

Московский государственный университет
имени М.В.Ломоносова

Факультет журналистики
Кафедра новых медиа и теории коммуникаций

Рынок краудфандинга в России: его анализ, история и перспективы
Crowdfunding market in Russia: Analysis, History and Prospects

Выпускная квалификационная работа
студента IV курса
дневного отделения
Кузьменко Владислава Алексеевича
Научный руководитель:
преподаватель кафедры новых медиа
и теории коммуникаций
Ганюшин А.А.

Москва

2016

АННОТАЦИЯ:

В данной работе произведен анализ истории и перспектив развития рынка краудфандинга в России. Актуальность темы данной работы связана с тенденцией широкого распространения краудфандинга в России и необходимостью выявления дальнейших перспектив его развития.

ABSTRACT

In this work carried out the analysis of the history and prospects of development of crowdfunding market in Russia. Topicality of this work is connected with the tendency for the wide spread of crowdfunding in Russia and the need to identify further prospects for its development.

*Работа написана мною самостоятельно
и не содержит неправомерных заимствований.*

« _____ » _____

Оглавление

Введение.....	3
1. Краудфандинг в России.....	9
1.1. Появление краудфандинга в России.....	9
1.2. Первые краудфандинговые площадки.....	12
2. Анализ рынка краудфандинга в России	15
2.1. Крупнейшие краудфандинговые площадки в России.....	15
2.2. Появление новых краудфандинговых площадок на отечественном рынке.....	28
2.3. Консалтинговые краудфандинговые агентства.....	32
2.4. Правовые аспекты, регулирующие краудфандинг.....	35
2.5. Общий анализ рынка краудфандинга за первое полугодие 2016года.....	40
3. Тенденции и перспективы развития краудфандинга в России.....	43
3.1 Тенденции и перспективы развития отечественного краудфандинга.....	44
Заключение.....	50
Библиографический список	54

Введение

Краудфандинг – слово, на первый взгляд непонятное для русского человека. Говоря простым языком, это «народное финансирование», основной принцип которого заключается в том, что люди «жертвуют» свои средства за право поучаствовать в проекте, получить какой-либо бонус первыми и быть ближе к созданию новых технологий. Считается, что термин «краудфандинг» появился в 2006 году, его автором стал Джеф Хаули, который всего прочего так же ввёл термин «краудсорсинг».

Однако в современном мире, краудфандинг это не только инструмент финансирования проектов по созданию инноваций - он также используется практически во всех сферах деятельности человека: от помощи пострадавшим в стихийных бедствиях (акция Первого канала «Всем миром», по сбору средств в помощь пострадавшим от наводнения на Дальнем Востоке), до создания свободного программного обеспечения (проект Тог).

Уникальность краудфандинга заключается в том, что для поиска и привлечения финансирования используются интернет-платформы, которые помогают получать как небольшие, так и относительно существенные инвестиции от огромного количества людей. Таким образом, краудфандинг становится революционно новым способом получения инвестиций без участия банков, венчурных капиталистов и биржи.

Ключевыми преимуществами краудфандинга являются:

- Демократизация процесса поддержки искусства и культуры, а также генерирование дополнительного дохода для индустрии развлечений;
- поддержка инновационных решений и стартапов, что в том числе позволит традиционным посредникам находить успешных и талантливых людей;

- создание прозрачного и эффективного механизма для народного финансирования проектов.

Основной функцией краудфандинга является финансирование, однако помимо всего прочего существует ряд скрытых функций таких как:

1. Краудфандинг как PR-инструмент.

Краудфандинг может стать эффективным PR-инструментом для творческих и бизнес проектов, у которых нет аудитории. Размещая проект на краудфандинговой площадке, и, занимаясь его продвижением, автор может получить колоссальную пользу не только от привлечения финансирования, но и создать аудиторию вокруг своего проекта уже вне рамок краудфандингового сбора.

2. Инструмент предпродаж.

Использование краудфандинговой-площадки в качестве интернет-магазина с предпродажами может также стать отличным началом для любого бизнеса. Предлагая людям поддержать какой-либо проект, авторы взамен финансовой поддержки, предлагают спонсорам конечный продукт.

3. Тестирование идеи.

Успешное или же не успешное завершение краудфандингового сбора может стать отличным показателем востребованности идеи. Поскольку в данном формате пользователи сайта поддерживают только те проекты, которые им нравятся, либо они считают их общественно полезными, то можно оценивать свою идею и иметь дальнейшее представление о том, нужен ли вообще подобный проект.

Краудфандинговые площадки можно условно разделить по моделям

сбора средств, которые они используют:

ВиН («Все или ничего» англ. – «All or Nothing») - классическая схема краудфандинга, которую используют многие популярные площадки, такие как Kickstarter и Boomstarter. Средства переводятся автору в том случае, если достигнута необходимая сумма сбора средств. Если цель не достигается, то деньги возвращаются спонсорам.

ОВ («Оставить все» англ. – «Keep what you Raised») - собранные средства переводятся автору проекта вне зависимости от того, была ли достигнута сумма сбора средств.

ПМ («Переломный момент» англ. – «Tipping Point») - конкурирующая «ВиН» модель краудфандингового сбора. Собранные средства переводятся автору проекта после преодоления переломного момента. Чаще всего переломным моментом является преодоление 50% рубежа сбора средств.

СЦ («Свободная цена» англ. – «Free Donations») - спонсоры сами определяют сумму взноса, чаще всего для уже созданного продукта.

ВФ («Вечное финансирование» англ. – «InDemand») - финансирование становится постоянным и не имеет конкретных сроков, но может иметь конкретно необходимую сумму.

Краудфандинг не в коем случае не стоит путать с благотворительностью, когда пользователи перечисляют деньги на помощь одному человеку, либо на помощь целому городу или даже стране. Самое главное отличие его кроется в том, что «инвесторы» получают что-либо взамен. В зависимости от того, какие вознаграждения автор предлагает инвестору, можно выделить три основных типа краудфандинга:

1. Безвозмездный или условно-безвозмездный - в качестве вознаграждения «инвестор» получает благодарность, упоминание на сайте или на упаковке конечного продукта, возможность принять участие в создании продукта (например, принять участие в съемке фильма в качестве массовки).
2. Условно возмездный - подразумевает, что в будущем «инвестор» получает в качестве вознаграждения продукт, либо цифровую копию продукта (фильм,

книгу, цифровой музыкальный альбом). Именно такой тип краудфандинга позволяет ему реализовать функцию пред-продажи ещё нереализованного продукта.

3. Возвратный - предполагает, что в качестве вознаграждения «инвестор» получает: часть собственности компании, акции предприятия, дивиденды, либо право участвовать в голосовании на собраниях главных акционеров. Такую схему взаимодействия со спонсорами используют в краудинвестинге. К сожалению, сейчас такой способ финансирования в России запрещён из-за отсутствия законодательной и юридической базы.

На данный момент крауд-экономика условно разделена на четыре типа: Краудфандинг - классическая схема финансирования и вознаграждений. Краудгифтинг - коллективный сбор средств на личные цели (подарки друзьям, организация встреч и праздников, покупку личных вещей и т.д.).

Краудлендинг - P2P-кредитование (от англ. – «people-to-people»), которое позволяет получать кредиты физическим лицам от физических лиц.

Краудинвестинг - коллективные инвестиции, с целью получения прибыли или части собственности в качестве поощрения.

В свою очередь существует две схемы краудинвестинга:

1. Акционерный краудфандинг - данный вид коллективных инвестиций подразумевает получение части собственности, акций предприятия, дивидендов или права голосования на общих собраниях акционеров.

2. «Модель Роялти» - где в качестве вознаграждения инвестор получает долю от доходов или прибыли финансируемого проекта.

Краудфандинг, как способ интернет-инвестиций, получил широкое распространение в США в 2008 году вместе с запуском первой площадки народного финансирования на Kikstarter. Всего за 8 лет краудфандинг преодолел тяжелый путь от модного технологического тренда, до повседневного явления интернет-жизни граждан америки. На данный момент 75% американских граждан знают что такое краудфандинг и спонсировали хотя бы один проект на крауд-платформе.

На данном этапе активно развиваются «тематические» краудфандинговые площадки, например: «Energyfunders» - площадка, рассчитанная на коллективное финансирование в сфере энергетики и добычи сырья, Trevolta - площадка, на которой путешественники могут собрать деньги на путешествие. На самом деле список можно продолжать бесконечно - краудфандинг на западном рынке охватывает практически все аспекты деятельности человека.

Рынок становится более сегментированным, таким образом, он не только разрастается в денежном объеме, но так же постоянно привлекает всё новую и новую аудиторию. Вследствие роста количества площадок - заметно выросла конкуренция и крупные площадки вынуждены придумывать новые стимулы для пользователей запускать свои проекты именно на них.

Помимо всего этого в 2012 году президентом США Бараком Обамой был подписан законопроект JOBS Act (the Jumpstart Our Business Startups Act)¹, который позволяет компаниям привлекать начальные инвестиции по упрощённой процедуре. Таким образом, теперь официально в Америке разрешён и законодательно закреплён краудинвестинг, т.е. в качестве вознаграждений за инвестиции спонсор может получить: часть собственности компании, акции предприятия, дивиденды, либо право участвовать в голосовании на собраниях главных акционеров. Ранее это могли делать только аккредитованные инвесторы - люди, с ежегодным доходом превышающим \$200 тыс. за последние годы. Краудинвестинг стал логическим продолжением краудфандинга и уже сейчас образует отдельный от первого рынок. Однако, это никак не сказалось на экономическом развитии краудфандинга в целом.

Самыми известными и крупнейшими краудфандинговыми площадками в мире являются:

Kickstarter - самая большая краудфандинговая площадка в мире. Сайт входит в тысячу самых посещаемых ресурсов в интернете. Данный портал во

¹ USA Public Law 112-106 The Jumpstart Our Business Startups Act or JOBS Act

многим послужил основой для создания аналогичных площадок.

IndieGoGo - является основным конкурентом Kickstarter. Самое главное отличие состоит в том, что площадка позволяет забрать автору ту сумму, которую удалось привлечь за указанное время, вне зависимости от того хватит этих денег на реализацию или нет. Сервис работает практически в 200 странах мира, поэтому его можно смело назвать международным.

Согласно исследованию агентства Messolution с 2014 по 2015 г. - рынок краудфандинга вырос на 167% и сумма привлечённых средств составила 16,2 миллиарда долларов. Причём, максимальный рост показала Азия, в которой рынок вырос на 320% до 3,26 миллиардов долларов, но она так и не догнала Северную Америку с общим объемом рынка в 9,46 миллиардов долларов.²

На данный момент в мире существует более 1300 различных краудфандинговых площадок, которые условно можно разделить по размерам, тематикам, формам вознаграждений и географии.

В своей ранней форме краудфандинг в России зародился одновременно с появлением сервиса «Яндекс. Деньги» в далеком 2002 году. Данную платформу уже давно используют как инструмент для проведения краудфандинговых сборов. Функционал этого инструмента позволял распространять информацию в социальных сетях, а счётчик в реальном времени уведомлял и показывал количество собранных средств.

