

ЭКОНОМИКА

Чувинова Анна Григорьевна

студентка

Бозванова Нина Николаевна

старший преподаватель кафедры экономики,

менеджмента и маркетинга

РИ(ф) ФГБОУ ВПО МАМИ

г. Рязань, Рязанская область

КРАУДФАНДИНГ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ ИЗДЕРЖЕК ПРОЕКТА

Аннотация: в процессе данной работы было выявлено такое направление спонсирования инновационных проектов и творческих идей как краудфандинг. В статье основное внимание уделялось популярным краудфандинговым платформам и их условиям спонсирования идей. Каждый успешный предприниматель старается заслужить доверие потребителей и снизить издержки на реализацию проекта. Это возможно с помощью предложения своей творческой идеи на одной из краудфандинговых платформ без вовлечения финансовых ресурсов, соблюдая основные правила продвижения.

Ключевые слова: краудфандинг, спонсирование, финансирование идей, краудфандинговая платформа, коллективное финансирование, инновационный проект, продвижение.

Новые методы спонсирования инновационных проектов – это современные технологии производства, активно используемые в настоящее время. Инвесторы, вытесняя банкиров и корпорации, помогают спонсировать стартапы, которые могут уже в ближайшем будущем привести к новому научно-техническому прогрессу.

Множество талантливых людей нуждаются в финансовых ресурсах, при этом имея немалый багаж заслуживающих внимания идей. Получение поддержки от больших компаний или спонсоров – сложный процесс, ограничива-

ющий талантливых авторов проекта в «порыве» творчества. Поэтому в современном мире особое место отводится понятию «краудфандинг».

Краудфандингом называется механизм коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта или реализацию инновационных идей поступают от его конечных потребителей. Это один из способов наиболее объективного изучения аудитории, а также выяснения её потребностей в идее своего проекта. Данным видом всестороннего финансирования могут заниматься как компании, так и частные лица, применяя самые разные средства передачи информации [2].

Схема кругооборота финансирования идей показана на рисунке 1.

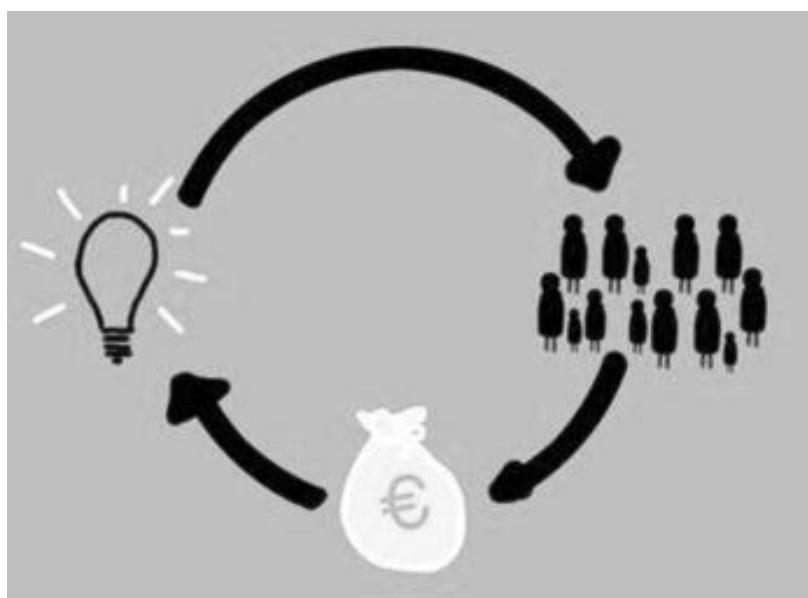


Рис. 1 Механизм работы краудфандинга

Краудфандинг не используется для получения личной выгоды от средств спонсоров, но и нельзя назвать данный вклад пожертвованием, хотя бы потому, что такой метод был бы весьма неэффективным. За финансирование своей идеи, автор дает всем инвесторам определенное вознаграждение при конечной реализации проекта (конечный продукт, бонусные программы, ужин с создателем компании, снятие в видеоролике о конечном продукте).

