

УДК 33

***КРАУДФАНДИНГ КАК НОВОМОДНОЕ ДВИЖЕНИЕ В
ПРИВЛЕЧЕНИИ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ***

Безуглова М.Н.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры "Экономика",

Донской Государственный Технический Университет»,

Ростов-на-Дону, Россия

Улида В.В.

Студент,

Донской Государственный Технический Университет,

Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. В статье рассматривается краудфандинг как современный метод финансирования стартапов, некоммерческих и культурных проектов. Освещены наиболее популярные сферы краудфандинга, а также функционирование краудфандинг-проекта. Кроме этого уделяется внимание российским краудфандинг площадкам и их деятельности.

Ключевые слова: краудфандинг, стартап, краудфандинг-проект, краудфандинговая площадка, бизнес-проект.

***KRAUDFANDING AS A MODERN MOVEMENT IN ATTRACTING
FINANCIAL RESOURCES***

Bezuglova M.N.

Candidate of sociological Sciences, associate Professor of Department "Economy"

Don State Technical University,

Russia, Rostov-on-Don

Ulida V.V.

Student

Don State Technical University,

Russia, Rostov-on-Don

Annotation. In the article kraudafting is considered as a modern method of startup financing, non-commercial and cultural projects. The most popular domains of kraudafting and functioning of kraudafting-project are under consideration. Besides, the attention is paid for Russian kraudafting platforms and their activities.

Key words: kraudafting, startup, kraudafting-project, kraudafting platform, business-project.

За все время своего существования и развития интернет стал основным способом решения огромного количества задач и реализации идей. На ранних этапах своего становления интернет воспринимался людьми как развлечение, но на сегодняшний день интернет дает возможность организации, развития и создания общественных движений, идей и проектов, в чем бы они не были выражены. То есть, чем больше разрасталась глобальная сеть, тем проще стало большому количеству людей собираться в сообщества и сообща организовывать свою финансовую, общественную и культурную деятельность. Наиболее ярким примером того, что интернет может стать мощной площадкой для социальной организации людей, является краудфандинг. В самом начале это была, очевидно, просто идея, которая постепенно разрослась в целую отрасль, объемы которой поражают.

По итогам 2015 года объем краудфандинга оценивают в 5,1 миллиарда долларов по всему миру. На эти деньги финансируется огромное количество интересных проектов, стартапов, благотворительных акций, бизнес-проектов и т.д.

Краудфандинг - это система сбора средств, которая одинаково хорошо подходит как для инвестирования какого-либо бизнес-проекта, так и для выпуска музыкального альбома или книги.

Краудфандинг является новомодным движением в привлечении финансовых ресурсов от большого количества людей с целью реализации продукта или услуги, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки как физических, так и юридических лиц и т. д.

При всей своей древней истории краудфандинг является относительно новым методом финансирования проектов при помощи Интернета. После удачных воплощений в области некоммерческих культурных и социальных проектов краудфандинг набирает свою силу и в сфере финансирования стартапов (проектов, идей бизнеса, рассчитанных на быструю реализацию) и локальных бизнесов.

Важнейшими инструментами для обмена информацией о краудфандинговых проектах являются социальные сети (специализированные сайты Facebook, ВКонтакте, Twitter), которые способствуют преобразованию социального капитала в капитал финансовый и уменьшению роли посредников. Ведь теперь можно получить финансирование без участия банков, венчурных капиталистов или биржи. Процесс стал намного проще, прозрачнее и демократичнее[1].

Надо сказать, что традиционные посредники относятся к краудфандингу с некоторой осторожностью, потому что видят в нем потенциальную угрозу. Однако и для них краудфандинг в своем роде полезный инструмент.

Ведь с его помощью они могут отслеживать инновационные идеи и использовать «мудрость толпы» для оценки потенциального успеха того или иного проекта с целью создания его клона или инвестирования в него традиционными способами.

Наиболее часто с помощью краудфандинга собирают средства на следующие цели: операции и лечение; оказание благотворительной помощи отдельным людям или группам людей; волонтерская помощь; финансовая поддержка спортсменов, музыкантов, деятелей культуры и искусства; финансирование политических компаний и проектов; благоустройство определенных территорий; финансирование стартапов, привлечение инвестиций в бизнес (рис.1).

Новым методом краудфандинг может считаться только в сфере бизнеса и инноваций. Сбор денег на финансирование проектов через интернет начал набирать популярность совсем недавно. Сегодня с помощью краудфандинговых платформ финансируют стартапы и некоторые многообещающие формы бизнеса.

