

УДК 334.02

DOI: 10.26140/anie-2020-0904-0024

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЕЙШИХ КРАУДФАНДИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

© 2020

SPIN: 5742-3148

AuthorID: 683524

ORCID: 0000-0003-1024-1257

ScopusID: 57211905475

Гамбеева Юлия Николаевна, старший преподаватель кафедры управления

SPIN: 6700-3471

AuthorID: 912424

ORCID: 0000-0002-4573-4396

Медведева Светлана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики

SPIN: 4603-2098

AuthorID: 804490

SCOPUSID: 57205234639

Кожухова Надежда Николаевна, старший преподаватель кафедры управления

МГУ имени М.В.Ломоносова, филиал в городе Севастополе

(299001, Россия, Севастополь, ул.Героев Севастополя, 7, e-mail: nadegda.red@gmail.com)

Аннотация. Изменение финансового климата после мирового финансового кризиса 2008 года породило культуру краудфандинга. Строгая политика кредитования после рецессии, которой придерживаются банки вынуждают людей искать средства альтернативного финансирования. Одним из них выступает краудфандинг. Механизм краудфандинга способен реализовать не только индивидуальные, но и общественные потребности, что особенно важно в контексте нестабильной социально-экономической ситуации. Краудфандинговая деятельность осуществляется на специальных интернет-площадках, представляющих собой веб-сайты, которые используются для размещения и продвижения различных идей и проектов. Платформа обеспечивает юридические и финансовые аспекты: данные о сумме и времени проекта, его описание, наличие вознаграждений, сведения об авторе, данные банковского счета. Алгоритм работы краудфандинговых площадок стандартный, но платформы отличаются по структуре и моделям финансирования. Выбор платформы зависит от цели организатора или спонсора. *Цель исследования* – анализ особенностей организации работы и сбора средств на крупнейших краудфандинговых платформах в России и за рубежом. *Результаты:* рассмотрены организационные модели крупнейших платформ, выделены достоинства и недостатки выбранных платформ. Сделан вывод, что отечественные платформы в целом перенимали опыт и принципы зарубежных, но показатели российских краудфандинговых платформ не сопоставимы с аналогичными показателями западных ресурсов. *Практическая значимость:* основные результаты и выводы статьи могут быть использованы в научной деятельности при рассмотрении вопросов развития альтернативных источников финансирования.

Ключевые слова: альтернативные финансы, краудфандинг, краудфандинговая платформа, крауд-технологии, коллективное финансирование, финансовые технологии

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LARGEST RUSSIAN AND FOREIGN CROWDFUNDING PLATFORMS

© 2020

Gambееva Yulia Nikolaevna, Senior Lecturer of Department of Management
Medvedeva Svetlana Nickolaevna, Candidate of Economical Sciences, associate Professor
of Department of Economic

Kozhukhova Nadezhda Nikolaevna, Senior Lecturer of Department of Management
Lomonosov Moscow State University, Branch in Sevastopol

(299001, Russian Federation, Sevastopol, Geroev Sevastopolya str, 7, e-mail: nadegda.red@gmail.com)

Abstract. The financial climate change since the 2008 global financial crisis has spawned a culture of crowdfunding. Banks' strict post-recession lending policies are forcing people to seek the sources of alternative financing. One of them is crowdfunding. The crowdfunding mechanism is able to fulfill not only individual but also social needs, which is especially important in the context of the unstable socio-economic situation. Crowdfunding activities are carried out on special Internet sites that are used to post and promote various ideas and projects. The platform provides legal and financial aspects: data on the amount and time of the project, its description, availability of rewards, information about the author, bank account data. The algorithm of crowdfunding sites is standard, but the platforms differ in structure and funding models. The choice of platform depends on the purpose of the organizer or sponsor. The purpose of the study is to analyze the specifics of organizing work and fundraising on the largest Russian and foreign crowdfunding platforms. Results: the organizational models of the largest platforms were considered, the advantages and disadvantages of the selected platforms were highlighted. It is concluded that domestic platforms have generally adopted the experience and principles of foreign ones, but the indicators of Russian crowdfunding platforms are not comparable with similar indicators of foreign resources. Practical significance: the main results and conclusions of the article can be used in scientific activities when considering the development of alternative sources of funding.