Краудфандинг является более успешным, если товар и услуга носит в большей степени эксклюзивный характер. Пользователи, которые участвовали в спонсировании творческой идеи, не считаются заинтересованными в нем, ес-

ли этот товар можно приобрести без вашего вмешательства.

Следует предлагать, как можно больше видов вознаграждений, так как именно это и привлекает конечных потребителей. Чем разнообразнее призы, тем больше привлечение спонсоров проинвестировать вашу идею.

Еще одним важным процессом для реализации проекта, помимо народного финансирования, является краудсорсинг, то есть привлечение конечных потребителей в творческую работу вашей идеи. В зависимости от умения контактировать с пользователями, творческое участие подразумевает организацию на добровольном начале, а иногда краудсорсинг имеет дополнительные бонусы. Однако, выгодно использовать именно модель краудфандинга, так как она имеет ряд положительных сторон:

- спонсоры не только финансируют вашу идею, но и могут принять участие по ее совершенствованию;
- интернет позволяет сократить время и финансы для поиска профессиональных инвесторов;
- народное финансирование онлайн является и маркетинговым исследованием в сети. Чем больше спонсоры вложат в вашу идею, тем большей популярностью она будет пользоваться на рынке;
- сбор средств онлайн не ограничен в географическом плане;
- положительные итоги работ по краудфандингу и интересная подача своей идеи могут помочь получить финансовые ресурсы через традиционные способы инвестирования [1, 3].

Как и любой услуги, у краудфандинга имеются свои недостатки:

- нерациональные расчеты на запуск проекта. Часто создатели своих идей завышают ожидания, и нужная сумма средств не успевают набраться в столь «короткое» время;
- «стадное чувство» народных инвесторов, то есть потребители охотнее вкладывают свои средства в проект, который набирает нужную сумму быстрее [1].

Основным правилом продвижения нового проекта на краудфандинговых

площадках является создание тематического сообщества и внушение доверия спонсорам и потребителям. Люди с консервативными взглядами воспринимают краудфандинговые площадки как легкий способ получения денежных средств, который не требует особых трудовых затрат. Поэтому огромные усилия могут уходить на представление самой идеи проекта, которая должна произвести правильное впечатление. Не всегда есть гарантия на успех: данный метод народного финансирования обретает все большую популярность, инвесторы и спонсоры стали более требовательны к проектам, которые хотели бы поддержать. Это обосновано и тем, что не всегда предложенные идеи надежны и легитимны. Некоторые проекты не смогли продолжить свое существование, так как сами создатели нерационально использовали финансы и не смогли развить идею в будущем после сбора средств. Вывод следует один: основатели идей, выбирая данную систему, которая основана на доверии потребителей и инвесторов, должны сделать народное финансирование максимально информативным и «прозрачным» для общества [2].

Проанализировав рынок краудфандинговых площадок в России, можно выделить наиболее популярные из них:

1. Planeta – русский аналог известной платформы Kickstarter в Америке и Великобритании; одна из основных краудфандинговых площадок в Рунете, начала свою деятельность с июня 2012 года. Для начала осуществления своей идеи, необходимо зарегистрироваться на сайте и приобрести «акцию» на проект (различные вознаграждения пользователям, которые вкладывали денежные средства в проект). Пользователи могут оплатить покупку с помощью личного виртуального кошелька, который можно пополнить разными способами (банковская карта, виртуальные деньги, платежные системы или мобильный телефон). Автор идеи может собрать часть или полную сумму на реализацию. Создатели проекта и потребители могут делиться информацией, общаться друг с другом, как в социальных сетях. В связи с этим автор может заслужить доверие пользователей, а проект – получить возможность собрать нужную сумму.

2. «С миру по нитке». Основное его отличие от других русских платформ

заключается в том, что на сайте проверяется подлинность любого проекта и отслеживаются все поступающие средства. То есть, информация о проекте перед публикацией проходит проверку на подлинность и надежность. Данная платформа реализует любые проекты как в сфере творчества и благотворительности, так и в сфере бизнеса и образования. Сам сайт за каждый взнос взимает около 4 %, а со всей собранной суммы не больше 0,01 %. Важным является то, что автор идеи получает необходимую сумму лишь при условии, что проект смог ее набрать. В другом случае денежные средства возвращаются обратно инвесторам.

