

УДК 336: 330.322

КРАУДФАНДИНГ КАК НОВЫЙ ВИД ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Михневич А.В., Обьедков А.П., Шульга Е.И.

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет», Краснодар,
e-mail: esse99@mail.ru*

Краудфандинг – это механизм привлечения финансирования от широких масс с целью реализации продукта, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки бизнеса 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 и локальных бизнесов. Социальные медиа играют не последнюю роль в развитии и продвижении Краудфандинга. Facebook, Вконтакте, Twitter, специализированные сайты являются важнейшими инструментами для обмена информацией о Краудфандинговых проектах и способствуют преобразованию социального капитала в капитал финансовый. Социальные сети позволяют создавать контент, распространять его и, конечно, обсуждать, минуя тем самым цепь привычных посредников.

Ключевые слова: инвестиции, бизнес, startup, crowdfunding

CROWDFUNDING AS A NEW FORM OF INVESTMENT BUSINESS ACTIVITIES

Mikhnevich A.V., Obyedkov A.P., Shulga E.I.

Kuban state agrarian University, Krasnodar, e-mail: esse99@mail.ru

Crowdfunding is a mechanism to attract financing from the masses to implement the product, helping the needy, events, business support, etc., for all its ancient history Crowdfunding is a relatively new method of financing projects through the Internet. After successful incarnations in the field of nonprofit cultural and social projects Crowdfunding is gaining its strength and in financing start-UPS and local businesses. Social media play an important role in the development and promotion of Crowdfunding. Facebook, V Kontakte, Twitter, specialized sites are important tools for sharing the information about Crowdfunding projects and contribute to the transformation of social capital into financial capital. Social networks allow you to create content, distribute it and, of course, to discuss, thereby avoiding the usual chain of intermediaries.

Keywords: investing, business, startup, crowdfunding

Инвестиции – это все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в различные объекты предпринимательской, а также других видов деятельности, в результате которой образуется доход (прибыль) либо достигается социальный эффект. Также инвестиции являются применением финансовых ресурсов в виде вложений капитала, которые носят долгосрочный характер.

Осуществлять инвестиции вправе как физические, так и юридические лица. Инвесторы могут исполнять роли вкладчиков, заказчиков, покупателей, кредиторов или же выполнять другие функции, свойственные участникам процесса инвестирования. Инвесторы обладают правом владеть, пользоваться, а также распоряжаться объектами и результатами их инвестиций, к которым относятся и осуществление торговых операций, и реинвестирование [6].

В настоящее время инвестирование в бизнес-проекты положительно сказывается на общем развитии экономики государства, т.к. это в большинстве случаев выгодно как для предпринимателей, так и для их

инвесторов. Поэтому на сегодняшний день широкую популярность набирает новый вид финансирования бизнеса – краудфандинг.

Слово «краудфандинг» образовалось из двух самостоятельных английских слов: crowd – толпа и funding – финансирование. Считается, что термин Краудфандинг «родился» в 2006 году, и его автором является Джефф Хауи (Jeff Howe). Однако если взглянуть в не столь отдаленные времена, само явление народного финансирования, конечно, значительно старше. Достаточно вспомнить строительство статуи свободы в Нью-Йорке, средства на которую собирали всем народом [8].

Краудфандинг является коллективным объединением прав и сотрудничеством людей, добровольно объединившихся с целью сбора собственных денежных средств, как правило, посредством Интернета с целью поддержания проектов других людей либо организаций. Например, благодаря успешно проведенной краудфандинговой кампании удалось спасти Нортлендский лес с богатой экосистемой и в котором, помимо всего прочего, произрастает самое большое в Новой

Зеландии дерево – Тане Махута [4]. Другой пример проявления краудфандинга: «В ходе серии Краудфандинговых кампаний, широко освещенных в СМИ и соцсетях, было собрано более £76 000 (почти \$99 000) в поддержку бездомного мужчины, который бросился на помощь людям, раненым в результате теракта вечером 22 мая на концерте Арианы Гранде (Ariana Grande) в Манчестере. В результате нападения погибло, по меньшей мере, 22 человека и еще 59 получили ранения» [2]. В итоге благодаря помощи людей через краудфандинговую кампанию у данного мужчины появился дом.

В наши дни данный вид инвестирования финансовых ресурсов можно назвать наиболее перспективной, а в дальнейшем и фундаментальной базой для молодежного предпринимательства. Такие виды, как венчурное инвестирование либо бизнес-ангелы, не могут предоставить для стартаперов комфортные условия для их будущего развития как это может сделать краудфандинг [5].

Краудфандинг обладает рядом преимуществ относительно других видов инвестирования, одним из которых является привлечение инвестиций без необходимости передачи инвесторам доли в компании. Практически во всех случаях бизнес-ангелы или венчурные фонды при финансировании startup требуют обратный конкретный процент акций, что составляет, в лучшем случае, 24,99%, а в большинстве – 51%. Данный же вид дает возможность молодым предпринимателям сохранить свой startup полностью за собой с целью дальнейшей реализации собственной концепции управления и развития [1].

Вторым преимуществом является маркетинг. Молодые предприниматели могут прорекламировать свои проекты посредством социальных сетей. Можно представить, что у каждого из заинтересованных лиц есть по 10 друзей, с которыми они поделятся своей заинтересованностью. У тех друзей есть свои друзья, которые, в теории, могут быть тоже заинтересованы. Таким образом, это прекрасный способ завоевания популярности.

Следующее преимущество – это продажи. Каждый стартапер задается вопросами: «Купит ли кто-нибудь мой товар? Не провалится ли моя идея?». Краудфандинг же дает возможность продать продукции еще на этапе идеи, иными словами, до ее реального производства. Следовательно, убиваются два зайца одним махом: появляются покупатели и привлекаются денежные средства.

