



Калініна Ганна Михайлівна,

аспірантка

Малюга Микола Миколайович

науковий співробітник відділу економіки та управління ЗСО
Інституту педагогіки НАПН України

КРАУДФАНДІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розвиток сучасних ІК-технологій приводить до появи нових інструментів інвестування та можливостей для пошуку нових джерел капіталу. Виникнення краудфандінгу завдячує розвитку всесвітньої мережі Інтернет, зокрема соціальним мережам. Краудфандінг у своїй основі має концепцію краудсорсингу [2, с. 232–235] і виявляє схожість з мікрокредитуванням. Краудфандінг в цифровому суспільстві стає одним із сучасних інструментів для залучення, збору чи вкладання фінансових ресурсів з метою реалізації будь-якого проекту в різних галузях життєдіяльності людини та соціуму в глобальному просторі.

Краудфандінг (англ. *crowdfunding*, *crowd* — «громада, гурт, юрба», *funding* — «фінансування»), «фінансування громадою» або «народне фінансування» — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, здебільшого через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей» та їхні інноваційні ідеї. Це може бути також матеріальна чи нематеріальна допомога постраждалим від стихійного лиха, підтримка креативних людей з боку поціновувачів чи фанів, підтримка політичних кампаній та акцій, фінансування стартапів, малого бізнесу чи виробництва новітнього продукту, створення вільного програмного забезпечення тощо [3]. Інакше кажучи, краудфандінг — форма альтернативного фінансування, що дає змогу підприємцям, митцям, творчим особистостям, акторам, співакам, спортсменам, режисерам, громадським активістам залучати кошти для втілення власних ідей від великої кількості людей, здебільшого незнайомих.



Насправді історія збору грошей та фінансування спільнокоштом — чим за суттю і є краудфандінг — має давню історію в сотні років. Першим автором ідеї краудфандінга можна сміливо вважати Джонатана Свіфта — ірландського письменника, філософа. Саме він на початку 1700 року власним коштом заснував фонд допомоги (Irish Loan Fund) малозабезпеченим провінційним сім'ям і надавав їм, так звані, мікрокредити без застави чи надання позики, або кредитної історії [1]. А от першим, хто зробив опис та аналіз краудфандінга як явища в 2006 році був письменник і журналіст Джефф Хау у своїй книзі «Краудсорсінг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу» [5].

Слід відзначити, що в США та Європі народне фінансування (мікрокредитування) використовували вже близько двохсот років. Наприклад, завдяки збору коштів у форматі колективних пожертвувань було забезпечено повне або часткове зведення багатьох архітектурних об'єктів, серед яких Собор Паризької Богоматері у Франції, Храм спокути Святого Сімейства в Барселоні та Нью-Йоркська Статуя Свободи (Lady Liberty) в США. Крім того, саме в США виникли перші краудфандінгові сайти для музики (ArtistShare 2000/2001 pp., SliceThePie 2007 p., Hyper Funding 2008 p., IndieGoGo 2008 p., Pledge Music 2009 p.), кіноіндустрії (FilmVenture.com 2002 p.) та створення відеоігр (Double Fine Adventure та Wasteland 22012 p.). Цю естафету швидко підхопили країни Європи, одним із найуспішніших проєктів можна вважати виробництво документального фільму компанією Spanner Films з Великобританії — «Століття дурнів», про зміну клімату. Для виробництва та просування фільму було успішно зібрано більше одного мільйона фунтів стерлінгів упродовж п'яти років, із грудня 2004 року по 2009 рік. Уся знімальна команда працювала за дуже низьку заробітну плату, але попри це, отримувала краудфандінгові «акції» (один раз на рік протягом десяти років із моменту виходу фільму сплачували роялті-дивіденди) [6].

Крім того, у США започаткували практику спонсорства громадських телеканалів самими глядачами, які працюють до цього часу саме на такій фінансовій основі. А ще, краудфандінг із 2000 року широко використовують у США для збору коштів через Інтернет на політичні цілі. Так у 2008 році Барак Обама лише



на етапі попередніх виборів, зібрав близько двохсот сімдесяти двох мільйонів доларів. Це були мікрокредити, надіслані двома мільйонами людей.

