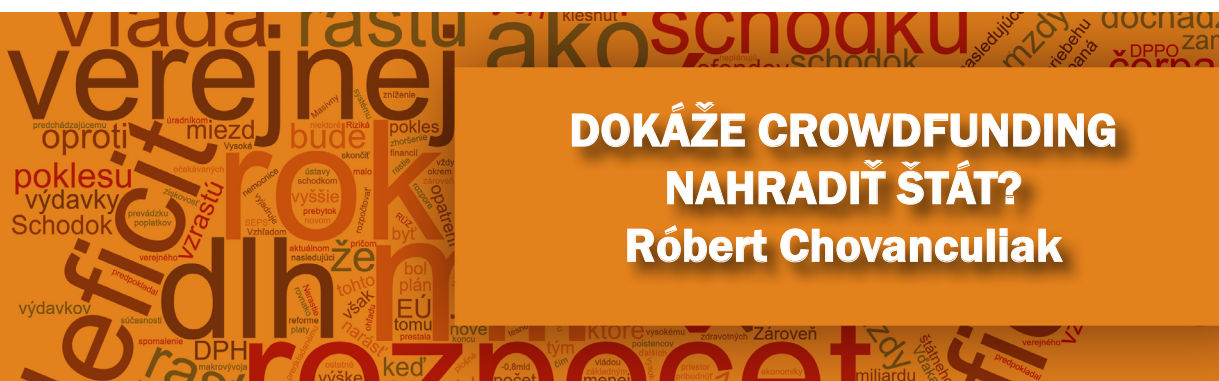




DOKÁŽE CROWDFUNDING NAHRADIŤ ŠTÁT? Róbert Chovanculiak

INT 3/2016

„Crowdfunding nie je len jednoduchá peňažná zbierka. Je to vytvorenie niečoho pomocou davu ľudí, ktorí v toto niečo veria. Davu normálnych ľudí, nie bohatých ľudí s veľkou mocou, jednoducho ľudí ako vy a ja.“

Jozefien Daelemans

Verejný statok ako problém

Väčšina súčasných ekonómov sa zhodne na tvrdení, že alokácia zdrojov na trhu realizovaná pomocou série dobrovoľných aktov výmeny prináša optimálne výsledky. Teda, že neviditeľná ruka trhu, dnes známa ako prvý teorém blahobytu, funguje. Jednotlivci, ktorí rešpektujú súkromné vlastníctvo a sledujú vlastné záujmy, v konečnom dôsledku prispievajú k zvyšovaniu spoločenského blahobytu. Početná skupina ekonómov sa však rovnako zhoduje na tom, že existujú špecifické prípady, kedy táto logika neplatí.



Ide o situácie, kedy nie je možné vylúčiť zo spotreby potenciálnych spotrebiteľov, ktorí nezaplatili za určitý statok (je to technicky nemožné alebo ekonomicky príliš nákladné). Takýto druh statku poznáme pod pojmom verejný statok. Jeho problémom je, že eventuálni spotrebitelia takýchto statkov sú náchylní stať sa čiernymi pasažiermi. Ich vlastný záujem ich motivuje k tomu, aby skryli reálne preferencie a konali pragmaticky. To následne vedie k tomu, že firmy nemusia byť schopné tvoriť zisk z produkcie a predaja takéhoto verejného statku. Na konci dňa teda môžu existovať statky, ktoré by mali byť vyprodukované (celková ochota spotrebiteľov platiť prevyšuje náklady na produkciu týchto statkov), ale nikto ich nevyrába.

Toto sú argumenty, ktorými sú následne často obhajované štátne zásahy do produkcie týchto statkov. Existujú však aj iné riešenia ako štátne zásahy. Problém verejných statkov môže byť zmiernený podnikateľským objavovaním inštitucionálnych usporiadaní, ktoré sú prispôsobené špecifickým podmienkam a umožňujú súkromné poskytovanie (aspoň niekoľkých) verejných statkov. Inými slovami, produkcia verejných statkov sa stane ziskovým biznisom a neviditeľná ruka sa o ne postará.

