Головним фактором, що впливає на сучасну кредитну діяльність банків в Україні є політична та соціальна нестабільність, а банківське кредитування для розвитку потребує досягнення умов макроекономічної стабільності. Для покращення ситуації в кредитуванні необхідно стабілізувати економічні, політичні і соціальних умов.

Список використаних джерел:

4. Мороз А. П. Підвищення ролі банківської системи в економічному зростанні: Види, функції та роль кредиту/ наук. ред. А. П. Мороз. К.: УФМТ, 2016. 23 с.
5. Офіційний сайт НБУ. URL: http://www.bank. gov.ua
6. Офіційний сайт Мінфін. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/
7. Солоділова К. В., Шафранова О. В. Сучасний стан кредитування в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 3. С. 844-847.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua
9. Росола У. В., Щока Н. І., Ярмолюк М. С. Крелитна політика та аналіз сучасного стану кредитного ринку України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. № 19. С. 181-188.

ДОЦЕНКО І.О., *к.е.н., доцент,*
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет

КРАУДФАНДИНГ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Тенденції світового розвитку характеризуються значним технічним прогресом, без новітніх прогресивних досягнень якого неможливо уявити сьогодні нашого життя. Оновлені технології, техніка, ефективне використання науково-технічного потенціалу підтверджують аксіому стосовно необхідності регулярного стимулювання інноваційного шляху розвитку економіки. Краудфандинг фінансових послуг є ефективним способом підвищення фінансової інклюзії в України.

Термін краудфандинг походить від поєднання двох слів – crowd (натовп, юрба, маса) і funding (фінансування) – це колективна співпраця людей (донорів), які добровільно разом об'єднують свої гроші або інші ресурси, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій (реципієнтів) [1].

Дослідження сутності краудфандінгу дозволяє стверджувати, що виникнення феномену краудфандінгу стало можливим лише завдяки формуванню інформаційно-інноваційної економіки. Перш за все краудфандинг є продуктом поширення інформаційно-комунікаційних технологій, насамперед, Інтернету.

Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції - допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато іншого.

Громадсько-суспільні проекти не єдині, хто потребують додаткового фінансування від населення. Існують невеликі і середні компанії, що хочуть розвиватися і потребують більше матеріальних ресурсів, ніж існує у них можливість зібрати. Отож, суб'єктами процесу краудфандингу з одного боку виступають інвестори або спонсори, що надають кошти, і яких називають «фандери» та з іншого боку – пошукувачі чи реципієнти капіталу, які є ініціаторами-засновниками краудфандингового проекту – «фундери» [2].

Підґрунтям функціонування краудфандінгу є наступні принципи [3]:

– цільовий характер, що полягає, з одного боку, у визначенні мети використання майбутніх залучених коштів. З іншого боку, передбачається попередній вибір сегменту інвесторів (спонсорів), на який розраховують ініціатори проекту, що встановлюється при розробці стратегії залучення коштів;

– зацікавленість майбутніх спонсорів, що визначається у вигляді встановлення грошової винагороди; отримання певного предмету, що становить не грошову, а моральну цінність; пам'ятного надпису з ім'ям спонсора у певному документі або на певному предметі;

– транспарентність залучення та використання залучених фінансових ресурсів;

– зручність для інвестора при внесенні коштів.

Для проведення краудфандинга використовуються відповідні електронні ресурси, в якості яких застосовуються спеціалізовані сервера. За рахунок використання Інтернет ресурсів технологія краудфандинга дозволяє істотно розширити коло осіб, які бажають взяти участь у фінансуванні інноваційних проектів. Така технологія усуває велику кількість посередників, яке бере участь в звичайних схемах фінансування інноваційних проектів. Як єдиний посередник виступає краудфандингова платформа.

Аналізуючи наявний досвід як міжнародних проектів, так і внутрішніх, звертаємо увагу, що презентація на краудфандинговій платформі має в результаті не лише залучені кошти, а й своєрідну рекламу, що дає змогу в подальшому після початку втілювання ідеї в життя удосконалювати продукт, виходити на відповідні ринки, залучати вже більш серйозних інвесторів та досягати значних результатів.

