

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ**

Специальность/направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Образовательная программа «Экономика предприятий и организаций»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**Краудфандинг как источник финансирования
некоммерческих проектов**

Автор:

обучающийся группы ЭК-3-17-04
очной формы обучения

_____/Кузьмин Геннадий Витальевич
(подпись) (ФИО)

Руководитель:

Кандидат экономических наук,
доцент

_____/Кроливецкая Светлана Мироновна
(подпись) (ФИО)

Санкт-Петербург 2021г.

Содержание

| | |
|---|----|
| Введение | 3 |
| Глава 1 Теоретические подходы к раскрытию сущности, функции и особенностей краудфандинга в инвестировании проектов некоммерческих организаций..... | 10 |
| 1.1 Краудфандинг как разновидность фандрайзинга и крауд-технологий. Особенности, классификации и функции краудфандинга в проектах некоммерческих организаций..... | 10 |
| 1.2 История, сущность и превосходство краудфандинга как способа привлечения финансирования в проекты некоммерческих организаций. | 20 |
| 1.3 Структурные, экономические и правовые составляющие системы краудфандинга инвестиционных некоммерческих проектов..... | 30 |
| Глава 2 Анализ экономико-организационных условий и предпосылок финансовой деятельности краудфандингового хозяйственного общества в некоммерческом секторе народного хозяйства | 39 |
| 2.1 Анализ финансово-хозяйственной деятельности краудфандингового общества | 39 |
| 2.2 Анализ процессов проведения краудфандинговых кампаний некоммерческой организацией фонда «Ника» и их результатов | 41 |
| 2.3 Создание условий и предпосылок обеспечения финансирования социальных идей некоммерческих проектов | 46 |
| Глава 3 Стратегия развития, экономические и социальные результаты краудфандинга некоммерческих инвестиционных проектов..... | 48 |
| 3.1 Социальная и экономическая результативность краудфандинга в инвестиционном процессе некоммерческих организаций | 48 |
| 3.2 Среднесрочный прогноз экономических и социальных результатов и стратегия развития краудфандинга некоммерческих инвестиционных проектов | 50 |
| Заключение | 53 |
| Библиографический список | 55 |

Введение

Данная работа посвящена проблеме изучения феномена краудфандинга как способа финансирования некоммерческих проектов, в том числе истории его развития, а также анализу механизмов и принципов работы этой системы в некоммерческой сфере на примере конкретных некоммерческих краудфандинговых проектов, осуществленных в зарубежном и отечественном сегментах сети интернет в 2012–2021 гг.

Актуальность темы исследования. В 2015 году Генеральная Ассамблея ООН определила семнадцать целей, достижение которых обеспечит благополучную социальную, экономическую и экологическую обстановку на Земле [6]. Эффективным инструментом решения этих глобальных задач показали себя инициативы, осуществленные некоммерческими организациями в качестве решения определенных конкретных проблем. Таким образом, некоммерческие организации всего мира напрямую вносят большой вклад в устойчивое развитие человечества, а благодаря развитию цифровых технологий в решение общемировых проблем могут внести свой вклад и любые компании, и даже отдельный человек. Современные тенденции цифрового развития предоставляют интересные и рабочие альтернативы привычным финансовым инструментам. Нестандартные способы финансирования становятся всё более востребованными среди коммерческих и некоммерческих организаций. В условиях многообразия предпринимательской деятельности необходим индивидуальный подбор способа привлечения финансовых средств к проектам как со стороны реципиентов, так и со стороны инвесторов. Бурный рост технологий краудфандинга во всём мире доказывает перспективность выбранного предмета исследования и актуальность выпускной квалификационной работы.

Автор отмечает, что многообразие зарубежных и российских научных исследований эффективности краудфандинга практически не отображает

показателей оценки использования данного финансового инструмента как способа взаимовыгодных отношений в некоммерческом секторе, поэтому направленность данного исследования на некоммерческую сферу использования краудфандинговых механизмов финансирования заключает в себе научную новизну работы и подчеркивает актуальность темы.

Фундаментальные и основополагающие исследования инвестиций и привлечения капитала заложены в трудах великих зарубежных учёных Ф. Кэне, Ле Трона, М. Ривьеры, Ж. Тюрго, Т. Сиенса, А. Смита, Д. Рикардо, Дж. Милля, Ж.Б. Сеяма, Дж. Лодердейла, Т. Мальтуса, С. Джевонса, К. Менгера, Е. Бем-Баверка, Ф. Визера, Л. Вальраса, Дж. Кларка, Дж. Мида, Э. Денисона, Р. Солоу, Дж. М. Кейнса, Е. Домара. Р. Хэррода, Э. Хансена, Дж. Робинсона, С. Харриса, Дж. Хикса, Т. Веблена, А. Шпитгоффа, Дж. Коммонса, В. Митчелла, Д. Б'юкенене, У. Ростоу и др. Эти исследователи сформировали основные концепции сбора финансовых средств.

Среди исследований, посвященных фандрайзингу, можно выделить труды Вертаковой Ю.В., Жукова Г.В., Ковалёва В.Н., Э. Джарвиса, К.С. Харша, П. Парнита, Джанг Джункаи, К. Нанда, Куликовой А. Э., Якубова Р. Л., Киселёвой Т.Ю. и др.

Современные взгляды на понятия «крауд-технологий» и «краудфандинга», рассматриваются в трудах Вертаковой Ю.В., Э. Джарвиса, Горовой В.В., Дуковой Е.В., Гилмора Д., Душиной М.О., Дж. Хау, Ламберта Т., Хмелёва Г.А., Калининой М.С., Кима М., Холла С.М., Руссковой Е.Г., Чайкиной Е.В., Чайкиным В.Ю., Швейкиной О.Е., Санина М.К., Спиридовой Е.А., Конягиной М.Н., Холостовой Е. И., Климантовой Г. И., Джейсона Рича, Юрченко А.А., Чупровой О.Ю. и др.

Сущность классификации некоммерческих организаций составлены учёными Helmut K. Anheier, Молчановой О.П., Ишиной И.В., Басовой Н.В., Бикаловой Н.А., Гузь Н.А., Дзусовой С.С., Долиной О.Н., Дубровой М.В., Киселёвой Т.Ю., Лариной Л.Б., Рябовой И.С., Фруминой С.В., Черновым А.Ю., Кожевниковым О. А., Нечкиным А. В., Грищенко Ю. И., Snyder G., Hartigan P.,

Dawson H., Burton A. Weisbrod, Kenneth J. Arrow, Богомоловой А.В., Новак М.А., Клишиной Ю.Е., Гловой И.И., Углицких О.Н., Томиной Е.П., Федоренко Н.В., Змяк С.С., , и др.

Несмотря на существующие исследования, теоретические и методологические аспекты использования технологии краудфандинга как способа привлечения финансовых средств остаются недостаточно проработанными, в частности, применительно к процедурам проведения краудфандинговых кампаний некоммерческих организаций, из чего следует что данное направление исследования является весьма перспективным.

Целью выпускной квалификационной работы является проработка эффективного способа привлечения финансовых средств в сферу некоммерческих проектов на основе развития краудфандинговых технологий.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие основные научно-практические задачи:

- Выявить разновидности краудфандинга и его особенности, подходящие для использования в некоммерческой отрасли;
- Провести сравнение краудфандинга с другими технологиями привлечения финансовых средств, подходящих для реализации некоммерческих проектов;
- Разработать методику оценки показателей эффективности проведённых проектов некоммерческой организации. Проанализировать деятельность краудфандинговых кампаний в некоммерческом секторе, предложить рекомендации по улучшению дальнейших показателей и дать прогноз на будущие краудфандинговые кампании;
- Предложить механизмы эффективного продвижения и совершенствования технологий краудфандинга для некоммерческих проектов на территории Российской Федерации.