Щодо України, то найбільш відомим та влучним застосуванням краудфандінгу слід вважати збір коштів на передвиборчу президентську компанію головного героя серіалу «Слуга народу» (<https://1plus1.ua/1plus1video/sluga-naroda>, 2015) — Василя Голубородька. Крім того, Володимир Зеленський, актор, зігравший Президента України в зазначеному серіалі, успішно застосував технології краудсорсінгу та краудфандінгу вже у своїй передвиборчій президентській компанії 2019 року, яку провадив переважно в соціальних мережах. Так, наприклад, напередодні проведення дебатів у другому турі президентської кампанії 2019 року Володимир Зеленський виклав відео на сторінці «Команда Зе!» в соціальній мережі Фейсбук (<https://www.facebook.com/watch/?v=409554299838452;#зробимойогоразом>), у якому запитав: «Яке питання ви хотіли би поставити Порошенку?». По-суті, це і є краудфандінг, а винагородою стало оголошення питань на дебатах, якими стали найбільш актуальні та найбільш згадані запитання в коментарях під зазначеним відео у Фейсбуці. Отже, наведений приклад підтверджує беззаперечний факт, що зазначені технології також зробили свій внесок у виборчий процес українського народу.

То як же працює краудфандінг? Як переконує співзасновник європейської мережі краудфандінга — Олів'є Гаджі: «Краудфандінг сьогодні — в моді. Чому? Бо [краудфандінг] дає змогу швидко знайти кошти та при цьому мінімізує ризики, як для підприємства, так і для інвесторів. Оскільки йдеться про менші вкладення з боку більшого числа людей... Все, що Вам потрібно для представлення проекту — це дотримання простого формату: невеличкий коментар плюс відеоролик. Зробіть цю роботу добре, якісно, бо у ній — ключ до успіху й до інтересу з боку інвесторів» [цит. за: 4].

Тож людей, які мають креативні й оригінальні ідеї чи проекти та збирають кошти на їх втілення за допомогою краудфандінга називають — *фаундерами*, а людей, які не бояться ризикувати та вкладати кошти в такі проекти називають — спонсорами або *бекерами*. Наприклад, є якась людина-творча особистість — фаундер, і в цієї людини є ідея, проект, а також команда, що готова цей проект реалізувати. Фаундер розуміє, яка точно сума йому



потрібна для реалізації проекту, та відкриває сторінку на спеціальній краудфандінговій платформі (майданчику), де й оголошує про початок збору коштів на втілення майбутнього проекту. Спонсори, ознайомившись з інформацією на платформі, роблять грошові внески на рахунок проекту. При цьому кожному бекеру, що пропонує фінансову допомогу, фаундер надає якийсь продукт натомість — відсотки з продаж, частину продукту тощо. Як тільки бажану прораховану суму пожертвувань буде зібрано — новий продукт запускають у масове виробництво.

Тобто, по-суті, краудфандінг — це сучасна альтернатива банківським кредитам і, як правило, використовується startup-компаніями, підприємцями малого та середнього бізнесу або творчими людьми, яким потрібні гроші для фінансування своїх ідей. Технологія краудфандінгу працює добре, якщо у фаундера є час та терпіння переконатися інших, що його проект вигідний та вдалий для інвестицій.

Так найвідомішими світовими краудфандінговими-проектами є: [Wikipedia.org](https://www.wikipedia.org) (безкоштовна відкрита онлайн-енциклопедія) та проект [Openstreetmap.org](https://www.openstreetmap.org). Вікіпедія є п'ятим сайтом в Інтернеті за відвідуваністю та налічує понад 37 мільйонів статей на 256 мовах та створюється добровольцями, число яких обчислюється сотнями тисяч, і утримується виключно на добровільні пожертвування. При цьому всі, хто перераховує кошти в «Фонд Вікіпедія», чітко знають, що роблять це заради того, щоб енциклопедія продовжувала працювати безкоштовно, розширювалася й не розміщувала на своїх сторінках Інтернет-рекламу. По-суті, люди жертвують гроші, щоб мати вільний доступ до інформації без зайвих проблем.

[Openstreetmap.org](https://www.openstreetmap.org) — це проект, який створює географічну карту Світу силами всіх охочих, у якому всі дані є вільними для скачування й використання та надаються за вільної ліцензії.

Сьогодні вже є багато краудфандінгових платформ, які дають змогу презентувати свій проект і доволі швидко зібрати необхідну суму, наприклад, лише в Старому Світі працюють близько 200 таких платформ. У Новому Світі найбільш відомими, успішними та популярними є: [StartSomeGood \(https://startsomegood.com/\)](https://startsomegood.com/), [Indiegogo \(https://www.indiegogo.com/\)](https://www.indiegogo.com/), [RocketHub \(www.rockethub.com/\)](https://www.rockethub.com/) та [Kickstarter \(https://www.kickstarter.com/\)](https://www.kickstarter.com/). Так за весь час існування платформа [Kickstarter](https://www.kickstarter.com/) допомогла зібрати на кінематографічні проекти близько ста мільйонів доларів.



