому випадку залученні від інших людей кошти мають бути повернені разом з відсотками. Прикладами таких платформ є Kiva, Lending Club. Краудсорсинг, пов'язаний із використанням акцій компаній, є «наймолодшим» видом краудсорсингу,

який став можливий після прийняття відповідного закону Б. Обами, про який уже згадувалося вище. До платформ такого типу можна віднести Crowdfunder, Startup Crowdfunding та AngelList (для тих, хто вже отримав перші 100 000 дол. капіталу). Винагорода або стимул використовуються у краудсорсингових платформах найчастіше. Прикладами таких платформ є Indiegogo, Kickstarter, RocketHub. Аналітики Світового банку пропонують розрізнити дві моделі краудсорсингу – інвестування та пожертва, а в межах кожної з них виокремлювати такі бізнес-моделі: Як бачимо, більшість бізнес-моделей краудсорсингу передбачають винагороду в різних формах: попереднього продажу товару, отримання процентів за користування позиченими капіталом, частки прибутку тощо. «Навіть пожертва через благодійну бізнес-модель краудсорсингу дозволяє одержати податкові пільги в багатьох країнах світу. У такий спосіб краудсорсингові платформи скористалися перевагами натовпу щодо прийняття рішень, відбору й реалізації інновацій. Для цього вони використовують мережі, соціальні профілі, віртуальну природу веб-комунікацій тощо» [11]. Наприклад, упродовж 2009–2013 рр. лідер ринку краудсорсингу Kickstarter об'єднав майже 4,9 млн користувачів (29% із яких інвестували більше ніж один проект), допоміг реалізувати майже 50 тис. проектів, тоді як станом на початок 2017 р. ця платформа об'єднує вже 12 млн людей, які успішно профінансували 119 330 проектів обсягом 2,9 млрд дол. [39].

Потенційні можливості використання таких сервісів є значними. Тут мобілізуються вільні кошти, зосереджується високий рівень людського капіталу, концентруються креативність, талановитість та розвивається підприємницька культура. Це загалом є значним потенціалом для забезпечення економічного зростання та можливістю обійти бар'єри традиційного фінансового ринку. За останні кілька років спостерігався динамічний розвиток краудсорсингу. Якщо у 2010 р. краудсорсингові платформи мобілізували 880 млн долл., то у 2012 р. – 2,7 млрд долл., 2013 р. – 6,1 млрд долл., 2014 р. – 16,2 млрд долл., 2015 р. – понад 34,4 млрд долл. [10].

Краудсорсинг розвивається експонентно. За оцінками Світового банку прогнозується, що до 2020 р. оборот краудсорсингу становитиме 90 млрд дол. [41]. Проте, на думку американського економіста Ч. Барнета, якщо тенденція подвоєння триватиме далі, то 90 млрд дол. краудсорсинг здатний мобілізувати вже у 2017 р. [11].

Основні характеристики різних краудсорсингових моделей:

- Donation-based – краудсорсингова благодійна бізнес-модель. Це філантропічна модель, яка не передбачає грошової компенсації за надання допомоги.
- Reward-based – винагородна бізнес-модель. Базується на отриманні певної вигоди, наприклад, попереднього продажу товару чи отримання подарунку.
- Equity-based – бізнес-модель інвестування, донори стануть рівноправними співвласниками проекту та беруть участь у розподілі прибутку.
- Lending-based – це боргова позика, як правило, під фіксовану процентну ставку, яка має чіткий графік повернення.
- Royalty-based – інвестори отримують роялті, які виплачуються за поточне користування їх активами.

У структурі краудсорсингу 2015 р. переважно lending-based інвестування. Воно склалось майже 73% всіх залучених коштів за допомогою краудсорсингу. Дещо менше вдалося акумулювати через пожертви (2,85 млрд долл.), винагороду (2,68 млрд долл.), акції (2,56 млрд долл.), а найменше – через роялті (405 млн долл.) [10].