Объект исследования: некоммерческие проекты, находящиеся на старте или в процессе развития и нуждающиеся во внешнем финансировании.

Предмет исследования: возможности и особенности краудфандинга как источника привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты.

Важно, что краудфандинг сам по себе представляет собой в целом новое явление недостаточно проработанное и изученное, поэтому теоретической и методологической базой исследования стало небольшое количество трудов зарубежных и отечественных учёных. В выпускной квалификационной работе использовались такие методы научного исследования, как метод сравнительного анализа и синтеза, метод группировки данных, дедуктивный метод, табличный метод обобщения информации, статистический метод, метод компаративного анализа, экономико-математическое моделирование, практические методы наблюдения, и метод моделирования.

Информационную базу исследования составили учебные материалы, материалы статистических, аналитических и экспертных исследований, официальные открытые данные краудфандинговых платформ, публикации в монографиях и научных докладах, материалы научных конференций, материалы сайтов в сети интернет, а также результаты персональных исследований автора.

Научная новизна выпускной квалификационной работы состоит в анализе краудфандингового механизма финансирования некоммерческих проектов, введении аналитических показателей краудфандинговых кампаний, разработке условий предоставления финансовых ресурсов на некоммерческие идеи, отличающихся усовершенствованной финансовой технологией взаимовыгодного сотрудничества спонсоров и организаторов некоммерческих проектов.

Основные научные результаты, полученные лично автором выпускной квалификационной работы:

- Выявлены параметры, определяющие преимущество краудфандинга для привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты, по сравнению с фандрайзингом, а также с другими крауд-технологиями;

- Разработан авторский вариант системы видов крауд-технологий. Предложена схема, показывающая схожесть и различия в работе технологии краудфандинга в некоммерческих и в коммерческих проектах;
- Выявлены авторские классификации технологии краудфандинга;
- Выявлены авторские функции технологии краудфандинга;
- Проведено сравнение с другими способами привлечения финансовых средств и выделены условия, при которых технология краудфандинга является оптимальной для привлечения финансов в некоммерческие проекты;
- Предложен авторский вариант стадий краудфандинговых кампаний;
- Выявлены ключевые цели краудфандинга как технологии привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты;
- Осуществлён анализ всех проведённых краудфандинговых кампаний фонда «Ника» и предложены рекомендации дальнейших возможных некоммерческих краудфандинговых кампаний данного фонда;
- Предложена стратегия развития и улучшения краудфандинга как способа привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты;
- Разработаны рекомендации по улучшению условий проведения краудфандинговых кампаний путём изменения законодательства Российской Федерации.

Теоретической значимостью результатов исследования является обнаружение ключевых особенностей привлечения финансовых средств в некоммерческие организации с использованием краудфандинговой технологии.

Практической значимостью полученных результатов является возможность применения краудфандинговой технологии в практике развития некоммерческих организаций, а также других некоммерческих проектов.

Объем и структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего

69 наименований. Исследование изложено на 64 страницах машинописного текста и включает 5 таблиц и 7 рисунков.

Выпускная квалификационная работа имеет следующую структуру:

Во введении обоснована актуальность темы исследования, проанализирована степень ее разработанности, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, раскрыта научная новизна, теоретико-методологическая и информационная база исследования, его теоретическая и практическая значимость, указаны результаты исследования и предложены варианты внедрения их в практику работы некоммерческих организаций.

В первой главе раскрываются особенности краудфандинга как подвида фандрайзинговых технологий и крауд-технологий, выделены его особенности, проведена классификация и определены функции. Рассмотрены разновидности краудфандинга, в том числе, отдельно – вид краудфандинга для некоммерческих проектов. Представлена краткая история возникновения самого феномена краудфандинга, а также этимология термина «краудфандинг». В главе проведено сравнение с другими способами привлечения денежных ресурсов в проекты и выделены преимущества и недостатки краудфандинга как способа привлечения финансовых средств. Выявляются стадии проведения краудфандинговой кампании, её структура. Описываются законодательные нормативы в отношении краудфандинга на территории Российской Федерации.

Во второй главе проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности краудфандингового сообщества, с учетом мировых и российских показателей данной сферы, проводится анализ деятельности различных краудфандинговых платформ. Подробно проанализирована деятельность четырёх проведённых краудфандинговых кампаний фонда «Ника», подведены их итоги и сформулированы рекомендации для возможных дальнейших кампаний. В заключении главы рассматриваются имеющиеся условия и предпосылки обеспечения финансирования социальных проектов некоммерческих организаций с использованием технологии краудфандинга и формулируются рекомендации по их улучшению.

В третьей главе рассматриваются социальная и экономическая результативность краудфандинга в инвестиционном процессе некоммерческих проектов. Проводится среднесрочный прогноз экономических и социальных результатов краудфандинга некоммерческих инвестиционных проектов. Предлагается стратегия развития и улучшения краудфандинга как способа привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты.

В заключении сформулированы обобщающие теоретические выводы и практические рекомендации. Указаны дальнейшие перспективы работы краудфандинговой технологии в некоммерческом секторе с учетом результатов проведенного исследования.

Глава 1 Теоретические подходы к раскрытию сущности, функции и особенностей краудфандинга в инвестировании проектов некоммерческих организаций

1.1 Краудфандинг как разновидность фандрайзинга и крауд-технологий. Особенности, классификации и функции краудфандинга в проектах некоммерческих организаций.

Попытки объяснения сути работы технологии краудфандинга путём использования пословиц «С миру по нитке – голому рубаха» и «Пустить шапку по кругу» неверны, поскольку данные фразеологизмы неточно описывают обсуждаемый механизм привлечения финансовых ресурсов. Они более относятся к обширному термину «фандрайзинг», который будет раскрыт ниже. В свою очередь, термин «краудфандинг» устроен более сложно.

Принципиально важно отметить некоммерческую составляющую краудфандингового проекта. Некоммерческим проектом считается тот проект, целью создания которого является решение какого-либо социально важного вопроса или воплощение в жизнь идеи помогающей разрешить какую-либо как человеческую, так и в целом природную проблему или же достижение каких-либо общественно полезных благ. Также главной целью такого проекта не может стать извлечение финансовой выгоды для его организаторов. Вместе с тем некоммерческая организация может осуществлять деятельность, приносящую доход, но эта деятельность должна соответствовать основной цели и доход от этой деятельности должен быть использован только на основные цели.

Перед сравнением краудфандинга и других крауд-технологий важно уточнить смысловое наполнение терминов, ведь все они заимствованы из иностранного, в частности, английского языка. Известно, что проблема перевода технической терминологии – отдельный вопрос для исследовательского поиска, которого в данной работе автор касаться не будет,

воспользовавшись существующими определениями и классическим переводом с помощью словарей.

Краудфандинг (*crowd* – толпа, *funding* – финансирование) – финансирование множеством людей. Это способ привлечения средств путём коллективного сотрудничества людей для реализации какого-либо проекта.

Фандрайзинг (*fund* – фонд, *raising* – выращивание) – сбор денежных средств для фондов. Зачастую, под этим термином подразумевают безвозмездное финансирование благотворительных проектов. Данный вид привлечения финансов можно считать всеобъемлющим в этой теме, поскольку все крауд-технологии являются способом сбора денежных средств.