Найбільшого поширення сьогодні набуває інвестиційний (акціонерний) краудфандинг. На відміну від краудфандингу, краудінвестинг передбачає інвестування в проект коштів, залучених у формі колективного фінансування, обов'язково з розрахунком на отримання фінансової вигоди інвестором. Тобто відмітною рисою краудінвестингу є інвестиції, які здійснюються невеликими сумами за спрощеною процедурою з розрахунку на фінансову вигоду. Оскільки краудінвестинг набирає оберти, має значний потенціал росту ринку і стає альтернативою традиційному інвестуванню, то цей напрямок краудфандингу

розробляється окремо і для нього створюються спеціальні краудінвестингові платформи, вводяться свої правила та норми.

В узагальненому вигляді процес взаємодії краудфандингового посередника і підприємства можна представити у вигляді такої послідовності кроків:

– на першому етапі, коли у підприємства з'являється інноваційна ідея, воно розміщує презентацію інноваційної ідеї на краудфандинговой платформі і вказує суму, необхідну для реалізації інноваційного проекту на базі цієї ідеї. Також вказується винагороду, яке отримає кожен, хто профінансує цей проект. З цього моменту починається робота краудфандингової платформи зі збору коштів на цей проект;

– на другому етапі підприємство проводить науково-дослідні й дослідно-конструкторські роботи, розробляє дослідний зразок інноваційної продукції, проводить необхідну підготовку до серійного випуску продукції. Всю інформацію про виконану роботу по інноваційному проекту підприємство розміщує на краудфандинговій платформі, для залучення якомога більшої кількості осіб, які бажають профінансувати цей проект;

– на третьому етапі закінчується термін збору коштів на краудфандинговій платформі;

– на четвертому етапі, використовуючи засоби зібрані на краудфандинговій платформі, підприємство розгортає серійне виробництво і збут інноваційних виробів. На цьому етапі підприємство починає отримувати прибуток за рахунок реалізації інноваційного продукту;

– на четвертому етапі проводяться розрахунки з усіма особами, які взяли участь у фінансуванні інноваційного продукту через краудфандингову платформу.

В Україні краудфандинг як інструмент фінансування проектів має потенціал застосування. Нині у світовій практиці малі та середні підприємства залучають значну частку фінансових ресурсів на ринку краудфандингу. Враховуючи наявність перешкод для малого бізнесу в Україні при отриманні банківських позик та державної підтримки цей інструмент фінансування сприяв би подоланню їх дефіциту фінансових ресурсів. Водночас для великого бізнесу актуальність краудфандінгу проявиться лише через певний час із розвитком нормативно-правового забезпечення цих відносин. Часто платформи краудфандингу використовують для збору благодійних внесків. Є позитивна практика застосування краудфандінгу у бюджетній сфері. Він являється можливістю виходу з кризи, яка відчутна в тому числі і в інноваційно-інвестиційній сфері економіки.

Оскільки в Україні немає спеціального законодавства, що регулює краудфандинг, то збір коштів для проекту може належати до інвестування, спонсорства, благодійності або просто пожертв. У той час як, наприклад, в США прийнятий спеціальний закон, що полегшує бізнесмену-новачку доступ до капіталу. Для здійснення такої діяльності одержувач грошей повинен бути місцевим резидентом і мати банківський рахунок у певній країні. Тому українським проектам може знадобитися надійний іноземний посередник.

Одним із найбільш успішних майданчиків краудфандингу в Україні є biggggidea.com [4]. Він був створений у 2009 р. для обміну ідеями між соціально активними людьми, тому й отримав назву Big Idea. У 2012 р. Big Idea запустив краудфандингову платформу «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На думку засновників платформи, вона спрямована на реалізацію проектів, які здатні забезпечити системні зміни в суспільстві та сприяти економічному зростанню національної економіки. У такий спосіб через такі платформи люди здатні фінансувати суспільні зміни. На платформі розміщають проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Люди переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проекти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проекти соціального підприємництва, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів можна акумулювати значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте можна оцінити попит на інноваційний продукт. Завдяки «Спільнокошту» фінансування отримали стартапи Hromadske.tv та Громадське радіо.