Keywords: alternative finance, crowdfunding, crowdfunding platform, crowd technologies, public finance, financial technologies

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы. Краудфандинговые платформы привлекают внимание пользователей, способствуют взаимодействию участников, обеспечивают продвижение и сбор средств. Веб-сайты краудфандинга позволяют фирмам и предпринимателям привлекать средства, а розничным инвесторам участвовать в привлекательных

коммерческих перспективах. Количество мировых краудфандинговых платформ растет в геометрической прогрессии. В 2012 году их насчитывалось около 700, на начало 2018 года – 2 948. На территории Европейского Союза расположено 1231 платформа, в США – около 900 платформ, в Азии – 431[1]. Количество краудфандинговых кампаний приблизилось к отметке 6,5 млн

проектов. Сумма денег, собранных в результате краудфандинговой деятельности по всему миру также растет из года в год и составляет более 34 млрд долл.[2] Принципы работы существующих интернет-платформ похожи, однако каждый сайт все же отличается процентом комиссий, функционалом и тематической направленностью проектов.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности и тенденции развития краудфандинговых платформ анализировались в научной литературе разными авторами. J. Chung и K. Lee отмечают, что платформы для краудфандинга стали важными сайтами, где люди могут создавать проекты для поиска средств на превращение своих идей в продукты и поддержку чужих проектов [3]. D. Zvilichovsky, Y. Inbar, O. Barzilay рассматривают платформы краудфандинга как двусторонние рынки, объединяющие предпринимателей и потенциальных спонсоров, при этом наблюдается феномен партнерской экономики [4]. J. Koch & M. Siering представляют обзор факторов, влияющих на успех проектов на краудфандинговой площадке [5]. Belleflamme P., Omrani N., Peitz M. рассматривают инвестиционные краудфандинговые платформы, а также платформы, на которых спонсоры не получают денежные выплаты [6]. Другие авторы рассматривают основные принципы работы таких крупнейших краудфандинговых платформ как Startnext, Kickstarter [7]; Meridona [8]. Практика работы краудфандинговых платформ является предметом исследования и отечественных авторов [9-13].

Актуальность исследования определяется стремительным развитием краудфандинговой деятельности и необходимостью изучения особенностей технологии процесса сбора средств на краудфандинговых платформах.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования – сравнительный анализ динамики развития крупнейших зарубежных и отечественных краудфандинговых платформ. Данная цель предопределила решение следующих задач: выявление особенностей организации работы на двух крупнейших краудфандинговых платформах в США (Indiegogo и Kickstarter); анализ развития российских платформ Boomstarter и Planeta.ru; характеристика особенностей практики организации краудфандинга в России. Исследование осуществлялось на основе применения общенаучных методов в рамках сравнительного, логического и статистического анализа

РЕЗУЛЬТАТЫ

Рассмотрим деятельность крупнейших площадок в США и России. В качестве объекта анализа и сравнения были выбраны две крупнейшие краудфандинговые платформы в США (Indiegogo и Kickstarter) и отечественные аналоги (Boomstarter и Planeta.ru).

Indiegogo – одна из старейших международных краудфандинговых платформ. Платформа в виде концепции появилась в 2007 году под именем «Project Keiyaku». Сайт был официально запущен в январе 2008 года на кинофестивале Sundance. Упор делался на финансирование кинопроектов. В 2009-ом году платформа расширила поле своей деятельности и стала принимать любые проекты. В 2017 году у Indiegogo было почти 2 миллиона спонсоров с 2,4 миллионами взносов из 172 стран, поддержка охватила более 98000 кампаний платформ. Кампания с наибольшим вкладом в 2017 году собрала более 42000 сторонников. В 2018 году в рамках кампаний Indiegogo было реализовано 1300 продуктов – от идей до продуктов. Около 1,4 миллиона человек внесли 2,1 миллиона взносов в проекты на Indiegogo. Спонсоры представлены из 235 стран и территорий по всему миру. Тридцать проектов на Indiegogo собрали более 1 миллиона долларов за счет краудфандинга, а 250 проектов превысили рубеж в 100 000 долларов [14].