Краудинвестинг (*crowd* – толпа, *investing* – инвестирование) – инвестирование множеством источников. Проект, основанный на краудинвестинге, являющийся ответвлением краудфандинга, предоставляет спонсорам вместо вознаграждений свои акции и дальнейшие дивиденды. Некоммерческие проекты в данном виде крауд-технологий отсутствуют, поскольку такие компании не преследуют цели зарабатывания прибыли, что является противоположностью рынкам ценных бумаг. Поскольку у стартапа или расширяющегося бизнеса нет возможности выйти на фондовый рынок, они могут прибегнуть к технологии краудинвестинга: на специальной площадке разместив публикацию проекта и расписав бизнес-план для привлечения финансов от инвесторов, которые в свою очередь, в случае успешного краудинвестинга, получают долю в проекте и смогут рассчитывать на часть прибыли проекта. В отличие от неакционерного краудфандинга, краудинвестинг предполагает повышенную степень информированности для инвесторов о процессе развития проекта. Учредители проекта должны не только производить продукт, для которого был привлечён капитал, но и создать собственный капитал путем основания компании. Краудинвестинг, в отличие от других крауд-технологий, включает предоставление ценных бумаг, которые потенциально могут являться способом возврата инвестиций. Важно не путать

с венчурными инвестициями, поскольку этот финансовый инструмент является более рискованным, нежели краудинвестинг.

Краудлендинг (*crowd* – толпа, *lending* – кредитование) – в данной схеме участвуют три группы: заёмщики, заимодавцы и площадки, выступающие в качестве посредника между первыми двумя. Оформляя сделку через специальную платформу–гаранта, человек, давший займы, через оговоренный промежуток времени получает обратно деньги с определёнными процентами, а сайт-посредник получает комиссию.

Краудсорсинг (*crowd* – толпа, *sourcing* – поиск источников) – привлечение различных ресурсов людей. Люди предлагают для решения поставленных задач своё прямое участие: время, навыки, знания и умения. Под эту технологию может подойти как обычное волонтерство, так и стажировки в компаниях. Вознаграждение добровольцев, поддерживающих проект, предусматривается нематериальное. Примером глобального краудсорсингового проекта является популярный веб-сайт «Википедия», который основан на принципах общедоступности информации и свободы её создания. Интернет-энциклопедия базируется на том, что создавать и редактировать статьи в ней может любой пользователь интернета [43]. Множество примеров коммерческого краудсорсинга можно найти в различных отраслях IT-сферы. Разработчики видеоигр до официального выпуска игры привлекают пользователей на бета-тестирование для поиска ошибок от лица игрока. Еще один пример работы такой технологии: во время начала развития социальной сети «ВКонтакте», основателями которой являются Павел и Николай Дуровы, в 2007 году Антон Розенберг, разбирающийся в программировании, сообщил им о некоторых найденных ошибках сайта. После этого братья пригласили программиста к себе в штат [69], и Антон Розенберг посредством краудсорсинга стал сотрудником «ВКонтакте». Краудсорсинг может присутствовать как в некоммерческих проектах (написание статей в указанной выше «Википедии»), так и в коммерческих, но наградой для участников в обоих случаях, в первую очередь, являются не финансовые средства, а

ощущение причастности к большому делу, к тому же у активных и эффективных участников проекта появляется возможность получить работу.

Также важно упомянуть еще один термин, использующийся в описании крауд-технологий, заимствованный из английского языка. Того, кто поддерживает различные проекты, называют по-разному: спонсор; донор; инвестор; донатор (to donate – пожертвовать); бэкер (to back – поддерживать).

Все ранее описанные технологии по-своему различаются между собой, но объединяет их то, какие ресурсы требуются для проведения успешной кампании, и что спонсоры получают взамен. В соответствии с таблицей 1, был проведён сравнительный анализ фандрайзинга и крауд-технологий по критериям ресурсов спонсоров и вознаграждений спонсоров.

Таблица 1

Схожие параметры крауд-технологий и фандрайзинга

| Название | Ресурсы спонсоров | Вознаграждение спонсоров |
|----------------|---------------------------------|--|
| Краудфандинг | Деньги | Материальные и/или нематериальные ресурсы (ценности) |
| Фандрайзинг | Деньги | Нематериальное (благодарность, отчёт) |
| Краудинвестинг | Деньги | Акции и дивиденды |
| Краудлендинг | Деньги | Одолженная сумма с процентами |
| Краудсорсинг | Время, навыки, знания и умения. | Нематериальное (благодарность, удовлетворение от участия, приглашение на работу) |

Примечание. Таблица 1 составлена автором на основе данных, полученных в результате анализа технологий фандрайзинга и крауд-технологий.

К полностью, или почти полностью, благотворительным способам привлечения средств можно отнести фандрайзинг и краудсорсинг, поскольку взамен спонсор получает только нематериальные блага (ощущение причастности к решению важной проблемы, наслаждение от альтруизма и т. п.). В свою очередь, у инвесторов в краудлендинге и краудинвестинге в приоритете находится задача приумножения капитала, а нематериальная составляющая не играет серьезной роли.

Технология краудфандинга, по способу вознаграждения спонсоров, находится на пересечении рассмотренных выше технологий, в соответствии с Рис.1., краудфандинг может использоваться как для продвижения коммерческих проектов, задача которых – приносить прибыль создателям, так и

