

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

EUROPEAN EXPERIENCE OF USING THE CROWDFUNDING FOR TOURISM DEVELOPMENT

У статті досліджено сутність технології краудфандингу та обґрунтовано доцільність її використання для розвитку проектів у сфері туризму. Проведено типологізацію краудфандингу за такими ознаками, як ціль проекту, форма фінансування та вигоди, стадія життєвого циклу проекту. З урахуванням ефективності краудфандингу як сучасного альтернативного джерела фінансування туристичного бізнесу розкрито можливості імплементації технології краудфандингу в Україні на прикладі успішного досвіду Швейцарії та інших країн ЄС.

Ключові слова: краудфандинг, платформа краудфандингу, туризм, туристичний проект, фінансування, джерело фінансування, краудлендинг, краудінвестинг.

В статье исследована сущность технологии краудфандинга и обоснована целесообразность ее использования для развития проектов в сфере туризма. Проведена типологизация краудфандинга по таким признакам, как цель проекта, форма финансирования и выгоды, стадия жизненного цикла проекта. С учетом эффективности краудфандинга как современного альтер-

нативного источника финансирования туристического бизнеса раскрыты возможности имплементации технологии краудфандинга в Украине на примере успешного опыта Швейцарии и других стран ЕС.

Ключевые слова: краудфандинг, платформа краудфандинга, туризм, туристический проект, финансирование, источник финансирования, краудлендинг, краудинвестинг.

In the article, the essence of the crowdfunding technology is explored and the feasibility of its using for the development of projects in the field of tourism is substantiated. The typology of crowdfunding is carried out on the basis of such features as the project purpose, the form of financing and benefit, the stage of the project's life cycle. Considering the effectiveness of crowdfunding as a modern alternative source of financing for the tourism business, the possibilities of implementing the technology of crowdfunding in Ukraine are illustrated by the successful experience of Switzerland and other EU countries.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platform, tourism, tourism project, financing, source of financing, crowdlending, crowdfunding.

УДК 338.48

Нестерова К.С.

к.е.н., доцент кафедри економіки
і міжнародних економічних відносин
Міжнародний гуманітарний університет

Постановка проблеми. Підвищення впливу стейкхолдерів на ефективність проекту, розвиток моделі шерінгової економіки, активізація телекомунікаційних технологій у сфері бізнесу, банківська криза та інші фактори обумовили зміни і у процесі фінансування. Поряд з традиційними формами фінансування набули розповсюдження альтернативні форми, зокрема, з використанням Інтернет. Однією з таких форм, що в останні роки динамічно розвивається у Європі, є краудфандинг. Особливо ефективним є краудфандинг у соціальних проектах, у тому числі у сфері туризму. За даними Світового Банку, до 2025 р. світові інвестиції шляхом краудфандингу перевищать 90 млрд дол. США [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження краудфандингу, як методу фінансування туристичних проектів, знайшли відображення здебільшого у працях іноземних вчених. До них слід віднести: М. Байер, К. Вагнер, В. Грізе, Л. Емері, А. Перучу, Р. Шег [2 – 3]. Проте, окремі наукові нароби щодо краудфандингу як інноваційного інструменту фінансування представлені у вітчизняній науці, зокрема, у роботах О. Дудкіна, В. Огородник, Ю. Петрушенка, А. Фоменко [4–6].

Постановка завдання. Не зважаючи на актуальність краудфандингу, недостатньо розроблені концептуальні засади його реалізації та державного регулювання у вітчизняній практиці ведення бізнесу. В Україні, одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки якої має бути туризм, впровадження технології краудфандингу дозволить не лише додатково отримати фінансові ресурси, але і оцінити життєздатність проекту, а також залучити стейкхолдерів до участі у проекті та заздалегідь сформувати їх лояльність.