Платформа имеет ряд преимуществ по сравнению со своим основным конкурентом – Kickstarter. Одна из особенностей, которая определяет Indiegogo, это гиб-

кость [15]:

- Доступность создателям и спонсорам практически из всех стран. Создавать и финансировать кампании может человек откуда угодно. Географических ограничений нет.

- Гибкость в выборе модели финансирования. Организатор может настроить кампанию по принципу «все или ничего» или выбрать «оставь себе все», где сохраняется вся собранная сумма, даже если финансовая цель кампании не достигнута. Такая гибкость накладывает свои ограничения на финансовые взаимоотношения с платформой. В случае выбора модели гибкой модели «оставь себе все» Indiegogo забирает 9% от собранных средств, при достижении цели 5% возвращаются обратно. Для благотворительных проектов предлагается 25%-ую скидку по всем процентным ставкам. Однако некоммерческие проекты получают свои средства через специальную структуру – FirstGiving, которая взимает дополнительно 4% за свои услуги. Кроме того, Indiegogo предлагает InDemand, услугу, в которой организатор регистрируется после завершения первоначальной кампании по сбору вознаграждений, независимо от того, проводилась ли кампания на Indiegogo или другом веб-сайте. С InDemand продолжается сбор средств на неопределенный срок – и без фиксированных целей по сбору средств..

- Нет жестких требований по предложению вознаграждений (называемые Indiegogo «льготами»). С Indiegogo у организатора есть возможность предлагать льготы участникам, но это не обязательно. Тем не менее, Indiegogo рекомендует предлагать льготы, поскольку это увеличивает вероятность достижения финансовых целей. По его оценкам, кампании, предлагающие бонусы, приносят на 143% больше денег, чем кампании, в которых их нет. Организатор может предложить своим участникам до 20 уровней бонусов в зависимости от суммы, которую они вносят в вашу кампанию.

- Широкий спектр категорий проектов, которые соответствуют критериям утверждения Indiegogo. Проекты могут быть технологическими, развлекательными, образовательными, социальными. Более того, человек может собирать средства на свои личные цели. Конечно, обратной стороной такой гибкости является высокая вероятность проникновения сомнительных кампаний.

Схема работы с платформой стандартная:

- 1) Подготовка и размещение на платформе проекта. Написание текста, видеобращения, иллюстраций для привлечения спонсоров. Выбор модели финансирования «Оставь себе все» или «Все или ничего», срока кампании и финансовой цели. Также автор кампании указывает вознаграждения, которые он готов предоставить своим спонсорам.

- 2) Продвижение и управление проектом: взаимодействие со СМИ, публикация отчетных данных и обновлений.

- 3) Получение средств. Indiegogo использует Stripe в качестве обработчика платежей по кредитным картам. PayPal больше не является вариантом оплаты. Комиссия за обработку платежа составляет 2,9% + 0,30 доллара США за залог. Средства, перечисляемые через банковский аккаунт, отправляются пользователю только после истечения срока проведения кампании в течение 16 рабочих дней. Средства, получаемые некоммерческими организациями, перечисляются ей каждую неделю или месяц в зависимости от типа кампании и договоренности.

Несмотря на глобальность платформы и отсутствие в ней видимых ограничений по участию, собирать средства можно только в нескольких валютах: доллары США, канадские доллары, английский фунт стерлингов и евро [14].

Indiegogo уделяет больше внимания гибкости, чем Kickstarter. После заполнения и подачи заявки на начало кампании, одобрение происходит автоматически. Фактически, есть случаи, когда краудфандинговые про-

екты были приостановлены с Kickstarter, а затем перешли на Indiegogo, где их кампаниям было разрешено завершиться[15].

Обслуживание клиентов и техническая поддержка Indiegogo соответствует стандартам краудфандинга. Здесь есть обширный раздел справки, и если в предоставленной информации нет ответа на ваш вопрос, вы можете использовать контактную форму, чтобы связаться с Indiegogo.