Проте, зважаючи на те, що equity-based краудсорсинг з'явився лише з 2013 р., можна стверджувати про швидкі темпи розвитку краудінвестинг також. Найбільш відомими зарубіжними краудсорсинговий майданчиками є Kickstarter, GoFundMe, Indiegogo, AngelList, Crowdrise, Crowdfunder, Fundly, FundRazr, Razoo, CircleUp, CauseVox, Quirky, RocketHub, Appbackr, StartSomeGood, Peerbackers та Invested In. Однією із найбільш відомих

краудсорсингових платформ є Kickstarter. Ця платформа стартувала у квітні 2009 р. в США. Її засновниками були П. Чен (Perry Chen), Я. Стрікленр (Yancey Strickler), Ч. Адлер (Charles Adler). Згодом вона стала доступною для інших країн: із 2012 р. – Великобританії, 2013 р. – Канаді, Австралії, Новій Зеландії, 2014 р. – Данії, Ісландії, Норвегії, Швеції, 2015 р. – Іспанії тощо.

Ключова мета розробки цього хостингу полягала у намірах спростити втілення інноваційних проектів з усього світу [49]. Розробники цього сайту передбачали, що засобами цієї платформи автори зможуть пропонувати інноваційні розробки, практичні напрацювання в обмін на фінансування своїх проектів. Такі люди створюють міні-економіку навколо свого проекту, генеруючи певні цінності для тих інвесторів, які готові підтримати проект. Це спростило користувачам доступ до краудсорсингової платформи. В основу діяльності Kickstarter покладений принцип «усе або нічого». «Для цього для кожного проекту визначають кінцевий термін та обсяг необхідного фінансування. Якщо до закінчення вказаного терміну потрібна сума не буде зібрана, то всі кошти повертаються донорам. Такий принцип часто критикують інші платформи, оскільки це часто спонукає розробників самостійно дофінансовувати проект до закінчення терміну акумуляції коштів на Kickstarter» [17]. Крім того, всі проекти проходять попередній відбір із боку краудсорсингового сервісу.

У звіті Світового банку зазначено, що основною передумовою розвитку краудсорсингу є створення відповідного еко середовища з високим рівнем довіри [21]. Стимулюючими факторами можуть стати встановлення стратегічних правил, прийняття ефективних технологічних рішень, формування нової культурної інвестування. Провідними факторами, які у новітні часи забезпечують найвищий ступінь довіри до такого виду інвестування в розвинутих країнах, стали прозорість, мінімум часу та якість перерахунку грошей, підвищення темпів технічної еволюції тощо. «Проте такий фінансовий механізм потребує розвитку фінансової грамотності

населення та формування відповідної інфраструктури, а саме бізнес-інкубаторів, акселераторів, університетів тощо» [36, с. 18].

Отже, можемо стверджувати, що краудсорсинг розвивається експонентно. Кожен рік підвищується потік креативних проєктів, які акумулюють фінансові активи використовуючи такі платформи. Від своєї появи краудсорсинг розвинувся з дрібних добровільних пожертвувань знайомих, рідних та друзів до розвиненої альтернативної фінансової системи, яка включає у тому числі боргові зобов'язання та різні види інвестування. Краудсорсинг сприяє розвитку соціальних інновацій, малого бізнесу, підвищенню рівня зайнятості тощо. У світі краудсорсинг поступово став альтернативою банківському кредитуванню, засобом миттєвої апробації та втілення ризикових креативних проєктів, осередками розвитку нестандартного мислення та швидкого старту для малих підприємств, що важливо врахувати в Україні на сучасному етапі суспільного розвитку.

РОЗДІЛ 2

КРАУДСОРСИНГ ТА ЙОГО ТЕОРЕТИЧНА ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ

2.1 Технологізація крауд-платформ

Краудсорсинг виник як ідея підтримки та набуття поширеності для творчих проектів і культурно-мистецьких заходів та використовується для надання соціальної та навіть фізичної допомоги постраждалим, проведення соціальних чи політичних акцій, підтримку соціальних стартапів чи створення соціального новітнього продукту тощо.

Краудсорсинг - платформа – сайт, розміщений в мережі Інтернет, на якому розміщуються проекти для збору коштів за принципом краудфандінгу (колективного фінансування).

Спонсор – людина, яка профінансувала певний проект на краудсорсинг -платформи

Проект - презентація продукту або ідеї, яка оформлена на сторінці краудсорсинг -платформи з певною назвою, описом, винагородами, аудіо та відео.

Автор – ініціатор ідеї або проекту, який розміщує інформацію про свій проект на краудсорсинг-платформи для збору необхідних для реалізації коштів.