Мета статті полягає у дослідженні сутності краудфандингу, визначенні його типів та розкритті можливостей імплементації технології краудфандингу в Україні з метою розвитку туристичних проектів на підставі аналізу європейського досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансування проектів шляхом збору суспільних коштів має тривалу історію. Однак, у сучасних умовах такий тип фінансування набуває особливої актуальності в умовах нестачі державних коштів, кризи заборгованості країн світу тощо.

Краудфандинг як метод фінансування є поширеним у європейській практиці. Європейська Комі-

сія визначає краудфандинг, як «нову альтернативну форму фінансування, яка поєднує тих, хто може надавати, позичати або інвестувати гроші безпосередньо тим, хто потребує фінансування для конкретного проекту» [7]. Такий підхід значно зменшує розмір трансакційних витрат, витрати на маркетингові інструменти.

Як правило, краудфандинг реалізується шляхом використання Інтернет технологій. Збір коштів реалізується або самостійно (за допомогою веб сайту проекту, соціальних мереж), або за допомогою спеціально створених платформ краудфандингу, які поєднують зазвичай проекти схожої тематики або ті, що будуть реалізовані в конкретній місцевості.

У країнах ЄС діє понад 500 подібних платформ краудфандингу. Розподіл за країнами представлений на рис. 1. У Великій Британії зосереджено 143 платформи краудфандингу, у Франції – 77 од., у Німеччині – 65 од., Нідерландах – 58 од, Італії - , Швейцарії – 40 од.

Особливо слід звернути увагу на досвід Швейцарії, яка впроваджує протягом останніх років технології краудфандингу не лише у соціальні (платформа «Greencrowdfunding»), але і у спортивні та культурні проекти, а також у проекти у сфері нерухомості (платформа «Swiss Lending»).

У 2015 р. 1342 проекти отримали фінансування у розмірі 27,3 млн франків шляхом краудфандингу, що на 73 % більше показника 2014 р. За період з 2009 – 2015 рр. було отримано 65 млн франків (практично 2 млрд грн). У проєктах краудфандингу у 2015 р. взяли участь понад 90 тис. осіб. Практично всі проекти були реалізо-

вані через Інтернет платформи, які у квітні 2016 р. налічували 40 од. [8].

Європейський досвід використання краудфандингу свідчить про наявність кількох його типів відповідно до ознак, що наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Типи краудфандингу	
Ознака	Тип краудфандингу
Ціль проекту	- Оцінка споживчого інтересу - Отримання фінансових ресурсів
Сфера реалізації проекту	- Туризм - Економіка (бізнес проекти) - Екологія тощо
Життєвий цикл проекту	- Впровадження (пожертвування) - Зростання (краудінвестинг, краудлендинг)
Форма вигоди	- Матеріальна (отримання вироблених товарів, частки власності шляхом випуску акцій) - Фінансова (краудінвестинг, краудлендинг) - Нефінансова (пожертвування)
Форма організації фінансування	- Самостійно - За допомогою спеціалізованих Інтернет платформ

Джерело: побудовано автором

Таким чином, до основних типів краудфандингу слід віднести такі: пожертвування, краудінвестинг та краудлендинг. Відмінність між останніми двома типами полягає у необхідності повернення коштів відповідно до розробленого графіку при краудлендингу та інших відмінностях, що характерні для



Рис. 1. Кількість платформ краудфандингу у окремих країнах Європи у 2014 р., од.

Джерело: побудовано автором за [7]

інвестування та кредитування. Міжнародна організація комісій по цінним паперам всі види краудфандингу, що мають нефінансову мету, відносить до спонсорства, а ті, що мають фінансову – краудлендинг та краудінвестинг.

Наприклад, у Великій Британії платформами, що діють на підставі краудлендингу, є «Funding Circle», «Zora», у Франції – «Babyloan» тощо [8]. Серед інших видів краудфандингу краудлендинг розвивається найшвидшими темпами і складає майже 50 % всієї структури прибутків світового ринку краудфандингу. Протягом 2013 – 2014 рр. у країнах Європи було реалізовано понад 200 тис. проектів та отримано приблизно 12 тис. євро.

