

качественным, необходимо устранение финансовых сложностей, которые испытывают современные университеты, активное участие в решении данной проблемы государства, работодателей, родителей и студентов.

*Л.А. Гиткович, ассистент  
hitkovich@mail.ru  
БГЭУ (Минск)*

## **АКЦИОНЕРНЫЙ КРАУДФАНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕСА**

Развитие современных технологий породило ряд новых направлений в финансировании бизнеса. Одним из них является краудфандинг («финансирование толпы») — коллективное сотрудничество людей, в процессе которого осуществляется финансовая поддержка многообещающих проектов, чаще всего через Интернет-площадки. Краудфандинг может проводиться с целью извлечения прибыли, а также иметь благотворительную и социальную направленность. Краудфандинг можно классифицировать:

- по цели проекта (бизнес-проект, стартап-проект, социальный проект);
- по виду вознаграждения для спонсоров (без вознаграждения (пожертвование), не-финансовое вознаграждение, финансовое вознаграждение (краудинвестинг)).

Основной характеристикой и отличительной особенностью краудинвестинга является наличие именно финансового вознаграждения, которое получает спонсор (в данном случае уже инвестор) в обмен на свою поддержку. Выделяют такие формы краудинвестинга, как роялти, народное кредитование, акционерный краудфандинг.

Акционерный краудфандинг является одним из каналов привлечения средств в акционерный капитал. Спонсор, вложивший средства в акционерный капитал, имеет право на долю в нем.

Акционерный краудфандинг — инновационная форма краудфандинга, где в качестве вознаграждения спонсор (инвестор) получает акции компании, становится акционером с правами на дивиденды, голосования на общих собраниях акционеров. Являясь самой инновационной формой краудфандинга, данный подход одновременно и наиболее противоречив, потому что затрагивает организационно-правовую форму ведения бизнеса и связан с повышенным риском для спонсоров (инвесторов).

В Республике Беларусь уже есть независимая краудинвестинговая площадка «Investo.by», которая была запущена в январе 2015 г. Это своеобразное место встречи инвесторов и стартапов. Investo предоставляет инвесторам возможность инвестировать стартап-проект, а авторам данного проекта — возможность финансирования его реализации.

Можно выделить ряд причин использования краудфандинга в Республике Беларусь:

- исследование рынка в области готовности людей расставаться с деньгами ради новинки и насколько она интересна;
- формирование спроса на продукт до начала его производства;
- поиск идей, как сделать продукт лучше и привлекательнее.

Развитие краудэкономики способствует выходу на рынок новых производителей качественной продукции и, соответственно, развитию самого рынка. Вместе с тем, несмотря на ряд положительных сторон, такого рода инвестирование несет в себе и определенные риски, прежде всего, качества проекта. В этой связи важную роль в развитии краудинвестинга должны играть законодательная и информационная базы, которые в силу того, что рынок краудинвестинга в Республике Беларусь находится на стадии формирования, требуют еще своего развития и совершенствования.

Одним из факторов успешного развития краудинвестинга является его взаимодействие с традиционными финансовыми институтами. С учетом того, что в Республике Беларусь достаточно развита и стабильно работает банковская система, рынок краудинвестинга может быть более успешным при тесном сотрудничестве с банковской системой.

*Н.М. Глухова, ассистент  
unanat@mail.ru  
БГЭУ (Минск)*

## **МОДЕРНИЗАЦИЯ В ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧКАХ СТОИМОСТИ: ВЫБОР МЕЖДУ ПРОИЗВОДСТВОМ И УСЛУГАМИ**

Обширные исследования в области глобальных цепочек добавленной стоимости (ГЦС) сформировали новое направление в изучении экономического роста и развития — модернизацию в ГЦС (upgrading), под которой понимается перемещение фирм и национальных экономик в сегменты ГЦС с более высоким уровнем добавленной стоимости (ДС) (Gereffi, 2014). Содействие специализации в видах деятельности с высокой добавленной стоимостью становится целью экономической политики развитых и развивающихся стран. Согласно широко известной концепции «кривой улыбки», добавленная стоимость, создаваемая при разработке и дизайне продукта, на этапах маркетинга выше, чем на этапах сборки или производства. Это было истолковано (Low, 2013) следующим образом: компаниям может быть выгодно перейти от сборки или изготовления комплектующих к оказанию знаниеемких услуг.

Концепция модернизации часто трактуется как необходимость увеличивать долю отечественной добавленной стоимости в экспорте. Эта идея подкрепляется исследованием iPad (Xing and Detert, 2010), которое показывает, что сборка планшетов iPad в Китае создает низкую добавленную стоимость (менее 5 % от продажной стоимости iPad остается в Китае), но объем создаваемой добавленной стоимости может иметь такое же значение, как и отечественная доля стоимости продукта. Например, несколько компаний в Азии специализируются на сборке электронных устройств. На основании своих сравнительных преимуществ они привлекли таких клиентов, как Apple, Dell, Amazon, Nokia и Samsung. С точки зрения фирмы добавление 5 % к стоимости продуктов этих ведущих на мировом рынке компаний составляет немалую сумму. В качестве альтернативной стратегии развития бизнеса эти сборщики могли бы запустить новый мобильный телефон, чтобы конкурировать с другими крупными производителями смартфонов и увеличить долю собственной ДС, развивая виды деятельности с более высокой добавленной стоимостью. Но в то же время они должны были бы захватить значительную долю рынка других производителей электронных устройств. Поэтому с точки зрения фирмы для нее важна величина стоимости (и прибыли), которая создается ее экономической деятельностью, а не доля, которую фирма занимает в стоимости конечного продукта.

Технологическая революция оказывает значительное влияние на распределение ДС в рамках ГЦС (Дементьев, 2018). В начале внедрения в производство новых технологий (новой продукции) происходит формирование новых рынков. Благодаря реализации эффекта масштаба на этих рынках и присвоению инновационной ренты наибольшую долю ДС в цепочке создания стоимости получает небольшое количество участников, занятых разработкой и дизайном, маркетингом, т.е. различными видами услуг. По мере насыщения рынка и достижения новыми технологиями стадии зрелости средством поддержания конкурентоспособности выступает сотрудничество с наиболее эффективными поставщиками комплектующих и сборочными предприятиями. Количество таких производственных предприятий сокращается, а их доля добавленной стоимости в общей стоимости