

УДК 658.8

**Родионов Василий Георгиевич**

ассистент, ФГБОУ ВО «Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина  
Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»  
Россия, Саратов

**Rodionov Vasily Georgiyevich**

Assistant, FGBOU VO "Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin  
Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the  
Russian Federation"

Russia, Saratov

## **ПЛАТФОРМЫ КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ KRAUDFANDING PLATFORMS IN RUSSIA: THE PRESENT AND THE FUTURE**

### **Аннотация.**

*В работе раскрыто и проанализировано понятие «КраудФандинг». Исследованы цели, методы, возможности и аудитория краудфандинга. Проанализированы отличительные стороны метода. Выявлены тенденции краудинвестинга и краудфандинга. Предложена классификация проектов по тематике, объему средств, срокам и другим параметрам. Рассмотрены краудфандинг-площадки в России. Выделены самые популярные категории на краудфандинг-площадках Kickstarter и Planeta.ru. Создана схема создания собственного краудфандингового проекта. Предложены критерии успешности:*

### **Abstract.**

*The concept of "CrowdFanding" is disclosed and analyzed. The goals, methods, possibilities and audience of crowdfunding are investigated. The distinctive aspects of the method are analyzed. The trends of crowdinvesting and croweding are revealed. The classification of projects by topics, volume of funds, terms and other parameters is suggested. Crowding-grounds in Russia are considered. The most popular categories are selected at the Kraukfartering grounds of Kickstarter and Planeta.ru. A scheme has been created for creating its own kraudfanding project. Success criteria are proposed:*

**Ключевые слова:** краудфандинг; цели; методы; возможности; аудитория; тенденции краудинвестинга и краудфандинга; классификация проектов; краудфандинг-площадки в России; популярные категории; краудфандинг-площадки; Kickstarter; Planeta.ru; схема создания собственного краудфандингового проекта; критерии успешности.

**Keywords:** crowdfunding; goals; methods; capabilities; lecture hall; tendencies of crowdinvesting and croweding; classification of projects; kraudfanding-sites in Russia; popular categories; kraudfanding-sites; Kickstarter; Planeta.ru; scheme for creating your own crowdgeding project; success criteria.

«КраудФандинг» (CrowdFunding) – дословно «финансирование толпой», но лучше применять адаптивный перевод «финансирование коллективом». Обычно понимается как коллективом пользователей определенного веб-сервиса. Проекты – любые, но всегда привлекательные для собирающих под проект финансы («реципиентов») и «вкладывающих» («доноров»).

### **Цели, методы, возможности и аудитория краудфандинга**

Цели краудфандинга – от лечения до благотворительной акции, от покупки компьютера до создания, запуска интернет-магазина. Идея привлекает стартап.

Различных (основных) методов краудфандинга – три:

- «DebtCrowdfunding», «вложиться в долг» - обмен вложений на долю проекта (возврат инвестиций);
- «EquityCrowdfunding», «вложение акций, бизнеса» - реципиент продаст часть акций (бизнеса) донору, т.е. передает их в качестве долгосрочной инвестиции;

- «RewardCrowdfunding», «вложение за вознаграждение» - донор обменивает инвестиции на ценный подарок (приз).

Отличительными сторонами метода (точнее, методологии) являются:

- четкое следование всем правилам и договорам;
- четкая идея, никаких «составных» идей, только действительно понятная цель, побуждая желание «вложиться», получить прибыль (удовлетворение);
- лимитированность по времени;
- венчурность, при возвращении инвестиций возможны риски (в социально-ориентированных проектах они также возможны);
- направленность, проекты бывает из разных сфер, но всегда определенных;
- ориентация на результат, отчетность;
- доступно каждому (подходящему по условиям краудфандинговой площадки, например, заплатившему 5-8% комиссии платформе на развитие, если выиграно участие) и др.

При успешном сборе на площадке средств, реципиенту (со своим проектом) предоставляется некоторое вознаграждение. Крупным инвесторам принято предлагать определённую долю бизнес-проекта, компании. У каждой площадки – свои условия, необходимо их вначале проанализировать.

Инвесторы-непрофессионалы учатся, уже есть тенденции краудинвестинга и краудфандинга:

- «мобилизация»;
- «коллективная интеллектуализация»;
- «3D-визуализация приложений»;
- «социализация»;
- «активизация Интернета вещей» и др.