Важливою проблемою впровадження технології краудфандингу є розробка нормативно-правової бази його регулювання. У ЄС реальне регулювання почалося у 2014 р., проте, загальноєвропейського рівня воно так і не досягло, у тому числі внаслідок незначної частки фінансування міжєвропейських проектів (у 2014 р. 7,3 %).

Сучасна практика європейського бізнесу дозволяє виділити 2 види державного регулювання краудфандингу: непряме регулювання (проведення консультацій) і пряме регулювання (встановлення нормативів проведення краудфандингу, прийняття спеціалізованих нормативно-правових актів). Перший тип регулювання є характерним для Німеччини, Нідерландів, Бельгії, другий – Франції, Іспанії, Великої Британії, Італії.

У Швейцарії розподіл отриманих фінансових ресурсів за типом краудфандингу у 2014 р. представлено на рис. 2.

Дослідження донорів фінансових ресурсів у Європі шляхом краудфандингу дозволило визначити, що практично половина з них розташована поряд з реципієнтами (в середньому відстань

складає 12 км) [8]. У туристичних проектах такими донорами можуть бути місцеве населення, включаючи фізичні та юридичні особи, та туристи (вітчизняні та іноземні). Результати опитувань свідчать, що понад 40 % туристів згодні зробити незначний фінансовий внесок у розвиток туристичних проектів або дестинації загалом [8]. Так у Швейцарії існує 3 платформи, спрямовані на реалізацію соціально-культурних проектів («IBelieveInYou», «Wemakelt», «Sosense»).

В Україні платформою, що спрямована на збір коштів для проектів, метою яких є розвиток локальної місцевості, виступає «Мой город». Дослідження поточних проектів, розташованих на цій платформі, дозволило зробити висновки, що безпосередньо туристичні проекти складають 4 од., а ті, що опосередковано пов'язані (проекти з благоустрою, екологічні, культурні проекти) – 26 од. Тобто кількість проектів, що так чи інакше стосуються туризму, складає 74 % (рис. 3).

Аналіз ефективності туристичних проектів на платформі «Мой город» дозволив визначити ті фактори, що сприяють успішній реалізації проектів краудфандингу в Україні. В цілому ефективність туристичних проектів, що представлені на платформі, складає 85 %.

Таким чином, в Україні, зокрема, органам публічної влади доцільно використовувати краудфандинг з метою фінансування туристичних проектів. Не зважаючи на перспективність розвитку туризму в Україні, відсутність цілеспрямованого фінансування цієї сфери, недостатність фінансового забезпечення інфраструктурних та туристичних об'єктів та інші фактори, у тому числі непрямі, значно обмежують можливості розвитку туристичної сфери.

На рис. 4 представлено динаміку структури видатків місцевих бюджетів у ВВП за січень – чер-



Рис. 2. Розподіл фінансових ресурсів, отриманих шляхом краудфандингу у Швейцарії, 2015 р.

Джерело: побудовано автором за [8; 9]