“Existujú však aj iné riešenia ako štátne zásahy. Problém verejných statkov môže byť zmiernený podnikateľským objavovaním inštitucionálnych usporiadaní”

Crowdfunding ako vankúš problému verejných statkov

Crowdfunding je spôsob financovania projektov cez zbieranie malých súm peňazí od veľkého množstva ľudí, zvyčajne prostredníctvom internetu. Online crowdfundingové platformy umožňujú autorom kampane vytvoriť si vlastnú podstránku, kde môžu prezentovať svoj projekt, konkretizovať podmienky zbierky (limity, odmeny, dĺžka trvania) a pravidelne aktualizovať informácie o kampani, ktorá zvyčajne trvá 6 až 10 týždňov.

V úplných počiatkoch bol crowdfunding spájaný hlavne s umením či kreatívnymi a inovatívnymi projektmi¹. Dve najväčšie platformy vznikli práve vďaka takým projektom: Kickstarter a Indiegogo. Spravidla crowdfundingové projekty zahŕňali iba súkromné statky a v zásade išlo o formu jednoduchej pred-objednávky (náš kolega Juraj Karpiš takto vyzbieral potrebné financie na vydanie knihy *Zlé peniaze*). Neskôr sa navyše ukázalo, že ide o efektívnu formu získavania počiatočného kapitálu pre rôznych podnikateľov a start-upistov.

Takáto forma crowdfundingu so súkromnými statkami tiež pomáha získať potrebné informácie o tom, či existuje po statku dostatočný dopyt pre jeho uvedenie masovej produkcie. Takže crowdfunding slúži aj ako akýsi prieskum trhu a pomáha testovať rentabilitu nových nápadov. Okrem toho býva použitý aj ako inovatívny spôsob propagácie a nový komunikačný kanál, ktorý prináša veľmi cennú spätnú väzbu od prvých zákazníkov.

Časom však vzniklo mnoho nových typov crowdfundingových platforiem, pričom jednou z nich je tzv. občiansky crowdfunding (civic crowdfunding), ktorého cieľom je produkovať občanmi zdieľané statky a služby pre jednotlivé komunity alebo celé spoločnosti. Ekonomickým žargónom ide teda o produkciu vyššie definovaných verejných statkov.

Zoznam crowdfunding platforiem, ktoré sa zaoberajú komunálnymi projektmi zahŕňa: Citizinvestor, IOBY, Neighbor.ly, Spacehive, Catarse, Goteo, CrowdTilt, Gofundme, Razoo, Crowdrise alebo Narodniy. Navyše iné platformy sa začali orientovať na zber prostriedkov pre výskumné a vedecké projekty, ktoré sú taktiež ďalším príkladom verejného statku. Najbežnejšími užívateľmi sú ekológovia a evoluční biológovia, ktorí sú na čele využívania tohto vedeckého typu platforiem. Medzi takéto platformy určené na vedecký výskum patrí napr.: Experiment.com, Petridish alebo #SciFund Challenge.

To, že sa crowdfunding začal využívať aj na financovanie verejných statkov, však nie je náhoda. Jeho vlastná inštitucionálna štruktúra ho predurčila na zmierňovanie problému so súkromným poskytovaním verejných statkov. Túto inštitucionálnu štruktúru sme ďalej v texte rozdelili na tri časti a každá z nich bude analyzovaná zvlášť.

Tri vlastnosti crowdfundingu

(1) Crowdfunding je verejnou zbierkou využívajúcou takzvaný prahový mechanizmus s možnosťou vrátenia peňazí, inak nazývaný aj „všetko alebo nič“ mechanizmus. To znamená, že tvorcovia kampane na platforme najskôr stanovia prah – sumu peňazí, ktorú potrebujú vyzbierať, aby dokázali poskytnúť sľubovaný verejný statok. Rovnako sa však zaviazujú, že ak túto sumu nedokážu vyzbierať, tak všetky príspevky vrátia pôvodným prispievateľom. Tým pádom sa nemôže stať, že niekto prispeje

“Takáto forma crowdfundingu so súkromnými statkami tiež pomáha získať potrebné informácie o tom, či existuje po statku dostatočný dopyt pre jeho uvedenie masovej produkcie.”

a nedostane za to žiadnu protihodnotu. Takto sa verejný statok poskytovaný cez crowdfundingovú platformu aspoň do určitej miery priblíži súkromnému statku, kde tiež absentuje možnosť „platby za nič“.