Як це працює? Наприклад, ви музикант. Ви бажаєте записати свій перший музичний альбом, але у вас на це не вистачає коштів. Dream Starter надає можливість презентувати людям себе та свій альбом. Вони слухають вас, ваші пісні та роблять внесок, який забажають, за одну з певних винагород, які ви заздалегідь пропонуєте мамі.

Якщо у відведений час необхідний для реалізації проекту сума була повністю зібрана, автор отримує кошти. Якщо ні – сума повертається спонсорам.

Краудсорсинг в сучасному розумінні з'явився на Заході приблизно одночасно із поширенням Інтернету. На початку 2000-х років перші проекти, які збирали кошти за принципом краудфандінгу, були у більшості випадків музичними та кінематографічним. Однак із появою перших спеціалізованих краудсорсинг -платформа (Kickstarter, IndieGoGo, RocketHub) кошти стали збирати також на реалізацію бізнес-ідей, інноваційно-технічних проектів, благодійних заходів, проектів у сфері ІТ, тощо.

Команда Dream Starter робить все, щоб якомога більше українців дізнавалися про цей метод фінансування, адже він має безліч переваг над рештою.

2.2 Перспективи застосування краудфандінгу та краудінвестинг для фінансування стартап-проектів

Сучасна Україна є не дуже сприятливою державою для розвитку середнього та малого бізнесу, адже у фінансовій сфері постійно відчувається гострий дефіцит інвестиційних ресурсів. Найбільше страждають від цього явища інноваційні підприємницькі проекти, особливо у формі стартапів. Одержання венчурного фінансування є найболючішою проблемою і на етапі розробки стартап-проекту, і на етапі зростання бізнес-ідеї. Для того щоб отримати допомогу в залученні коштів, молоді підприємці формально мають можливість звернутись до бізнес-інкубаторів, акселераторів, венчурних фондів та приватних інвесторів. Але на практиці, перелічених джерел виявляється замало, а рівень активності інвестиційно-інноваційної діяльності продовжує лишатися надзвичайно низькою. Саме тому, пошук та впровадження альтернативних форм та методів інвестування набуває для українського бізнесу принципової актуальності.

Саме такими формами інвестування можуть стати такі відносно нові для вітчизняної практики форми, як краудфандинг (англ. crowdfunding: від англ. crowd – натовп, скупчення та funding – збір коштів, фінансування) та краудінвестинг (англ. crowdinvesting: від англ. crowd – натовп, скупчення та

investing – інвестування). Важливість інвестування в українську економіку та проблеми інвестування інноваційних проектів розглядаються у працях багатьох вітчизняних економістів – О. Бутенка, В. Грідасонва, С. Кривченка, І. Павленка, О. Павловоні, А. Федоровної та інших. Формам та методам альтернативного інвестування, в тому числі краудфандингу та краудінвестингу, приділяється увага в роботах І.Васильчука [12], Ю. Гернеги [13], В. Кот [42], Ю. Петрушенка [38], інших. Проте з огляду на відносну новизну окреслених форм інвестування проблема їх практичного втілення в умовах української економіки практично не досліджена.

У засобах масової інформації терміни «краудфандинг» та «краудінвестинг» часто використовуються як синоніми, оскільки обидва належать до непрофесійних (так званих «народних») форм фінансування. Проте, вони принципово відрізняються за деякими аспектами. Краудфандинг являє собою «форму інвестування, за умови застосування якої приватні особи-мікроінвестори, що не є професійними інвесторами, добровільно об'єднують свої грошові або інші ресурси та вкладають їх, як правило, через мережу Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій щодо реалізації їхніх намірів. Фінансування за такою схемою може бути зорієнтованим на досягнення різних цілей та реалізацію різноманітних проектів, наприклад таких, як допомога постраждалим від стихійних лих, фінансова підтримка митців або спортсменів, підтримка політичних кампаній, фінансування тощо. Для початку процедури збору коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обрахунок усіх витрат і процес збору мають бути відкритими для спостереження у вільному доступі» [15; 26].