Официально краудфандинг появился в России относительно недавно, а если быть точнее в 2012 году. Первое время к такому способу финансирования относились скептически. Отчасти из-за относительно невысокой технологической образованности, отчасти из-за менталитета. И до сих пор, краудфандинг в России – это то, что уже много раз испробовано, но всё равно никто толком не знает как и что делать.

² Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Real Estate Crowdfunding Industry Report. url: http://reports.crowdsourcing.org/?route=product/product&product_id=52 (дата обращения 3.03.2016)

Глава 1. Краудфандинг в России.

1.1. Появление краудфандинга в России.

В ноябре 1808 года Александром II был издан Императорский указ о сборе средств по всей России на постройку памятника Минину и Пожарскому. В 1878 году, после войны с Турцией, было решено создать добровольный флот — деньги на строительство и приобретение за границей морских судов изыскивались особым комитетом. Тогда, сумма собранная за три месяца, превысила миллион рублей. Только это называлось не краудфандинг, а было «складчиной».

Согласно толковому словарю Даля – «Складчина ж. складчины м. *вят.* внос многими по паю, по доле, деньгами или припасами, для общей торговли, для промысла, для общего пользования, или для сбора общими силами суммы. Мы складчиной выстроили дом погорелому. Складчиной пиво варить, ссыпчиной, братчиной, всякий приносит часть припасов»³.

И на самом деле, в дореволюционной России использовали «складчину» для решения многих проблем: от общего праздничного стола, который собирали всей деревней, до приобретения орудий труда. Так, например, несколько крестьянских семей могли «в складчину» купить плуг для вспахивания полей, а русские девушки устраивали складчины на крупные церковные праздники такие как: Троицко-Семицкие праздники, Осенние Кузьминки, Святки и Масленицу. В годы Великой Отечественной войны целые деревни собирали припасы и угощения и отправляли их на фронт - такой вид коллективного сбора тоже являлся складчиной.

И Россия не одна такая. В разное время на собранные «пожертвования» строили большое количество памятников. Так, известный на весь мир символ Рио-де-Жанейро статуя Иисуса была построена на деньги простых бразильцев и католической церкви. В результате было собрано 2,2 млн

³ Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / авт.-сост. В. И. Даль. — 2-е изд. — СПб. : Типография М. О. Вольфа, 1880—1882. — Т. 4.

реалов.

Знаменитая «Статуя свободы» тоже была построена на народные деньги. «Леди Свобода» стала подарком французских граждан в честь 100-летия американской революции. Средства на ее постройку собирали не только во Франции, но и в Соединенных Штатах.

В Германской империи в каждом городе возводили деревянную статую и любой гражданин мог купить гвоздь, который после этого вбивался в статую. Вбитые в статую купленные гвозди по задумке постепенно должны были превращать статую из деревянной в металлическую. Все вырученные деньги шли на помощь немецким солдатам на фронт Первой мировой войны.

Но краудфандинг уже сейчас используется и в политике. Так, например, президент США, Барак Обама, только на этапе предварительных выборов в 2008 году получил с помощью краудфандинга около \$272 млн. на свою предвыборную кампанию – так что возможный масштаб такого способа финансирования не может не удивлять. Джеф Хау в своей книге «Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса» отмечает тот факт, что: «Идея краудфандинга не нова. Он существует как оплот американской политической системы с тех пор, как политики начали заигрывать с избирателями. Сбор средств на политические цели через Интернет впервые набрал обороты в 2000 году.»

В России краудфандинг до сих пор воспринимается скептически. Критики говорят о том, что наш менталитет не позволит системе развиваться так, как произошло на Западе. Опыт 90-х с финансовыми пирамидами и всеми возможными схемами мошенничества сделал людей подозрительными – многие считают краудфандинг очередным обманом.

На самом деле, проблема развития кроется не только в скепсисе, который якобы тормозит развитие - есть как минимум еще пара причин почему краудфандинг до сих пор не получил такое широкое распространение у нас:

1. Плохая осведомленность.

Все участники и игроки краудфандингового рынка поначалу ощущали себя, как закрытый элитный клуб, который хоть и понимал, что развития не будет, пока о таком способе финансирования не узнают широкие массы, но по каким-то причинам находятся в состоянии анабиоза.

2. Отсутствие конкуренции.

Один из главных факторов развития любого рынка - это конкуренция. Но на самом начальном этапе появления краудфандинга в России не было необходимого для его становления количества игроков. На данный момент в России работают всего две крупные площадки, они хоть и дают развитие, но эффект от этого весьма сомнительный.

3. Огромные территории.

На самом деле, Россия сейчас только развивает интернет-инфраструктуру и поэтому еще не вся теоретически возможная аудитория знает о возможностях не только интернет-финансирования, но и о возможностях интернета в целом. Но в отличие от двух предыдущих проблем - эта проблема со временем искоренит себя.

По большому счету, краудфандингу в России неслыханно повезло - если бы не его социальная и благотворительная часть, которая, как известно, не оставляет безучастным ни одного гражданина нашей страны, то скорее всего, такой способ финансирования у нас просто бы не прижился. Со временем краудфандинг в России научится работать так, как он работает на Западе, а пока ему предстоит еще совершить долгий путь.

Но несмотря на пессимистичные прогнозы, краудфандинг в российском инвестиционном рынке постепенно развивается, и делает это семимильными шагами. Уже сейчас у нас существует порядка 10 площадок, самые крупные из которых – Planeta.ru и Boomstarter. Суммарные сборы обоих проектов на момент написания работы составляют 550 млн. рублей.

1.2. Первые краудфандинговые площадки.

В 2008-м г. состоялся старт проекта Kroogi.ru - интернет-площадки цифровой дистрибуции, которая основывалась на краудфандинге по схеме «заплати сколько можешь». Портал позволяет авторам бесплатно размещать свои произведения для прослушивания и дальнейшего скачивания, при этом пользователь может поддержать рублем понравившегося ему автора, любой суммой и удобным для него способом. На сайте также представлен функционал полноценной социальной сети: пользователи могли обмениваться сообщениями, «лайкать» и комментировать материалы, которые размещали авторы произведений, вступать в группы, участвовать в голосованиях.

Одним из первых музыкантов, разместившим свой релиз на данной площадке был Борис Гребенщиков, издавший альбом «Live at The Royal Albert Hall 2008», который был эксклюзивным и размещенным только на Kroogi.ru. Начиная с 2009 г. к проекту присоединились не только музыканты, но и фотографы, художники, литераторы. Среди самых популярных были такие имена как: Евгений Гришковец, «Маша и Медведи», «Смысловые галлюцинации» и многие другие.

По данным, предоставленным владельцами сайта на февраль 2009 г. к проекту уже присоединились 700 музыкантов и аудитория сайта составила 20.000 уникальных пользователей. В 2009-м г. каждый шестой посетитель площадки скачивал альбом и платил за него, причём в своем большинстве это были именно российские пользователи, средний взнос которых составлял 1 доллар.

На январь 2010 г. максимальный единоразовый платёж от неизвестного пользователя за музыку составил 1000\$. Как отмечают создатели площадки - 85 % платежей из России осуществились посредством SMS, на втором месте стоит использования системы электронных платежей WebMoney.

Также в 2010-м г. был запущен интернет-портал ThankYou.ru,

распространяющий контент по схеме «Pay what you want». В настоящее время на сайте представлены два раздела: литературный и музыкальный. Отличительной чертой площадки является особый метод размещения контента. Любой начинающий музыкант попадает в каталог сайта, только после того, как его заявку на размещение произведений утвердит художественный совет сайта. Именно они решают какие музыкальные произведения размещать в каталоге, а какие нет. ThankYou.ru делает ставку именно на звёзд - с площадкой уже сотрудничают такие известные люди как: Захар Прилепин, Виктор Ерофеев, Анна Козлова, Михаил Тарковский. Из музыкальных представителей можно выделить: Ляпис Трубецкой, Noize Mc, Машина времени, Мумий Тролль и т.д. Наименьшей платёж за всю историю площадки составил 11 копеек, самый большой 20 000 рублей. Средний чек на площадке составляет 212 рублей.

Первая полноценная краудфандинговая платформа в России «С миру по нитке» была запущена в 2010 г. Самой резонансной историей в начале их работы стал сбор средств на установку в Новосибирске памятника Стиву Джобсу. Во многом благодаря этому случаю, о площадке узнала широкая общественность. Всего удалось привлечь порядка 80 тысяч рублей (из необходимых 128 тысяч). Тем не менее, 26 марта 2015 г. площадка приостановила свою работу. А уже в апреле администрация сайта выступила с официальным заявлением, в котором заявила о работе над новым проектом, хотя по настоящее время от них не было никаких новостей. Сам создатель сайта Алексей Дунаев отмечает: «Мы делали эту площадку в 2010 г., когда никакого краудфандинга в России еще не было. Поэтому мы изначально рассматривали ее как некий социальный эксперимент. Важно было понять, станет ли это заметным экономическим явлением. Этого не случилось. Свою роль инициатора внедрения системы краудфандинга она сыграла, но мы в определенный момент поняли, что это не то, что нужно».

Лето 2012 г. было знаковым для российского краудфандинга: тогда с разницей в пару месяцев запустились две самые крупные краудфандинговые

площадки в стране - Planeta.ru и Boomstarter.

Глава 2. Анализ рынка краудфандинга в России.

2.1. Крупнейшие краудфандинговые площадки в России

С самого начала зарождения краудфандинга в России и по сегодняшний день существует всего две крупные площадки, тон которых и задаёт общие тенденции для развития рынка и локально отображают мировую ситуацию.

В 2011 г. музыкальная группа «Би-2» первой в России решается опробовать схему краудфандинга, и за шесть месяцев им удается собрать 1 миллион рублей. Бас-гитарист Макс Лакмус был настолько вдохновлён успехом, что уже 7 июня 2012 г. был запущен сайт Planeta.ru. Изначально портал был ориентирован на «людей искусства», которые испытывали трудности в эпоху цифровой революции. Однако позже было решено «поддерживать все хорошие проекты», и со временем на площадке начали появляться, например, благотворительные кампании (которые на данный момент занимают около 35% от всех размещенных на площадке проектов). Поскольку создатели «Планеты» имели обширные связи в шоу-бизнесе, на ресурс практически сразу после запуска удалось привлечь известных людей: Евгения Гришковца, Виктора Шендеровича (телеспектакль «Петрушка» по его пьесе, режиссером которой стал В. Мирзоев, собрал 5 865 800 рублей), Артемия Троицкого.

С самого момента запуска ресурс давал возможность своим авторам использовать систему «ОсВ», то есть, «Оставить все собранное». По этой схеме, все полученные за время кампании средства (за исключением комиссионных отчислений) отправляются создателям проектов, вне зависимости от того, была ли достигнута конечная цель. Кстати, «ОсВ» действует и на второй по популярности краудфандинговой площадке в мире – Indiegogo.