В Україні найвідомішими та успішними українськими краудфандінговими платформами є: «Краудфандінг по Совісті», «УкрЯма», «Спільнокошт (Велика Ідея)» та «Na-Starte». Так платформу «Краудфандінг по Совісті» (<http://allatra.in/>) засновано на базі Міжнародного глобального всенародного руху «Аллатра» (<http://allatra.org>), який є об'єднуючим базисом для дружби між народами Світу поза умовностями та межами. До цього руху приєдналися вже сотні тисяч учасників з більш ніж 200 країн Світу. Своєю першочерговою задачею цей рух ставить створення умов на планеті, що сприяють формуванню духовно багатого, мирного, культурно-морального, творчого суспільства по всьому Світу. Девіз руху «Аллара»: «Добро в Дії!».

«УкрЯма» (<http://ukryama.com/>) — платформа, що об'єднує тих, хто зіткнувся з некомпетентністю дорожніх та інших служб України, які не виконують свої зобов'язання. «УкрЯма» вміщує багато корисної інформацію та має на меті ліквідувати всі дорожні пошкодження в Україні.

На платформу «Спільнокошт» (<https://biggggidea.com/>) подають не просто ідеї, що можуть зробити Світ кращим, а й добре продумані ініціативи від активних громадян, які роблять свій внесок у розвиток сильного й відкритого суспільства. «Спільнокошт» допомагає знайти стартовий капітал для соціального бізнесу, гроші на розроблення винаходу, зйомку фільму тощо.

«Na-Starte» (<http://na-starte.com/>) — нова краудфандінгова платформа для фінансування стартапів, комерційних і суспільно-соціальних проєктів, бізнес-ідей. Ця платформа функціонує як унікальний магазин-передпродаж: надаючи фінансову підтримку автору проєкту, спонсор робить попереднє замовлення на продукт або послугу, а не просто вкладає гроші.

Тож, резюмуючи, треба зазначити те, що з самого моменту виникнення нашої держави, традиції благодійності та меценатства не набули широкого розвитку в Україні з низки причин (економічних, соціальних, культурних тощо). Напевне тому краудфандінг як сучасний інструмент залучення коштів українці не розглядали як розумну та необхідну інвестицію в майбутнє, як інструмент розвитку соціального інтелекту та капіталу в Україні. Але таке ставлення докорінно змінили трагічних подій в Україні — Майдан (2013–2014 р.) та АТО (2014 р.— до сьогодні), після яких



благодійність, меценатство та спонсорство стало більш звичним явищем, і навіть інколи, асоціюється як обов'язковий складник життєдіяльності сучасної, освіченої, соціально-активної людини.

Саме після зазначених подій, краудфандінг в Україні набув нового розвитку та значення, ставши потужною, рушійною силою в мобілізації українського суспільства та у визначенні долі нашої країни. Українці стали серйозніше розглядати інвестування «в ідеї», «в майбутнє», в соціум та долучатися до краудфандінгових проектів по всьому Світу.

На сьогодні український краудфандінг здебільшого орієнтований на соціальні проекти та підходить для підтримки малого бізнесу, налаштованого на місцевих споживачів. Це й не дивно, адже в Україні ще занадто багато неподоланих економічних і фінансових проблем та ризиків.

І хоча краудфандінг не гарантує довговічність стартапу, моделі чи ідеї, але все ж таки він має сильну сторону: допомагає молодим, талановитим та активним підприємцям набувати досвіду, швидко мобілізує як окремих громадян чи групи людей, так і все суспільство загалом, а також створює прекрасні умови та зв'язки для реалізації інших соціальних проектів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Джонатан Свіфт. Wikipedia. 2019. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BD_%D0%A1%D0%B2%D1%96%D1%84%D1%82.
2. Калініна, Г.М. Краудсорсинг як інноваційний управлінський інструмент і змістова компонента навчального посібника для керівників. *Проблеми сучасного підручника*: зб. наук. праць / Ін-т педагогіки АПН України. Київ: «Педагогічна думка», 2015. Вип. 15. Ч. 1. С. 230–239.
3. Краудфандінг. Wikipedia. 2019. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>.
4. Краудфандінг: «с миру по нитке». *Euronews*. 2013. URL: <https://ru.euronews.com/2013/01/21/financing-for-the-future>.
5. Хау Д. Краудсорсинг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу. 2012. URL: <https://mustread.livejournal.com/444624.html>.
6. The Age of Stupid. Spanner films. 2004. URL: <https://spannerfilms.net/films/ageofstupid?fbclid=IwAR1JpEqcmWWdwhJWNa8GVFYcmK7JlFafkgmtcfZr3uDel aW7sAFqV8Hygo4>.