Z pohľadu teórie hier mení tento mechanizmus logiku hry, ktorá opisuje problém verejného statku. Použitím prahového mechanizmu už nemá verejný statok formu klasickej väzňovej dilemy, ale skôr formu hry s pomenovaním *chicken game*². Táto hra na rozdiel od väzňovej dilemy nie je čisto konfliktnou hrou. Vo väzňovej dileme je pre každého jednotlivca – bez ohľadu na to, čo spravia všetci ostatní - optimálne neprispieť na verejný statok. V rámci logiky hry tak verejný statok nie je nikdy dobrovoľne poskytnutý. V hre *chicken game* je to však zložitejšie a zároveň existuje za určitých podmienok racionálna motivácia pre jednotlivca prispieť na verejný statok. Ak totižto prispeje dosť ľudí, zvyšuje jeho príspevok šancu, že bude dosiahnutý prah. Jeho príspevok tak môže byť ten kľúčový. A ak sa tak náhodou nestane, budú mu všetky peniaze vrátené. V zásade tak „nemôže prehrať“. Ekonomickým žargónom: vo väzňovej dileme existuje len jedna Nashova rovnováha – nikto neprispieje na verejný statok. Naopak v hre *chicken game* je tých rovnováh viac a je úlohou kolektívu ľudí koordinovať ich rozhodovanie tak, aby dosiahli rovnováhu, pri ktorej bude verejný statok poskytnutý.

Experimentálni ekonómovia realizovali niekoľko experimentov skúmajúcich ochotu ľudí prispievať na verejný statok s použitím tohto prahového mechanizmu a bez neho. Súhrnné výsledky ukazujú, že jeho použitie zvyšuje celkové dobrovoľné príspevky na verejných statkoch a vo všeobecnosti pomáha dosiahnuť rovnováhu, kde bude verejný statok poskytnutý.

Existujú dokonca aj praktické experimenty zamerané na testovanie vplyvu tohto mechanizmu. Napríklad ekonóm Walker (2011) viedol experiment v rozvojovej krajine (Ghana), kde sledoval ochotu domorodcov prispievať na verejný statok (verejné toalety, infraštruktúra) s a bez použitia prahového mechanizmu. Jeho výsledky ukázali silný pozitívny vplyv tohto mechanizmu na dobrovoľné prispievanie domorodcov. Taktiež iný ekonóm Rose s jeho tímom použil tento mechanizmus v praktickom experimente týkajúcom sa financovania environmentálnych projektov. V štúdiu odhalil, že mechanizmus podstatne zvyšuje podiel dobrovoľných príspevkov na verejné statky.

(2) Druhou vlastnosťou crowdfundingu je používanie tzv. selektívnych podnetov. Selektívny podnet je špeciálna odmena pre tých, ktorí sa zapoja do crowdfundingovej zbierky. Jednotlivec tak môže získať tento

“Selektívne podnety tak pomáhajú vo financovaní verejných statkov tým, že vytvárajú dodatočnú „extra“ motiváciu prispievať.”

MODEL
Of the Statue of

“LIBERTY ENLIGHTENING THE WORLD,”

Issued by the American Committee
IN AID OF THE PEDESTAL FUND.



THE American Committee in charge of the construction of the Base and Pedestal of this great work of art, in order to raise funds for completing their work, have prepared a miniature statuette six inches in height.—The statue bronzed; pedestal nickel-silvered,—which they are now delivering free of expense to subscribers throughout the United States, at

ONE DOLLAR EACH.

This attractive souvenir and Mantel or Desk ornament is a perfect fac-simile of the model furnished by the artist.

The Statuette in same metal, twelve inches high, at

FIVE DOLLARS EACH,

delivered.

The designs of Statue and Pedestal are protected by U. S. Patents, granted to A. BARTHOLOMEW in 1878-79, and the models can only be furnished by this Committee.

The people of France donated the money to build the Statue and presented it to the United States of America.

Every American citizen should feel proud to donate to the Pedestal Fund and own a Model in token of their subscription and proof of title to ownership in this great work.

Address with remittance.

RICHARD BUTLER, Sect'y,
American Committee of the Statue of Liberty.
33 Mercer St., New York.

Orders Received Here.

selektívny podnet – teda nejaký súkromný statok - iba vtedy, ak dobrovoľne prispeje na realizáciu verejného statku.