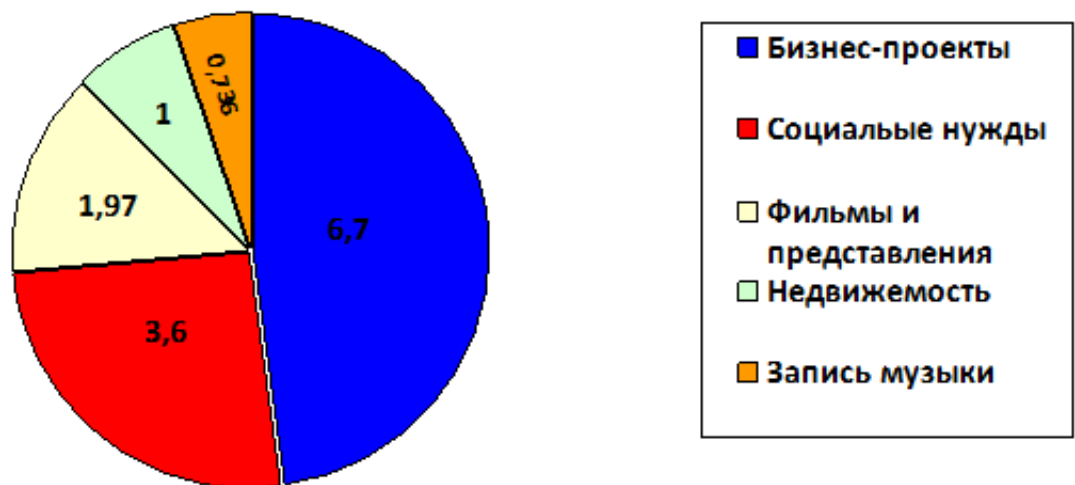


Рис. 1- Наиболее финансируемые сферы краудфандинга, млрд. дол.

На выше представленном рисунке, можно видеть в какие сферы вкладывали свои деньги люди еще пару лет назад. На сегодняшний момент ничего не изменилось. Так, социальные нужды и бизнес-проекты – это два

самых распространенных направления в инвестировании по способу краудфандинга.

Таким образом, чтобы лучше понять, как устроен краудфандинг, разобраться в его работе и определиться с чего же нужно начинать, необходимо рассмотреть функционирование модели краудфандинг-проекта более наглядно.

Для начала отметим, что краудфандинг прежде всего начинается с идеи. Идея является основой краудфандинга, так как именно она должна явиться своему автору, который сразу же загорается ею и хочет воплотить ее в жизнь.

Автор начинает продумывать её реализацию, выбирает нужную ему площадку и подает заявку для сбора необходимых ему средств. Далее нужно обратить внимание, что делает автор идеи это в соответствии с условиями, то есть правилами подачи заявления на площадке. В основном ему необходимо по пунктам расписать, в чем же состоит суть, новизна и полезность его идеи, также автор должен указать как он собирается ее реализовать и куда и сколько денег непосредственно будет тратиться для того, чтобы осуществить его задумку. Данные, указанные автором, публикуются на площадке и после этого, каждый желающий может ознакомиться с ними и сделать свой вклад, помогая, тем самым, реализовать идею.

Затем инициируется кампания. Автору идеи площадкой отводится определенный срок, в течение которого он должен собрать определенное количество денег. Например, за один календарный месяц проект должен набрать 200 тысяч рублей. И если автор набирает 210 тысяч, то в таком случае организаторы отдадут ему эту сумму для реализации его целей.

Но если проект набирает всего 190 тысяч рублей, т.е. проект недобирает до заранее определенной суммы, он такой проект можно считать не состоявшимся. Деньги, которые были выделены людьми, возвращаются им [2].

Что же касается бизнеса, то краудфандинг не только можно, но и нужно использовать. Однако прежде чем подавать документы на одну из ниже названных платформ необходимо совершить ряд подготовительных мер:

- определить целевой рынок, а также понять для начала кто получит выгоду от выхода новой идеи на рынок;
- подготовить небольшой план, включающий в себя описание идеи. Необходимо постараться, чтобы идея и история ее создания была красивой: люди любят правдивые и красивые истории;
- подготовить ответы на возможные вопросы, которые могут возникнуть в процессе у людей, собирающихся пожертвовать на проект свои деньги;
- раскрыть информацию по проекту также достаточно значимый пункт;
- выбрать платформу для размещения кампании: присмотреться к давно существующим и качественно выполненным проектам [3].