Помимо краудфандинга, на платформе развиваются и другие сервисы, например, онлайн-трансляции и интернет-магазин товаров, где можно найти

книги, диски с автографами и предметы из уже завершённых проектов. В 2014 г. ресурс был удостоен Премии Рунета в номинации «Экономика, бизнес и инвестиции». В 2015 г. «Планета» совместно с коммерческими корпорациями «МегаФон», «РУСАЛ» и Lipton запустила несколько долгосрочных спецпроектов по поддержке благотворительности и социального предпринимательства.

Совместная благотворительная программа оператора «МегаФон» и Planeta.ru получила признание на церемонии Digital Communication Awards 2015, как лучшая в номинации «Digital-проект и стратегии».

Программа «Мегафон помогает» была запущена на Planeta.ru весной 2015 г. Целью спецпроекта стало привлечение внимания общественности к социальным инициативам и эффективным способам решения их финансовой поддержки. Суть проекта заключалась в том, что взнос акционеров увеличился оператором в четыре раза, таким образом, чтобы получить необходимый для реализации социального проекта сумму - было достаточно собрать 25% от финальной цели, остальные средства добавлял «МегаФон». По итогам спецпроекта «Мегафон» поддержал 58 благотворительных проектов, на общую сумму около 180.000.000 руб. Также в феврале 2016 г. Planeta.ru и «МегаФон» анонсировали запуск нового сезона спецпроекта «МегаФон помогает» схема поддержки проектов осталась без изменений.

20 мая 2015 г. на площадке был установлен абсолютный рекорд по сборам в российском краудфандинге. Рекордсменом стала кампания по сбору средств на новый мультфильм Гарри Бардина «Слушая Бетховена» - проекту удалось привлечь 6 150 000 рублей - спонсорами стали 846 акционеров. Позже, 22 сентября 2015 года, музыкант Борис Гребенщиков обновил абсолютный рекорд по сборам в российском краудфандинге - его проект собрал более 6 180 000 рублей. Однако уже 20 февраля 2016 г. рекорд Бориса Гребенщикова был побит проектом по сбору средств на экранизацию романа В. Пелевина «Empire V» и составил 7 331 006 рублей, на момент написания

работы проект находился в активной стадии сбора средств. Автором проекта выступил режиссер Виктор Гинзбург. Примечательно, что данной кампанией был также установлен рекорд разового взноса в проект, который составил 5 000 000 рублей - спонсором выступила международная платежная система WebMoney. Оформлением и продвижением проекта занимается краудфандинговое агентство Crowduniverse. С самого начала работы площадка привлекала к сбору средств не только популярных личностей, но и социальные и благотворительные проекты, таким образом, завоевав довольно лояльную аудиторию, площадка активно наращивала общее количество привлечённых средств на проекты. Уже спустя два года после открытия сборы площадки превысили 166 000 000 рублей. Больше количество проектов завершились успешно в 2014 г. в разделах: благотворительность (25 проектов), музыка (20 проектов), общество (20 проектов), фотография (10 проектов).

В 2015 г. проектам на сайте Planeta.ru удалось привлечь в общей сложности свыше 167 000 000 - это, что интересно, в 2 раза больше, чем за все предыдущие 3,5 года работы площадки.⁴ Во многом это можно объяснить огромным количеством «звездных проектов» и наращиванием PR-активности площадки. На данный момент проектам на портале Planeta.ru удалось привлечь свыше 380 000 000 рублей.

Помимо интернет-сервисов и спецпроектов, «Планета» последние полтора года активно развивает оффлайн-образовательное направление, которое выполняет не только свою конкретную цель, но также является хорошей промо-кампанией.

7 апреля 2015 г. Planeta.ru запустила первый в России образовательный курс «Школа краудфандинга», состоящий из восьми оффлайн-лекций, которые также транслировались онлайн. Преподавателями школы стали ведущие эксперты и сотрудники площадки Planeta.ru и авторы успешных проектов. По итогам учебного курса, студенты посетившие все занятия и

⁴ По данным краудфандингового агентства Crowdfunders.

выполнившие все практические задания, получали дипломы выпускников «Школы краудфандинга» и по итогам выполненных работ, получали готовую систему планирования и реализации краудфандинговой кампании. 26 сентября 2015 г. площадка запустила новый образовательный сезон программы «Школа краудфандинга». На этот раз курс был посвящён проектам в области социального предпринимательства, а спикерами помимо экспертов и сотрудников площадки стали представители сферы социального предпринимательства. Например: представители фонда «Наше будущее», проекта «Теплица социальных технологий» и «Агентства социальной информации». По итогам образовательного курса студенты должны были представить идеи спикерам. Студенты получали реальную поддержку в продвижении и реализации проекта со стороны организаторов и экспертов «Школы краудфандинга» по итогам образовательного курса.

В начале 2016 г. Planeta.ru в рамках своей площадки запустили краудфандинговую платформу для университетов «Онлайн-кампус». Представленные на ней проекты может поддержать любой пользователь сайта Planeta.ru, однако запустить кампанию могут только преподаватели, студенты и выпускники вузов сотрудничающих с площадкой. Первым университетом, который воспользовался данной платформой стал «Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации». На данный момент на проекте было запущено четыре студенческих проекта, один из них - сбор средств на создание точки утилизации батареек завершился успешно.

В марте 2016 г. «Планетой» была запущена первая всероссийская «Школа краудфандинга» - теперь бесплатный оффлайн-курс в «школе» могли пройти не только в Москве, но и в других городах России. Например: Норильск, Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Калининград.

Другой российский краудфандинговый сервис, Boomstarter, является аналогом известной площадки Kickstarter. Как и западный оригинал, российский проект действовал по уже классической схеме в краудфандинге –

«все или ничего». В этом случае автор получает деньги, только если проект собирает всю заявленную сумму за определенный период времени.

Boomstarter был официально запущен 21 августа 2012 г. Русланом Тугушевым и Евгением Гаврилиным. В том же 2012 году площадка победила в номинации «Лучший социально значимый стартап» премии «Стартап года», учрежденной бизнес-инкубатором НИУ ВШЭ.

Основной социальной миссией Boomstarter является изменение восприятия краудфандинга российской аудиторией. Например, создатели проекта хотят, чтобы финансирование музыкальных кампаний воспринималась не в качестве «помощи бедным», а как возможность больше взаимодействовать с группой. Boomstarter пытается бороться с заблуждением, что краудфандинг равно «благотворительность». В топе популярности на площадке оказались четыре основных раздела: технологии, фильмы, музыка, литература.

В октябре 2013 г Boomstarter совместно с 34 российскими ритейлерами запустил тестовую краудгифтинговую функцию «хочу в подарок». Эта опция позволяла выбрать на сайте магазина товар, который предполагается дарить, а затем в онлайн-режиме собрать средства на площадке Boomstarter для приобретения подарка. Но схема краудгифтинга не прижилась и со временем от нее пришлось отказаться. Кроме того, на ресурсе впервые в российском краудфандинге был предусмотрен институт кураторства. С Boomstarter сотрудничали порядка 30 организаций, призванные помогать потенциально успешным проектам — это партнеры в СМИ, среди которых были «Вести», Slon.ru, телеканал «Дождь».

Boomstarter также является пионером совместных спецпроектов с крупными брендами и государством. Именно эта площадка показала все преимущества использования краудфандинга представителями крупных компаний и государства не только в целях финансирования, но, и как мощный PR-инструмент. Так, одним из самых первых крупных спецпроектов на площадке был совместный спецпроект с МТС, в рамках их PR-программы

«wowmoscow».

Согласно условиям акции МТС была готова поддержать самые интересные проекты, спонсировав их на 30 %, при том условии, что авторы проектов самостоятельно соберут на Boomstarter 70 % от заявленной суммы. Вся механика была построена на том, что автор, который хотел участвовать в спецпроекте отправлял заявку на сайт, создавал в вознаграждения проекта специальный спонсорский пакет для МТС, который предполагал брендирование продукта, и в тот момент, когда проект собирал 70% от заявленной суммы - оператор выкупал специальное вознаграждение, и, таким образом дофинансировал проект. По итогам акции успешно реализованы девять проектов - всего в спецпроекте участвовало 32 проекта. Так, в рамках спецпроекта был успешно реализован проект «Февральский вечер русского балета»⁵ - сбор средств осуществлялся на организацию мероприятия, посвященного русскому балету. В рамках вечера были показаны фильмы об истории балета в России, а также молодые профессиональные танцовщицы продемонстрировали самые популярные классические танцы. Сумма сбора составила 802 150 рублей.

Другой интересный проект, который привлек финансирование в рамках спецпроекта стал сбор средств на реализацию сервиса бесплатной печати и доставки фотографий FlyPic⁶. Реализовать такую возможность помогает реклама, которую рекламодатели размещают на обратной стороне фотографии. За время сбора проекту удалось привлечь 261 555 рублей.

30 декабря 2013 года Общественная Палата Российской Федерации и Boomstarter разработали и запустили специальную бесплатную программу обучения «Народное финансирование». Программа была ориентированна на

⁵ Boomstarter.ru «ФЕВРАЛЬСКИЙ ВЕЧЕР РУССКОГО БАЛЕТА». URL: https://boomstarter.ru/projects/262796/fevralskiy_vecher_russkogo_baleta (дата обращения 14.03.2016)

⁶ Boomstarter.ru «FlyPic». URL: https://boomstarter.ru/projects/Flypic/besplatnaya_pechat_i_dostavka_vashih_fotografiy (дата обращения 14.03.2016)

представителей НКО и инициативных граждан. Для того чтобы доступно объяснить представителям некоммерческих организаций и социальным предпринимателям все преимущества краудфандинга, представители Общественной Палаты Российской Федерации создали на базе платформы Boomstarter специальный учебный курс. Образовательный курс стоял из видеоуроков, которые были размещены на специальном лендинге на Boomstarter. В рамках курса эксперты в области краудфандинга рассказывали о том, как использовать краудфандинг для финансирования социальных и общественных проектов, как правильно оформлять и продвигать свой проект. Заявку на обучение подали более 300 проектов социальных предпринимателей и НКО, однако были запущены всего 40 проектов, 13 из которых стали успешными. Самым успешным проектом стал сбор средств на строительство усадьбы национальной школы лидеров «Журавли», который привлек 3 060 000 рублей и практически догнал рекордсмена площадки. Интересно, что в проекте выступило всего 44 спонсора.

В 2014 г. совместно с Департаментом культуры города Москвы был запущен спецпроект «Молодая Москва». Проект был направлен на создание благоприятных условий для реализации общественных проектов, совместно с жителями Москвы. Согласно условиям - за каждый рубль, полученный проектом-участником, Департамент Москвы добавлял еще один рубль. В рамках спецпроекта успешно завершилось 14 краудфандинговых кампаний, которые в общей сложности привлекли 14 989 445 рублей.

Самым популярным проектом, который собрал 1063% от заявленной суммы на площадке Boomstarter, был фильм «28 панфиловцев»⁷. Получив более 3 млн рублей на краудфандинговой площадке, он также стал одной из наиболее удачных краудфандинговых кампаний в российском кинематографе. А в декабре 2014 года проект выиграл грант от Министерства культуры РФ в размере 30 млн рублей. Рекорд «Панфиловцев» на площадке не удалось

⁷ Boomstarter.ru «28 панфиловцев». URL: https://boomstarter.ru/projects/36881/28_panfilovtsev (дата обращения 15.03.2016)

побить еще никому.