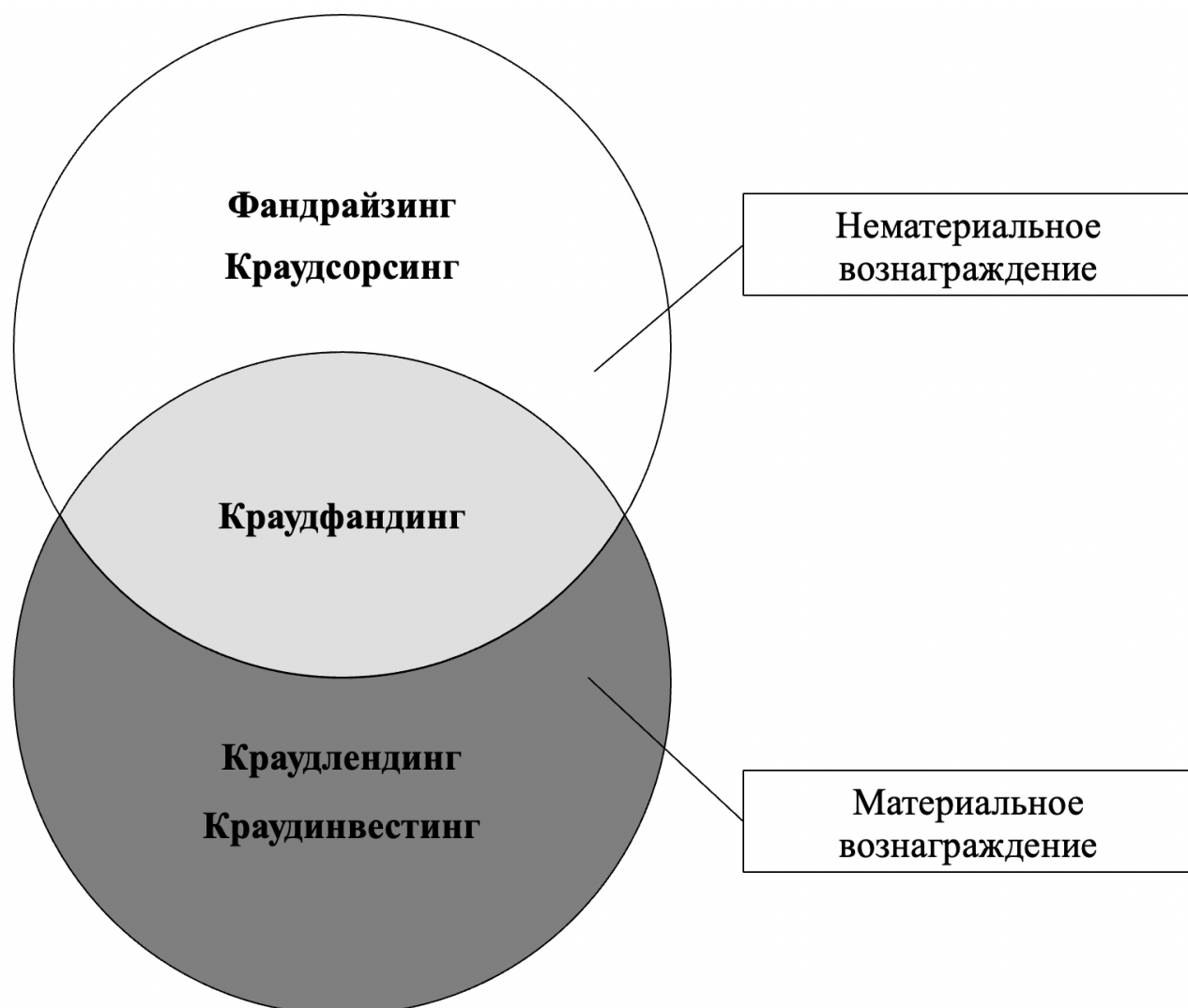


Рис. 1 – Разделение крауд-технологий и фандрайзинга по вознаграждению для спонсоров

для реализации некоммерческих проектов, нацеленных на решение важных социальных проблем. Поэтому краудфандинг может предполагать как материальное вознаграждение, так и нематериальные бонусы для доноров, поддержавших некоммерческий проект, что в свою очередь, увеличивает аудиторию и её интерес к сбору средств.

Исходя из проведённого исследования, автор вывел следующую схему, в соответствии с Рис.2, определяющую разновидности краудфандинга, в том числе и краудфандинга в проектах некоммерческих организаций. В схеме показаны схожести и различия между технологией краудфандинга в некоммерческих и коммерческих проектах.

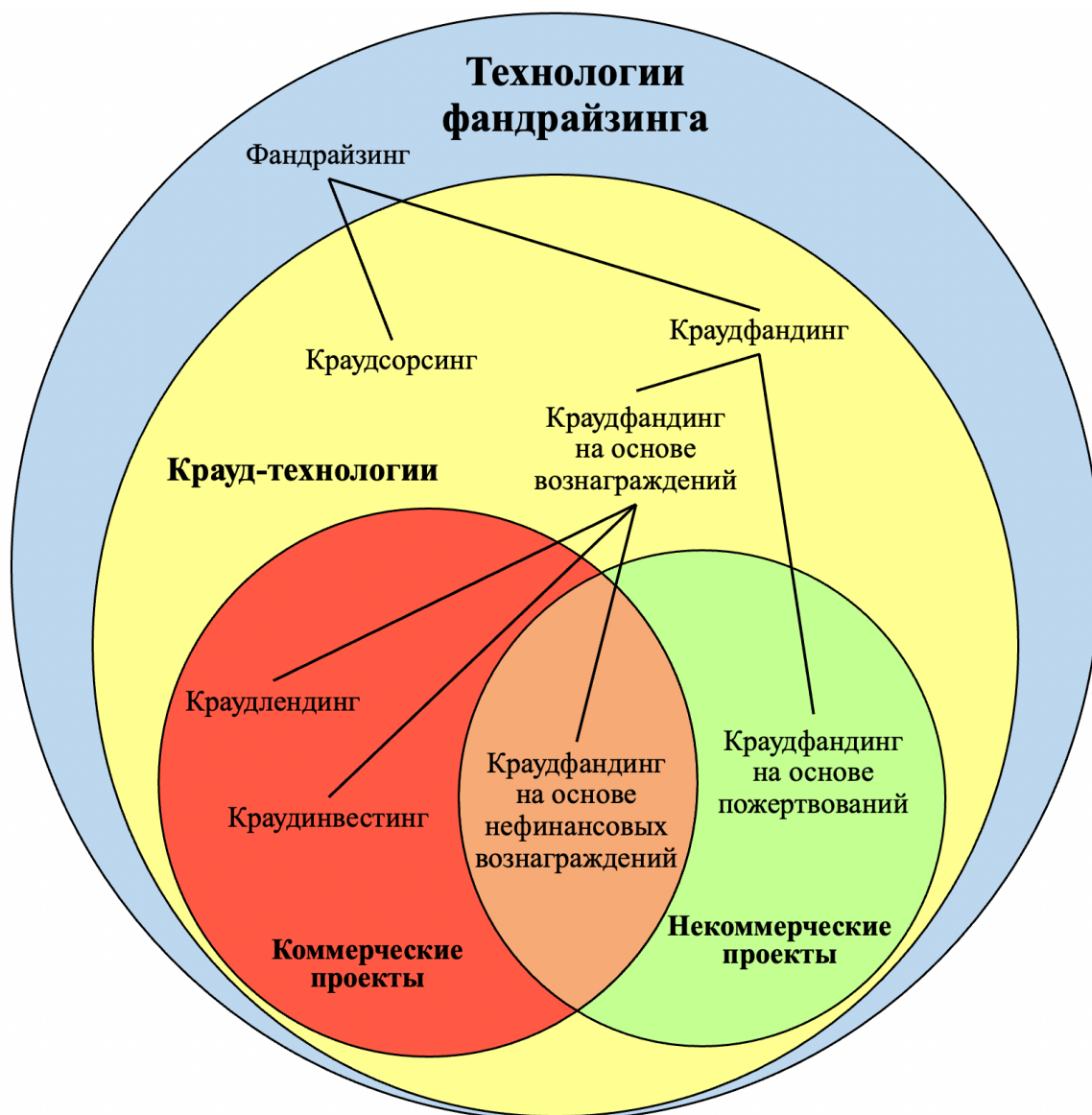


Рис. 2 – Система разновидностей крауд-технологий в технологиях фандрайзинга

Автор отмечает, что не все технологии фандрайзинга отмечены в предлагаемой схеме, но технологии фандрайзинга как таковые были упомянуты для выделения происхождения крауд-технологий, краудфандинга в целом и его разновидностей.

Важно подчеркнуть отличительные особенности краудфандинга как системы коллективного финансирования:

1. Конкретно определённая искомая сумма необходимых для сбора средств. С самого начала запуска краудфандингового проекта аудитория, от которой вы планируете получить финансовую поддержку, должна знать и понимать, какие цели необходимо собрать отмеченную сумму. Все затраты должны быть заранее строго прописаны для того, чтобы каждый желающий смог подробно ознакомиться с планом по реализации идеи или проекта.
2. Временные рамки. Искомая сумма средств не может бесконечно накапливаться от доноров, поскольку у краудфандинговой кампании должна быть четко оговоренная дата запуска и дата её завершения. Заявленная сумма средств должна быть собрана за конкретный временной промежуток.
3. Система бонусов и вознаграждений. При его успешном завершении краудфандингового проекта каждый, кто финансово поддержал инициативу реципиента, должен получить конкретный, определённый бонус. Этим может выступать товар, услуга или нематериальная благодарность.