Ну и, конечно же, простота реализации. Для этого нет нужды в обладании каким-либо специальным запасом знаний за пле-

чами, важно лишь придумать интересную идею, красиво ее предоставить для потенциальных покупателей, просчитать будущее развитие проекта и подождать некоторое время. Если все будет сделано так, как надо, то в скором времени появятся и деньги, и покупатели.

Однако подобно монете у краудфандинга есть и вторая сторона (отрицательная). Чтобы привлечь инвесторов, необходимо наиболее подробно проработать собственный проект, ликвидировать возможное размытое представление о вашем товаре у людей. Но вот здесь и таится значительный недостаток. Кто-то другой может реализовать вашу идею намного быстрее, если у него есть необходимые для этого ресурсы. Посредством патентного законодательства можно защитить только конкретную реализацию, но сама идея – патентом не охраняется [3].

Вторым же недостатком является риск не только со стороны самих предпринимателей, но также рискуют и потенциальные инвесторы проектов. Хотя владельцы краудфандинг-платформ, на которых размещаются проекты, тщательнейшим образом проверяют данные объекты финансирования, определенный процент из них все равно оказывается ложными, иными словами, подделками, которые были созданы с целью обогащения. К сожалению, данные аспекты регулируются со стороны законодательства только в США и Испании.

К тому же, следует отметить, что в настоящее время данный вид инвестирования подразумевает, что все денежные средства, собранные с инвесторов, уходят в виртуальную сферу посредством интернета, электронных платежей и т.п., однако все они обладают конкретной осязаемой частью. Другими словами, люди, вложившие деньги в подобные проекты, ожидают обратно либо возврат этих средств, либо результат труда.

Делая упор на статистические данные, можно отметить, что в 2011 году на краудфандинговых платформах было собрано около 1,5 млрд \$, в то время, как в 2013 – 5,1 млрд \$. Подобные цифры еще раз доказывают, что данный вид инвестирования в бизнес очень активно развивается [5].

Говоря о данном виде инвестирования и финансирования, мы не можем не сказать и о провалах краудфандинговых кампаний, об обманах со стороны тех, кто открывал эти проекты, о несоблюдении ими своих обязательств и договоренностей перед бекерами. Ниже приведем несколько таких провальных историй:

Все знают о Coolest Cooler, пример которого наглядно показывает, как авторам, так

и бекерам проектов, как история не должна развиваться. Получив от своих сторонников \$13,2 млн, Райан Греппер (Ryan Grepper) начал продавать продукт на Amazon, не выполнив своих обязательств перед бекерами.

Печально известный дрон Lily Camera привлек \$34 млн с помощью предзаказов и \$15 млн в виде венчурного капитала, но пока никто так и не увидел конечного продукта.

Компания Pebble привлекла, в общей сложности более \$43 млн на Kickstarter (Кикстартер) и \$10 млн за счет сторонних инвесторов, но не выжила в долгосрочной перспективе. Это трагические истории о поражениях, которые, к сожалению, прозвучали слишком громко и вызвали слишком широкий резонанс, бросая тень на индустрию в целом [7].

И таких историй уже накопилось немало, что приводит к тому, что к началу 2017 года в сетях и в СМИ все чаще стали появляться высказывания о том, что заниматься краудфандингом – это настоящее безумие и попросту даже глупость.

На фоне всего вышесказанного можно сделать обобщающий вывод, что краудфандинг проводит революцию в сфере бизнес-проектов по всему миру. Посредством данного вида финансирования предпринимательской деятельности можно осуществить совсем различные идеи, которые, на первый взгляд, могли бы показаться невыполнимыми или же пустышками. Однако следует заметить, что как раз из таких идей

рождаются крупные компании, которые доказывают, что успешным предпринимателем может стать каждый человек.

Список литературы

1. Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M., Parasuraman A. Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms // *Journal of Service Management*. 2011, 22 (4), p. 443–470.
2. Благодарность за благородство: серия Краудфандинговых кампаний принесла более £76 000 человеку, оказавшему первую помощь жертвам теракта в Манчестере // Портал крауд-сервисов. [Электронный ресурс]. – URL: http://crowdsourcing.ru/article/blagodarnost_za_blagorodstvo_seriya_kraudfandingovykh_kampanij_prinesla_bolee_76_000_cheloveku.
3. Буценко Е.В. Практическое применение краудфандинга как инновационного механизма финансирования [Электронный ресурс] – <http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/39/618/>.
4. Защитники природы запустили Краудфандинговую кампанию в поддержку Нортлендского леса // Портал крауд-сервисов. – URL: http://crowdsourcing.ru/article/zashhitniki_prirody_zapustili_kraudfandingovuyu_kampaniyu_v_podderzhku_nortlenskogo_lesa (дата обращения: 06.06.2017).
5. Зопунян Ю.С. Народное финансирование – будущее инвестирования бизнес-проектов. – Ростов-на-Дону: НОУ ВПО «Ростовский социально-экономический институт», 2015. – С. 32–38.
6. Лазаренко А.Л., Инвестирование: роль, источники и направления [Электронный ресурс]. – http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37401.doc.htm.
7. Почему нужно поддерживать Краудфандинговые проекты, несмотря на многочисленные провалы // Портал крауд-сервисов. – URL: http://crowdsourcing.ru/article/pochemu_nuzhno_podderzhivat_kraudfandingovye_proekty_nesmotrya_na_mnogochislennye_provaly.
8. Что такое краудфандинг? Портал Крауд-сервисов. – URL: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding.