

ՇՈՒՇԱՆ ՀՈՎԱԿԻՄՅԱՆ

Ֆինանսներ, բակալավրիատ, 2-րդ կուրս

ՔՐԱՈՒՖԱՆԴԻՆԳԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՆԱԽԱԴՐՅԱԼՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ

Հիմնաբառեր. քրաուդֆանդինգ, հարթակներ, ֆինանսավորում, քրաուդֆանդինգ արշավներ, ֆինանսավորման այլընտրանք

Քրաուդֆանդինգը ֆինանսավորման այլընտրանք է, որը լայն տարածում է գտել 2008 թ. ճգնաժամից հետո: Այն հասարակության փոքր ֆինանսական միջոցների ներգրավմամբ ռիսկային նախագծերի ֆինանսավորումն է սոցիալական կայքերի միջոցով: Անհատն իր բիզնեսի մասին տեղեկությունը կայքերում հրապարակելով հասանելի է դարձնում ներդրողների մի ստվար զանգվածի համար և հետո ներգրավում է նրանց ֆինանսական ռեսուրսները: Հայկական նախագծերը հաճախ միջազգային հարթակներում հաջողության չեն հասնում մի շարք օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով: Սեփական քրաուդֆանդինգ հարթակի ստեղծումը անհրաժեշտություն է դարձել այսօր, քանի որ այդ ճանապարհով կֆինանսավորվի փոքր և միջին բիզնեսը, ինչի արդյունքում կստեղծվեն աշխատատեղեր և կբարձրանա բնակչության կենսամակարդակը:

Հետաքրքիր նախագծեր ունենալով հանդերձ՝ անհրաժեշտ է ուսումնասիրել բոլոր հնարավոր ֆինանսավորման աղբյուրները և ընտրել օպտիմալը: Ֆինանսավորման աղբյուրներ են բանկային վարկը, դրամաշնորհները, արժեթղթերով միջոցների ներգրավումը, ինչպես նաև քրաուդֆանդինգը, որը մեծ տարածում է գտել ողջ աշխարհում և վերջին տարիներին նկատվում է դրա միջոցով հավաքագրվող միջոցների ծավալների կտրուկ աճ:

Քրաուդֆանդինգ հասկացությունը գոյություն ունի բավականին տևական ժամանակ, եզրույթը բառացի թարգմանությամբ նշանակում է ժողովրդի կողմից ֆինանսավորում (crowd-funding): Օրինակ, ԱՄՆ-ում Ազատության արձանի կառուցման համար անհրաժեշտ միջոցները հավաքվել են հենց քրաուդֆանդինգի միջոցով:

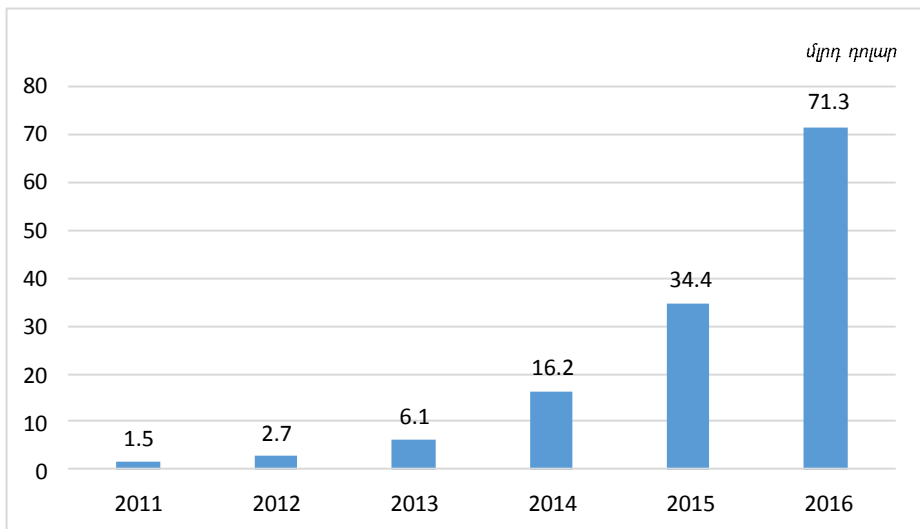
Ներկայումս քրաուդֆանդինգի էությունը նույնն է մնացել, փոխվել է միայն դրսևորման ձևը: Աշխարհում հայտնի են քրաուդֆանդինգի մի շարք սահմանումներ: Այսպես, քրաուդֆանդինգը հասարակության լայն շրջանակների փոքր կապիտալների հավաքագրման միջոցով նոր, այդ թվում նաև վենչուրային՝ ռիսկային բիզնեսի ֆինանսավորումն է: Մեկ այլ բնորոշմամբ քրաուդֆանդինգը հասարակության փոքր ֆինանսական միջոցների ներգրավմամբ ռիսկային նախագծերի ֆինանսավորումն է սոցիալական կայքերի միջոցով, այդ թվում՝ Facebook, Twitter և LinkedIn: Այսինքն, համաձայն այս սահմանման՝ անհատն իր բիզնեսի մասին տեղեկությունը նշված կայքերի միջոցով հասանելի է դարձնում ներդրողների մի ստվար զանգվածի և հետո ներգրավում է նրանց ֆինանսական ռեսուրսները:¹