Більшість проектів, профінансованих у такий спосіб, були благодійницькими або мистецькими, які за відсутності такої підтримки не могли бути втілені узагалі. Відповідно краудфандинг постійно ототожнюють зі своєрідними фінансовими пожертвами. Але останнім часом, з розвитком інформаційно-комп'ютерних технологій, цю форму все частіше стали

використовувати молоді підприємці-стартапери – наприклад, для акумуляції стартового капіталу у свої проекти. При цьому зазвичай вони звертаються до потенційних мікроінвесторів через відповідні інтернет-спільноти.

Отже, діапазон сучасних видів краудфандингу є досить широким і може передбачати, зокрема [62]:

- збирання коштів на безповоротній основі без публічного висвітлення імені та жодної прямої матеріальної віддачі жертводавцю;
- збирання коштів, що супроводжується публічним висвітленням імені жертводавця;
- запозичення коштів на поворотній основі – мікроінвестування;
- збирання коштів до квазіакціонерного капіталу (при цьому схема інвестування не повинна підпадати під жодні регламенти, що стосуються первинного розміщення акцій) і т. д.

Останні два види краудфандингу зустрічаються набагато рідше, через те, що мікроінвестори як правило не мають власної частки у проекті, а сам прибуток, за його наявності, є більше символічним [13].

«Краудінвестинг також являє собою форму інвестування, за якою велика кількість приватних осіб-мікроінвесторів із зазвичай невеликою сумою грошей через мережу Інтернет можуть вкласти гроші в нові проекти та стартапи. Проте в цьому разі – винятково на поворотній основі: стимул брати участь у краудінвестингу для потенційного інвестора полягає в очікуванні відносно високих доходів у разі успіху інвестованого стартап-проекту та його подальшого зростання. У цьому разі вони мають можливість, вклавши кошти в проект на стадії його зародження, отримати прибуток від його можливого продажу великому інвестору на більш пізніх стадіях» [4; 5; 13].

Для приватних осіб-мікроінвесторів така форма дає змогу брати участь у реалізації стартапів за допомогою відносно невеликих за обсягом інвестицій. При цьому вони мають можливість будувати власну стратегію мікроінвестування, наприклад, диверсифікуючи напрями вкладання коштів.

Порівняно з іншими формами інвестування, краудінвестинг характеризується більшою адаптивністю, темпами накопичення капіталу, доступністю інформації. «При цьому така форма інвестування може бути використаною для фінансування проектів виробництва як комерційних благ, так і суспільних, виробленням яких традиційно опікується держава. Зокрема, вона часто застосовується для фінансування проектів локального благоустрою, надання допомоги певним категоріям населення тощо» [4].

Як зазначалось, сучасні краудінвестиційні форми інвестування реалізуються переважно через онлайн-платформи. При цьому можливість зареєструвати свій стартап на ній є відкритою для практично усіх бажаючих. Однак самі проекти повинні відповідати певним вимогам за терміном реалізації, обсягом інвестицій, варіантному отриманню винагороди та іншими критеріями. «Якщо за певний термін проект не збирає потрібну суму, то за допомогою агрегатора кошти повертаються на ті рахунки, з яких вони надійшли. Використання онлайн-платформи дає додаткові переваги краудінвестингу. Для потенційних інвесторів це – можливість відносно легким та зручним способом виходити на фондовий ринок; вкладати кошти в реалізацію проектів в різних країнах, не маючи при цьому законодавчих, територіальних, дозвільних та інших адміністративних перешкод; звертатись за професійною допомогою до брокерів та інших спеціалістів організованих ринків капіталів. Для стартаперів, які потребують фінансування, це – можливість залучати фінансування з мінімальними ризиками, також відносно легко та зручно» [15].

Наразі в світі успішно функціонує велика кількість платформ краудфандингу та краудінвестингу – за деякими даними, ще у 2012 році їх налічувалось понад 500. «Найбільша кількість їх розміщена на серверах, розташованих у США. За цими ж даними станом на 2012 рік кількість розміщених на серверах США платформ становила 191, у Великобританії – 44, у Нідерландах – 29, у Франції – 28, у Бразилії – 21 онлайн-платформа. Більша частина європейських краудінвестингових платформ функціонувала

у Великобританії – 23%. У Нідерландах – 15,0% усіх онлайн-платформ, у Франції – 14,0%, у Німеччині – 10,0%, у Іспанії – 9,0%» [5; 12]. Але з огляду на те, що кількість краудфандингових та краудінвестиційних платформ починаючи з 2008 року щорічно в середньому зростає на понад 50%, а також стрімке підвищення темпів розповсюдження окреслених форм інвестування протягом останніх років можна стверджувати, що їх реальна чисельність є набагато більшою.