В 2014-2015 гг. топ-10 проектов на Boomstarter обновился более чем на 50%. Появились новые проекты-миллионники, среди них самые крупные: книга «Русский дух стране самураев» популярного видеоблогера Дмитрия Шамова, собравшего 1 480 014 рублей, проект квест-рума «Клаустрофобия: стим-панк. Дирижабль», собравший 2 143 956 рублей, сбор средств на организацию «Российско-Азиатского московского фестиваля», который собрал 2.984.320 руб. при заявленной сумме всего в 900.000 рублей.

5 августа 2015 года Boomstarter решил прощупывать почву уже в краудинвестиционной сфере и запустил программу «Стань акционером». Согласно этой акции любой пользователь мог приобрести опцион, который позволял в дальнейшем приобрести акции по фиксированной цене после преобразования ООО «Краудфандинг!» в Публичное Акционерное Общество (ПАО). При этом продавец опциона несет обязательство совершить продажу ценной бумаги в соответствии с условиями опционного договора.

В соответствии с условиями опциона владелец одной «Акции Boomstarter» получает право приобрести 1 акцию ПАО «Краудфандинг» в случае размещения их по открытой подписке. Цена приобретения акций ПАО «Краудфандинг» для владельцев опциона составит 1 000 рублей за 1 акцию. При этом каждая акция ПАО «Краудфандинг» будет соответствовать 0,00005% от уставного капитала компании.

Помимо всего прочего, «Акционер» Boomstarter получал приоритет при расположении в списке спонсоров на странице проекта, упоминание на других страницах сайта, как «Акционер Boomstarter».

Всего было выставлено на продажу 100 000 «Акций Boomstarter», которые будут преобразованы в 5 % уставного капитала ПАО «Краудфандинг». Одна «Акция Boomstarter» будет равна 0,00005% ПАО «Краудфандинг». На момент написания работы было продано 2317 «Акций Boomstarter» - самое большое разовое приобретение «акций» - 500 штук.

В начале 2016 года на площадке вводится новая функция, которая

получила название «Авторский взнос». По данным исследований краудфандингового агентства «Crowdhunters» в 2014-м году 10 крупнейших проектов на площадке Boomstarter привлекали в общей сумме 10 424 448 рублей, 99 821 214 рублей собрали успешные проекты за все время работы площадки.⁸

В 2015-м году на Boomstarter самыми успешными категориями были: фильмы и видео - свыше 20 успешных проектов, далее следовали проекты основной категории Boomstarter «Технологии» - 20 успешно завершённых проектов. Разделы «Искусство», «Игры» и «Издания» завершили год также с 20 успешными проектами.

На данный момент Boomstarter удалось привлечь 131 128 077 рублей на проекты и стать самой большой краудфандинговой площадкой в Европе по количеству активных кампаний. На площадке уже успешно реализованы 927 проектов, спонсорами которых в общей сложности стали 119 165 спонсоров.

Помимо двух «титанов» российского краудфандинга, существует (и существовало) еще огромное количество других, более мелких и узконаправленных тематических площадок. Это, например, «РосПил» Алексея Навального и благотворительный портал «Добро Mail.ru».

Появившийся в 2011 году, проект «РосПил» Алексея Навального — это общественный проект, который направлен на контроль за расходованием бюджетных средств в сфере государственных и муниципальных закупок. Проект полностью финансируется за счёт добровольных пожертвований граждан. За первые полгода работы проекта было собрано более 8 млн. рублей, из них потрачено - около 1,7 млн. рублей. Сумма контрактов и заказов, по которым удалось пресечь нарушения закона за первые полгода работы составила более 7,5 млрд. рублей. Значительный успех был получен после громких публикаций в СМИ и, благодаря большой популярности Алексея Навального, в блогосфере.

⁸ Блог [Crowdhunters.ru](http://crowdhunters.ru) «Краудфандинг в России - Итоги 2014 года». URL: <http://crowdhunters.ru/crowd2014/> (дата обращения 15.03.2016)

«РосПил» является отличным примером использования краудфандинга не только в качестве инструмента финансирования творческих и бизнес-проектов, но так же и политической, и активистской деятельности.

14 августа 2013 года Mail.ru запустила благотворительную краудфандинговую площадку “Добро Mail.ru”. Практически сразу после запуска сервиса, проекты размещенные на нем привлекли порядка 2 000 000 рублей. За первые два года работы площадки удалось успешно реализовать 42 проекта, спонсорами которых стали 77 015 человек.⁹

Отличительной чертой площадки является то, что человек может помочь не только деньгами но и реальными действиями - таким образом, площадка заняла еще и благотворительную краудсорсинговую нишу. Проекты на сайте разделены на четыре благотворительных раздела: «Детям», «Взрослым», «Пожилым», «Животным». Наиболее популярными являются проекты представленные в разделе помощи детям - 83 % пользователей поддерживают проекты именно этого раздела. Далее идёт помощь пожилым людям - 53% , затем следуют проекты нацеленные на помощь животным - 43%, экологические проекты поддерживают 37 % пользователей, а помощь взрослым предоставляют 36 % аудитории сайта¹⁰

Профессиональные услуги на безвозмездной основе готовы предоставить 22% пользователей портала.

Однако представители площадки продумали момент также для пользователей, которые хотят сделать доброе дело, но им тяжело определиться кому же помочь - именно поэтому на сайте есть довольно необычная кнопка «Спонтанно», после нажатия которой пользователю предлагается произвольный проект, который он может поддержать. Позже эта кнопка появилась на главной странице портала Mail.ru.

В августе 2015 года портал запустил функцию автоплатежа. Данную

⁹ Портал Добро Mail.ru URL: <https://dobro.mail.ru> (дата обращения 13.06.16)

¹⁰ Александра Бабкина «Разбирая краудфандинг: как сделать, чтобы проект полетел (опыт проектов Добра Mail.Ru)». URL: <https://geektimes.ru/company/mailru/blog/241244/> (дата обращения 22.03.2016)

функцию можно настроить так, что каждый месяц фиксированная сумма отправлялась на проекты, представленные wybranными пользователем фонды. По данным предоставленными администрацией проекта, подавляющее большинство взносов: (36% от общего количества) составляет 100 рублей, 23% взносов составляют суммы в пределах 25 рублей, 21% взносов равны 300 рублям, 6% - 700 рублей.¹¹

Спустя год после запуска портала «Добро Mail.ru», было проведено исследование и пользователям был задан вопрос: «Как изменилась их отношение к благотворительности после участия в проекте «Добро Mail.ru». По итогам исследования: 49 % опрошенных заявили, что больше доверяют фондам представленным именно на портале, 29 % более внимательно стали относиться к просьбам о помощи, 28 % стали искать больше информации о фондах, 19 % стали участвовать в благотворительности чаще, и всего у 13% отношение к благотворительности не изменилось.

Согласно данным, предоставленным представителями площадки выяснилось, что за 2015 год объем пожертвований вырос на 32 % и такая тенденция сохранилась в первые два месяца 2016 года. В начале 2015 года 65% пользователей площадки заявили о том, что продолжают поддерживать благотворительные проекты, даже в условиях экономического кризиса.¹²

В 2015-м году более чем на 100 руб. выросла средняя сумма пожертвования - теперь она составляет 452 рубля. В 2014 средняя сумма составляла 350 рублей.

Также существенно выросло количество успешно завершённых проектов.

¹¹ Александра Бабкина «Разбирая краудфандинг: как сделать, чтобы проект полетел (опыт проектов Добра Mail.Ru)». URL: <https://geektimes.ru/company/mailru/blog/241244/> (дата обращения 22.03.2016)

¹² Официальный блог Добро Mail.Ru «Добро Mail.Ru: в кризис интернет-пользователи сделали на 32% больше пожертвований». URL: <https://dobro.mail.ru/press/news/dobro-mailru-v-krizis-internet-polzovateli-sdelali-na-32-bolshe-pozhertvovaniij> (дата обращения 22.03.2016)

Благодаря поддержке интернет-пользователей, в 2015-м году удалось завершить в 2,6 раза больше проектов в разделе помощи детям, в 2,5 раза больше проектов помощи животным и в 3,4 раза больше проектов помощи взрослым.¹³

Портал «Добро Mail.ru» также запускает большое количество совместных благотворительных спецпроектов. Партнёрами в этих проектах уже выступили такие компании как: МТС, Uber, «Эхо Москвы», Svalka.me.

4 февраля 2014 г. официально была запущена первая тематическая краудфандинговая площадка – «Fund4Start», которая специализируется на проектах, связанных со спортом.

Отличительной чертой сайта является раздел «Аукцион», на котором выкладываются различные вещи, связанные со спортом: различные журналы с автографами олимпийских чемпионов, мягкие игрушки с логотипами спортивных команд и различные скульптуры посвященные спорту. Вырученные средства с аукционов в дальнейшем используются для финансирования того или иного проекта, размещённого на площадке. За все время работы площадки был запущен 41 проект, которые в общей сложности привлекли 1 143 248 рублей.

За все время функционирования площадки успешно завершились 15 проектов. На данный момент на площадке запущен всего 1 активный проект. Поскольку краудфандинг в России явление относительно молодое - экосистема в нем выстроена не полностью, а лишь находится на начальном этапе своей организации. На данный момент существует всего две крупные площадки, благодаря которым и растёт рынок. Однако, благодаря их усилиям рынок постепенно начинает чувствовать себя более уверенно - начинают появляться новые площадки и, как следствие, рынок продолжает расти.

¹³ Официальный блог Добро Mail.Ru «Добро Mail.Ru: в кризис интернет-пользователи сделали на 32% больше пожертвований». URL: <https://dobro.mail.ru/press/news/dobro-mailru-v-krizis-internet-polzovateli-sdelali-na-32-bolshe-pozhertvovaniy> (дата обращения 22.03.2016)

2.3. Появление новых краудфандинговых площадок на отечественном рынке

В начале 2015 года экономический кризиса достиг пика, однако краудфандинг хоть и сбавил обороты, но не остановился в своем развитии. Согласно анализу рынка коллективного финансирования, проведённого блогом Crowdhunters.ru¹⁴, за первый квартал 2015 года на проекты удалось привлечь в общей сложности 57 118 315 рублей, а всего было запущено 1537 кампаний, спонсорами которых стали 19 986 человек. Также начали появляться новые крауд-площадки и по прогнозам их число в дальнейшем будет только увеличиваться.

В апреле 2015 года в России появилась узкоспециализированная краудфандинговая площадка CrowdRepublic, тематика которой заточена на «печатную продукцию», в которую входят проекты связанные с изданием книг, комиксов, периодики и настольных игр. Также площадка занимается изданием цифровых версий книг. Данная платформа является проектом компании «Мир хобби» - крупнейшего производителя настольных игр в России.