Indiegogo по замыслу является свободно регулируемой ареной краудфандинга, призванной предоставить как можно большему количеству творческих и благотворительных инициатив возможность привлекать финансирование от сообщества спонсоров. Однако это влечет за собой большую осторожность для спонсоров. Поэтому в настоящее время у Indiegogo низкий рейтинг пользователей на Trustpilot (вебсайт для предоставления отзывов об интернет-магазинах и интернет-площадках) - 1,1 из 10. Люди обнаруживают, что поддерживают множество проектов, которые так и не были реализованы, которые не распространяют обещанные льготы или распространяют дефектные / неполноценные льготы. Профессиональные рецензенты, в основном, положительно отзываются об Indiegogo, отмечают легкость, с которой можно организовать краудфандинговую кампанию; широкий спектр проектов, которые могут претендовать на финансирование; хорошее обслуживание клиентов; надежный интерфейс; возможность использования гибкого финансирования.

28 апреля 2009 года был запущен Kickstarter - компания, название которой стало синонимом краудфандинга в целом. Согласно веб-сайту, на Kickstarter было выделено более 5 миллиардов долларов на проекты, более 184000 успешно профинансированных проектов и более 18 миллионов спонсоров. Частично основанный на монетизации социальной идентификации интернет-поколения с духом творческого класса, Kickstarter посвящен краудфандингу творческих проектов, а не благотворительности или личному использованию. В отличие от таких сервисов, как Indiegogo, проект должен достичь своих целей по сбору средств в течение установленного периода, прежде чем будет получено какое-либо финансирование. Более того, организатор обязан предоставить «вознаграждение» своим спонсорам. Запуск проекта на Kickstarter возможен в одной из 15 категорий: искусство, комиксы, ремесла, танец, дизайн, мода, кино и т.д. Запустить кампанию Kickstarter в США, Великобритании, Канаде, Австралии, Новой Зеландии, Нидерландах, Дании, Ирландии, Норвегии, Швеции, Германии, Франции, Испании, Италии, Австрии, Бельгии, Швейцарии, Люксембурге, Гонконге, Сингапуре, Мексике и Японии. Спонсоры могут поддерживать проект Kickstarter из любой точки мира.

Kickstarter устанавливает пять правил, которым должны следовать все кампании: проекты должны создавать что-то, чем можно поделиться с другими; проекты должны быть честными и четко представлены; проекты не могут собирать средства на благотворительность; проекты не могут предлагать акции; в проектах нельзя использовать запрещенные предметы. Kickstarter должен одобрить все проекты, прежде чем они будут запущены. Утверждение может занять до трех дней [7].

Основные финансовые условия Kickstarter: срок финансирования до 60 дней; комиссия 5%; комиссия за обработку платежей по залогу 3% + \$ 0,20 за залог; комиссия за обработку платежей для залогов до 10 долларов США 5% + 0,05 доллара США за залог. В качестве платежного процессора Kickstarter также использует Stripe, поэтому компания получает долю от каждого обещания, сделанного для успешной кампании по финансированию. Если период финансирования проекта заканчивается без достижения цели финансирования, деньги не собираются (и комиссии не взимаются). Структура комиссий за пределами США аналогична представлен-

ной выше. Однако комиссия за обработку платежей будет зависеть национальной валюты.

Несмотря на допустимый период финансирования 60 дней, Kickstarter рекомендует 30 дней или меньше, ссылаясь на внутренние данные, которые показывают, что проекты продолжительностью 30 дней или меньше имеют больше шансов достичь своих целей. Часть условий запуска проекта на Kickstarter и принятия поддержки от спонсоров - предоставления физического вознаграждения своим спонсорам по завершении проекта. Награды могут зависеть от уровня обещанной поддержки. Заявку на запуск проекта на Kickstarter можно подать при соблюдении следующих требований: возрастное ограничение - 18 лет или больше; адрес, банковский счет и удостоверение личности государственного образца той страны, в которой создается проект (из перечисленных выше); наличие основной кредитной или дебетовой карты.