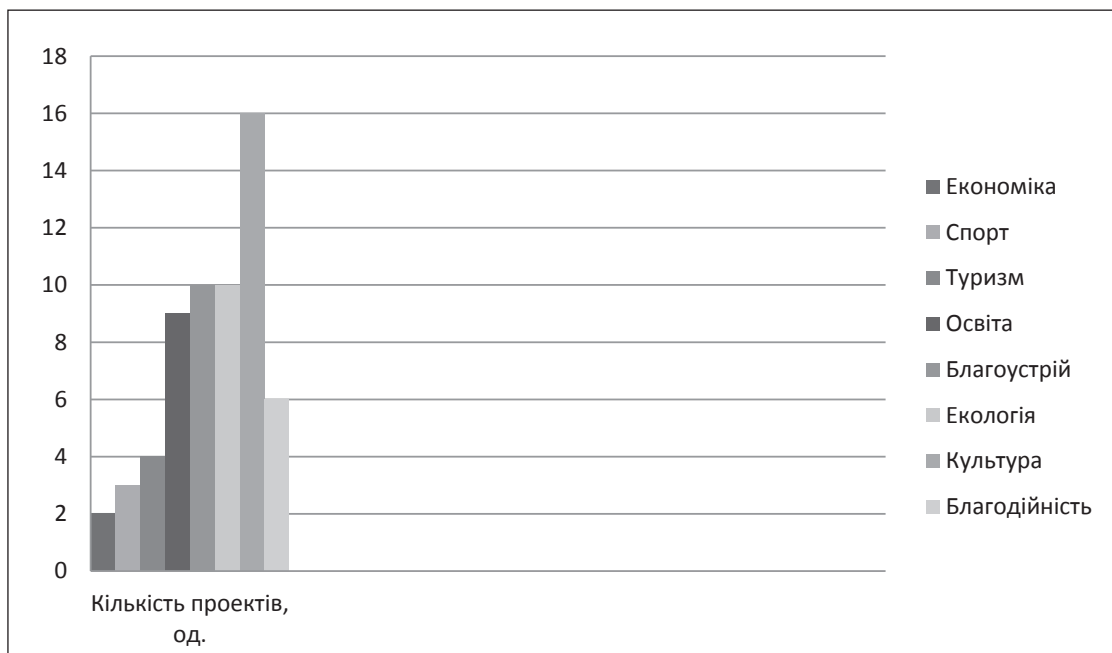


Рис. 3. Кількість проектів краудфандингу за сферами, липень 2017 р.

Джерело: побудовано автором за [10]

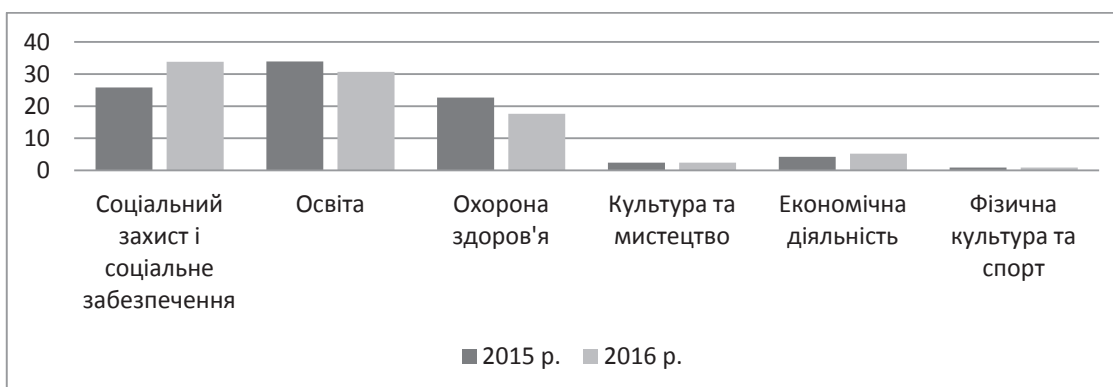


Рис. 4. Структура видатків місцевих бюджетів за функціональною класифікацією за січень – червень 2015–2016 рр.

Джерело: побудовано автором за [11]

вень 2015 – 2016 рр. Вочевидь найбільша частка припадає на видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення, що означає обмеження можливостей фінансування туристичної сфери.

Таким чином, використання технології краудфандингу сприятиме надходженню фінансових ресурсів до туристичної сфери, збільшенню прозорості реалізації туристичного проекту. З цією метою органи публічної влади мають активніше співпрацювати з стейкхолдерами конкретного туристичного проекту, зокрема: ЗМІ, суспільними організаціями та іншими суб'єктами, що можуть виступати ініціаторами проектів.

Основні фактори, що впливають на ефективність використання краудфандингу в Україні у туристичній

сфері, умовно можна розділити на ті, що залежать від дій органів публічної влади, та ті, що пов'язані з розробкою безпосередньо туристичного проекту реципієнтами фінансових ресурсів (табл. 2).