Отличительной чертой данной площадки является то, что она предоставляет полный цикл услуг для проекта, а не только инструмент для привлечения финансирования. То есть автор, создает проект, оформляет его, а продвижением, созданием продукта и его дистрибуцией занимается сама площадка. Однако для того, чтобы запустить проект необходимо пройти довольно строгую модерацию. Еще одной особенностью ресурса является то, что спонсор проекта может выбрать неограниченное количество наград в любой комбинации.

По итогам 2015 года, размещённым в официальном блоге площадки, за 9 месяцев работы удалось реализовать 6 из 7 игровых проектов, пользователи поддержали проекты на 4 111 475 рублей, проектом-рекордсменом,

¹⁴ Блог Crowdhunters.ru «Первые итоги краудфандинга в 2015 году». URL: http://crowdhunters.ru/crowd_first_2015/ (дата обращения 17.06.2016)

привлекшим 1 229 045 рублей стал сбор средств на реализацию настольной игры «Pathfinder:ACG». ¹⁵ Всего на площадке представлены 15 проектов - 11 из них завершились успешно.

В феврале 2016 года на площадке появился новый проект-рекордсмен «Набор дополнений для карточной игры Pathfinder», который привлек 1 729 340 рублей.

20 мая 2015 года блог Crowdhunters.ru совершенно случайно обнаружил¹⁶ новую, на тот момент ещё официально не запущенную крауд-площадку, рассчитанную на сбор средств для личных нужд BunchX. Проект заточен на то, чтобы «скинуться» с друзьями на любую задумку. На «Банче» предлагается организовывать сборы на микропроекты и проекты с личной целью в разделах: «Совместный подарок», «Общественные проекты», «Поход на природу», «Спорт с друзьями», «Яркие впечатления», «Творческие проекты», «Крутая вечеринка», «Благие дела» и «Отпуск». BunchX – дружелюбная к массовому пользователю площадка, на ней планируется использовать интеграцию не только с социальными сетями и телефонной книгой, но даже с мессенджерами.

На площадке существует три типа сбора средств:

1. Свободные платежи - рассчитаны на запись музыкального альбома, издание книги, создание игры, благотворительные и технологические проекты. В свободных платежах необходимо указывать минимально возможный взнос, порог которого составляет 50 рублей - минимально необходимую сумму на реализацию проекта и по-желанию можно внести идеальную цель.
2. Фиксированный платёж - ориентирован для сбора средств на организацию вечеринок. При фиксированном платеже необходимо указать сколько должен

¹⁵ Блог CrowdRepublic «Итоги 2015 года на CrowdRepublic». URL: <https://crowdpublic.ru/blog/1005141> (дата обращения 23.03.2016)

¹⁶ Блог Crowdhunters.ru «В России скоро откроется краудфандинговый сайт для сбора денег на личные нужды». URL: https://.vk.com/wall-69337721_1927 (дата обращения 24.03.2016)

заплатить каждый спонсор, а также нужно указать минимальное число участников, которые должны поддержать проект для того, чтобы он считался успешным.

3. Разделить стоимость - функция рассчитана для коллективных отпусков и снятия коттеджей, аренду футбольных полей или покупки совместных подарков. Для того, чтобы использовать функцию «Разделить стоимость», необходимо указать сумму, которую нужно разделить на минимальное и максимальное число участников.

Система сбора тоже имеет свои особенности - у пользователя, который «забанчил» деньги на проект, средства списываются только тогда, когда пройден минимально необходимый «барьер». Комиссия, которую берет площадка, по началу составляла всего 2,95% от заявленной суммы, а создатель кампании при желании может взять комиссионные расходы на себя. Но в конце 2016 года площадка пошла дальше и совсем отказалась брать комиссию.

По состоянию на март 2016 года общие сборы площадки составили 1 195 476 рублей. На площадке 19 % успешных проектов находится в разделе «Крутая вечеринка», далее следуют «Яркие впечатления» - 14 % , затем «Спорт с друзьями» - 13 %, «Благие дела» - 12 %, по 10 % в разделах «Отпуск» и «Крутая вечеринка», по 8 % в разделах «Благие дела» и «Поход на природу», 6% занимают проекты в разделе «Творческие проекты».

У площадки первой в России появилось своё приложение для операционных систем iOS и Android, с помощью которых пользователи могли полноценно работать с проектами.

Благотворительная краудфандинговая платформа Pulsir.ru - хоть и молодая, но вполне перспективная, а главное качественная крауд-площадка, которая имеет очень интересную структуру. Вся суть заключается в том, что площадка аккумулирует только проверенные благотворительные фонды и сама осуществляет контроль за процессом перечисления средств от адресата к ребёнку. По итогам этого процесса, каждому, кто делает благотворительный

взнос площадка присылает сообщение о целевом использовании средств. На данный момент на площадке Pulsir.ru зарегистрировано свыше 300 благотворительных фондов разного уровня и размеров, 4787 детей внесены в общую базу. Общая сумма пожертвований на данный момент уже превышает 15 млн. рублей. В марте 2016 года у площадки появилось своё приложение для операционной системы iOS.

Молодые площадки на данном этапе развития рынка практически не могут похвастаться какими - либо сверхрезультатами, поэтому в отечественном краудфандинге продолжают хорошо себя чувствовать только два крупных игрока, о которых рассказывалось ранее. Но уже сейчас можно заявить, что постепенно начинает появляться целая «экосистема» краудфандинга, которая в дальнейшем и должна стать той питательной средой, при которой начнут появляться огромное количество всевозможных площадок.

2.3 Консалтинговые краудфандинговые агентства

Crowdhunters - первое агентство краудфандинга в России, которое открыли два бывших менеджера Boomstarter в ноябре 2014 года.

С самого начала запуска работы агентства оно активно занималось созданием образовательных материалов и курсов. Командой Crowdhunters был запущен блог о краудфандинге «Crowdhunters.ru», а с марта 2015 года команда так же занимается генерацией контента для паблика «Kickstarter в России». Помимо всего прочего командой были записаны два видеокурса по краудфандингу - на «Нетологии» и «Курсоне». Весной 2014 года команда консультировала создателей краудфандинговой площадки CrowdRepublick. За 2015 год агентством было проведено 12 клиентских кампаний, 10 из которых завершились успешно, т.е. получили финансирование. Самым крупным проектом у Crowdhunters является сбор средств на издание книги «Я помню всех, кто мне не перезвонил». Сумма сбора проекта составила 991 885 рублей. Суммарно агентство привлекло на клиентские проекты около 4 500 000 рублей.

В сентябре 2015 г. начало свою работу краудфандинговое агентство Crowduiverse, которое так же создано бывшими менеджерами площадки Boomstarter.

На данный момент действующим проектом этого агентства является сбор средств на экранизацию романа В. Пелевина «Empire V», который является абсолютным рекордсменом по сборам и по разовому взносу в отечественном краудфандинге. Более того, Crowduiverse первыми запустили услугу логистики для краудфандинговых проектов - теперь, за отдельную плату, все обязательства по производству и рассылке вознаграждений спонсорам автор может возложить на агентство. Таким образом, это первое краудфандинговое агентство полного цикла в России.

Общая сумма привлечённых средств на проекты, которыми занималось

агентство превышает 13 миллионов рублей. Из 8 проектов 3 проекта агентства являются миллиониками: экранизация романа В. Пелевина «Empire V» (7 508 962 рубля), «Российско-Азиатский Московский Фестиваль» (2 984 320 рублей), издание книги «Русский дух в стране самураев» (1 480 014 рублей).

Помимо работы с краудфандинговыми проектами, агентство занимается образовательными программами в сфере краудфандинга. Так, в Марте 2016 г., была запущена пилотная версия образовательного курса CrowdEducation, разработанная совместно с Экономическим клубом МГИМО специально для студентов. В скором времени представители агентства обещают запустить онлайн-сервисы, которые также будут помогать авторам в работе с краудфандинговыми проектами.

В России также существует краудфандинговое агентство «Ruskick», которое занимается не только консалтингом и ведением проектов на отечественных и зарубежных площадках, но и оказывает услуги посредников для авторов, не имеющих возможности запустить проект за рубежом, в связи с отсутствием гражданства другой страны. Помимо этого агентству принадлежит крупнейшее в России сообщество в социальных сетях «Русские на Кикстартере», которое превратилось в полноценную площадку для обсуждений для всех участников рынка краудфандинга в России.

Еще одним интересным игроком в краудфандинговой сфере можно назвать компанию «CrowdGames», которая занимается локализацией и адаптацией настольных игр, при этом используя краудфандинг, как основной инструмент финансирования. Так, компанией было запущено 4 успешных краудфандинговых проекта на площадке Boomstarter на общую сумму 2 445 355 рублей. Но помимо всего прочего, компания очень часто поддерживает игровые проекты независимых авторов, таким образом, частично осуществляя консалтинговые услуги.

Появление таких агентств является хорошим признаком того, что рынок несмотря на финансовые кризисы и трудности продолжает свое активное развитие. В краудфандинге начинает развиваться направление

клиентского сервиса, который в конечном итоге может стать еще одним катализатором для активного роста рынка, т.к. будет повышаться не только качество запускаемых проектов, но так же в геометрической прогрессии будет увеличиваться охват новой аудитории и повышаться процент успешных проектов. Если тенденции роста рынка будут оставаться на том уровне, который он демонстрирует сейчас, то в обозримом будущем количество таких агентств может только расти.

2.4. Правовые аспекты, регулирующие краудфандинг

В зарубежном праве имеется достаточно хорошо проработанная правовая база, регулирующая механизмы и порядок взаимоотношений участников финансирования проектов в рамках краудфандинга. Зарубежная законодательная база охватывает и регулирует всю цепочку отношений «инвестор – краудфандинговая платформа – получатель финансирования», и позволяет реализовывать на практике большинство из существующих способов для привлечения денежных средств спонсоров проектов.

Однако, такого нельзя сказать о законодательстве Российской Федерации - в ней нет четкой правовой регламентации такого явления, как краудфандинг, правоотношения и статус лиц, участвующих в таком способе финансирования на законодательном уровне практически не конкретизированы. В связи с этим, применение в Российской Федерации таких способов привлечения финансирования, как краудфандинг или краудинвестинг, становится затруднительным, а в некоторых случаях – и вовсе невозможным.

Но несмотря на значительные пробелы в законодательном регулировании на территории Российской Федерации, практика создания и функционирования краудфандинговых платформ в рамках законов нашей страны безусловно имеется.

В тех случаях, когда гражданско-правовые отношения никак не урегулированы напрямую законодательством или соглашением сторон, и отсутствует применимая к ним регламентированная практика взаимоотношений, и если это не противоречит их существу, то разрешается применять гражданское законодательство, которое регулирует сходные отношения. Такая практика в юриспруденции называется “аналогия закона”. В случае если использование аналогии закона невозможно, права и обязанности сторон определяются исходя из общих начал и смысла

гражданского законодательства, которое в юриспруденции именуется «аналогия права» и требований добросовестности, разумности и справедливости.

