

ОСОБЕННОСТИ КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ

Донченко Ю.А.

Студентка 3 курса магистратуры
ЧОУ ВО ИУБиП

«Финансы в цифровой экономике»

e-mail: juliadonchenko96@mail.ru

Аннотация: В данной статье рассматриваются особенности краудфандинга как особенного способа привлечения средств для реализации проекта. Определяется сущность краудфандинга, выделяются его достоинства по сравнению с другими способами привлечения средств в проект, а так же отмечаются особенности краудфандинга в России.

Ключевые слова: краудфандинг, экономические возможности, способ инвестирования, инвестиции, вложения.

FEATURES OF CROWDFUNDING IN RUSSIA

Donchenko Yu.A.

3rd year graduate student

Finance in the digital economy

e-mail: juliadonchenko96@mail.ru

Abstract: This article discusses the features of crowdfunding as a special way to raise funds for a project. The author defines the essence of crowdfunding, highlights its advantages in comparison with other ways of attracting funds to the project, and also highlights the features of crowdfunding in Russia.

Keywords: crowdfunding, economic opportunities, investment method, investments, investments.

Краудфандинг представляет собой способ привлечения капитала, который заключается в коллективном сборе денежных средств (через коллективные усилия друзей, родственников, клиентов и индивидуальных инвесторов), вкладывающих в новый проект или бизнес относительно небольшие суммы денежных средств. Еще 20 лет назад, финансирование бизнеса, проекта или предприятия включало сбор крупных сумм от нескольких лиц или фондов. Однако, краудфандинг позволил изменить

данную стратегию, посредством использования сети Интернет, которая позволяет обратиться к множеству возможных инвесторов[3].

Впервые такой вариант финансирования использовали фанаты одного британского музыкального коллектива в 1997 году, объявив сбор для оплаты турне любимой группы. Первая краудфандинговая площадка появилась в США, в 2003 году. С тех пор краудфандинг стал популярен среди стартаперов в России и мире, как способ быстро и с минимальными усилиями собрать начальный капитал для организации бизнес-проекта, или благотворительной акции. Лицам, которые желают привлечь выше указанным способом финансовые ресурсы, необходимо создать профиль проекта на определенной платформе, веб-сайте.

Интернет-ресурсы, где стартаперы выкладывают свои разработки и условия инвестирования, носят название краудфандинговых площадок. Основатели берут на себя посреднические услуги по предложению и продвижению новых стартапов, а для бэкеров предлагают информацию по максимально выгодным вариантам вложений[2].

Самыми крупными площадками краудфандинга в России, являются:

Планета.ру – один из первых ресурсов;

Boomstarter.ru – работает с 15 категориями стартапов;

Smipom.ru – «С миру по нитке», только для россиян;

Kroogi – поддержка стартапов в творческой сфере;

Русини – поддержка социальных проектов (деятельность платформы приостановлена).

Следующим шагом является использование различных способов, например, социальных сетей, для того чтобы заинтересовать как можно больше людей и получить необходимую сумму средств для реализации своего проекта. Сбор средств может осуществляться для различных целей:

-реализации сельскохозяйственных проектов;

-запись музыкального альбома;

-помощь пострадавшим в стихийных бедствиях;

-создание приюта для животных;

-финансирование инновационного продукта, технологии и т.д.

Главным достоинством применения краудфандинга является то, что при финансировании отсутствуют посредники. Банки, биржи и венчурные фонды исключаются из процесса финансирования, и инвестор сотрудничает напрямую с создателем проекта [2]. Вознаграждение инвесторов, если оно предусмотрено договором, происходит после воплощения стартапа в жизнь. В России распространены две формы вознаграждения при краудфандинге в России:

Пожертвования – донор вкладывает в компанию часть финансов в обмен на пользование конечным продуктом или услугой. Инвестиции – вливание собственных средств бэкером с последующей выплатой ему дивидендов. В этом случае инвесторы получают обратно свои вложения, плюс к ним начисляются проценты в зависимости от размера вклада каждого донора. Из-за особенностей развития экономики в России, отношение к краудфандингу, как к способу инвестирования, отличается от западного и имеет ряд особенностей:

В России первой краудфандинговой платформой стал проект Kroogi в 2008 году, который позволял исполнителям размещать свои произведения бесплатно и поддерживать материально понравившихся авторов. Но лишь 2012 год является началом «нового» краудфандинга в России, когда запустились две наиболее крупные и успешные платформы – Boomstarter и Planeta.ru. [1] На данный момент краудфандинг в России явление все еще новое, не достаточно развитое и популярное. Поэтому имеет место выделение определенных особенностей краудфандинга в России:

- 1.Экономическая ситуация.
- 2.Менталитет.
- 3.Среда.
- 4.Индивидуализм.
- 5.СМИ.

6. Невысокий уровень технологических проектов. Согласно сервису статистики для российских краудфандинговых проектов Краудтрек на 2019 всего 22 проекта в сфере технологий, в то время как музыкальных проектов 110, а проектов в сфере кино/видео 81 проект (Рис.1).

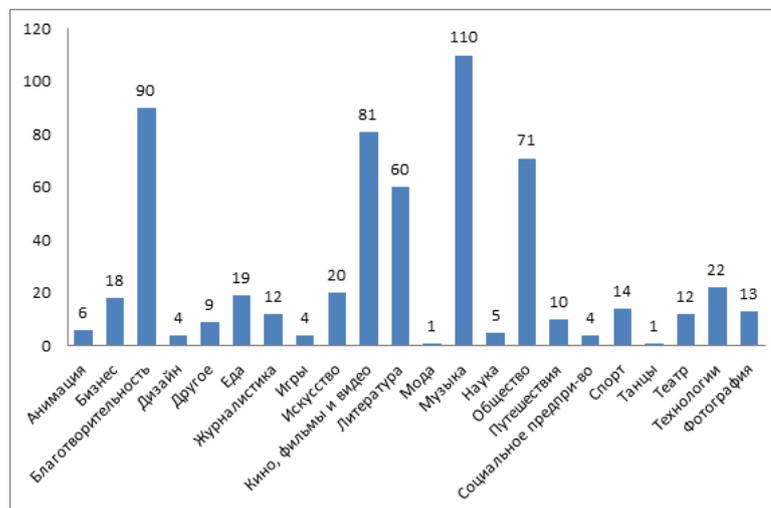


Рис. 1. Распределение по категориям текущих краудфандинговых проектов в России, 2019 год [4]

Таким образом, можно прийти к выводу, что краудфандинг в России развивается собственным путем, отличным от Западного и имеет ряд особенностей, связанных с финансовой обстановкой в стране, финансовой культурой, менталитетом, уровнем проинформированности о данном способе вложения финансовых ресурсов. Для того, чтобы краудфандинг в России нашел свое место, необходимо время на осознание людям того, что научно-технический прогресс охватывает все сферы общественной жизни, включая финансовую.

Библиографический список

1. Веселовский М. Я. Краудфандинг в России: состояние и возможности стимулирования инновационных стартапов // Инновационное развитие экономики. – 2016. – № 2(32). – С. 7-13.
2. Мнение: Почему краудфандинг в России — это не Kickstarter [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tjournal.ru/21042-mnenie-pochemu-kraudfanding-v-rossii-eto-ne-kickstarter> (Дата обращения: 25.06.2016).
3. Цветкова Е. С., Ганеева В. М. Краудфандинг как инструмент инвестирования // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2016. – № 19-2. – С. 83-88.

4. The Global Innovation Index [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/content/page/data-analysis> (Дата обращения: 25.12.2020).

5. Григорьева Н.С., Александрова К.В. Цифровые технологии как средство восстановления предприятий туристической индустрии после кризиса 2020 года // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – № 2. – С. 326-331.

6. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.