Площадок краудфандинга – много. Особенно, за рубежом. Одной из наиболее ранних является «Кикстартер» (представительство – <http://www.kickstarter.com>). Особенность платформы: если проектом не собраны (используется Amazon Payments) необходимый объем средств в срок, деньги возвращаются спонсорам. Площадка возьмет из привлеченных средств комиссионные 5%, своя комиссия и у используемой Payments. Отметим наиболее крупные и интересные платформы – indiegogo, crowdfunder, gofundme, crowdfundinginternational.

Проекты классифицируются по тематике, объему средств, срокам и другим параметрам. Проект, размещаемый площадкой, серьезно проверяется.



### Краудфандинг-площадки в России

Популярным краудфандинг в Рунет стал благодаря достаточно большому кластеру площадок, многие из которых надёжно, устойчиво функционируют [1, с.1]. Но среди большей части потенциально способных инвестировать и желающих инвестироваться краудфандинг-платформы незнакомы и не используются [2, с.1]. Наиболее популярные платформы – нижеследующие.

1. «Планета.ру» (Planeta.ru с одноименным официальным сайтом). Пользователем может стать поддерживающий правила платформы, совершеннолетний, имеющий свой счёт в банке, предлагающий интересный проект (за исключением политики и коммерции). У каждого проекта – свой куратор, с ним подписывают соглашение по сбору средств. Есть и модераторы, они внимательно анализируют проекты. Оборот совокупный оборот – более 760 млн. руб., объем в среднем инвестиций на компанию – 282 тыс. руб., средняя величина чека компании от инвестора – 1.5 тыс. руб., количество инвесторов (среднее) в одной компании – 186, объем инвестиций – минимально 10 тыс. руб., максимально – 99 млн. руб., комиссия для компании – 10-15%, для инвестора – 0%.

## Самые популярные категории Kickstarter и Planeta.ru

Средства, собранные на Kickstarter, по категориям, %



Категории проектов, запущенных на Planeta.ru, %



Источник: данные Kickstarter и Planeta.ru

© РБК, 2017

Рисунок 1. Самые популярные категории Kickstarter и Planeta.ru

2. «Бумстартер» (boomstarter.ru). Это аналог Kickstarter. Для предлагающего проект нужны гражданство РФ и совершеннолетие, банковский счет. Площадка финансирует творческие проекты (например, выпуск альбомов музыки, книг, кинофильмов и др.). Проекты коммерческие и благотворительные не поддерживаются. Ограничено время сбора средств (не более двух месяцев). На площадке реализовали более 1200 проектов, привлекли более 280 млн. руб., более 143 тыс. потенциальных спонсоров. Комиссия – 5% (платежным системам – 5%) и НДС. Необходим работающий прототип.

3. «С миру по нитке» (сайт официальный – smiron.ru). Площадка специализированная, берется за проекты социальные, коммерческие. Каждый модерирован, платформа требовательна к четкости. Реципиент – резидент РФ, он заключает соглашение с площадкой: при успешном сборе, часть отойдет площадке. Обращение объемных пакетов эмиссионных бумаг обслуживается депозитариями.



Рисунок 2. Площадка «С миру по нитке» (сайт официальный – smiron.ru).

Есть и другие платформы в России, например, [3, с.1].

Для создания своего краудфандингового проекта на площадке, следует пройти этапы, для каждой площадки – свои.

Схема общая такова: «регистрация – логотипирование – описание проекта, уточнение – активация в соцсетях – лендинг – распространение (например, подготовка видео-презентации) – идентификация размера взноса – запуск проекта».

Следуем критериям успешности:

- реалистичности (цели ставим «по силам», сроки сбора, запрашиваемый объем финансов – продумываем);
- своевременности (учитывать сезонность, например, осенью проекты лучше запускаются, это период активизации финансовой деятельности);
- оригинальности (но с осторожностью, «без ухода в виртуальность»);
- открытости (проекта, себя, опыта);
- наличие качественного бизнес-плана (он поможет инвестору понять перспективы проекта «в цифрах»);
- наличие наград, вознаграждений «вложившимся» в проект;
- быть максимально информативным, особенно, в части своих успехов;
- привлекать родственников, знакомых, из соцсетей, размещать в них ссылки на проект, использовать иные возможности (СМИ, блогосферу, например);
- привлекать рекламу, маркетинговые акции (рассылки, онлайн-СМИ, видеоканалы, консалтинг и др.).