Метод компаративного анализа краудфандинговых платформ Kiva, ArtistShare, IndieGoGo, Kickstarter, GoFundMe, Planeta.ru, Boomstarter, Fundly, FundRazr позволил выделить важные классификации краудфандингового проекта. Исходя из проведённых исследований, в соответствии с таблицей 2, автор выделяют следующие классификации краудфандингового проекта:

Классификации краудфандингового проекта

| Признак классификации | Виды | Пояснение |
|-----------------------|--|---|
| По цели проекта | Коммерческая, некоммерческая | Главной целью краудфандингового проекта может быть не только увеличение прибыли организации, но и осуществление идеи, приносящей пользу человечеству |
| По вознаграждению | Материально-финансовый, материально-нефинансовый, нематериальный | Инвесторы, желающие приумножить свои средства, используя крауд-технологии, отдают предпочтение денежному (материально-финансовому) способу вознаграждения. Тем участникам, которым важна реализация идеи проекта как таковая, в качестве вознаграждения представляется необходимым получить материально-нефинансовый или нематериальный продукт или услугу. |
| По назначению | Инновационная технология, стартап, развитие организации, искусство, социальная проблема и т.д. | Для достижения цели важно определить назначение и способ её решения. |

| Признак классификации | Виды | Пояснение |
|-----------------------|---|--|
| По подвидам | Краудфандинг на основе пожертвований, краудфандинг на основе нефинансовых вознаграждений, акционный (краудинвестинг), долговой (краудлендинг). | Ниже будут раскрыты подробнее данные способы привлечения средств |

Примечание. Таблица 2 составлена автором на основе данных, полученных в результате анализа 120 краудфандинговых проектов за последние 5 месяцев 2021 года, размещенных в англоязычном и русскоязычном сегментах интернета.

Коммерческий проект создан для дальнейшего извлечения прибыли в качестве основной цели. Некоммерческие проекты главными целями ставят решение определённых проблем или осуществление идей. Необходимо подробно разобрать вышеупомянутые классификации в некоммерческом краудфандинговом проекте.

Принципиально, что целью некоммерческого краудфандингового проекта является некоммерческий объект. Материально-финансовый вид вознаграждения относится исключительно к коммерческому проекту, поскольку иные проекты не преследуют цели зарабатывания прибыли, и соответственно, денежных вознаграждений за собой не могут иметь. Материально-нефинансовым вознаграждением для участника проекта является, например, открытка, сделанная детьми из детского дома. Нематериальным подарком для доноров проекта может стать фотоотчет о ремонте здания

детского дома. Некоммерческая инициатива есть почти во всех сферах жизни. Назначение инновации в некоторых проектах служат помощью людям, иными словами - решение социальных проблем, таких как создание и установка имплантов ног или рук людям, лишившихся конечностей, а в коммерческих проектах инновации, например, способны решать проблемы оптимизации производства.

Краудфандинг играет значительную роль как в коммерческих, так и в некоммерческих проектах. В результате проведения сравнительно-сопоставительного анализа свободной выборки из 120 краудфандинговых проектов за последние 5 месяцев 2021 года, размещенных в англоязычном и русскоязычном сегментах интернета, в частности на платформах IndieGoGo, Kickstarter, GoFundMe, Planeta.ru, Boomstarter, автор выделил важнейшие функции краудфандинга:

- Обеспечивающая. Сбор средств для осуществления идеи или проекта, решения задачи или проблемы;
- Информационная. На краудфандинговых платформах авторам проектов предоставляется возможность досконально раскрыть проблему или идею, на которую требуются средства;
- Рекламная. Краудфандинговые площадки, разместив у себя проект, тем самым продвигают его, информируя пользователей этой площадки об открытии нового сбора;
- Потенциально-инвестиционная. Часто после успешной краудфандинговой кампании отдельные инвесторы обращают внимание на определённые коммерческие или некоммерческие организации, стартапы или конкретные физические лица и начинают более тесное сотрудничество с ними, оказывая спонсорскую поддержку;
- Репутационная. К людям и организациям, сдержавшим свои обещания при проведении краудфандинговой кампании, возникает большее доверие со стороны спонсоров, тем самым набор средств на следующие кампании происходит быстрее и увереннее;

- Тестирующая. Придав проект огласке, можно увидеть востребованность и заинтересованность спонсоров к определённой идее или проблеме, а также подробно определить целевую аудиторию и увидеть реакцию живого спроса на продукт или услугу;
- Функция обеспечения безопасности создателей проекта. Поскольку размещение проекта на краудфандинговой платформе бесплатное, первоначальные расходы организаторов и риск их «прогорания» близятся к нулю;
- Функция обеспечения безопасности спонсоров проекта. Площадка для краудфандинговых проектов выступает гарантом проведения сделки, что резко снижает возможность сбора средств для мошенников.

1.2 История, сущность и превосходство краудфандинга как способа привлечения финансирования в проекты некоммерческих организаций.

Выше было разобрано, что крауд (*crowd*) переводится с английского как «толпа», а фандинг (*funding*) – спонсирование, финансирование. Таким образом, краудфандинг – это способ привлечения средств, путём коллективного сотрудничества людей для реализации какого-либо проекта. Упрощенно – это взаимовыгодная система взаимодействия авторов и спонсоров. При успешно проведённой краудфандинговой кампании инициатор проекта получает необходимые средства для реализации поставленной цели или воплощении идеи, а финансово поддерживавшая аудитория получает сам результат проекта и обговорённый бонус в виде вознаграждения. В итоге это действительно система взаимовыгодного сотрудничества автора идей и аудитории, которой в этом заинтересованы.

Стоит отметить, что краудфандинг как феномен гораздо старше самого термина. Крауд-технологии давно существуют в жизни человека и корни явления можно проследить в разных сферах и даже эпохах.

Зачатки краудфандинговой системы организации сбора средств условно можно найти, например, анализируя историю мирового книгопроизводства и книгопечатания: издатели и авторы книг продвигали и рекламировали книжные проекты и при нахождении достаточного количества людей, готовых заплатить за книгу после её выхода, начинали процесс создания. Безусловно, это не краудфандинг в современном понимании термина, поскольку реальный приток денег начинался в таком случае только с прибытием продукта. Однако список потенциальных покупателей для книг работал на то, чтобы вызвать у деятелей доверие, необходимое для того, чтобы рискнуть средствами [4].

Первым крупным краудфандинговым проектом Соединенных Штатов Америки можно назвать Статую Свободы в Нью-Йорке. Созданная французским скульптором Фредериком Огюстом Бартольди в 1876 году и оплаченная правительством Франции, статуя была дипломатическим подарком США. Однако США не смогли собрать 250 000 долларов на гранитный постамент для статуи – это около 6,3 миллиона долларов по ценам настоящего времени. К лету 1885 года Статуя Свободы была в Нью-Йорке в разобранном виде, ожидая сборки. Американскому комитету по Статуе Свободы было поручено собрать деньги, но их не хватило более, чем на 30 процентов расходов. Гровер Кливленд, губернатор Нью-Йорка в период 1883–1885 годов, отказался использовать городской бюджет для его оплаты, и Конгресс не согласовал пакет финансирования для проекта. Казалось, что у Нью-Йорка закончились варианты, когда известный издатель Джозеф Пулитцер решил начать кампанию по сбору средств в своей газете *The New York World*. Кампания собрала деньги от более чем 160 тысяч жертвователей: от бизнесменов до дворников, от детей до политиков. При этом более 75% пожертвований составили менее доллара. Всего за пять месяцев *The World* собрал 101 091 доллар – этого было достаточно, чтобы покрыть последние расходы на возведение пьедестала. Издатель использовал газету, как платформу для рекламы проекта и дальнейшего сбора на постройку. Доноров было большое количество, каждый из них внёс очень небольшой капитал. 22 марта

1885 года Филип Бендер из Джерси-Сити написал, что его семья жертвует 2,65 доллара, включая его детей: «Филип и Элиза Бендеры - по 50 центов каждый; дети – Анна - 25 центов; Фрэнни - 25 центов; Леонард - 10 центов; Фрэнк - 15 центов; Алиса - 10 центов; Ральф - 10 центов; Кэрри - 10 центов». 30 мая мэра города Буффало Джонатан Соувилль пожертвовал свою годовую зарплату в 230 долларов, а 43 богатых жителя Нью-Йорка отдали по 250 долларов каждый [5].