Практичний досвід діяльності цих платформ показує, що вони мають значні перспективи для акумуляції коштів для комерційних проєктів та сприяють вирішенню безлічі актуальних у наш час проблем соціального, економічного та політичного характеру шляхом забезпечення справжньої підтримки різноманітних громадських інновацій. За рейтингом журналу «Forbes» найбільшими онлайн-платформами краудфандингу та краудінвестингу, що фінансують підприємницькі проєкти, є такі [10]:

1. «AngelList» – американська платформна для залучення пайових або боргових інвестицій в стартапи. Проте вона не є традиційною загальнодоступною платформною, оскільки вкладати кошти за її допомогою можуть лише акредитовані інвестори.

2. «Early Shares» – пайова краудфандингова платформна для фінансування американського малого бізнесу.

3. «Crowdcube» – пайова платформна, розміщена на серверах, розташованих у Великобританії.

4. «Fundable» – платформна для фінансування малого бізнесу як на безповоротній, так і на поворотній основах.

5. «Seedrs» – британська платформна для розміщення інвестицій в стартап-проєкти, що знаходяться на ранніх (посівних) стадіях розвитку.

6. «CircleUp» – пайова краудфандингова платформна, розміщена на серверах, розташованих у США.

7. «Crowdfunder» – глобальна соціальна мережа для пайової участі та краудфандингового інвестування малого бізнесу, стартап та соціальних проектів.

8. «WeFunder.com» – мережа, що пропонує справедливий захищений механізм вкладання коштів у перспективні стартап-проекти для всіх бажаючих.

9. «Equity Net» – одна з найбільш старих (запущена в 2005 році) і єдина запатентована краудфандингова платформна, що використовується тисячами підприємців, інвесторів, державних структур, бізнес-інкубаторів та інших членів підприємницького співтовариства для інвестування в приватні компанії середнього бізнесу.

10. «RockThePost» – платформна, зорієнтована на взаємодію стартап-підприємців з акредитованими інвесторами.

В інших джерелах у переліку найбільших платформ зазначаються також такі як «IndieGoGo», «RocketHub», «Kickstarter», інші. Така розбіжність в рейтингуванні пов'язана з тим, що дуже важко розділити краудфандингові та краудінвестиційні платформи та відокремити ті з них, які зорієнтовані на інвестування комерційних проектів на противагу, наприклад, соціальних або мистецьких – зазвичай платформна може опосередковувати всі окресленні види фінансових вкладень.

Успіх у організації та діяльності таких платформ у Європі та США свідчить про високий рівень їх рентабельності у галузі фінансового забезпечення найрізноманітніших, навіть найспецифічніших, проектів. Проте на території пострадянських країн краудфандинг та краудфінвестинг є поки маловідомими інноваціями, комерційний та соціально-політичний потенціал яких наразі залишається недооціненим.

Отже, подальше вивчення фінансового феномену краудсорсингу у різних його проявах, вироблення працюючого механізму колективного фінансування, вдосконалення методик, розширення спектру технологій, адаптація вітчизняного законодавства можуть дати Україні надзвичайно

широкий діапазон можливостей для втілення найкреативніших соціальних проєктів.

ВИСНОВКИ

Краудсорсинг, як система колективного фінансування, має на меті збір фінансових активів для інвестування у різнопланові бізнес-ідеї, стартапи, проекти та використовує для цього переважно соціальні мережі та спеціалізовані краудплатформи.

У сучасному світі дуже стрімко розвиваються інформаційні технології. На перший план у галузі розповсюдження інформації виходять соцмережі, а не традиційні медіа. Фінансова галузь також не є виключенням – традиційні ролі виробника та споживач переживають період трансформації, кордони між ними нівелюються, ролі стають аморфними та гнучкими, споживач стає активнішим, а виробник навпаки може проявляти пасивність. Відповідно до нових умов з'являється безліч варіантів нових методик акумуляції стартового капіталу та формуються нові фінансові інструменти взаємодії учасників процесу. Одним із проявів таких інновацій є прискорений розвиток краудсорсингу – феномену сучасного фінансового світу та якісно нового сегменту фінансового ринку, який за своєю суттю є нічим іншим як способом альтернативного фінансування. Починаючи з 2019 року у світі було проведено більш ніж 1 млн успішних кампаній зі збору коштів на різноманітні бізнес-проекти засобами краудтехнологій.