Схема работы с платформой аналогична Indiegogo, с незначительными отличиями. Отправив проект на рассмотрение, он проходит или автоматическую проверку, и можно сразу же запустить кампанию, либо придется подождать до трех дней до запуска, если проект будет отмечен для дополнительной проверки. По оценкам Kickstarter, около 80% представленных проектов принимаются[16].

У Kickstarter также невысокий рейтинг Trustpilot - 1,3 из 5. Среди недостатков пользователи отмечают: неравномерное игровое поле: с появлением на сайте платной рекламы, кампаний для инвесторов и краудфандинговых агентств крупные игроки могут иметь огромное преимущество по сравнению с небольшими операциями; низкий уровень технической поддержки. Единственный способ связаться с Kickstarter - это отправить заявку в службу поддержки и дождаться ответа по электронной почте. Это не дает создателям и спонсорам проекта доступа к быстрой поддержке, которая может им понадобиться в случае неудачи. Тем не менее, сайт может дать ответы на самые распространенные вопросы по ключевым словам в поиске.

К преимуществам пользователи относят:

- Хороший процесс утверждения: Kickstarter, как правило, довольно хорошо отфильтровывает проекты, снижая риск для спонсоров.

- Средства от неудачных проектов возвращаются: спонсоры взимают плату только в том случае, если проект успешно финансируется.

- Работа со СМИ: работа со СМИ на Kickstarter очень эффективна, и сайт посещают много уникальных пользователей. Это увеличивает вероятность того, что ваш проект увидят.

Далее представлена характеристика деятельности выбранных платформ (табл.1).

Таблица 1 - Характеристика зарубежных краудплатформ

Платформа	Kickstarter	Indiegogo
Условия		
Принципы сбора средств	«Все или ничего».	«Все или ничего» «Оставить все»
Комиссия	При успешном финансировании проекта 5%.	Успешных компаний - 5%. В случае недостижения финансовой цели - 9% от собранных средств.
Максимальная длительность проекта	60 дней.	60 дней.
Специальные требования	Наличие рабочего прототипа. Обязательная проверка материалов проекта командой Kickstarter (до 3ех дней).	Отсутствие четких формальных требований. Автоматическая проверка проектов.

Источник: составлено авторами

В России краудфандинг начал развиваться несколько позже. В 2012 году появились первые отечественные платформы Planeta и Boomstarter, которые считаются крупнейшими крауд-площадками. Несмотря на малую осведомленность и общее недоверие российского общества, краудфандинг развивается в нашей стране вполне успешно и следуя общемировым трендам. За плечами Boomstarter 2 063 успешных проекта, 428,3 млн.руб.сбо-

ров, 905,5 тысяч участников. По утверждению основателей платформы Planeta.ru на начало 2019 года через платформу привлечено более 1 млрд рублей и успешно завершено более 4,5 тысяч краудфандинговых кампаний [17]. У Planeta.ru и Boomstarter разный фокус внимания. Boomstarter сосредоточен на творческих, бизнес- и технологических проектах (всего предусмотрено 13 категорий), Planeta.ru фокусируется на творческих и благотворительных сборах.

Boomstarter выдвигает несколько требований к проектам: четко сформулированная цель; нельзя собирать деньги на благотворительность, личные цели или целевое финансирование. Существуют требования и для авторов: возрастное ограничение от 18 лет; наличие гражданства РФ; документ, удостоверяющий личность и наличие постоянной прописки; дебетовый или кредитный счет в одном из российских банков [18].

Boomstarter отличается от Planeta.ru моделью сбора средств. Площадка сначала предлагала сбор денег только по модели «Все или ничего» – до установленного срока. В 2016 году появилась возможность собирать деньги бессрочно – до цели. Boomstarter изменил финансовую модель и теперь предпочитает зарабатывать не на комиссии. Удерживается только минимальная сумма в 3,5% платежным системам за перевод средств. Поэтому на Boomstarter теперь можно собрать больше, чем где-либо еще. Если вы собираете 500 тыс., на комиссию пойдет всего 17,5 тыс. вместо 50 тыс., собираете миллион — то всего 35 тыс. вместо 100 тысяч. Сейчас Boomstarter позиционирует себя как краудфандинговое агентство полного цикла, которое предлагает авторам проектов консалтинг, продвижение по базе подписчиков Boomstarter, дизайн, копирайтинг. Стоимость услуг начинается от 5000 рублей. В пакеты размещения с дополнительными услугами входят посты в социальных сетях, рассылки и оформление. На других платформах в рассылки и публикации бесплатно попадают только проекты от известных авторов [19].