Важно помнить, что краудфандинг – не выпрашивать, а заинтересовывать. Обязательно должен быть «взамен» - либо финансовая, либо социальная, либо иная заинтересованность. И желание, готовность серьезно работать!

## Есть хорошая идея? – Идем на краудфандинговую площадку!

### Литература

- [1]. Краудфандинг в России, <https://rb.ru/news/kraudfanding-v-rossii/>
- [2]. Все за одного: почему в России краудфандинг не стал бизнес-инструментом, [https://www.rbc.ru/own\\_business/15/06/2017/594006559a794715c9d5819c](https://www.rbc.ru/own_business/15/06/2017/594006559a794715c9d5819c)
- [3]. Краудфандинг в России: 21 платформа для привлечения стартового капитала на создание стартапа, <http://alenapopova.ru/startup/kraudfanding-v-rossii-21-platforma-dlya-privlecheniya-startovogo-kapitala-na-sozdanie-startapa.html>
- [4]. Караяннис Э., Григорудис Э. // ЧЕТЫРЕХЗВЕННАЯ СПИРАЛЬ ИННОВАЦИЙ И «УМНАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ»: ПРОИЗВОДСТВО ЗНАНИЙ И НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ // Форсайт. 2016. Т. 10. № 1. С. 31-42.
- [5]. Кузина О.Е., Чернышева М.В. // КОРПОРАТИВНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И КОРПОРАТИВНАЯ ФИЛАНТРОПИЯ: ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ // Вопросы экономики. 2016. № 3. С. 115-130.
- [6]. Московская А. // ЭЛЕКТРОННЫЕ «ФАБРИКИ ЗНАНИЙ» И МИКРОСРЕДА ИННОВАЦИЙ: КТО КОГО? // Форсайт. 2016. Т. 10. № 2. С. 81-91.
- [7]. Черкасова В.А., Дунышева Р.Ф. // ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2016. Т. 20. № 4. С. 655-690.
- [8]. Шоломицкая Е.В. // ИНВЕСТИЦИИ В НОВЫЙ КАПИТАЛ И СДЕЛКИ ПОГЛОЩЕНИЙ: СЛУЧАЙ РОССИЙСКИХ ПУБЛИЧНЫХ КОРПОРАЦИЙ // Экономическая политика. 2017. Т. 12. № 1. С. 226-249

### References

- [1]. Kraudfanding in Russia, <https://rb.ru/news/kraudfanding-v-rossii/>
- [2]. All for one: why in Russia kraudfading did not become a business tool, [https://www.rbc.ru/own\\_business/15/06/2017/594006559a794715c9d5819c](https://www.rbc.ru/own_business/15/06/2017/594006559a794715c9d5819c)
- [3]. Kraudfanding in Russia: 21 platforms for attracting start-up capital to create a start-up, <http://alenapopova.ru/startup/kraudfanding-v-rossii-21-platforma-dlya-privlecheniya-startovogo-kapitala-na-sozdanie-startapa.html>
- [4]. Karayannis E., Grigorudis E. // FOUR-SPINAL SPIRAL OF INNOVATION AND "SMART SPECIALIZATION": PRODUCTION OF KNOWLEDGE AND NATIONAL COMPETITIVENESS // Foresight. 2016. Т. 10. № 1. P. 31-42.
- [5]. . Kuzina O.E., Chernysheva M.V. // CORPORATE CHARITY AND CORPORATE PHILANTHROPY: ECONOMIC-SOCIOLOGICAL ANALYSIS // Issues of Economics. 2016. № 3. P. 115-130.
- [6]. Moscow A. // ELECTRONIC "FACTORIES OF KNOWLEDGE" AND THE MICROWAVE OF INNOVATION: WHO IS WHO? // Foresight. 2016. Т. 10. № 2. S. 81-91.
- [7]. Cherkasova VA, Dunyasheva RF // INVESTMENT SOLUTIONS OF COMPANIES IN THE CONDITIONS OF ASYMMETRY OF INFORMATION // Economic Journal of the Higher School of Economics. 2016. Т. 20. № 4. P. 655-690.
- [8]. Sholomitskaya E.V. // INVESTMENTS IN NEW CAPITAL AND ABSORPTION ACTS: THE CASE OF RUSSIAN PUBLIC CORPORATIONS // Economic Policy. 2017. Т. 12. № 1. P. 226-249