Громадське радіо – єдине в Україні, на думку організаторів, незалежне радіо, яке не належить владі, політикам чи бізнесменам. За зібрані кошти на краудфандинговій платформі їм удалося відремонтувати й запустити дві студії та заплатити річну орендну плату. Нині Громадське радіо робить спробу повторно зібрати кошти на краудфандинговій платформі для цілодобової ротації [5].

Розглянувши українські аналоги краудфандингових платформ можна зробити висновок, що вони кардинально відрізняються від закордонних, платформи, завдяки «пасивній» допомозі від держави, переважно спрямовані на підтримку соціуму, підтримку культурних проектів, розвиток освітніх проектів. Організатори цих платформ говорять, що основною метою є підйом країни, де силами її громадян фінансуються суспільні зміни. Отже, український краудфандинг знаходиться ще на етапі становлення і суми зборів на українських краудфандинг-платформах доки незначні порівняно із зарубіжними платформами. Але інноваційному проекту, орієнтованому на вітчизняний ринок, рекомендується проводити кампанію саме на українській платформі з метою завоювання потенційних споживачів.

Стає очевидним те, що краудфандинг – це можливість реалізувати свій проект, оминаючи ті обмеження, що висуває сучасна кредитно-грошова система України. Цей механізм є реальною альтернативою банківському кредитуванню, бюджетному фінансуванню або фінансуванню з кишені одного інвестора з його високими вимогами і складними умовами.

Список використаних джерел:

1. Диба О., Гернего Ю. Краудфандинг: теорія та можливості використання в Україні. *Банківська справа*. 2015. № 1-2. С. 53-62.
2. Васильчук І. Краудфандинг і краудінвестинг як фінансові інвестиції. *Ринок цінних паперів України*. 2013. № 11-12. С. 59-67.

3. Волосович С. В., Василенко А. В. Краудфандінг як інноваційний метод фінансування проектів. *Modern Economics*. 2017. № 4. С. 13-19.
4. IndieGoGo. URL: https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you
5. Єлісєєва Л. В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017.

ДРОГА В.С.[*]**,** *студент,*
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКО-СТРАХОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ В УКРАЇНІ

У зв'язку нестабільністю економічної ситуації в Україні, посиленням конкуренції на ринку фінансових послуг, з огляду на тенденції сучасних глобалізаційних процесів, страхові компанії та банківські установи постійно шукають додаткові шляхи для диверсифікації джерел своїх доходів, розробляють і впроваджують нові спільні продукти, розвивають форми інтеграції в межах банківсько-страхової взаємодії. Інтеграція банківського та страхового бізнесу у формі банко-страхування дає змогу фінансовим установам вдосконалювати свої бізнес-процеси, розширювати асортимент фінансових послуг та сприяє покращенню процесу їх надання [3, с. 25].

При цьому «спільна діяльність банків та страхових компаній здатна зробити вагомий внесок у підвищення соціального добробуту населення, оскільки участь у загальному русі суспільного капіталу сприяє динамічному зростанню національної економіки» [2, с. 58].

Можна сказати, що у широкому розумінні банкострахування – це юридично оформлена угода між банком і страховою компанією щодо задоволення потреб споживачів у страховому захисті (банківському обслуговуванні) через банківські (страхові) канали збуту. В Україні взаємодія банків та страхових компаній триває вже понад 20 років. І, як правомірно зазначають вітчизняні вчені, сутність цього виду взаємодії фінансових установ полягає в їхній спільній інтеграції з метою координації продажів, поєднання страхових і банківських продуктів, налагодження спільних каналів їх розповсюдження, розширення клієнтської бази, а також виходу на нові сегменти ринку [7, с. 167].

Історично розвиток взаємодії страхових компаній та банків в Україні відбувався поступово, що дає змогу виділити окремі етапи цього процесу. Кожний з етапів формування взаємодії банків і страхових компаній в Україні має свої особливості, а також про поглиблення її розвитку. Аналіз сучасного стану взаємодії страхових компаній та банків в Україні можна провести на

[*] Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.