Дослідження спеціалізованої і наукової літератури дозволяє констатувати, що краудсорсинг на сьогоднішній день є недослідженою галуззю у вітчизняній науковій літературі та згадується виключно в друкованих та онлайн-виданнях, які зорієнтовані на надання практичної консультативної допомоги у сфері бізнесу та фінансів. Але світова наукова думка вже має певні напрацювання у цій галузі, зокрема вони стосуються визначення поняття «краудсорсинг», виокремлення сутнісних характеристик цього явища, класифікації краудсорсингу, та багато іншого.

За своєю суттю краудсорсинговий проєкт є звичайним суспільно важливим проєктом, він може бути спрямований на будь-яку сферу суспільного життя, може бути різного масштабу та виду, зокрема малим або великим, груповим або індивідуальним, як правило локального спрямування, але такий проєкт перебуває у пошуку повного фінансування шляхом залучення не одного спонсора або інвестора, а великої кількості більш дрібних вкладчиків, якими виступають передусім приватні особи.

Сучасний розвиток інформаційних технологій допомагає зробити пошук таких інвесторів швидким та зручним, адже відбувається він онлайн у всесвітній мережі інтернет, для таких проєктів існують спеціалізовані платформи, до яких мають вільний доступ як автори проєктів, так і широкі кола громадськості і де будь-хто може внести кошти на користь проєкту, який його зацікавив. PR та поширення інформації про крауд-проєкти як правило проводиться із застосуванням соціальних мереж, які мають можливість розповсюдити інформацію у доступній та яскравій формі та практично миттєво, що власне і є визначальним у процесі збору коштів.

У такий спосіб процес відбору проєктів стає більш ефективним: індивідів отримати вигоду від задоволення своїх інтересів у формі компенсації, що ними й обрана – моральна, матеріальна і фінансова компенсація; ініціатори крауд-проєктів здобувають фінансування у таких розмірах, які їм необхідні та у найкоротші терміни, минаючи фінансових посередників з метою втілення будь-яких креативних проєктів найрізноманітніших напрямків – у соціальній, екологічній, благодійній, комерційній галузях.

Крім того організатори крауд-платформ отримують відповідні комісійні та мають змогу отримувати прибуток від благодійної діяльності та новітніх ідей. Економічна сфера загалом показує загальний приріст обсягів реалізації наявної або ще невідомої інноваційної продукції, приріст сукупного національного продукту, створює нові робочі місця, знижує витрати та багато іншого за умови фінансування інвестиційних проєктів. У

сфері розвитку соціуму загалом відбувається зростання рівня суспільних благ, з'являється реальна можливість втілити найактуальніші соціальні проєкти, підвищується рівень суспільної довіри та єдності.

Подальше вивчення фінансового феномену краудсорсингу у різних його проявах, вироблення працюючого механізму колективного фінансування, вдосконалення методик, розширення спектру технологій, адаптація вітчизняного законодавства можуть дати Україні надзвичайно широкий діапазон можливостей для втілення найкреативніших соціальних проєктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 5p of crowdeconomy (2016). Retrieved from: <http://crowdsourcingweek.com/blog/5ps-of-the-crowd-economy/>
2. Barnett C. Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising [Electronic resource] / C. Barnett, // Forbes : Business and Financial Magazine [Digital edition]. – 2013. – May, 8th. – Mode of access: <https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfundingsites-for-fundraising/#33d83da23850>
3. Crowd Funding info and news site [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/
4. Crowdfunding Industry Report 2013. Crowdsourcing.org [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <http://www.massolution.com>
5. Howe J. (2006). On the rise of crowdsourcing. Retrieved from: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/jeff-howe-on-the-rise-of-crowdsourcing/4749>.
6. Howe, J. (2008) Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving future of business. New York: Three River Press
7. Jeff Howe on the rise of crowdsourcing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/jeff-howe-on-the-rise-of-crowdsourcing/4749>
8. Karelians Sergey. Crowd funding prospects: in the USA – the law, in Russia – fraud // Slon.ru. № 3. 2013.P. 101-107.
9. Karyu O. I. (2016) Kraudsorsyng yak instrument menedzhmentu: pryklady vyryshennya miscevyx problem [Crowdsourcing as a management tool: examples of solutions to local problems]. Lviv: Bulletin of Lviv Polytechnic National University. – p. 213–219. [in Ukrainian].
10. Kickstarter Stats. URL: // <https://www.kickstarter.com/help/stats>.