3. Boomstarter – одна из русских платформ, предоставляющая возможность только для тех проектов, которые имеют обоснованность положений, реалистичность поставленных целей, а также видимость результата как для самих создателей, так и для потребителей. Проектом признается работа, соответствующая определенным требованиям сайта, которые включают в себя конкретные сроки сбора средств, ясно выраженная структура осуществления идеи, создание новой услуги или продукта.

В настоящее время каждая новая идея может быть реализована благодаря краудфандинговым платформам. По прогнозам экспертов, в ближайшее время неизбежно увеличение спроса на краудфандинг в начале творческих и благотворительных проектов, а затем технологических и производственных компаний, что приведет к увеличению конкуренции среди авторов проектов и позволит спонсорам оценить все разнообразие творческих идей (Рис. 2).

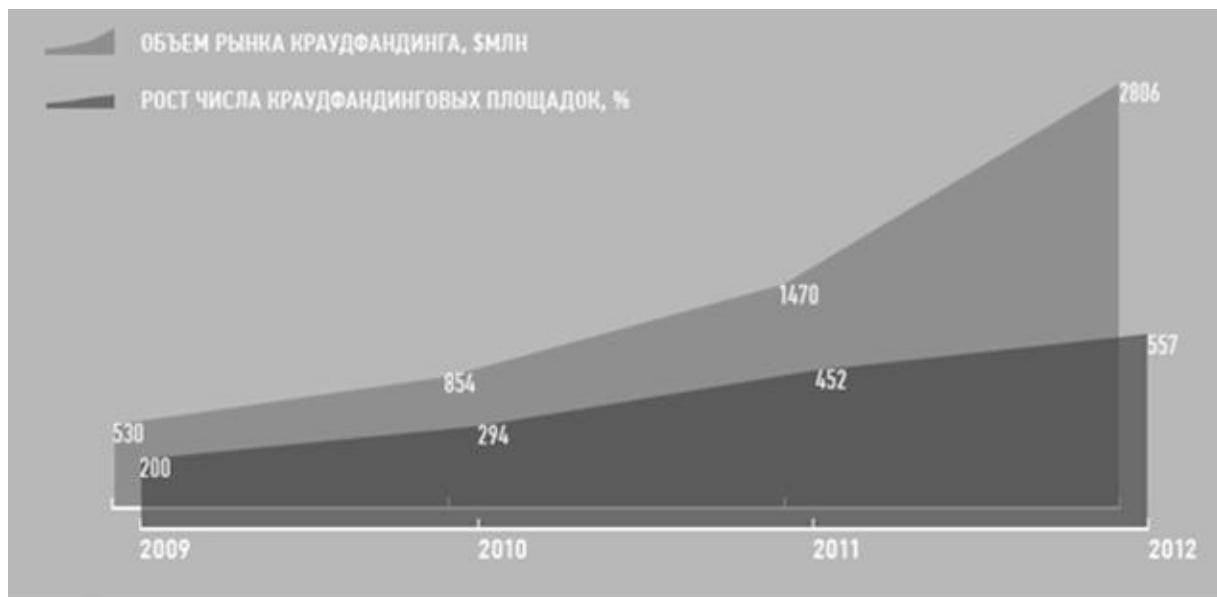


Рис. 2 Рост объема мирового рынка краудфандинга и числа площадок

Список литературы

1. Год краудфандинга в России: хорошо и плохо // LIKEANDPAY.RU: ежедн. интернет-изд. 2013. 19 окт. URL: <http://www.likeandpay.ru/god-kraudfandinga-v-rossii-horosh-i-ploho> (дата обращения: 14.04.2014).
2. Как работает краудфандинг в России // gorod.afisha.ru: ежедн. интернет-изд. 2013. 2 дек. URL: <http://gorod.afisha.ru/people/kak-rabotaet-kraudfanding-v-rossii> (дата обращения: 10.04.2014).
3. Как совместить полезное с еще более полезным // therunet.com: ежедн. интернет-изд. 2014. 20 мая. URL: <http://therunet.com/experts/2947-kak-sovmestit-poleznoe-s-esche-bolee-poleznym> (дата обращения: 20.04.2014).