Կապիտալի ձևավորման այս ձևը լայն տարածում գտավ հատկապես 2008 թ. ֆինանսական ճգնաժամից հետո: Ճգնաժամը դրսևորվեց ֆինան-

¹<https://asue.am/am/amberd/publications/counterfeiting/is/an/alternative/to/innovative/ideas/financing>

սական ակտիվների կտրուկ վատթարացմամբ, իրացվելի միջոցների, ֆինանսական հաստատությունների կապիտալացման մակարդակի նվազմամբ, ներդրումային ծրագրերի կրճատմամբ և հետաձգմամբ: Այս ամենի պատճառով մարդիկ սկսեցին այլընտրանքներ փնտրել և դիմել քրաուդֆանդինգի օգնությանը: Դրա արագընթաց աճի մասին է վկայում նաև վիճակագրությունը (գծապատկեր 1):

Ըստ գծապատկերի՝ 2014 թ., 2013-ի համեմատ, 2,65 անգամ աճ է գրանցվել:¹ 2015 թ. քրաուդֆանդինգի միջոցով ներգրաված միջոցների ծավալը, 2011-ի համեմատ, աճել է շուրջ 23 անգամ: Իսկ արդեն 2016 թ. հասել է 71.3 մլրդ դոլարի: Համաշխարհային բանկի գնահատմամբ՝ 2025 թ. այդ ծավալը կկազմի 93 մլրդ դոլար:²



Գծապատկեր 1

Իսկ, թե ինչու է ֆինանսավորման այս ձևն այսքան տարածում գտնում, և որոնք են նրա առավելությունները և հաջողության գրավականը, ներկայացնենք ստորև՝

1. Դրամահավաքը տեղի է ունենում շատ արագ:

Փաստերը ցույց են տալիս, որ շատ քրաուդֆանդինգ արշավներ հասել են իրենց նպատակին միջինում 40 օրվա ընթացքում:

2. Շուկայի վերլուծության հնարավորություն:

Շատ հայտնի ընկերություններ, ինչպես օրինակ՝ Sony-ն, Warner Brothers-ը, որոնք ֆինանսի կարիք չունեն, քրաուդֆանդինգ են անում, հետևում արձագանքին և որոշում պահանջարկի մեծությունը:

3. Հանրային կապեր (PR):

Սա նաև մեծ PR է, լրագրողներն ուշադրություն են դարձնում պրոդուկտին, ու դյուրին կերպով հնարավոր է աշխարհի առաջատար պարբերականներում հայտնվել ու հաջողություններ գրանցել:

¹ <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

² <https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2017/07/02/crowdfunding-sites-that-help-people-in-tough-times/#4ca1d4505875>

4. Աշխարհագրական խոչընդոտների վերացում:

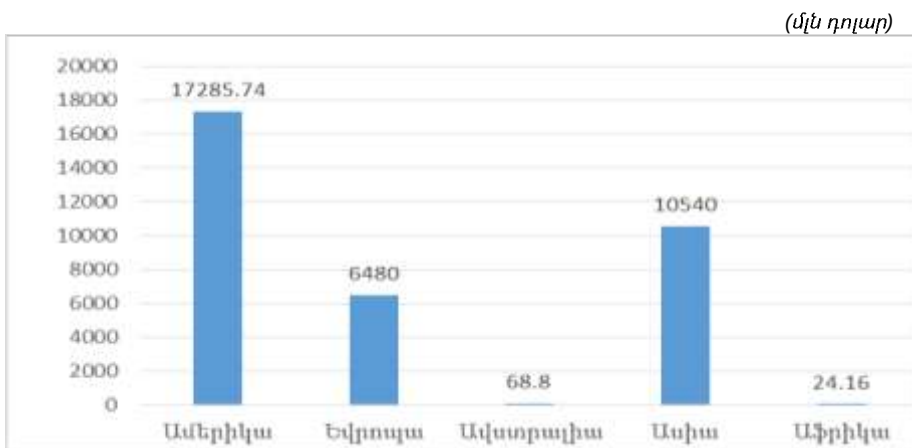
Առավելություններից բացի, ֆինանսավորման մյուս ձևերի նման քրաուդֆանդինգն էլ ունի թերություններ.