11. Kuzmin O., Skibinsky O., Ugolkova O. (2016). Crowdfunding: essence, value and typology. Sumy: Marketynh i menedzhment [Marketing and Management of Innovations]. – p. 170–180.
12. Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
13. Rakos M. Crowdfunding and Advertising: A Game of Numbers : Infographic [Electronic resource] / M. Rakos // DashBurst. – Mode of access: <https://magazine.dashburst.com/infographic/crowdfundingnumbers-fusion-360>
14. Top 15 Crowdfunding Platforms in Europe [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://crowdsourcingweek.com/blog/top-15-crowdfunding-platforms-ineurope/>
15. Top 8 USA Crowdfunding Sites – 2016. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу:<http://myefunder.com/blog/tag/which-are-the-best-usa-crowdfunding-sites>
16. What Is the Difference between Crowdinvesting and Crowdfunding? [Electronic resource] // Companisto. – Mode of access: <https://www.companisto.com/en/page/crowdinvesting-vs-crowdfunding>
17. Блог про краудфандинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.crowdfundingrussia.blogspot.com/2012/04/blog-post_28.html
18. Васильєв О. В., Матющенко С. С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 18. С. 36–40.
19. Васильчук І. Крауфандинг і краудінвестінг як фінансові інновації.//Корпоративні фінанси// Журнал «Ринок цінних паперів України» – 2013. - №11-12. – с.59-67
20. Васильчук І. Крауфандинг і краудінвестінг як фінансові інновації / І. Васильчук // Ринок цінних паперів України. – 2013. – № 11–12. – С. 59–67.

21. Васильчук І. П. Краудфандинг як феномен постіндустріальної економіки. Ефективна економіка. 2013. № 11. С. 20–25.
22. Гернего Ю. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки / Ю. Гернего // Антикризове управління економікою України: нові виклики : Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 15–17 грудня 2015 року. – Київ : КНЕУ, 2015. – С. 25–29.
23. Гернего Ю.О. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки. – 2015.- [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/14736>
24. ДжеффХау. Краудсорсінг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу //Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: «Альпіна Паблішер» – 2012 –с.288.
25. Елементи краудфандингу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://igniteintent.wordpress.com/2013/08/07/5-ps-of-crowdfunding/>
26. Карий О. І. Краудсорсінг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем / Карий О. І., Панас Я. В. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2016. – № 847. – С. 213–219.
27. Кот В.В. Краудінвестинг як інструмент альтернативного фінансування / В.В. Кот // Фінансове забезпечення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу: глобальні виклики та українські реалії [Електронний ресурс] : Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції, 7 грудня 2016 року, м. Київ. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 166–168. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/20861/1/166-168.pdf>
28. Краудінвестинг або краудфандинг: чи є перспективи розвитку в Україні? [Електронний ресурс] // Журнал «Народный Депутат». – 2013 – № 95. – Режим доступу: <http://nardepjournal.com/>

- article/2013/95/kraudinvesting-abo-kraudfanding-chi-e-perspektivirozvitku-v-ukraini
29. Краудфандінг – нове джерело еко фінансування [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <http://www.climateinfo.org.ua/content/kraudfanding-nove-dzherelo-eko-finansuvannya>
 30. Краудфандінг набуває популярності [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: http://bibliote4nyj-autoban.blogspot.com/2012/11/blog-post_21.html
 31. Кузьмін О. Є. Краудфандинг: сутність, значення та типологія / О. Є. Кузьмін, О. С. Скибінський, О. З. Уголькова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016. – № 2. – С. 170–180.
 32. Кушнір С.О. Краудфандинг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні//Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 13. Частина 3. 2015. С .132-133.
 33. Липенцева Ю. Итоги 2015: успехи украинского краудфандинга – Сайт електронного журналу “Ain” [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ain.ua/itogi-2015-uspexiukrainskogo-kraudfandinga
 34. Макарович В. К., Огородник В. О. Краудфандинг: механизм привлечения необходимых ресурсов. Научный диспут: вопросы экономики и финансов: сборник тезисов научных работ II Международной научно практической конференции (Киев – Будапешт – Вена, 31 марта 2015 г.). 73 с.
 35. Молибог М. А., Івашова Н. В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., (м. Суми, 27 травня 2015 р.). За заг. ред.: О. В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. Суми : СумДУ, 2015. С. 252–253.