Когда по условиям вознаграждения\акции, размещённого на краудфандинговой платформе спонсор\акционер, осуществивший финансовый взнос в пользу проекта претендует на получение какой-либо вещи (диска, книги, тестового образца производимого товара), либо услуги от автора проекта, то в таком случае юридически это не может стать актом дарения. В данном случае, отношения между спонсором и автором краудфандингового проекта скорее будут регулироваться нормами Гражданского кодекса РФ, который регламентирует правоотношения сторон по договору купли-продажи или по договору оказания услуг.

Согласно условиям договора купли-продажи одна сторона (в нашем случае автор проекта) обязуется передать вещь (в нашем случае вознаграждение\акция) в собственность другой стороне (в нашем случае спонсору), а спонсор обязуется принять этот товар и уплатить за него определённую денежную сумму (взнос в проект).¹⁷

Оформление правоотношений между автором проекта и спонсором с помощью правовых конструкций, договоров купли-продажи или оказания услуг – довольно распространённое явление. Но в тот момент, когда по договору автор проекта становится «продавцом», а спонсор «покупателем» - краудфандинговая платформа автоматически может признаваться платёжным агентом. Это связано с тем, что площадка осуществляет сбор денежных средств в счёт оплаты товаров и услуг, реализуемых автором проекта. Площадка начинает выступать как платёжный агент и она должна соблюдать требования закона, который регулирует деятельность платёжных агентов. Такая деятельность регулируется Федеральным законом №103-ФЗ от

¹⁷ Гражданский кодекс РФ: Часть 2 ГК РФ Раздел IV. Отдельные виды обязательств Глава 30. Купля-продажа § 1. Общие положения о купле-продаже Статья 454. Договор купли-продажи

03.06.2009 «О деятельности по приёму платежей физических лиц, осуществляемой платёжными агентами».

В соответствии с данным законом, под деятельностью по приёму платежей физических лиц - понимается приём платёжным агентом от плательщика денежных средств, направленных на исполнение денежных обязательств перед поставщиком по оплате товаров (работ, услуг), а также осуществление платёжным агентом последующих расчётов с поставщиком.¹⁸

Схематически взаимоотношения участников краудфандинговых отношений можно представить следующим образом:

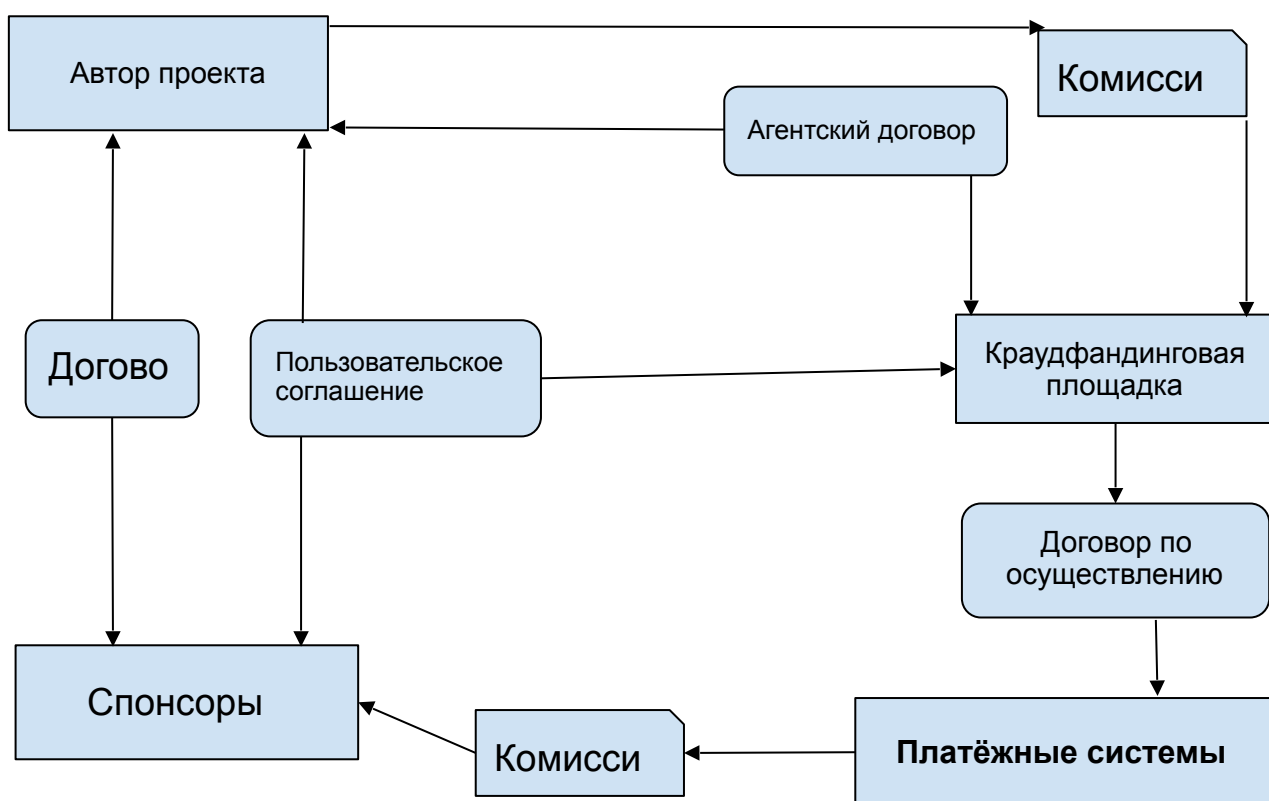


Рисунок 1. Взаимоотношения участников краудфандинговых отношений.

Для того, чтобы подчинить взаимоотношения участников краудфандинговой платформы определённым единым правилам, которыми должен руководствоваться каждый участник краудфандинговой платформы в процессе пользования сервисами платформы, администраторы крауд-

¹⁸ Федеральный закон от 03.06.2009 N 103-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О деятельности по приёму платежей физических лиц, осуществляемой платёжными агентами».

площадок должны озаботиться разработкой нормативно-правовой базы, которая и будет регламентировать в том числе взаимодействие всех сторон и участников, а именно:

1. Взаимоотношения краудфандинговой платформы с пользователями платформы (авторами и спонсорами проекта) – пользовательское соглашение;
2. Агентские взаимоотношения взаимоотношение краудфандинговой платформы с автором проекта – агентский договор;
3. Взаимоотношения краудфандинговой платформы с платёжными системами – договор на осуществление деятельности по приёму платежей;
5. Порядок обработки персональных данных пользователей платформы – положение о конфиденциальной информации. Что касается договоров, заключаемых платформой с инициаторам проекта, а также с операторами платёжных систем, то в данном случае необходимо будет подписывать с каждым инициатором агентский договор, а с платёжной системой – договор на осуществление деятельности, связанной с приёмом платежей у физических лиц.

По агентскому договору, заключаемому между платформой и автором проекта, платформа будет действовать от имени и за счёт автора проекта, осуществляя приём и аккумуляцию денежных средств в пользу автора, а он в свою очередь будет выплачивать платформе вознаграждение, определяемое в процентном отношении от общей суммы собранных денежных средств.

С точки зрения налоговых правоотношений, при заключении договора купли-продажи товара (договора оказания услуг), налоговая нагрузка опять же во многом будет зависеть от того, от чьего лица будет запускаться краудфандинговый проект. В случае, если автором проекта будет выступать физическое лицо, то с полученных от сбора доходов, автор должен будет исчислить и заплатить налоги в размере 13% от собранной суммы.

Представители государственного аппарата очень долго не хотели обращать внимание на краудфандинг, но по всей видимости его рынок в России вырос настолько, что правительство уже не может не контролировать данный

финансовый сегмент. В связи с этим уже в этом году 30 марта в ходе правительственного часа в Совете Федерации Российской Федерации министр связи и массовых коммуникаций Николай Никифоров заявил о том, что его министерство планирует разработать законодательную базу для регулирования краудфандинга.

2.5. Общий анализ рынка краудфандинга в России за первое полугодие 2016 года

За первый квартал 2016 года краудфандинговые проекты на Boomstarter и Planeta.ru привлекли в общей сложности 73 543 259 рублей, а общая сумма сборов за всю историю превысила 305 823 034 рублей.

За первый квартал 2016 проектам на Planeta.ru удалось привлечь свыше 42, 2 млн. рублей, а на Boomstarter сумма привлеченных средств превысила 31, 3 млн. рублей. По количеству запущенных проектов также лидирует сайт Planeta.ru с 465 проектами, против 150 проектов, запущенных на Boomstarter.

Однако по количеству успешных проектов лидирует Boomstarter - 51 успешно завершённый проект, против 40 успешно завершённых проектов на Planeta.ru.

Площадка	Количество привлеченных средств за первый квартал 2016	Количество запущенных проектов	Процент успешных проектов
Boomstarter	31, 3 млн. рублей	465 проектов	51%
Planeta.ru	42, 2 млн. рублей	150 проектов	40%

Рисунок 2. Отчет Boomstarter и Planeta.ru за первый квартал 2016

К сожалению, экономическая ситуация в стране не могла не оставить отпечаток и на краудфандинге - в 2016 году средний взнос спонсора понизился на 50-100 рублей и упал до 900-950 рублей.

Краудфандинг начал проникать в региональные интернет-проекты и инициативы. Так, в январе 2016 года в Омске была запущена уникальная социальная сеть для городских активистов, которая призвана не только

создать уникальные площадки для взаимодействия некоммерческих организаций с пользователями, но так же стать инструментом, который поможет проводить финансирование различных инициатив. Однако на момент написания работы раздел с краудфандингом еще не стал доступен. Отдельное внимание стоит уделить тому моменту, что администрация сайта будет внимательно отслеживать расходование средств, и в случае, если будут выявляться нецелевые траты, то деньги будут возвращаться спонсорам.

Другая региональная некоммерческая краудфандинговая площадка «Живой город» была запущена в Тюменской области в феврале 2016 года. Инициаторами создания выступил «Альянс СО НКО Тюменской области». Площадка нацелена на создание социально важных для Тюменской области проектов. Помимо поиска финансирования для проекта, автор может также использовать площадку в качестве удобного инструмента для поиска волонтеров. Отличительной чертой площадки является тот момент, что автор проекта в дальнейшем сам решает каким он будет - коммерческим или некоммерческим.

В марте 2016 года в Смоленске была запущена благотворительная краудфандинговая площадка фонда помощи детям «Наше дело». В рамках площадки можно создать сбор средств для помощи ребенку, если же спонсор не мог выбрать какой проект поддержать, то на сайте предусмотрена возможность внести деньги на счет фонда, а он уже в свою очередь распределит суммы по проектам. На данный момент на площадке запущено 7 проектов 14 проектов получили финансирование. В целом рынок продолжает свой рост не только в количественном(денежном), но и качественном эквиваленте - увеличивается конверсия запущенных и успешных проектов, повышаются суммы сборов, и, как следствие, рынок продолжает набирать темп.

По мнению исследовательской фирмы Massolution, если такая тенденция будет продолжаться, то по сравнению с 2015 годом рынок

вырастет примерно на 200%.¹⁹

¹⁹ Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Real Estate Crowdfunding Industry Report. URL: http://reports.crowdsourcing.org/?route=product/product&product_id=52 (дата обращения 3.03.2016)

3. Тенденции и перспективы развития краудфандинга в России.