Журналисты The World с большим успехом использовали развернувшуюся кампанию по сбору средств в качестве рекламного приема: на фоне призывов о поддержке, газета The World вела и отображала на первой странице постоянный учет и хронику пожертвований в фонд «Статуи Свободы».

Если бы кампания была запущена в настоящее время, то она была бы классическим краудфандинговым онлайн-проектом, подобным тем, которые осуществляются на онлайн-площадках Kickstarter и Indiegogo. Можно выделить основные признаки такого проекта: скорость, с которой были собраны деньги, количество небольших пожертвований и тот факт, что весь процесс происходил в одной газете. Как и многие современные краудфандинговые кампании, The World обещала награды, в том числе памятную золотую монету, для крупнейшего донора. Современные кампании на Kickstarter обычно предлагают награды, начиная от футболок и заканчивая личной встречей с художником или режиссёром фильма при реализации каких-то художественных инициатив.

В России также можно проследить развитие современной краудфандинговой технологии сбора средств. На территории Российской империи в начале XX века в деревне Турнаево, Новосибирская область, у группы воцерковленных жителей возникла идея построить Первый в Сибири храм, освящённый во имя преподобного Серафима Саровского. В 1912 году в деревне и окрестностях начался сбор пожертвований, позже из Перми пригласили артель мастеров и строительство храма началось [44]. Посмотрев на это событие через призму краудфандинговой технологии сбора средств, можно увидеть: у небольшой группы людей возникает идея создать первый храм в их

обширном регионе в память об одном из наиболее почитаемых иеромонахов в истории Русской Церкви, но суммой для постройки храма они не владеют. Устное продвижение идеи (рассказы соседям, жителям окрестных деревень) дало возможность инициативной группе заручиться финансовой поддержкой доноров и собрать денег для строительства храма. Вложение собранных средств в работу команды мастеров-профессионалов в результате позволило создать один из ярчайших памятников архитектуры этого региона. В то же время все участники инициативной группы и просто жители этой деревни и окрестностей получили место для реализации своих потребностей в духовном росте. Очевидно, что можно назвать историю строительства этого храма упрощённым примером краудфандинга для некоммерческого проекта: крестьяне выделили бюджет, с помощью которого удалось осуществить идею строительства храма. Несомненно, в истории человечества можно найти еще много примеров появления и развития краудфандинговой технологии сбора средств.

Родоначальником краудфандинга в современном понимании термина можно назвать музыку: первые онлайн-кампании собирались для поддержки музыкальных групп. В Великобритании фанаты популярной музыкальной рок-группы Marillion, основанной в 1979 году, в 1997 году собрали 60 тысяч долларов для проведения музыкального тура группы в США, организовав интернет-кампанию по сбору денег. Интересно отметить, что сами музыканты рок-группы Marillion никаким образом не участвовала в сборе средств [25].

Брайан Камелио, рождённый в 1965 – основатель и генеральный директор первой краудфандинговой платформы под названием «ArtistShare», созданной в 2001 году для продвижения и финансирования музыкальных исполнителей. В поздних интервью Камелио рассказывал, что в процессе разработки веб-сайта www.artistshare.com очень многие относились к его идее крайне скептически [28]. Пятью годами позже в Германии запускается похожая краудфандинговая площадка для музыки «Sellaband», но в 2010-м году становится банкротом несмотря на то, что компания удерживала треть дохода от продажи выпущенных альбомов [29].

Еще один пионер краудфандингового движения американец Эндрю Мейсон, рождённый в 1980 году, хотел найти способ собрать воедино большое количество людей для коллективной координации решения человеческих проблем. В 2007 году Мейсон запустил первую краудфандинговую веб-платформу для некоммерческих проектов под названием «The Point», задачей которой было объединять группы людей для решения социальных проблем. В 2008 году проект переименовывают в Groupon и сделают из него скидочный агрегатор[30].

По мере развития данной бизнес-модели в сети стало появляться больше краудфандинговых сайтов. Первопроходцами инновационного способа привлечения финансов являются Kiva, SliceThePie, The Point (предшественник Groupon), IndieGoGo, Kickstarter, GoFundMe, Microventures, and YouCaring, многие из которых до сих пор продолжают свою работу, занимая лидирующие показатели среди всех краудфандинговых платформ во всём мире.

Таблица 3

Первые краудфандинговые платформы по различным категориям

| Название | Год основания | Сферы финансирования | Электронный адрес |
|---------------------------------|---------------|--|---|
| ArtistShare (США) [45] | 2001 | Музыка | https://www.artistshare.com |
| Sellaband (Германия) [31] | 2006 | Музыка | - |
| Kiva (США) [46] | 2005 | Образование, малый бизнес, экология, сельское хозяйство, искусство, родители-одиночки, здоровье, социальные проблемы | https://www.kiva.org |

| Название | Год основания | Сферы финансирования | Электронный адрес |
|------------------------------------|---------------|--|---|
| SliceThePie (США) [47] | 2007 | Музыка | https://www.slicethepie.com |
| The Point (США) [30] | 2007 | Социальные проблемы, благотворительность | - |
| IndieGoGo (США) [48] | 2008 | Благотворительность, стартапы, искусство, музыка, инновации, дизайн, музыка, фильмы, игры, книги и многое другое | https://www.indiegogo.com |
| Kickstarter (США) [49] | 2009 | Стартапы, искусство, музыка, инновации, дизайн, музыка, фильмы, игры, книги и многое другое | https://www.kickstarter.com |
| GoFundMe (США) [50] | 2010 | Медицинская помощь, чрезвычайная ситуация, мемориал, образование, некоммерческие проекты, коронавирус, благотворительность | https://www.gofundme.com/c/about-us |
| Microventures (США) [51] | 2009 | Стартапы, компании на ранней стадии развития | https://microventures.com/about/team |
| YouCaring (США) [32] | 2011 | Медицинская помощь, благотворительность, некоммерческие проекты. | - |
| Pledge Music (Великобритания) [33] | 2009 | Музыка | https://www.pledgemusic.com |

Примечание. Таблица 3 составлена автором на основе данных, полученных в результате анализа краудфандинговых платформ.

Первопроходцами в России являются две краудфандинговые площадки Planeta.ru и Boomstarter, основанные в 2012 году, которые и по наше время остаются лидерами своей отрасли в пределах территории страны [52][53][34].