Особенности платформы: персональный менеджер, с которым можно поддерживать связь по телефону (в Planeta.ru общение только по электронной почте); онлайн-обучение по запуску проектов; Возврат денег (Boomstarter взимает комиссию со спонсоров при возврате денег с неуспешных проектов, Planeta.ru возвращает средства в полном объеме). Далее проанализируем отечественные платформы по выбранным критериям (табл. 2).

Таблица 2. - Характеристика российских краудплатформ

Платформы	Boomstarter	Planeta.ru
Условия		
Принципы сбора средств	«Все или ничего»; «До цели»: ограничение по сумме, необходимой для реализации проекта.	Должно быть собрано не менее 50% заявленной суммы.
Комиссии	При успешном финансировании проекта удерживается комиссия 3,5%.	10% от средств, собранных успешным проектом. Если проект собрал от 50 до 99% от заявленной суммы - 15%. С авторов благотворительных и неуспешных проектов комиссия не взимается.
Максимальная длительность проекта	60 дней для «Все или ничего».	100 дней. Бессрочными могут быть только благотворительные проекты.
Специальные требования	Необходимо представить работающий прототип или образец. Модерация проектов	Наличие четкой цели проекта, связанной с развитием новых направлений бизнеса; будущая коммерческая деятельность; получение прибыли и/или производство; наличие юридического лица или статуса индивидуального предпринимателя

Источник: составлено авторами

Анализируя общие характеристики и принципы работы выбранных краудфандинговых платформ, можно сказать, что отечественные платформы в целом переняли опыт и принципы зарубежных: Boomstarter является полноценным аналогом Kickstarter за некоторым исключением (на Boomstarter более широкий выбор моделей сбора денежных средств; более лояльный к потенциальным инвесторам размер комиссии, взимаемой площадкой). Характерной чертой платформы Planeta.ru является максимальная длительность проекта – 100 дней. Стоит отметить, что данное решение является спорным,

поскольку зарубежный опыт привлечения народных инвестиций показал неэффективность данной модели (именно поэтому на крупнейших площадках США максимальный «срок жизни» проекта составляет 60 дней).

Безусловно, важнейшим показателем, характеризующим эффективность краудфандинговых платформ, является объем привлекаемых через платформу средств. Показатели российских краудфандинговых платформ не сопоставимы с аналогичными показателями западных ресурсов. Значительный отрыв зарубежных платформ заключается в том, что на сегодняшний день платформы Kickstarter и Indiegogo являются крупнейшими не только в США, но и в мире. За 10 лет существования им удалось собрать более 6 млрд долларов в сумме и запустить значительно больше проектов [2]. Более того, нельзя не отметить и экономический фактор: население США, являясь значительной частью инвесторов на данных платформах, обладает большей финансовой возможностью для инвестирования. Поскольку объем собранных средств является прямым следствием не только финансовой возможности, но и осведомленности потенциальных инвесторов о данном способе инвестирования и популярности краудфандинга в регионе в целом, необходимо рассмотреть возможные причины значительного отставания российских платформ от зарубежных с помощью анализа количества уникальных посещений платформ в месяц и количества пользователей, хоть раз финансировавших какой-либо проект (табл. 3)

Таблица 3- Популярность краудфандинговых платформ

Платформа	Количество посещений ежемесячно	Количество инвесторов
Kickstarter	22050000	17014829
Indiegogo	12160000	>9000000
Boomstarter	300000	200,000
Planeta.ru	>1000000	990828

Источник: составлено авторами

В результате анализа ежемесячного трафика каждой из вышеперечисленных платформ и количества пользователей-инвесторов можно сделать вывод о значительно большей степени осведомленности инвесторов о платформах Kickstarter и Indiegogo, что и определяет существенную разницу в объемах привлеченных средств между зарубежными площадками и российскими.