36. Огородник В. О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансовоінвестеційної системи. Науковий вісник Ужгородського університету. 2014. № 3 (44). С.103–105.
37. Офіційний сайт «На старті» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://na-starte.com/about>
38. Офіційний сайт «Спільнокошт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/> 26. Офіційний сайт «Українська біржа благодійності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ubb.org.ua/>
39. Петрушенко Ю. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент проектів соціально- економічного розвитку / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2014. — № 1. — С. 172—182
40. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально- економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 172–182.
41. Петрушенко Ю. М., Дудкін О. В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 1. С.172–182.
42. Сайт “Велика ідея” [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.biggggidea.com
43. Сайт допомоги проектам на Kickstarter.com в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.kickstart.com.ua
44. Сайт платформи краудфандингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.crowd.eco-n-tech.com/search_result/
45. Санін М.К., Безуглова Є.Ю. Краудсорсінг в інноваційній діяльності // Праці гуманітарного факультету. Збірник наукових статей НДУ ІТМО. –2014. –С. 301 – 306.
46. Складові краудекономіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdsourcingweek.com/blog/5ps-of-the-crowd-economy/>

47. Топ 100 кампаний на Kickstarter и Indiegogo: о чем говорит статистика – Портал краудсервісів [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.crowdsourcing.ru/article/top100_kampanij_na_kickstarter_i_indiegogo_o_o_chem_govor_it_statistika
48. Швидка О. П., Лисенко І. Краудфандинг як сучасний інструмент інвестування інноваційних підприємств. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку. Зб. матеріалів І Всеукр. наук.- практ. конф., 29–30 берез. 2016 р. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2016. С. 33–34.

ДОДАТКИ
Додаток А

КОДЕКС АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ХЕРСОНЬСЬКОГО
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Я, _____,
учасник(ця) освітнього процесу Херсонського державного університету, **УСВІДОМЛЮЮ**, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

ЗАЯВЛЯЮ, що у своїй освітній і науковій діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**:

- дотримуватися:
 - вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
 - принципів та правил академічної доброчесності;
 - нульової толерантності до академічного плагіату;
 - моральних норм та правил етичної поведінки;
 - толерантного ставлення до інших;
 - дотримуватися високого рівня культури спілкування;
- надавати згоду на:
 - безпосередню перевірку курсових, кваліфікаційних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
 - оброблення, збереження й розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому доступі в інституційному репозитарії;
 - використання робіт для перевірки на ознаки наявності академічного плагіату в інших роботах виключно з метою виявлення можливих ознак академічного плагіату;
- самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного й підсумкового контролю результатів навчання;
 - надавати достовірну інформацію щодо результатів власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використаних методик досліджень та джерел інформації;
 - не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликань на їхню роботу;
 - своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;
 - не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;
 - підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;
 - поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незважаючи на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;
 - не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національною, расовою, статевою чи іншою належністю;
 - відповідально ставитися до своїх обов'язків, вчасно та сумлінно виконувати необхідні навчальні та науково-дослідницькі завдання;
 - запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в навчальній, науковій і трудовій діяльності;
 - не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, списуванням, фабрикацією;
 - не підроблювати документи;
 - не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про інших здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників;
 - не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;
 - не залякувати й не проявляти агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;
 - не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності інших студентів та/або працівників;
 - не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символіки університету в заходах, не пов'язаних з діяльністю університету;
 - не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягати власних корисних цілей;
 - не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці іншим студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі недотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

_____ (дата)

_____ (підпис)

Вікторія ДМИТРИЄВА
(ім'я, прізвище)