Selektívne podnety tak pomáhajú vo financovaní verejných statkov tým, že vytvárajú dodatočnú „extra“ motiváciu prispievať. Idea selektívnych podnetov je zvyčajne spájaná s ekonómom Mancurom Olsonom, ktorý ju prvýkrát prezentoval v jeho knihe Logika kolektívneho správania sa (1971). V nej píše: „Iba samostatné a selektívne podnety budú stimulovať racionálneho jednotlivca v latentnej skupine ku konaniu orientovanému na skupinu... Podnet musí byť „selektívny“, takže s tými, ktorí neprispievajú k dosiahnutiu záujmov skupiny, môže byť nakladané inak, ako s tými ktorí prispievajú“ (Olson, 1971, s. 51).

Je dôležité, aby selektívne podnety boli súkromnými statkami dostupnými len pre jednotlivcov, ktorí prispievajú k realizácii verejného statku, t. j. nemožno ich zakúpiť samostatne (bez príspevia na verejný statok). V opačnom prípade by producenti selektívnych podnetov bez verejného statku mohli začať predávať tieto súkromné statky za nižšie ceny, ako producenti selektívnych podnetov poskytujúci zároveň aj verejné statky.

V súčasnosti sa selektívne podnety v crowdfundingových kampaniach objavujú v rôznych formách: od spomienkových tričiek, čiapok, uterákov, tašiek a certifikátov, cez osobné stretnutia, alebo pozvánky na večeru s tvorcami kampaní, až po odmeny v podobe možnosti zanechať správu alebo svoje meno na moste, ktorý je financovaný prostredníctvom crowdfundingu alebo na kachličke kúpaliska, ktoré je rovnako financované prostredníctvom crowdfundingu³. Veľkosť a hodnota odmeny pri väčšine kampaní závisí od veľkosti dobrovoľného príspevku na verejný statok – čím viac človek prispeje, tým lepšiu odmenu získa.

(3) Treťou vlastnosťou crowdfundingových platforiem je znižovanie transakčných nákladov. Aj napriek tomu, že vedomosti o vyššie popísaných mechanizmoch (1 a 2) existujú už dlhšie, donedávna sa neobjavilo príliš veľa príkladov ich využitia v praxi. Dôvodom je, že vytvorenie zbierky s využitím prahového mechanizmu a selektívnych podnetov bolo po dlhý čas pre veľké skupiny príliš nákladné⁴.

Ako ukázal držiteľ Nobelovej ceny Ronald Coase, samotné transakčné náklady sú často hlavnou príčinou prítomnosti trhových zlyhaní a teda aj problému verejných statkov. Ak by totiž neexistovali transakčné náklady, ľudia by dokázali prostredníctvom vyjednávania a dohôd vytvoriť kontrakty zahrňujúce celé spoločenstvá a poskytovať verejné statky na dobrovoľnej báze. Transakčné náklady sú tak „koreňom všetkého zla“ a ich prítomnosť stála v ceste dobrovoľného poskytovania rôznych služieb od nepamäti.

To sa však zmenilo s príchodom moderných informačných technológií, predovšetkým s príchodom internetu a Web 2.0 aplikácií. Približne na prelome milénia bol internet používaný ešte predovšetkým na čítanie web stránok s fixným obsahom a jeho používatelia boli obmedzení len na pasívne sledovanie a prijímanie informácií. Aplikácie Web 2.0 zmenili túto paradigmu, keď používatelia mohli začať sami tvoriť obsah a stalo sa možné vytvoriť platformy umožňujúce interakciu rôznych používateľov. „Nový internet“ umožnil používateľom navzájom komunikovať a spolupracovať prostredníctvom sociálnych sietí a formovať nové virtuálne komunity. Množstvo webov sa zmenilo na platformy ponúkajúce nové interaktívne aplikácie. Táto zmena mala zásadný význam pre vznik crowdfundingu, tak ako ho dnes poznáme.

„Transakčné náklady sú často hlavnou príčinou prítomnosti trhových zlyhaní a teda aj problému verejných statkov.“

“Platformy taktiež zastávajú pozíciu dôveryhodných sprostredkovateľov, ktorí pomáhajú vytvárať dôveru medzi tvorcami kampaní a prispievateľmi.”