Також пропозиція краудфандингу має бути сформована відповідно до кожної групи можливих донорів, окреслено переваги їх участі у проекті. Наприклад, круїзна компанія «Princess Cruises» видає сертифікати про здійснення благодійних внесків для всіх спонсорів із метою їх надання до податкових органів.

Висновки з проведеного дослідження. Досвід використання краудфандингу в країнах Європи переконує, що ця технологія є реальним альтернативним джерелом залучення коштів до суспільно

Таблиця 2

Фактори, що залежать від органів публічної влади	Фактори, що залежать від реципієнтів фінансових ресурсів
Розробка відповідної нормативно-правової бази	В основі проекту має бути проста конкретна ідея, що матиме позитивний зовнішній ефект
Забезпечення безпеки он-лайн платежів	Правильний вибір типу краудфандингу та механізму реалізації (через платформу чи самостійно)
Стимулювання органів місцевого врядування до розробки та реалізації туристичних проектів, активізація їх роботи у соціальних мережах, зстейкхолдерами туристичних проектів	Проведення активної роботи з потенційними та реальними донорами, публікація звітів

Джерело: складено автором

важливих сфер. Туристична сфера, яка сприяє не лише надходженню фінансових ресурсів до бюджетів, але і зменшенню соціальної напруги, має значні перспективи для розвитку в Україні внаслідок наявності відповідних ресурсів. Однак, недостатність фінансового забезпечення об'єктів туристичної сфери та інших суміжних галузей економіки суттєво обмежує такі перспективи. В цьому аспекті імплементація технології краудфандингу дозволить частково вирішити зазначену проблему, залучити суспільство до реалізації туристичних проектів, підвищити рівень інноваційної активності та прозорості бізнесу. Не зважаючи на те, що краудфандинг наразі розвивається стихійно, необхідною є нормативно-правова підтримка його функціонування, створення гарантій для безпеки таких операцій тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Crowdfunding's potential for the development word [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf.
2. Crowdfunded Tourism Activities: Study on the Direct Impact of Swiss Crowdfunding Platforms on the Tourism Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.hevs.ch/media/document/1/grezes-et-al.-2015-crowdfunded-tourism-activities_study-on-the-direct-impact-of-swiss-crowdfunding-platforms-on-the-tourism-industry.pdf.
3. Beier M. Crowdfunding Success of Tourism Projects – Evidence from Switzerland / M. Beier, K. Wagner [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ssrn.com/abstract=2520925>.
4. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – Вип. 1. – С. 172–182.
5. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи / В.О. Огородник // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 103–105.
6. Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні / А.О. Фоменко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – Вип. 3. – С. 93–96.
7. European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/growth-and-investment/financing-investment/crowdfunding_en/

info/business-economy-euro/growth-and-investment/financing-investment/crowdfunding_en/

8. Yazgi A. 20 conseils pour réussir votre campagne de crowdfunding / A. Yazgi // PME Magazine. – 2016. – № 12. – С. 26–35.

9. Crowdfunding monitoring Switzerland 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hslu.ch/crowdfunding/>

10. Мой город – системные улучшения Одессы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mg.od.ua/>

11. Моніторинг основних індикаторів бюджетної системи України за січень – червень 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/2016_08_budget_new_ukr.pdf

REFERENCES:

1. Crowdfunding's Potential for the Developing World. (2013) infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank. Available at: https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf
2. Grèzes V., Emery L., Schegg R., Perruchoud A. (2015) Crowdfunded Tourism Activities: Study on the Direct Impact of Swiss Crowdfunding Platforms on the Tourism Industry. Available at: https://www.hevs.ch/media/document/1/grezes-et-al.-2015-crowdfunded-tourism-activities_study-on-the-direct-impact-of-swiss-crowdfunding-platforms-on-the-tourism-industry.pdf.
3. Beier M. (2015) Crowdfunding Success of Tourism Projects – Evidence from Switzerland. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2520925/>
4. Petrushenko Yu.M., Dudkin O.V. (2014) Kraudfandynh yak innovatsiyni instrument finansuvannia proektiv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Crowdfunding as an innovative instrument of social and economic projects financing]. *Marketing and Management of innovations*, vol. 1, pp. 172 – 182. (in Ukrainian)
5. Ohorodnyk V.O. (2014) Kraudfandynh yak innovatsiyni instrument modernizatsii natsionalnoi finansovo-investytsiynoi systemy [Crowdfunding as an innovative instrument of national financial and investment system's modernization]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University*, vol. 3, pp. 103 – 105. (in Ukrainian)
6. Fomenko A.O. (2013) Suchasni umovy rozvytku kraudfandynhu v Ukraini [Modern conditions of crowdfunding development in Ukraine]. *Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, vol. 3, pp. 93 – 96. (in Ukrainian)

7. European Commission. (2017) Crowdfunding. Available at: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/growth-and-investment/financing-investment/crowdfunding_en/
8. A. Yazgi. (2016) 20 conseils pour réussir votre campagne de crowdfunding. *PME Magazine*, vol. 12, pp. 26–35. (in French)
9. Institute of Financial Services. (2016) Crowdfunding monitoring Switzerland 2016. Available at : <https://www.hslu.ch/crowdfunding/>
10. Moy gorod – sistemnye uluchsheniya Odessy. Available at : <https://mg.od.ua/> (in Russian)
11. Instytut biudzhetu ta sotsialno-ekonomichnykh doslidzheniu (2016) Monitorynh osnovnykh indykatoriv biudzhethoi systemy Ukrainy za sichen – cherven 2016 r. [Monitoring of basic indicators of Ukraine's budget system]. Available at: http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/2016_08_budget_new_ukr.pdf/ (in Ukrainian)

Nesterova K.S.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics and
International Economic Relations,
International Humanitarian University

EUROPEAN EXPERIENCE OF USING THE CROWDFUNDING FOR TOURISM DEVELOPMENT

The influence of stakeholders on project efficiency, active development of the telecommunication technologies, a decrease of governmental financial support, and other factors have led to the significant changes in business financing. Along with traditional forms of business financing, alternative forms of financial support have recently become available. One of these forms is crowdfunding that we are describing in this paper. European experience shows that crowdfunding is an effective contemporary instrument of financing. In the EU countries, there are more than 500 platforms of crowdfunding, from 40 units in Switzerland to 143 in the United Kingdom.

Implementation of the crowdfunding technology in Ukrainian tourism industry will not only give the possibility to obtain additional financial resources but also assess the viability of the tourism project, as well as attract stakeholders to participate in the project and form their loyalty in advance.

International surveys results demonstrate that more than 40% of tourists agree to make a small financial contribution to the development of tourist projects or local destinations. In tourism projects, potential donors may include local people (individuals and firms) and tourists (domestic and foreign). The study of current projects located on the Odesa platform for crowdfunding “Moy Gorod” has made it possible to conclude that the effectiveness of tourism projects is 85% that is much higher than the others spheres have.

According to such factors as project purpose, project life cycle, a form of benefit and financing, the main types of crowdfunding are a donation, crowdlending, and crowdinvesting.

An important problem of implementing crowdfunding technology in national tourism projects is the development of a regulatory framework. In our paper, factors that influence the effectiveness of the use of crowdfunding in Ukraine's tourism projects are divided into those that depend on the actions of public authorities and those related to the recipients of financial resources.

Thus, the tourism industry, which promotes not only the flow of financial resources to the budgets but also the reduction of social problems, has significant prospects for development in Ukraine due to the availability of appropriate natural resources. However, the lack of financial provision of tourism objects and other related industries substantially limits such prospects. Therefore, implementation of the crowdfunding technology will partially solve the mentioned problem, involve society in the tourism projects development, and increase the level of innovation activity, transparency of business.