

КРАУДФАНДИНГ ЯК НОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЕДЕННЯ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ

студент гр. МК-21 Біленко В.О.

Стрімкий розвиток Інтернет-середовища дав поштовх появі та подальшому функціонуванню різноманітних форм Інтернет-бізнесу. Магазины, аукціони, біржі праці тощо шукають свого потенційного споживача в онлайн-просторі. У 2013 році в Україні з'явилося 1500 нових інтернет-магазинів – це в півтори рази більше, ніж за весь минулий рік. А сумарний оборот електронної комерції склав 47,5 млрд. грн. і зріс цього року на 7 % [1]. Проте дедалі частіше start-up та щойно створені підприємства зазнають проблем з точки зору відсутності фінансової основи. То ж де взяти кошти на реалізацію власної ідеї молодому але перспективному підприємцеві?

Відповідь на це питання дає відносно нове поняття в українському середовищі – краудфандинг. Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowdfunding, crowd – «натовп», funding – «фінансування») – це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій.

Цей відносно новий інструмент дозволяє залучати через Інтернет гроші великої кількості людей (різних груп людей) для реалізації різноманітних ідей і проєктів. В основі послуги: спеціалізований інтернет-портал, на якому після детальної реєстрації користувач створює потребу фінансування проєкту. Це може бути новий бізнес, запис музичного альбому, створення притулку для бездомних тварин, прохання про позику на покупку побутової техніки або просто збір пожертвувань [2].

Лідером цього ринку серед країн залишається США, на які припадає 60 % обороту краудфандингу. Можна ставитися по-різному до цього нового напрямку в бізнесі. Але його переваги очевидні. Наприклад, фінансовий сектор, а особливо банківський, дуже консервативний і занадто зрегульований у всьому світі, особливо останнім часом. Все більше і більше вимог висувається до якості банківських активів, особливо в Європі та США [3].

Підприємець, який прагне використовувати краудфандинг (наприклад, для стартового капіталу), зазвичай використовує інтернет-спільноти, щоб випросити невеликі суми грошей від осіб, які, як правило, не є професійними фінансистами. Діапазон варіацій досить широкий, наприклад: збирання грошей у людей без жодної прямої матеріальної віддачі тим, хто пожертвував певні кошти. Цей вид фінансування існує вже досить довго, включаючи підтримку митців та благодійний фандрайзинг. Інколи використовується поріг пожертвувань, за якого усі пожертвування анулюються, якщо сума пожертвувань не перетнула встановленого мінімального порогу до кінцевої дати збору грошей; інший вид передбачає публічне висвітлення імені грантодавця в подяку за надані гроші. Найкращий приклад це «Сторінка на мільйон доларів» (The Million Dollar Notepage); можна брати гроші в займи (мікрофінансування); може бути запропонований квазі-акціонерний капітал, але жодна така схема не повинна підпадати під жодні фінансові положення, що стосуються первинного розміщення акцій; простий інвестиційний акціонерний капітал. Коли кілька сторін залучені, це може вимагати багато роботи, тому є платформи, щоб це полегшити; підхід, за якого теж існує поріг пожертвувань як і в першому варіанті, але тут існують винагороди в обмін за подарунки чи пожертвування.

Найбільш популярними на сьогоднішній день платформами в світі та Україні є міжнародний Kickstarter та вітчизняна Велика Ідея. Тематика краудфандингу має зацікавлювати сучасного маркетолога, адже саме від «просування» та «подачі» своєї ідеї залежить те, чи отримаєте фінансування для втілення її у життя. Написання заголовку, додавання фото, відео або іншої мультимедії до збільшення вашого рейтингу та ймовірності отримання грошей.

1. IT-індустрія може стати локомотивом економіки України – дослідження Google [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrinform.ua/rus/news/it_industriya_moget_stat_lokomotivom_ekonomiki_ukraini_issledovanie_google_1577235– Назва з екрану
2. Артамонов В. Коли в Україні з'явиться краудфандинг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/opinions/1334049-kogda-v-ukraine-poyavitsya-kraudfanding>.
3. Головні принципи ефективного краудфандингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/business/1358237-glavnye-principy-effektivnogo-kraudfandinga>.

Науковий керівник: доц. **Шипуліна Ю.С.**

Біленко, В.О. Краудфандинг як новий інструмент ведення інтернет-бізнесу [Текст] / В.О. Біленко; наук. кер. Ю.С. Шипуліна // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 196-197.