По данным зарубежных аналитиков, 75% американцев осведомлены о механизме краудфандинга и спонсировали как минимум один проект. В то же время, по данным опроса, проведенным Институтом общественного мнения, половина россиян (51%) ничего не слышали и не знают о краудфандинге, а близко знакомы с принципами работы этого механизма только 9% опрошенных. Также опрос показал, что осведомленность о краудфандинге четко коррелирует с уровнем дохода. Только 2% респондентов с доходом до 10 тыс. руб. хорошо знакомы с принципами краудфандинговой деятельности и 31% респондентов с доходом более 100 тыс. рублей. Так, всего 9% опрошенных когда-либо сами финансово поддерживали проект или идею путем «народного финансирования», причем неоднократно делали это только 2% россиян. При этом готовность участвовать в краудфандинговых проектах в будущем выразили 53% опрошенных. Молодые люди до 30 лет с большим энтузиазмом относятся к краудфандингу – 66% из них готовы поддерживать проекты финансово, тогда как среди людей среднего возраста (от 46 до 55 лет) таких существенно меньше – 46%. Те, кто принципиально отказываются участвовать в народном финансировании, объясняют это недостатком свободных денег (46%), недоверием подобным проектам (41%) и недостатком информации о них (26%) [20]. Несмотря на низкий уровень осведомленности россиян о механизме народного финансирования и отсутствие финансовой возможности у значительной

части населения, все же необходимо проанализировать эффективность деятельности отечественных платформ путем сопоставления показателей успешности реализации запускаемых проектов (рис. 2.).

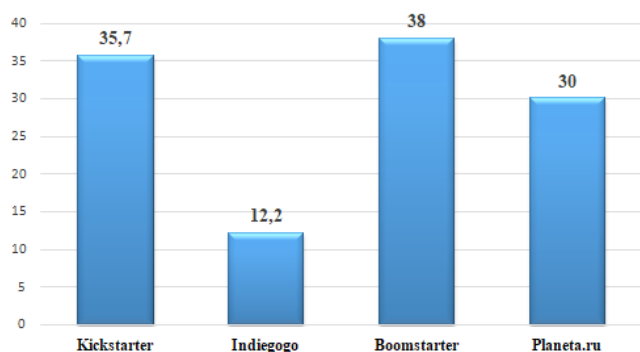


Рисунок 2 - Доля успешных проектов на анализируемых платформах в 2019 г., ед

Источник: составлено авторами

Так, российские платформы характеризуются высокой долей успешных проектов, даже в сравнении с крупнейшими мировыми лидерами: Kickstarter и Indiegogo. Причиной успеха отечественных проектов является их мелкомасштабность и, в основном, культурный характер. Для российской аудитории краудфандинг ассоциируется не столько с бизнес-проектами, сколько с благотворительностью. В связи с этим, товарных проектов крайне мало, что является негативной чертой российского краудфандинга