Ярким примером того, как должен работать отечественный краудфандинг, является деятельность успешных зарубежных краудфандинговых площадок, в частности площадок, которые присутствуют на территории США. И одним из самых ярких примеров выступает платформа KickStarter. Данная платформа за весь промежуток своего существования собрала миллиарды долларов, которые были направлены на реализацию тех или иных продуктов. Благодаря площадке осуществилась значительная часть стартапов, проектов и идей, некоторые из которых уже достигли рекордных высот. Перспективы для каждого отдельного участника площадки – это то, что выделяет данную площадку на фоне остальных платформ.

То есть, любой автор идеи, который создал достаточно хорошую кампанию при помощи площадки, способен вывести свою идею в реальную жизнь и представить свой продукт. Прежде всего, это побуждает людей заниматься разработками, изобретать, а также придумывать что-то новое и необыкновенное. Площадки, как KickStarter, позволяют людям создавать те вещи, которые в дальнейшем изменяют их жизни к лучшему. В их число входят: инновационные гаджеты, программы, контент и многое другое – все, что принесет пользу другим людям.

На сегодняшний день в России действуют несколько краудфандинговых площадок. Из них хотелось бы выделить двух лидеров российского краудфандинга.

Первый лидер - популярный портал Planeta.ru был запущен в середине 2012 года после успешной реализации проекта по сбору денежных средств для выпуска альбома «Spirit» группы «БИ-2». Сегодня на портале можно ознакомиться с различными проектами, такими как анимация, благотворительность, наука, фильмы, видео, музыка, социальное предпринимательство и другие.

Planeta.ru - самый успешный отечественный проект. За 2014 год портал собрал более 160 млн. рублей и успешно профинансировал 480 проектов. Одни из самых популярных категорий: фильмы, видео, музыка и благотворительность [4].

Boomstarter.ru – лауреат премии «Стартап года 2012» в номинации «Лучший социально значимый стартап» от бизнес-инкубатора НИУ ВШЭ. Boomstarter работает с августа 2012 года и на сегодняшний день является второй по популярности отечественной краудфандинговой площадкой. За 2014 год, т.е. за 2 года своего существования проект собрал около 100 млн. рублей. На Boomstarter среди самых популярных категорий выступают «технологии» [5].

Это наиболее крупные и популярные площадки предназначенные для краудфандинга, но краудфандинг ими не ограничивается. Существует множество краудфандинговых площадок, действующих в России, таких как: kroogi.com, thankyou.ru, rusini.org, Smipon.ru.

Таким образом, представленные проекты демонстрирует низкое развитие идеи краудфандинга для продвижения деловых инициатив в Российской Федерации. Действующие сайты, вне всяких сомнений, обладают отличным функционалом, размещены на хороших административных платформах, а требования к идеям сформулированы очень чётко. Тем не менее, делать выводы об их общем успехе (неудаче) делать пока рано, ведь краудфандинг в России известен совсем недавно.

Также нельзя не отметить поверхностную проработку многих предложенных проектов на большинстве сайтов. Зачастую отсутствует калькуляция расходов, подробная информация о том, на какие именно цели требуются денежные средства. В то же время, в западных странах краудфандинг изначально использовался именно для социальных проектов, а его история насчитывает менее двух десятилетий. Поэтому в ближайшем будущем можно надеяться на то, что площадки будут использованы и для запуска успешных бизнес-стартапов.

Библиографический список:

1. Что такое краудфандинг? [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://fingeniy.com/chto-takoe-kraudfanding/> (Дата обращения - 12.10. 2017)
2. Краудфандинг - это... Примеры краудфандинга в России. [Электронный ресурс]. - Режим доступа- URL: <http://fb.ru/article/191500/kraudfanding---eto-primeryi-kraudfandinga-v-rossii> (Дата обращения - 12.10. 2017)

3. Что такое краудфандинг и как это работает. [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://delat-delo.ru/spravochnik/terminy/chtotakoe-crowdfunding.html> (Дата обращения - 12.10. 2017)
4. Официальный сайт Planeta.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://planeta.ru/> (Дата обращения - 12.10. 2017)
5. Официальный сайт Boomstarter. [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://boomstarter.ru/> (Дата обращения - 12.10. 2017)