Краудфандинг как технология привлечения финансов имеет как определённые преимущества, так и недостатки в сравнении с другими популярными способами привлечения финансовых средств в различные проекты являются:

- Бизнес-ангелы и крупные инвесторы. В кругах участников инвестиционного рынка существует дискуссия сравнения способов привлечения инвестиций бизнес-ангела или технологией краудфандинга [35][36][37], поскольку спонсоры в обоих случаях начинают инвестирование на начальном этапе развития проекта. Но в случае с бизнес-ангелом, рассматриваемый тип взаимодействия всегда включает в себя передачу доли компании инвестору, из-за чего растёт риск столкновения с негативными последствиями ввиду расхождений желаний, задач, целей и виденья стратегий дальнейшего развития. Краудфандинг же с одной стороны позволяет обеим сторонам взаимодействовать друг с другом, подсказывая, советуя и высказывая личные видения о проекте. А с другой стороны, не ставит организаторов кампании в прямую зависимость от мнения аудитории, исключая жёсткие ограничения в творчестве для первых. Также важным фактом является и то, что основной целью традиционных инвесторов является увеличение личного финансового состояния, то есть прибыли компаний, чьи доли они приобретают, а потому редко можно найти бизнес-ангела, готового поддержать некоммерческую организацию.
- Венчурные фонды. Рискованные проекты являются большей частью спонсорства венчурных фондов, но такой способ привлечения инвестиций подразумевает за собой имеющееся наличие уже

функционирующей фирмы. То есть получить поддержку венчурных инвестиций можно только в том случае, если производство или деятельность уже налажена и требует дальнейших вложений. Это значит, что первые инвестиции должны быть сделаны основателем проекта. Краудфандинг же предоставляет возможность получения средств с самого начала или даже до старта функционирования проекта. И также как и у крупных инвесторов, целью венчурных инвестиций является приумножение прибыли, что напрямую не относится к некоммерческим организациям.

- Кредиты в банках. Кредитование является крайне рискованным способом привлечения инвестиций в российских условиях с финансовой точки зрения. Поскольку процентные ставки высоки, политическая обстановка нестабильна, условия займа сумм больших объёмов тяжелы для заёмщика, а также и потому, что в случае провала идеи, автор окажется в безвыходном положении выплаты крупного долга, быстрорастущего из-за штрафов за просрочку. Тем более некоммерческие организации в начале своего развития, зачастую не имеют возможности быстро предоставить положительные финансовые показатели, на которые можно рассчитывать с кредитным долгом.
- «3F» или «FFF» (*friends, fools & family*). Данный способ привлечения первоначальных инвестиций распространён по всему миру для небольших проектов. Дословно он переводится как «друзья, дураки и семья». Под этим слоганом рассматривается вариант получения финансирования от тех людей, которые вас хорошо знают и доверяют вам (друзья и семья) и тех, кто не имеет опыта в инвестициях и досконально не способны рассчитать риск вложенной суммы («дураки»). Исследуя рассказы организаторов краудфандинговых проектов, многие отмечают, что принципиально важно в начале запуска краудфандинговой кампании обратить внимание аудитории, к которой у вас уже имеется высокий кредит доверия, на старт краудфандинговой кампании по сбору

финансов, для запуска первых переводов денежных средств. [15, 176 с.] Это нужно, для того чтобы у дальнейших потенциальных инвесторов не возникало чувства недоверия, так как незнакомому человеку тяжело будет решиться стать первым спонсором, учитывая тот факт, что никто ещё не поддержал заявленный проект. Сам по себе данный способ имеет весомый недостаток в виде немалого риска испортить взаимоотношения с «*friends, fools & family*» в случае, если проект провалится. Но если «ЗФ» использовать не как единственный источник финансирования, а как метод дополнительного улучшения условий проведения краудфандинговой кампании, то все останутся в плюсе.

- Учредительские и членские взносы. Не у всех найдётся возможность воплотить определённые идеи в жизнь, особенно если проект содержит в себе цель решения какой-либо социальной проблемы на безвозмездной основе. К тому же трудно добиться должного качества в исполнении проекта, опираясь только на самофинансирование.
- Прямой сбор средств. Одна из важнейших функций краудфандинговых площадок – это роль гаранта во взаимоотношениях между спонсорами и организаторами краудфандинговых кампаний. Платформа, имеющая статистику о многих успешно проведённых сборах средств и достаточное количество отзывов самих пользователей, вызовет больше доверия у потенциальных инвесторов, чем ситуация, в которой к инвестору напрямую обращается незнакомец с просьбой о финансовой поддержке его идеи. Такой способ чаще всего может вызвать подозрение, поскольку у многих людей данные действия ассоциируются с мошенниками. Также привлечь самому внимание большой платёжеспособной аудитории гораздо сложнее, нежели воспользоваться рабочей площадкой, где уже находится большое количество доноров.
- Стартап-акселераторы. В какой-то мере данную технологию можно сравнить с поиском бизнес-ангела, но в его роли уже будет выступать учреждение, которое взамен на долю в проекте, обучает, поддерживает

развитие идеи и помогает найти финансовую поддержку для её реализации. Таким социальным институтам, зачастую, как и традиционным инвесторам, интересны планы, имеющие за собой заработок денег как главную цель.

- Бюджеты федерального, регионального и местного уровней. В нынешней политико-экономической ситуации вероятность повлиять на формирование бюджетов крайне мала, и не всегда возможно подстроить цели и задачи конкретного проекта под установленные условия для получения субсидий и дотаций. Сложности могут возникнуть и на этапе согласования с государственными институтами планов реализации инициативы, особенно при возникновении непредвиденных ситуаций (как, например, увеличение сроков реализации проекта).
- Внебюджетные фонды. Помимо вышеупомянутого пункта о бюджетах государственного или регионального уровней, сюда можно отнести факт узкой направленности задач, предлагаемых к решению, что ограничивает вариативность идей потенциального исполнителя.
- Фонды и организации, преследующие благотворительные, образовательные, социальные и другие общественно полезные цели. Использование фонда как способа привлечения финансов в некоммерческий проект гораздо ближе к краудфандингу, чем остальные способы сбора средств. Различия состоят в том, что при краудфандинге система вознаграждения может быть более обширной и индивидуально направленной. В первом случае результат привлечения финансовых средств зависит от презентации идеи одному или нескольким представителям фонда, распределяющим средства, а при краудфандинге успешность проведённой кампании зависит от качества взаимодействия реципиента со множеством доноров. Важно учесть, что краудфандинг позиционируется как мировой финансовый инструмент взаимодействия, не имеющий границ, а в свою очередь фонды часто придерживаются территориального признака.

Важное отличие краудфандинга от других механизмов привлечения финансов состоит в особенной мотивации доноров. Поддерживая проект, спонсоры становятся заинтересованы в том, чтобы краудфандинговая кампания финансируемого проекта прошла успешно, поскольку при положительном результате краудфандинговой программы будут достигнута установленная цель и решены обговорённые задачи. В этом случае доноры не просто вносят финансы до достижения указанной планки сбора средств, но и распространяют информацию о проекте, тем самым привлекая своих знакомых, друзей, коллег и других потенциальных инвесторов. После удачно прошедшей краудфандинговой кампании будут удовлетворены как запросы организаторов кампании, так и предоставлены в полной мере вознаграждения донорам, оказывающим содействие проекту.

В целом, стоит отметить, что в настоящее время краудфандинг позволяет найти финансирование для таких проектов, на которые невозможно было бы привлечь средства традиционными способами: через инвестиции, банковские займы и прочие рассмотренные выше механизмы.

1.3 Структурные, экономические и правовые составляющие системы краудфандинга инвестиционных некоммерческих проектов.

В учебнике «Основы цифровой экономики» М.Н. Конягиной определены этапы реализации проекта на краудфандинговой платформе, описывающие определение цели и идеи проекта, нужной суммы и срока для его реализации, процесс выбора самой краудфандинговой платформы, сбор средств и реализацию проекта. [11, 182 с.] В ходе исследования и сравнительно-сопоставительного анализа свободной выборки из 120 краудфандинговых проектов в соответствии с главой 1, разделом 1.1, подразделом «Функции краудфандинга» автором был выявлен один из важнейших параметров проведения краудфандинговой кампании, представляющий из себя постоянное

взаимодействие с нынешней и привлечение новой аудитории спонсоров, а также определены стадии краудфандинговой кампании:

1. Подготовительная.