ВЫВОДЫ

Краудфандинг становится все популярнее, а российские площадки для привлечения финансовых ресурсов набирают обороты наравне с мировыми платформами. Краудфандинг в России отличает отзывчивость на благотворительные проекты, отсутствие жестких бюрократических требований; относительная анонимность. Небольшие обороты пока не позволяют площадкам снижать комиссии, а альтернативные варианты получения прибыли только начинают применяться. Отечественному краудфиндингу, как и потенциальным спонсорам, требуется время, чтобы выйти на новый уровень развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Chervyakov D., Rocholl J. How to make crowdfunding work in Europe // Policy Contribution, 2019, №6
2. Crowdfunding Statistics [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.fundly.com/crowdfunding-statistics/> (дата обращения: 02.08.2020).
3. Chung J., Lee K. A long-term study of a crowdfunding platform: Predicting project success and fundraising amount // Proceedings of the 26th ACM Conference on Hypertext & Social Media. – 2015. – С. 211-220
4. Zvilichovsky D., Inbar Y., Barzilay O. Playing both sides of the market: Success and reciprocity on crowdfunding platforms // Available at SSRN 2304101. – 2015
5. Koch J.A. and Siering M. (2016). Crowdfunding Success Factors: The Characteristics of Successfully Funded Projects on Crowdfunding Platforms. Proceedings of the 23rd European Conference on Information Systems (ECIS 2015) [online]. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2808424 (дата обращения: 22.08.2020).
6. Belleflamme P., Omeri N., Peitz M. The economics of crowdfunding platforms // Information Economics and Policy. 2015. Vol/ 33. P. 11-28
7. Galkiewicz D.P., Galkiewicz M. First Evidence on Differences in Major Characteristics of Successfully Crowdfunded European Projects via Startnext and Kickstarter Platforms // Recent Advances in Information Technology, Tourism, Economics, Management and Agriculture. 2018. P. 390
8. Gallucci C., Modina M., Minguzzi A. (2018) The Evolution of a Social Service Crowdfunding Platform Towards an Investing Logic: The Meridone Case Study. In: La Torre M., Calderini M. (eds) Social Impact Investing Beyond the SIB. Palgrave Studies in Impact Finance. Palgrave Macmillan, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-78322-2_6 (дата обращения: 22.08.2020).
9. Алексеев Н. В. Краудфандинговые платформы как способ реализации своих инициатив в виртуальной среде // Бюллетень науки и практики. 2017. №6 (19). С. 186-193. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kraudfandigovye-platformy-kak-sposob-realizatsii-svoih-initsiativ-v-virtualnoy-srede> (дата обращения: 09.09.2020)
10. Попова И.В., Безвесельная А.С. Использование краудфандинго-

вых платформ в России и за рубежом // Молодой исследователь Дона. 2017. №6 (9). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-kraudfandigovyh-platform-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 15.08.2020).

11. Чулков А.А. Обзор зарубежных краудфандинговых платформ // Наука, образование и культура. 2020. №3 (47). С.34-42 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-zarubezhnyh-kraudfandigovyh-platform> (дата обращения: 15.08.2020).

12. Маслова Т.Е., Проваленова Н.В., Удалов О.Ф. Международный краудфандинг как способ развития инвестирования проектной деятельности в РФ // Вестник НГИЭИ. 2019. № 5 (96). С. 119-135.

13. Крюкова А.А., Шерстянкина А.А. Инновационные стартапы в России: проблемы создания и маркетингового продвижения // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 83-85.

14. Indiegogo Review [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merchantmaverick.com/reviews/indiegogo-review/> (дата обращения: 29.08.2020).

15. Indiegogo vs. Kickstarter [Электронный ресурс]. URL: https://www.diffen.com/difference/Indiegogo_vs_Kickstarter#Campaign_Statistics/ (дата обращения: 29.08.2020).

16. Kickstarter Review [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merchantmaverick.com/reviews/kickstarter-review/> (дата обращения: 29.08.2020).

17. Чуприна А. Без надежды на гранты: как работает краудфандинг — для бизнеса, благотворительности, богемы. [Электронный ресурс]. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/92099-kak-rabotaet-kraudfandig---rasskaz-planetaru-i-boomstarter/> (дата обращения: 29.08.2020).

18. Сухановский Ю.А., Миронова Е.М. Сравнение подходов к краудфандингу в России и США // Вестник науки и образования. 2019. №10-1 (64). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnienie-podhodov-k-kraudfandingu-v-rossii-i-ssha> (дата обращения: 09.09.2020)

19. Чулков А.А. Обзор краудфандинговых платформ в России // Наука, образование и культура. 2020. №3 (47). С.28-33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-kraudfandigovyh-platform-v-rossii> (дата обращения: 02.09.2020).

20. Краудфандинг в России: перспективы и уровень доверия. [Электронный ресурс]. URL: <https://iom.anketolog.ru/2019/03/06/kraudfandig> (дата обращения: 02.09.2020).

Статья поступила в редакцию 16.09.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020