- հեղինակային իրավունքի խախտման ռիսկ. քրաուդֆանդինգ հարթակներում տեղակայված գաղափարը կարող են յուրացնել և նույնիսկ մինչև արշավի ավարտը իրականացնել հեղինակային նախագիծը: Այս ամենից խուսափելու համար պետք է նախապես ձեռք բերել հեղինակային իրավունք,
- շատ հարթակներ աշխատում են «կամ ամեն ինչ, կամ ոչինչ» սկզբունքով, այսինքն, եթե սահմանված գումարը չի հավաքվում, հետ են վերադարձվում ներդրողների գումարները: Նույնիսկ եթե 90%-ը հավաքվել է, միևնույն է, արշավը ձախողվում է:
- քրաուդֆանդինգով միջոցներ ներգրավելը առաջին հայացքից շատ պարզ գործընթաց է. հրապարակումը տեղադրել համացանցում և սկսել դրամահավաքը:

Իրականում մինչև քրաուդֆանդինգ արշավ սկսելը պետք է հսկայական աշխատանք կատարել, որը ժամանակատար է (հիմնականում 3-7 ամիս): Հաջողելու համար անհրաժեշտ են մտածված մարքեթինգային քայլեր. ունենալ լավ տեսանյութ և մի շարք չափանիշների համապատասխանել:

Ցանկացած կազմակերպություն, քրաուդֆանդինգով միջոցներ ներգրավելով, պետք է հաշվի առնի վերը նշված առավելությունները և թերությունները և ըստ այդմ որոշում ընդունի:

Վերջին 10 տարիների ընթացքում քրաուդֆանդինգը լայն տարածում է գտել մի շարք զարգացած երկրներում, այդ թվում՝ Ավստրալիայում, Իտալիայում, ԱՄՆ-ում, Նիդեռլանդներում և այլն:



Գծապատկեր 2

Ըստ գծապատկեր 2-ի՝ 2015 թ. աշխարհում քրաուդֆանդինգի միջոցով ամենաշատ միջոցներ հավաքագրած աշխարհամասը Ամերիկան է:¹ Ամենամեծ տեսակարար կշիռը պատկանում է ԱՄՆ-ին, ինչը պայմանավորված է

¹ <https://www.grow.ly/blog/2015/07/14/informe-crowdfunding-industry-report-elaborado-por-massolution/>

2012 թ. Աշխատանքային ակտի (JOBS act) ընդունմամբ, որով խթանվում է մանր ու միջին բիզնեսը՝ թույլատրելով միջոցներ ներգրավել հանրային եղանակով:

Համացանցի, մասնավորապես՝ քրաուդֆանդինգ հարթակների տարածման շնորհիվ միջոցների հավաքագրման գործընթացը բավականին պարզեցվել է՝ հնարավորություն տալով նախագծերի հեղինակներին օգնություն ստանալ աշխարհի տարբեր անկյուններից:

Ներդրողները հիմնականում պարզևատրում են ստանում իրենց ներդրման դիմաց: Օրինակ, երբ գրողը հավաքված միջոցների շնորհիվ տպագրում է իր գիրքը, որպես պարզևատրում ներդրողին ընձեռվում է այն ինքնարժեքով գնելու հնարավորություն:

Աշխարհում կան մի շարք քրաուդֆանդինգ հարթակներ, ինչպիսիք են Indiegogo-ն, Kickstarter-ը և այլն: Իսկ արդյո՞ք անհրաժեշտություն կա ստեղծելու հայկական քրաուդֆանդինգ հարթակներ, եթե այդպիսիք արդեն գոյություն ունեն: Ամերիկյան կայքերի ուսումնասիրությունից պարզ է դառնում, որ հայկական կազմակերպությունները շատ հաճախ մի շարք պատճառներով չեն հասնում իրենց նպատակներին: Արևմտյան հասարակությունը նախապատվությունը տալիս է տեղական ծրագրերին: Բացառություն են կազմում այն դեպքերը, որոնք ի սկզբանե ուղղված են եղել համաշխարհային շուկա՝ կապ չունենալով ՀՀ-ի հետ: Ամենահայտնի օրինակներից է Volterman-ը, որը հայկական արտադրության բազմագործառության ղրամապանակ է: 2017 թ. հունիսին այն ներկայացվել է Indiegogo հարթակում, որտեղ 1 օրում հավաքել է 67000 դոլար, ինչը խոսում է վերջինիս հաջողության մասին: Ստարտափի համար հավաքվել է 2,014,695 դոլար՝ նախապես ամրագրված 45000-ի փոխարեն:¹