Je tak potrebné zdôrazniť, že inštitucionálne usporiadanie crowdfundingu pomáha výrazne redukovať transakčné náklady. Crowdfunding umožňuje jednoduchú registráciu a vyhľadávanie informácií pre potenciálnych prispievateľov ako aj tvorcov kampaní, a umožňuje medzi oboma stranami rýchlu, efektívnu a lacnú komunikáciu. Crowdfundingové platformy im navyše ponúkajú príležitosti pre tvorbu ich vlastnej webovej podstránky, ktorá zobrazuje textový popis, obrázky a krátke video o projekte; taktiež umožňujú pohodlnú aktualizáciu informácií o zostávajúcom čase kampane, množstve vybraných peňazí, počte podporovateľov a fanúšikov a zoznam odmiern a novinky ohľadom kampane. Táto podstránka taktiež umožňuje ľahké zdieľanie kampane cez iné sociálne siete, ktoré zodpovedajú za značný podiel návštevnosti. Platformy majú plne automatizované online platobné metódy (t.j. PayPal, Amazon platby, Authorize.net, WePay) a určovanie veľkosti príspevku je pod kontrolou prispievateľov. Okrem toho záruka vrátenia peňazí je u crowdfundingu spoľahlivá (autor kampane vyzbierané peniaze dostane len v prípade dosiahnutia stanoveného limitu a až po ukončení kampane) a pomáha tak znižovať náklady na kontrolu a vynucovanie. Platformy taktiež zastávajú pozíciu dôveryhodných sprostredkovateľov, ktorí pomáhajú vytvárať dôveru medzi tvorcami kampaní a prispievateľmi. Každá platforma má osobitné pravidlá pre rozpoznanie potenciálnych podvodov a kontrolu tvorcov kampaní, aby bol zabezpečený pocit bezpečnosti a dôvera prispievateľov.

Crowdfundingové platformy tak radikálne znižujú transakčné náklady (pre tvorcov kampaní, aj pre prispievateľov) v porovnaní s pôvodnými spôsobmi koordinovania zbierok. A umožňujú využitie dvoch dôležitých mechanizmov uľahčujúcich poskytovanie verejných statkov – prahový mechanizmus a selektívne podnety. Pre plné pochopenie prínosu crowdfundingu si stačí predstaviť, aké náročné by bolo realizovať všetky tieto funkcie tradičným spôsobom, či už pomocou obyčajných listov, novín alebo cez rádiové, či televízne vysielanie.

Anekdotické príklady

Nižšie vymenované príklady ukazujú ako crowdfundingové platformy pomohli dobrovoľne zabezpečiť poskytovanie niekoľkých verejných statkov, ktoré sú v učebniciach ekonómie často používané ako príklady trhového zlyhania a nutnosti štátnej intervencie.

