



УДК

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД–ПРАКТИК В ПРОЕКТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Студ. А.О. Кочерова, гр. БУ-41
Науковий керівник доц. Г.Б. Тимохова
Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

Мета і завдання. Мета- виявити та проаналізувати особливості крауд-практик як інноваційних інструментів комунікацій.

Завдання- аналіз тенденції поширення та розвитку краудфандінгу в Україні.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт- крауд-практики (крауфандінг).

Предмет- особливості застосування крауд-практик (на прикладі краунфандінгу).

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. З огляду на те, що малі та середні підприємства є основними рушійними силами розвитку економіки розвинутих країн, то можна сказати, що забезпечення їх розвитку в Україні є стратегічною метою для забезпечення стійкого економічного зростання. В умовах недофінансування означеного сектору підприємництва, обмежених можливостей залучення додаткових фінансових ресурсів, зокрема інвестування та кредитування, необхідний пошук інноваційних джерел залучення фінансових ресурсів, зокрема крауфандінг.

Результати дослідження. Сьогодні споживачі все частіше купують товари і послуги ще на етапі їх розробки. Змінюється сам спосіб споживання: клієнти ставляться до краудфандінгових платформ, як до шопінг-центрів. Чому? Бо саме там сучасні вимоги споживачів щодо найбільш інноваційних, цікавих та унікальних продуктів забезпечуються армією підприємців та стартапів.

Крауд-практики– це інноваційні інструменти комунікації, що тільки почали розвиватись та поширюватись в глобалізованому світі, тому є необхідність теоретичного осмислення можливості адаптації таких інструментів до вітчизняних умов.

Одним з варіантів джерел фінансування проектної діяльності може бути крауфандінг. Питання теорії і практики крауфандінгу в Україні лише починають підійматись.

Крауфандінг являє собою одне з відгалужень краудсорсингу, під яким розуміється спільна добровільна участь людей у вирішенні суспільно значущих завдань. За крауфандінгу така участь зводиться до перерахування грошових коштів, за рахунок яких запускається та підтримується конкретний проект.

Механізм крауфандінгу досить простий: компанії збирають кошти через інтернет-платформи, на яких донори здійснюють платежі.

Сьогодні найпривабливіша сфера для краудфандінга - це стартапи. Згаданий вище Kickstarter вже зумів зібрати понад \$350 мільйонів за 5 років свого існування. Аналогічні майданчики, але не з такими амбіціями, існують і в Європі, наприклад, Seedmatch.de і Companisto.de. Якщо говорити про можливість застосування схеми крауфандінгу для бізнес-проекту, то це такі види, як крауфандінг із нефінансовою винагородою та фінансовою винагородою, або краудінвестинг. Основною характеристикою краудінвестингу, що відрізняє його від інших форм крауфандінгу, є наявність фінансової винагороди, яку отримує спонсор (у цьому випадку — вже інвестор) в обмін на свою підтримку.



Висновки. На сьогоднішній день ринок вітчизняного краудфандінга робить тільки перші кроки на шляху свого розвитку, але перспективи у нього величезні, адже охоплення української інтернет-аудиторії - 15 млн користувачів, які в середньому проводять 20 годин на тиждень в мережі. Довіра людей до різних майданчиків поступово зростає (це видно на прикладі інтернет-аукціонів).

Отже, буде збільшуватися і обсяг грошового потоку від приватного населення - до ініціаторів різноманітних проектів і стартапів.

Краудфандінг є високотехнологічним і досить зручним інструментом для фінансування малих та середніх підприємств на ринку капіталу. Він має низку незаперечних переваг, являє собою цікаву та перспективну технологію фінансування та інвестування. Проте неможливо не погодитися з тим, що існують серйозні бар'єри для його використання в Україні: перш за все, це проблеми, пов'язані з відсутністю законодавчого забезпечення, невирішеними питаннями з оподаткування та державної підтримки, недостаність засобів захисту інтелектуальної власності і т.ін. Крім того, існують й інші ризики, пов'язані з авторами проектів, — це шахрайство; несумлінність позичальників у дотриманні умов фінансування; низький рівень довіри — цей фактор пов'язаний з тим, що донор незахищений державними органами. Наявність таких проблемних аспектів вимагає якнайшвидшого їх дослідження та усунення. Тому першочерговими заходами з боку держави з метою забезпечення сталого розвитку краудфандінгу як дієвого фінансового інструменту залучення коштів малого та середнього бізнесу повинні стати:

- прийняття закону «Про краудфандінг», або внесення змін в існуючий закон «Про фінансові послуги»;
- прийняття механізму оподаткування доходів, отриманих від краудфандінгу для комерційних проектів;
- забезпечення доступності процедури отримання авторського права для власників ідей;
- введення адміністративної відповідальності у вигляді санкцій і штрафів за подання авторами проекту недостовірної інформації, несвоєчасне виконання або невиконання умов проекту та шахрайства з коштами спонсорів;
- законодавче закріплення прав участі спонсорів у такого рода проектах.

Ключові слова. Крауд-практика, краудфандінг

ЛІТЕРАТУРА

1. Особливості національного краудфандінга [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/op-manage/18683/osoblivosti-nacionalnogo-kraudfandinga>
2. Петрушенко Ю.М. Краудфандінг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2014.