

УДК 336.7(476)

КРАУДФАНДИНГ В ЭКОНОМИКЕ: МИРОВОЙ ОПЫТ

Василюк А. В., студент 3-го курса
Научный руководитель – Будурян Т. А., ст. преподаватель
кафедры менеджмента

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Беларусь

Влиться в современную экономику, каждая область которой характеризуется достаточно большим количеством конкурентов, далеко не просто. Чтобы осуществить этот процесс, нужно иметь уникальную задумку или высокую степень новаторства в ней, которая также требует материального финансирования. Недавно появилась возможность решить данную проблему путем внедрения краудфандинга и его развития. Термин «краудфандинг» возник в 2006 г. Его смысл можно объяснить, как привлечение финансов от большого количества людей с целью реализации предложенной идеи [1, с. 183]. Специальные интернет-платформы позволяют создать контент, минуя, таким образом, посредников. Первые платформы появились на родине краудфандинга – в США. Самой известной из них является Kickstarter. Среди известных мировых платформ выделяют также IndieGoGo, Boomerang, RocketHub, PeerBackers. Все платформы функционируют, исходя из двух существующих моделей инвестирования: модель «все или ничего» (если автор идеи не собирает всю заявленную сумму, то средства возвращаются инвесторам) и модель «все, что есть» (инициаторы идеи могут воспользоваться той суммой, которая была собрана, независимо от того, какая сумма была названа первоначально). Данная система не гарантирует долговечность идеи, однако стимулирует нововведения в различные сферы человеческой деятельности, что положительно влияет на развитие бизнеса в стране в целом.

Список литературы

1. Хау, Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.