Մեկ այլ օրինակ է Yecup «խելացի» ջերմաբաժակը: Առաջին փորձը Indiegogo հարթակում անհաջող էր. նպատակ էր դրված հավաքել 40.000 դոլար, սակայն չիրագործվեց: Այնուամենայնիվ, հեղինակները կարողացան տեխնոլոգիայի Yecup 365 ընդլայնված ֆունկցիաներով նոր տարբերակը ներկայացնել: Երկրորդ դրամահավաքը նույն հարթակում ակնկալվող գումարը գերազանցեց 894%-ով՝ հավաքելով 292.013 դոլար:

Հաջողված նախագծեր են համարվում նաև Yell extreme park-ի աշխարհում ամենաերկար զիփլայնի կառուցումը և Moon by 1-Ring «ճախրող» տեսախցիկը: Հայկական 1-ին քրաուդֆանդինգ հարթակը համարվում է boostbloom.com-ը, որը սակայն վերջին գրառումը ֆեյսբուքում կատարել է 2015 թ. ապրիլի 21-ին, և կայքն այս պահին չի գործում:²

Առաջին հայացքից քրաուդֆանդինգ հարթակների են նման Ayo և One Armenia կայքերը, որոնք հաջողությամբ կարողանում են հավաքել դրամական միջոցներ: Բայց դրանք ավելի շատ բարեգործական հիմնադրամներ են և զբաղվում են սեփական, այլ ոչ թե սովորական օգտատերերի ծրագրերի իրականացմամբ, ինչով էլ տարբերվում են քրաուդֆանդինգ հարթակներից:

ՀՀ-ում քրաուդֆանդինգը թույլ է զարգացած նաև այն պատճառով, որ ցածր է մարդկանց տեղեկացվածության աստիճանը: Շատերն էլ չեն դիմում

¹ <https://www.indiegogo.com/projects/volterman-world-s-most-powerful-smart-wallet--4#/>

² <http://www.boostbloom.com>

դրա օգնությանը, քանի որ չեն վստահում, ինչը պայմանավորված է նոր երևույթ լինելով: Հնարավոր է, որ տարիներ անց պատկերն այլ լինի:

Աշխարհի տարբեր անկյուններում հայերը ցանկանում են իրենց ներդրումն ունենալ հայրենիքի զարգացման գործում, մյուս կողմից շատ փայլուն գաղափարներ չեն իրագործվում միջոցների սղության պատճառով: Հետևաբար անհրաժեշտություն է առաջանում նրանց միավորել՝ հայկական քրաուդֆանդինգ հարթակներ ստեղծելու միջոցով, ինչին կարող է նպաստել նաև ՀՀ-ում ՏՏ զարգացման հեռանկարը: Քրաուդֆանդինգ հարթակի ստեղծումը անհրաժեշտություն է դարձել այսօր, քանի որ այդպիսի հարթակի գործարկմամբ կֆինանսավորվի փոքր և միջին բիզնեսը, ինչի արդյունքում կստեղծվեն աշխատատեղեր, և կբարձրանա բնակչության կենսամակարդակը:

ШУШАН ОВАКИМЯН

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КРАУДФАНДИНГА В РА

Ключевые слова: краудфандинг, платформы, финансирование, контрафактные кампании, альтернативное финансирование.

Краудфандинг является альтернативой финансирования, который нашел широкое распространение после мирового кризиса 2008 г. Краудфандинг представляет собой финансирование рискованных проектов с помощью социальных сетей путем внедрения небольших финансовых средств общества. Индивид сообщает значительному количеству инвесторов информацию о своем бизнесе с помощью социальных сетей, после чего привлекает их финансовые ресурсы. Армянские проекты часто не добиваются успеха на международной арене по субъективным и объективным причинам.

Сегодня создание собственной платформы краудфандинга стало必要ю, так как, имея такую платформу можно финансировать малый и средний бизнес, вследствие чего откроются новые рабочие места и поднимется уровень жизни населения.

SHUSHAN HOVAKIMYAN

BACKGROUND OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF CROWDFUNDING IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

Key Words: crewfunding, platforms, funding, counterfeit campaigns, alternative financing.

Crowdfunding is an alternative to financing, which has been widely spread after the 2008 crisis. Crowdfunding is the financing of risky projects through social media by gaining smaller financial resources. An individual keeps a vast number of investors informed about his business matters through social media and consequently involving them into financial resources. Because of subjective and objective reasons, Armenian projects don't usually end up well. The establishment of self-crowdfunding platform today has become a vital just because having such kind of platforms available will make small and medium-sized businesses financed, as a result of which jobs will be created and the living standards of the population will increase.