3.1 Тенденции развития и перспективы отечественного краудфандинга

Краудфандинг в России из нового “технологического чуда” постепенно превращается в повседневное и повсеместное явление. Все большее число интернет пользователей принимают участие в финансировании проектов на краудфандинговых площадках. Согласно исследованию, проведенному краудфандинговым агентством Crowduniverse 71% опрошенных пользователей знают о краудфандинге; 21% имеет представление о краудфандинге и лишь 8% не знают что такое краудфандинг. Количество регулярных спонсоров составляет всего 4%; 21% пользователей хотя бы пару раз поддерживали проекты; 17% опрошенных пользователей поддерживали краудфандинговый проект хотя бы один раз.²⁰

Исследование, проведенное агентством Crowduniverse также выявило тенденцию к повышению лояльности интернет-пользователей к сборам средств через интернет и с помощью краудфандинга в частности. Так 51% опрошенных относятся к такому способу финансирование положительно, 41% нейтрально и лишь 4% до сих пор относятся к этому отрицательно.²¹

Согласно тому же исследованию агентства Crowduniverse - в первом квартале 2016 года самыми популярными проектами стали сборы средств в категориях: социальные проекты, музыка, литература, технологии, кино. Как и предсказывали эксперты, краудфандинг станет удобным инструментом для решения социальных проблем обществом. Стоит отметить, что это никак не связано с российской спецификой рынка - такая тенденция является общемирово.²² Во многом это заслуга участников рынка - с каждым годом в России активно развивается образовательное направление. Таким образом, охватывая все большую аудиторию и расширяя свою географию, практически

²⁰ Исследование агентства Crowduniverse «Вы и краудфандинг».

²¹ Там же

²² Там же

все игроки обеспечивают активный рост рынка в стране, на который не может повлиять даже экономический кризис и санкции.

Одновременно с ростом заинтересованности интернет-аудитории в краудфандинге и росте его рынка, также повышается интерес государства. Краудфандинг в России уже преодолел порог становления и на данный момент наблюдается активный темп роста, который не останавливается даже в связи с кризисом. В связи с этим, государство больше не может его игнорировать и именно поэтому все более активно пытается встроиться в этот рынок. Не только в качестве наблюдателя, но и главного регулировщика в краудфандинговых отношениях.

В 2014 году впервые представители рынка крауд-технологий встретились с депутатами Государственной Думы. Представители площадки рассказали депутатам о том, как развивается рынок краудфандинга и о том, как площадки могут взаимодействовать с государством. Такие встречи на разном уровне проводились и проводятся довольно часто, однако, явных тенденций на дружеское сближение государства и представителей рынка народного финансирования не наблюдалось. Впрочем, за это время краудфандинговой площадке Boomstarter удалось запустить совместно с государственными организациями два спецпроекта. Первый был образовательным - совместно с Общественной Палатой Государственной думы, второй – «Молодая Москва» совместно с Департаментом культуры Москвы.

Со временем краудфандинг попадет под влияние государства, а возможно так же будет использоваться и в политических целях. Но в первую очередь государство должно будет взяться за урегулирование рынка. Уже сейчас начинают обсуждать возможность создания законопроектов, которые будут призваны защитить спонсоров от возможных рисков и приравнять их к микроинвесторам. По некоторым данным, законопроекты будут включать такие пункты как: ужесточение идентификации спонсоров, введение договоров между спонсором и автором, возможность отзыва платежа со

стороны спонсора. На данный момент Минкомсвязи совместно с Минэкономразвитием обещают вынести законопроект на обсуждение в сентябре 2016 года.

По мнению экономических экспертов такое внимание к народному способу финансирования связано не только с необходимостью регулирования, но больше как способ контролирования предвыборного краудфандинга, с помощью которого могло бы появиться огромное количество независимых кандидатов. Стоит отметить, что именно за счет краудфандинга в 2008 году Барак Обама привлёк средства для финансирования своей предвыборной кампании. Поэтому государству сейчас очень важно иметь какой-либо способ контроля за краудфандингом, тем более если его будут использовать в политических целях.

Краудфандинг так же является удобным инструментом для решения локальных задач - будь то создание велодорожек, или облагораживание парка. Сейчас появляются и будут появляться локальные площадки народного финансирования абсолютно разных размеров - каждая из них будут создаваться городскими и муниципальными инициативными группами. Например, уже сейчас в Омске запущена социальная сеть для городских активистов, одной из главных функций которой является краудфандинг.

Но площадки будут использоваться не только для улучшения жизни в городе, модель крупных краудфандинговых площадок может быть так же отлично переработана и использована в рамках одного города, района, области. Такие площадки могут позволить привлечь финансирование локальных спонсоров на абсолютно любые проекты - будь то стартап или же благотворительность.

Активно продолжают развиваться и тематические площадки, посвящённые не только социальным и благотворительным проектам, но так же музыкальным, игровым и многим-многим другим. Уже сейчас многие популярные блогеры используют краудфандинг в качестве способа монетизации своей аудитории. Например, за определённые взносы

предлагают своим спонсорам какой-либо эксклюзивный контент.

Использование краудфандинга в целях PR уже сейчас становится для брендов стандартным инструментом. Опыт взаимодействия крупных компаний и краудфандинговых площадок отлично зарекомендовал себя на заре появления краудфандинга в России как со стороны брендов, так и со стороны пользователей. На данный момент список брендов, которые так или иначе использовали краудфандинг очень велик: «МТС», «Мегафон», «Lipton», «Nokia», «Rexona» и этот список можно продолжать еще очень долго.

Для брендов использование краудфандинга в качестве PR-кампании может решить сразу несколько важных вопросов:

1. Повышение лояльности к бренду.

Одна из самых важных целей для любой PR-кампании - она позволяет сделать ваш бренд дружелюбным и сблизить его с покупателем, таким образом, поддерживая повторные покупки продукта и стимулируя новые продажи.

2. Привлечение новых покупателей.

Краудфандинговые площадки имеют внушительную базу молодой, активной и платежеспособной аудитории, которая в потенциале может стать новой аудиторией бренда. Таким образом, запуская спецпроекты на краудфандинговых площадках компании гарантированно получают новых, а главное лояльных клиентов.

3. Экономия рекламного бюджета.

В условиях экономического кризиса в 2016 году, многие крупные бренды сокращают свои рекламные бюджеты, а некоторые из них и вовсе закрывают свои департаменты и передают свое продвижение на аутсорсинг. Но существует ряд брендов, которые активно тестируют и ищут новые способы продвижения своих торговых марок в условиях маленьких бюджетов - одни из таких способов может стать PR-кампания связанная с краудфандингом.

4. Поиск новых технологических решений для бизнеса.

Зачастую случается так, что бренды, участвующие в спецпроектах находят технологические разработки, которые способны не только улучшить их продукт, но так же стать инновационным решением в той или иной области. Таким образом, при правильном использовании, бренд может стать ещё ближе к пользователю.

5. Краудфандинг, как способ протестировать новый продукт.

Краудфандинг также отлично подходит в качестве инструмента для тестирования новой продукции бренда. По своей сути, аудитория краудфандинговой площадки может стать отличной фокус-группой, единственное ее отличие будет в том, что голосовать «за» или «против» нового продукта она будет рублем. Таким образом, краудфандинг является еще и отличным инструментом для тестирования новой продукции.

Отдельно стоит отметить, что некоторые из краудфандинговых спецпроектов, крауд-площадок и крупных брендов получают призы в различных рекламных номинациях. Так совместная благотворительная программа оператора «МегаФон» и краудфандинговой площадки Planeta.ru получила признание на церемонии Digital Communication Awards 2015, как лучшая в номинации «Digital-проект и стратегии». Из этого можно заметить, что краудфандинговые PR - кампании уже получили признание в профессиональной среде digital-промоутеров.

Исходя из вышесказанного, в обозримом будущем использование краудфандинга в таком ключе может стать обычным делом для крупных брендов. Более того, за рубежом крупные корпорации создают свои внутренние краудфандинговые площадки. Так, корпорация Sony создала тематическую краудфандинговую платформу для своих сотрудников, на которой размещаются различные технологические проекты. Некоторые из них Sony планирует внедрять в свою продукцию.

Сами площадки будут расширять свой функционал, постепенно

добавляя новые модели привлечения средств. Тенденции в развитии функционала площадок на данном этапе подразумевают несколько вариантов:

1. Возможность создавать бессрочные краудфандиновые кампании.

Данный инструмент будет удобен не только в качестве обеспечения постоянного финансирования производства, но может стать удобным инструментом предпродажи.

2. Создание страниц для краудфандинговых сборов под заказ.

Такая функция даст авторам проекта больше возможностей как для описательной, так и для финансовой части. Каждый проект сможет включить те блоки, которые ему будут нужны для запуска проекта в том виде, в котором ему это необходимо. Площадки, следовательно, станут более дружелюбными к авторам и как следствие, им будет проще привлекать новых.

3. Решения для корпоративных клиентов.

Не только физическим и частным лицам необходимо проводить какие-либо сборы. Краудфандинговые площадки могут стать удобным инструментом и для внутрикорпоративных решений. В первую очередь это будет полезно для HR - специалистов. Данная функция может быть использована для запуска сбора средств на подарок коллеги, коллективному тренингу и т.д.

4. Запуск краудинвестиционных кампаний.

Краудфандинговые площадки станут первыми, кто будет тестировать краудинвестинг в России в том виде, в котором он уже существует на Западе. В зависимости от успеха таких проектов уже станет ясно будут ли появляться краудфинвестиционные площадки, или нет.

В целом уже сейчас площадки начинают наращивать свой функционал и тестировать новые модели краудфандинговых сборов. В дальнейшем такие тенденции к расширению будут расти вместе с ростом потребностей аудитории.

Вместе с краудфандингом активно начнут развиваться и его ответвления такие как: краудинвестинг и краудлендинг.

Краудинвестинг может стать отличным решением для предприятий и стартапов, которые не имеют необходимой кредитной истории, либо убедительного бизнес-плана для финансирования банком или венчурными инвесторами. Тем более, это становится актуальным решением в период активного развития малого бизнеса. Но для полноценного функционирования краудинвестинга в России отсутствует необходимая законодательная база, которая, например, позволила не ограничивать предельное количество учредителей для непубличных компаний. Однако, уже сейчас существуют обходные пути, среди которых: инвестиционный договор, договор товарищества, прямая передача акций, создание дочерней компании.

Второе направление, которое может получить развитие это - краудлендинг или народное кредитование, который в скором будущем может стать наиболее развитой ветвью краудфандинга. Суть данного направления состоит в передаче денежных средств одних физических лиц другим или же организациям. Будущие кредиторы объединяются на независимых онлайн-площадках и предлагают на них деньги под определенный процент. Уже сейчас данная ветвь крауд краудинвестингом.