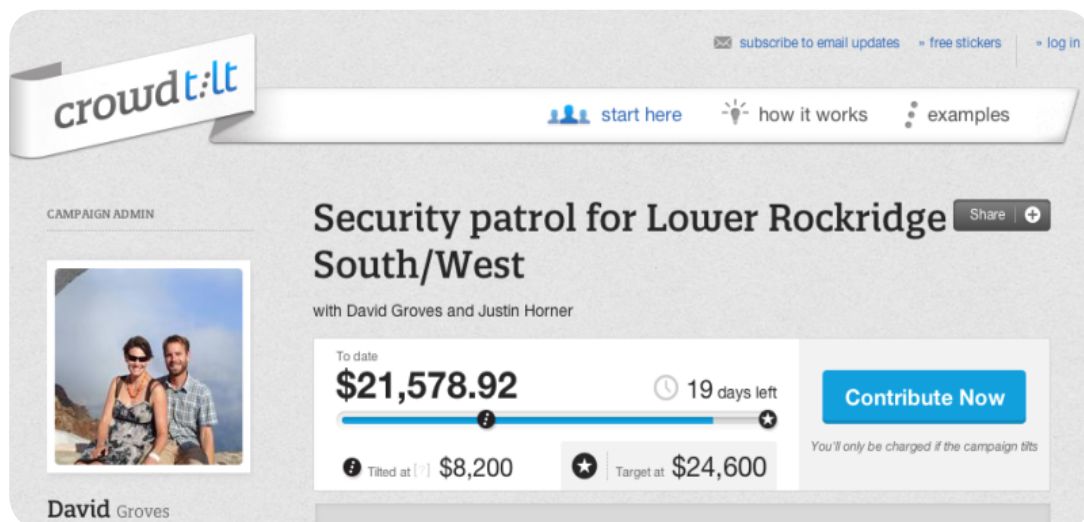
Pouličné osvetlenie v Highland Park

V roku 2011 mesto Highland Park v americkom štáte Michigan muselo odstrániť viac ako 2/3 pouličného osvetlenia kvôli finančným problémom a verejnému dlhu. Mesto tak stratilo viac ako 1000 pouličných lúčov a zároveň požiadalo vlastných obyvateľov, aby nechávali v noci vysvietené verandy. Na konci roka 2012 sa však obyvatelia rozhodli vybudovať si verejné osvetlenie na vlastnú päsť a vytvorili na to kampaň prostredníctvom platformy Indiegogo.com. Po jednom mesiaci sa im podarilo vyzbierať 6250 dolárov. A tak o nejaký čas mohli nainštalovať prvé rezidenčné LED pouličné osvetlenie so solárnymi panelmi v Highland Park. V roku 2014 komunita začala novú kampaň, tento krát na ioby.org, ktorej cieľom bolo vybudovať v nasledujúcom roku ďalších 20 pouličných lúčov. Aj to sa podarilo. Ich konečným cieľom je nainštalovať ďalších 200 lúčov počas nasledujúcich 2 rokov.

Policačné služby v Rockridge

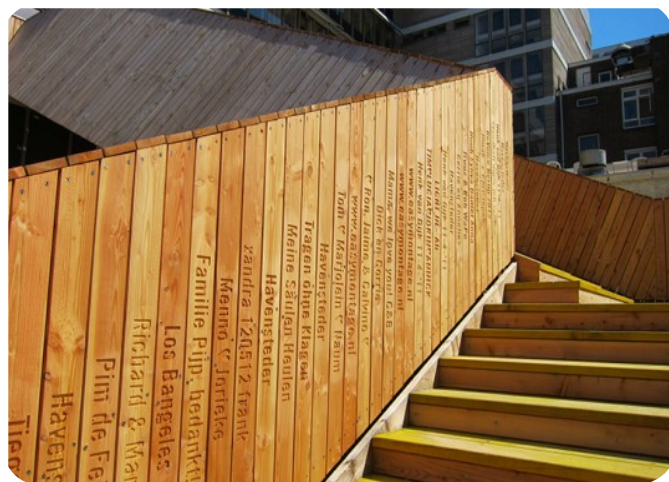
Iným príkladom súkromne poskytovaného verejného statku cez crowdfunding je polícia v Rockridge. Obyvatelia v miestnom susedstve čelili vysokej kriminalite,

ktorú mesto Oakland a miestne policajné oddelenie nedokázali vyriešiť. Obyvatelia nemohli viac čakať na riešenie zhora a začali preto kampaň na platforme CrowdTilt s cieľom vyzbierať prostriedky na vlastnú políciu. Na konci roku 2013 bežali 3 takéto kampane a 2 z nich prekročili potrebný prah. Komunita sa tak podarilo vyzbierať viac ako 20 000 dolárov s príspevkami okolo 80 dolárov na domácnosť. Vďaka tomu si obyvatelia zabezpečili hliadkovanie vlastnej bezpečnostnej agentúry 12 hodín denne, 5-krát týždenne po dobu štyroch mesiacov.



Most v Rotterdame

Obyvatelia a turisti v Rotterdame zúfalo potrebovali most pre peších ponad cesty a križovatky, ktorý by prepojal rôzne časti mesta. Nanešťastie, zástupcovia mesta informovali o tom, že by financovanie takého mosta cez verejné zdroje bude trvať až tri desaťročia. Preto sa miestni architekti rozhodli vziať vec do vlastných rúk a vyzbierať peniaze cez crowdfundingovú kampaň. Ich slogan znel: „Čím viac prispejete, tým bude most dlhší.“ Selektívne podnety hrali zásadnú rolu v tejto kampani: ak by ste prispeli minimálne 25 eur, mohli by ste zanechať správu na jednej z mostných dosiek. Nápis mohli propagovať vaše podnikanie, vyjadrovať vaše myšlienky alebo jednoducho uvádzať vaše meno. Ľudia, ktorí prispeli 1 250 eur a viac dostali k dispozícii celú časť mosta. Počas prvých štyroch mesiacoch kampaň vyzbierala 130 000 eur.



Bazén v New Yorku

Traja dizajnéri sa rozhodli vybudovať veľký bazén so štyrmi sekciami na rieke East River, ktorá bola dlhodobo znečistená a neprinášala domácim obyvateľom žiadne výhody. Bazén situovaný priamo v rieke East River bol navrhnutý tak, aby využíval filtrovanú vodu priamo z rieky, v ktorej ležal. Dizajnéri rozdelili kampaň na 3 fázy. Na prvú fázu – testovanie – potrebovali 25 000 dolárov, pričom prostredníctvom platformy Kickstarter vyzbierali viac ako 41 000 dolárov v priebehu 6 dní. Druhá fáza

“Traja dizajnéri sa rozhodli vybudovať veľký bazén so štyrmi sekciami na rieke East River, ktorá bola dlhodobo znečistená a neprinášala domácim obyvateľom žiadne výhody.”

bola zameraná na skonštruovanie prototypu filtrácie vody. V tejto fáze si dizajnéri vyžiadali 250 000 dolárov, ktoré vyzbierali taktiež veľmi rýchlo. Začiatok poslednej fázy projektu je naplánovaný na rok 2016. Ich kampane boli taktiež do veľkej miery založené na selektívnych podnetoch. V závislosti od toho, koľko ľudia prispeli, mohli získať bejzbalové čapice, tašky, uteráky alebo možnosť nechať vygravírovať svoje meno na dve kachličky bazéna. Jedna skončí v rukách prispievateľa a druhá ako trvalá súčasť bazéna.

Ukrajinský crowdfunding

V druhej polovici roka 2014 vypukli vo východnej časti Ukrajiny strety medzi ukrajinskou armádou a pro-ruskými separatistami. Vzhľadom na stav ukrajinských verejných financií trpela ukrajinská armáda od začiatku nedostatčným a zastaraným vybavením. V rovnakom období však vznikla aj nová ukrajinská platforma s názvom Narodniy.org.ua. Hlavným cieľom tejto platformy bolo pomôcť ukrajinským občanom vyzbierať sa na lepšie vybavenie ich armády. Dnes už úspešné kampane pomohli zakúpiť: uniformy, nepriestrelné vesty, špeciálne okuliare, jedlo, vybavenie snajperov, delostrelecké a komando prápory, obrnený transportér, prenosnú muničnú stanicu, poľnú nemocnicu a prvý ukrajinský dron pomenovaný ako "ľudový dron". Priemerné príspevky sa pohybovali v rozmedzí 1 až 2000 dolárov a počas prvých 4 mesiacov trvania stretov sa im podarilo vyzbierať 11,7 milióna (!) dolárov.

Socha Robocopa v Detroite

Crowdfunding je taktiež využívaný na financovanie menej závažných projektov. Fanúšikovia filmu Robocop sa rozhodli vytvoriť obriu kovovú sochu Robocopa. Vytvorili kampaň na Kickstarteri s prahom 50 000 dolárov. Napokon vyzbierali viac ako 67 000 dolárov od 2700 prispievateľov. Socha váži asi tonu a čaká na svoje vystavenie v Detroite.

Zhrnutie

Z vyššie prezentovanej teoretickej a empirickej analýzy by malo byť zrejmé, že crowdfunding umožnil minimálne zmierniť problém verejného statku. Súkromne poskytovanie verejných statkov sa stalo jednoduchšie, než ako tomu bolo kedykoľvek predtým. Ľudia dobrovoľne podporili financovanie mnohých verejných statkov, ktoré sú spravidla považované za výhradnú doménu verejného sektora. Netvrdíme však, že crowdfunding je schopný dokonalo vyriešiť problém verejných statkov. Dokonalé riešenie neexistuje a zďaleka ním nie sú ani štátne intervencie a verejné poskytovanie. Stačí sa pozrieť na množstvo literatúry v oblasti zlyhávania verejného sektora a politiky.

Naše závery sú oveľa skromnejšie. Tvrdíme, že informačné technológie spolu s crowdfundingom umožnili, že dobrovoľná spolupráca je schopná zabezpečiť oveľa viac verejných statkov, ako obyčajne predpokladajú ortodoxné učebnice ekonómie a verejných financií. A tieto nové možnosti majú potenciál znížiť potrebu používania donucovacích prostriedkov v spoločnosti, čo by malo byť v záujme nielen každého morálneho človeka, ale tiež každého nepredpojatého ekonóma hľadajúceho ten najlepší možný svet.

David Hume v jeho známom citáte⁵ uvádza, ako sa dvaja susedia môžu spolupodieľať na vysušení močiara, ale ako v tomto úsilí zákonite zlyhá tisíc ľudí, keďže sa každý bude snažiť ponechať celú záťaž na niekoho iného – stane sa čiernym pasažierom. Jeho záverom tak je, že verejný statok vo forme vysušeného močiara ostane neposkytnutý.

"Súkromne poskytovanie verejných statkov sa stalo jednoduchšie, než ako tomu bolo kedykoľvek predtým."

V podmienkach Anglicka v 18. storočí to mohla byť pravda. Napriek tomu, o viac ako 250 rokov neskôr, môžeme predpokladať, že susedia v dnešnom Anglicku by pravdepodobne použili jednu z crowdfundingových platforiem a vyzbierali pomocou nej potrebné množstvo financií na vysušenie močiara.



Róbert Chovanculiak je analytik INESS a doktorand na katedre Verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Vo svojom výskume sa venuje fungovaniu verejného sektora, internetovým technológiám a školstvu. V marci 2016 publikoval spolu s Marekom Hudíkom vedeckú štúdiu *Private Provision of Public Goods via Crowdfunding*. Dostupná je na http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2728585.

¹Neskôr crowdfunding pomáhal financovať rôzne typy projektov, od získavania finančných prostriedkov pre drogový gang, ktorý sľúbil zverejniť video guvernéra Toronta, Roba Forda, ako fajčí crack; až po podporu mladého muža, ktorý si vybil zuby a nemal peniaze na nové.

²Tradičná historka spájaná s hrou chicken game je založená na príbehu dvoch chlapcov, ktorí simultánne vedú svoje auta proti sebe. Chlapec, ktorý sa uhne ako prvý, je označovaný za "zbabelú sliepku", pričom ten druhý vyhrá. Hru opisuje taktiež scéna z filmu *Rebel Without a Cause* (Rebel bez príčiny).

³Navyše existujú empirické dáta z crowdfundingových kampaní, ktoré poukazujú na fakt, že selektívne podnety zlepšujúce spoločenský imidž prispievateľov (trička s logom, odznaky, verejné poďakovanie, personalizovaný titulok na webe atď.) a umožňujúce prispievateľom povedať „bol som tam“ alebo „zúčastnil som sa dobrej veci“ úzko súvisia s úspechom kampane.

⁴Presnejšie povedané, takáto zbierka by čelila vysokým transakčným nákladom

⁵„Dvaja susedia sa môžu dohodnúť na tom, že vysušia spoločný močiar, pretože je pre nich ľahké spoznať názor toho druhého a každý z nich si uvedomuje, že okamžitým dôsledkom neúčasti jedného z nich je upustenie od celého projektu. Je však veľmi ťažké a v podstate nemožné, aby sa tisíc osôb dohodlo na akejkolvek z takýchto činností. Je pre nich ťažké vytvoriť takýto komplikovaný plán a ešte ťažšie zabezpečiť jeho uskutočnenie, pretože každý sa snaží zbaviť starostí a výdavkov a bol by schopný preložiť všetku záťaž na plecia iných...“ (Hume, 1967, s.304)

strana 8

Aktuálne publikácie

INESS na tému **Zdieľaná ekonomika**. Text INT preto môžete brať ako súhrn základných zistení – čo je zdieľaná ekonomika, prečo sa až teraz prebudila k rastu, prečo a ako nahrádza regulátorov, a prečo ju nemajú radi politici.



INESS na tému **Zabíja kopírovanie tvorivosť?** Cieľom tejto publikácie zo série INESS na tému je priblížiť nie úplne intuitívnu tému duševného vlastníctva jednoduchým a čítavým spôsobom, často s pútavým exkurzom do minulosti.



Dôchodky v politickom ohrození. V štúdiu analyzujeme fiškálnu udržateľnosť I. piliera. Konštatujeme, že technicky je možné nastaviť I. pilier tak, aby bol financovateľný z odvodov aj pri razantnej zmene demografie krajiny.