Краудфандинг становится интересен не только представителям государственного аппарата разного уровня, но так же он вызывает огромный интерес у представителей брендов. В дальнейшем такие тенденции будут только набирать обороты и масштабироваться. Однако есть шансы, что чрезмерное вмешательство государства может очень плачевно сказаться на развитии рынка.

Заключение

Краудфандинг появился в России относительно недавно - в этом году рынку исполнится всего 4 года. Первое время такой способ финансирования встретил огромное сопротивление и неприятие у аудитории. Во многом из-за малой интернет-образованности пользователей рунета, отчасти в связи со сложным менталитетом и печальным опытом взаимодействия с финансовыми пирамидами. Хотя уже сейчас краудфандингом начинают пользоваться всё большее количество пользователей, существует еще огромное количество людей, которые продолжают воспринимать его скептически. Согласно исследованию, проведенному краудфандинговым агентством Crowduniverse «Я и краудфандинг» 50% опрошенных уверены, что в дальнейшем краудфандинг будет развиваться и занимать все большую роль в жизни человека, 38% затруднились ответить на вопрос, и лишь 5% считают, что широкого распространения народное финансирование не получит.

Во многом краудфандинг в России продолжает развиваться благодаря двум своим составляющим - если бы не его социальная и благотворительная часть, которая, согласно опросу проведенному площадкой «Добро@mail.ru»²³, не оставляет безучастным ни одного гражданина нашей страны даже в кризис, то скорее всего такой способ финансирования у нас просто бы не прижился. Однако, со временем, краудфандинг в России научится работать так, как он работает на Западе - уже сейчас есть все признаки того, что он развивается именно в этом направлении.

Несмотря на скепсис пользователей рунета и пессимистичные прогнозы, краудфандинг в российском финансовом рынке постепенно развивается и делает это семимильными шагами. Уже сейчас у нас в стране существует порядка 10 площадок, самые крупные из которых – Planeta.ru и Boomstarter.

²³ Официальный блог Добро Mail.Ru «Добро Mail.Ru: в кризис интернет-пользователи сделали на 32% больше пожертвований». url: <https://dobro.mail.ru/press/news/dobro-mailru-y-krizis-internet-polzovateli-sdelali-na-32-bolshe-pozhertvovanij>

Они по большей части и являются основной движущей силой для развития рынка в России.

Поскольку краудфандинг в России явление относительно молодое - экосистема в нем выстроена не полностью. Существует всего ряд небольших тематических площадок, которые заняли свою нишу и развивают народное финансирование в ней. Например, BunchX - занимается развитием краудгифтингового направления и микросборами, CrowdRepublic - занимаются краудфандингом для настольных игр и печатных изданий, Kroogi - занимаются народным финансированием для музыкантов.

Такие площадки не могут похвалиться теми результатами, которые демонстрируют площадки Planeta.ru и Boomstarter, но уже сейчас их появление и функционирование может стать показателем того, что постепенно начинает появляться целая краудфандинговая экосистема, которая в будущем должна стать тем подспорьем для дальнейшего развития рынка, и, как следствие - появления новых площадок и компаний, осуществляющих работу с краудфандинговыми проектами.

Уже сейчас начинает развиваться направление клиентского сервиса в краудфандинге, который в конечном итоге может стать ещё одним катализатором для активного роста рынка. За счёт этого будет повышаться не только качество запускаемых проектов, но так же в геометрической прогрессии будет увеличиваться охват новой аудитории и повышаться процент успешных проектов. В обозримом будущем количество таких агентств будет только расти вместе с увеличением рынка.

Появление новых площадок и агентств является качественным признаком того, что несмотря на санкции, экономический кризис и прочие трудности рост рынка не только не прекратился, но и продолжает свое развитие в докризисных темпах. Если такая тенденция будет продолжаться то по сравнению с 2015 годом рынок вырастет примерно на 200.

Несмотря на все трудности, рынок так же продолжает своей рост не только в денежном, но и качественном эквиваленте - с каждым кварталом на

площадках повышается конверсия успешных проектов, повышаются суммы сборов, краудфандинг получает всё более широкий охват аудитории в российском сегменте интернета.

Краудфандинг в России уже преодолел порог становления и на данный момент наблюдается активный темп роста, который не останавливается даже в связи с экономическим кризисом. Одновременно с развитием рынка повышается и интерес государства, которое больше не может игнорировать такой способ финансирования и именно поэтому активно пытается встроить себя в этот рынок. И судя по всему не только в качестве наблюдателя, но и в качестве главного регулировщика и гаранта в отношениях между спонсорами авторами, и площадками.

Со временем краудфандинг попадёт под влияние государства и, возможно, так же будет использоваться не только в политических целях, но и как инструмент для дофинансирования федеральных и городских бюджетов, которые рассчитаны на поддержку социальных инициатив граждан. Также будут появляться локальные негосударственные площадки абсолютно разных размеров и тематик - каждая из них будут создаваться городскими и муниципальными инициативными группами. Очень важным и интересным вектором развития является использование краудфандинга крупными брендами в целях PR. Опыт взаимодействия крупных компаний и краудфандинговых площадок отлично зарекомендовал себя на заре появления краудфандинга в России, как со стороны брендов, так и со стороны пользователей. Тем более, что промо-кампании в рамках краудфандинга могут здорово сэкономить рекламные бюджеты. Это особенно важно в условиях экономического кризиса в 2016 году, когда многие крупные игроки сокращают свои рекламные штаты и бюджеты.

На данный момент список брендов, которые так или иначе использовали краудфандинг очень велик: «МТС», «Мегафон», «Lipton», «Nokia», «Rexona» и этот список можно продолжать еще очень долго.

Таким образом, мы видим что краудфандинг становится интересен не

только молодым предпринимателям, стартапам и представителям государственного аппарата разного уровня, но так же он вызывает огромный интерес у представителей крупных брендов. В дальнейшем такие тенденции будут только набирать обороты и масштабироваться.

Ещё одно важное направление, которое на данный момент активно набирает силу и, скорее всего, в скором времени получит широкое распространение – это формат подписки. Например, в России по такой системе уже работают «Дождь», «Colta», «Сноб» и многие другие СМИ.

Однако такой формат будут использовать и люди, занимающиеся творчеством. Такая схема может отлично подойти для видеоблогеров, режиссёров и музыкантов.

В бизнесе уже сейчас хорошо развита формат подписки. Интересным примером здесь служит сервис Шефмаркет, который по подписке каждую неделю присылает клиенту бокс с продуктами и рецептом для приготовления того или иного блюда. Такой способ финансирования в дальнейшем будет только набирать обороты, и в скором времени обещает стать самым удобным и эффективным способом заработка.

Несмотря на все трудности, с которыми сталкивается рынок краудфандинга в России, он постоянно продолжает развиваться и с каждым годом выходит на более высокий уровень. Уже сейчас можно смело заявить, что краудфандинг, как финансовый инструмент успешно ассимилировался на российском рынке инвестиций и стал его неотъемлемой частью. За счёт этого получают своё развитие и другие ветки краудфандинга, такие как: краудлендинг и краудинвестинг. Однако, у многих представителей рынка есть опасения, что в случае чрезмерного вмешательства государства в его регулирование, рынок может среагировать если не рецессией, то стагнацией.

Библиографический список:

- 1) Джефф Хау Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. - М. :Изд-во «Альпина Паблишер», 2012 г.
- 2) Ethan Mollick Dynamics of Crowdfunding: Determinants of Success and Failure Mollick, Ethan R., The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study (June 26, 2013). Journal of Business Venturing, Volume 29, Issue 1, January 2014, Pages 1–16
- 3) C. Steven Bradford Crowdfunding and the Federal Securities Laws Bradford, C. Steven, Crowdfunding and the Federal Securities Laws (March 9, 2012). Columbia Business Law Review, Vol. 2012, No. 1, 2012.
- 4) Scott Steinberg The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project :Изд-во lulu.com, 2008
- 5) Gary Spierer Crowdfunding: The Next Big Thing :Изд-во CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013
- 6) Kevin Lawton The Crowdfunding Revolution: How to Raise Venture Capital Using Social Media McGraw :Изд-во Hill Professional, 2012
- 7) Don Steinberg The Kickstarter Handbook: Real-Life Success Stories of Artists, Inventors, and Entrepreneurs :Изд-во Quirk Books, 2012
- 8) Joseph Hogue Step by Step Crowdfunding: Everything You Need to Raise Money from the Crowd for Small Business Crowdfunding and Fundraising :Изд-во Efficient Alpha, 2015
- 9) Devin D. Thorpe Crowdfunding for Social Good: Financing Your Mark on the World :Изд-во CreateSpace Independent Publishing Platform; 1 edition, 2013
- 10) Patty Lenno The Crowdfunding Book: A How-to Book for Entrepreneurs, Writers, and Inventors Paperback :Изд-во Difference Press, 2014
- 11) Florian Danmayr Archetypes of Crowdfunding Platforms: A Multidimensional Comparison :Изд-во Springer Gabler, 2014
- 12) Dennis Brüntje, Oliver Gajda Crowdfunding in Europe: State of the Art in

Theory and Practice :Изд-во Springer, 2016

13) **Steven Dresner** Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet :Изд-во Bloomberg Press, 2016

14) **Jim Verdonik** Crowdfunding Opportunities and Challenges: Изд-во Lulu Publishing Services, 2016

15) Crowdfunding and Civic Society in Europe: A Profitable Partnership? Open Citizenship, vol. 4, no. 1. (2013).

16) The Geography of Crowdfunding, NET Institute Working Paper No. 10-08, Oct 2010

17) Kappel, Tim, «Ex Ante Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S.?» in Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review, Vol.29, Issue 3, p.376

18) Джейсон Рич Краудфандинг. Справочное руководство по привлечению денежных средств -М, :Изд-во ВВМ библиотека.

19) Карелов Сергей (2013, янв.17) Перспективы краудфандинга: в США — закон, в России — мошенничество // 2013

20) Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Real Estate Crowdfunding Industry Report. URL: http://reports.crowdsourcing.org/?route=product/product&product_id=52

21) Блог CrowdRepublic «Итоги 2015 года на CrowdRepublic». URL: <https://crowdrepulic.ru/blog/1005141>

<https://crowdrepulic.ru/blog/1005141>

Блог Crowdhunters.ru «В России скоро откроется краудфандинговый сайт для сбора денег на личные нужды». URL: https://.vk.com/wall-69337721_1927

22) Официальный блог Добро Mail.Ru «Добро Mail.Ru: в кризис интернет-пользователи сделали на 32% больше пожертвований». URL: <https://dobro.mail.ru/press/news/dobro-mailru-v-krizis-internet-polzovateli-sdelali-na-32-bolshe-pozhertvovaniij>

23) Александра Бабкина «Разбирая краудфандинг: как сделать, чтобы проект полетел (опыт проектов Добра Mail.Ru)» URL: <https://geektimes.ru/company/mailru/blog/241244/>

24) Блог Crowdhunters.ru «Краудфандинг в России - Итоги 2014 года». URL: <http://crowdhunters.ru/crowd2014/>

25) Блог Crowdhunters.ru «Первые итоги краудфандинга в 2015 году» URL: http://crowdhunters.ru/crowd_first_2015/