1.1. Сформировать чёткую и конкретную идею и её цель, определить и расписать требуемую сумму и сроки для реализации проекта, продумать всевозможные варианты вознаграждения спонсоров за финансовый вклад в развитие проекта.

1.2. Начать формировать аудиторию потенциальных доноров для проекта ещё до начала запуска кампании. Создание по интересам различных групп и чатов в социальных сетях, мессенджерах, форумах и тому подобное.

1.3. Изучив требования и условия краудфандинговых площадок, выбрать оптимально подходящую под проведение конкретной краудфандинговой кампании и согласовать на ней планируемую публикацию запуска.

2. Активная.

2.1. В начале запуска краудфандинговой кампании автору необходимо позаботиться об аудитории так называемой «первой волны». Это близкие, знакомые и друзья, которые способны первыми поддержать проект, тем самым наполнить оживлённостью старт проведения кампании. Проблема аудитории первой волны возникает из-за того, что незнакомому человеку очень трудно решиться занести деньги в проект первым, так как ноль собранных средств на странице проекта отпугивает.

2.2. После прохождения первой волны чаще всего наблюдается рост заинтересованности остальной аудитории краудфандинговой площадки. Во время проведения краудфандинговой кампании необходимо поддерживать взаимосвязь как с уже существующими донорами, так и с потенциальными, предоставляя различную информацию о важности реализации проекта и его какой-либо полезности.

3. Финальная

3.1.Исполнительная. Если в ходе кампании было собрано достаточное количество финансов для осуществления проекта, то автор обязан приступить к его реализации, а также к созданию и передаче вознаграждений спонсорам проекта. Необходимо демонстрировать результаты работы, демонстрировать прототипы и наработки, полученные в результате сбора и реализации средств.

3.2.Провальная. Зачастую, условием для признания краудфандинговой кампании успешной является 100% (или более) сбор средств, указанных в финансовой цели проекта. При невыполнении условий успешности, кампания считается неудачной и средства тем, кто поддержал проект, возвращаются в полном объёме.

На основе проведённого анализа структуры 120 краудфандинговых проектов в соответствии с главой 1, разделом 1.1, подразделом «Функции краудфандинга» автором был сформирован алгоритм построения краудфандингового проекта:

1. Название и описание проекта.

В обосновании любого краудфандингового проекта должны быть чётко прописаны инициаторы, основная идея и принципы реализации проекта.

2. Финансовая цель и основные расходы проекта.

Финансовая цель должна быть рассчитана предельно точно и прозрачно. Помимо средств, необходимых для реализации поставленной задачи, нужно учесть все налоги и комиссии, и в первую очередь, комиссии краудфандинговой платформы и платёжных агрегаторов, которые обеспечивают перевод финансовых платежей на страницу крауд-проекта. И узнав её, логично добавить эту комиссию сверх той суммы, необходимой для реализации поставленной задачи. Автор выделил важные краудфандинговые платформы, анализ которых будет проводиться в дальнейшем: Kickstarter, IndieGoGo, GoFundMe, Classy, Fundly, FundRazr, Planeta.ru, Boomstarter.

В соответствии с таблицей 4, был проведён сравнительный анализ экономических условий размещения, проведения и реализации краудфандинговых кампаний на краудфандинговых платформах по категориям популярности, специализации на некоммерческий сектор и территориальную расположенность.

Таблица 4

Экономические условия краудфандинговых платформ

| Платформа | Комиссия платформы | Комиссия агрегатора оплаты ** |
|--|---------------------------|-------------------------------|
| Самые популярные среди всех категорий | | |
| Kickstarter [54] | 5% | 3.0% + \$0.20 за транзакцию |
| IndieGoGo [55] | 5% | 3.0% + \$0.30 за транзакцию |
| Специализирующиеся в основном на некоммерческих проектах | | |
| GoFundMe [50] | 0% | 2.9% + \$0.30 за транзакцию |
| Classy [56] | От \$ 499 в месяц * | - |
| Fundly [57] | 4.9% | 2.9% + \$0.30 за транзакцию |
| FundRazr [58] | 0–5% * | 2.9% + \$0.30 за транзакцию |
| Российские | | |
| Planeta.ru [52] | 0–15% *** | 5.0% |
| Boomstarter [53] | От 4 900 до 59 000 руб. * | 3.5% |

*Комиссия платформы зависит от пакетов услуг

**Комиссия платёжных систем в каждой стране может меняться.

***Комиссия Planeta.ru составляет для благотворительного проекта – 0%, для проекта, набравшего 100% и более от заявленной суммы – 5%, для проекта, набравшего от 50 до 99% от заявленной суммы – 10%.

Примечание. Таблица 4 составлена автором на основе данных, полученных в результате анализа экономических условий краудфандинговых платформ.

Помимо комиссии краудфандинговых площадок и платёжных агрегаторов, необходимо учесть и налоги. Налога на краудфандинг в данный момент в России не существует. Все средства, вырученные с помощью краудфандинга переводятся как доход. Соответственно всё зависит от того, в какой форме организатор проекта будет подписывать соглашение об использовании сервиса той или иной краудфандинговой площадки. Если физическое лицо, то это 13% НДФЛ, если юридическое лицо, то всё будет напрямую зависеть от типа юридического лица и системы налогообложения, которая используется.

Также в финансовые цели необходимо добавить и затраты на реализацию ряда вознаграждений. Некоторые виды вознаграждений нужно дополнительно производить, хранить, а затем рассылать по почте, так как не все, кто поддержит определённый краудфандинговый проект, живут в шаговой или транспортной доступности от города базирования инициаторов проекта.

3. Сроки проведения кампании.

Для каждой краудфандинговой платформы сроки проведения разные, например, на Planeta.ru максимально допустимый срок – 100 дней. Автор отмечает, что продолжительность крауд-кампании не связана с её успешностью. Как правило, чем дольше длится сбор средств, тем дольше организаторам необходимо заниматься продвижением проекта и затрачивать ресурсы на рекламу и привлечение доноров. Более того, чем дольше проходит краудфандинговый проект, тем меньше мотивации у аудитории поддерживать его здесь и сейчас. Проанализировав работу выбранных крауд-проектов в соответствии с главой 1, разделом 1.1, подразделом «Функции краудфандинга», автор пришёл к заключению, что оптимальный срок реализации такого рода инициатив – 1–1,5 месяца. Такая продолжительность крауд-кампании позволяет максимально эффективно использовать ресурсы для привлечения внимания аудитории к идее.

4. Видеообращение и текстовое описание.

Эта часть структуры крауд-проекта направлена на визуализацию идеи проекта и предполагает создание разного формата презентаций. Через видеообращение и текст донор может максимально подробно узнать о том, что планируется сделать, и какие именно положительные изменения в социальной жизни произойдут при успешной реализации данной идеи. Важным моментом является знакомство аудитории с самим автором идеи и его командой: краудфандинг – это всегда взаимоотношения человека с человеком, персонализация автора играет важную роль в формировании положительного имиджа проекта.

5. Система бонусов и вознаграждений.

Эта составляющая обеспечит взаимовыгодное сотрудничество между автором проекта и его спонсорами. Автор выделяет два основных типа вознаграждения в некоммерческих краудфандинговых проектах в соответствии с Рис. 2 Система разновидностей крауд-технологий в технологиях фандрайзинга: нематериальный и материальный. Нематериальный тип вознаграждения можно разделить на ещё два подвида: безвозмездный и нематериальный более сложного характера.

Безвозмездный – это тот тип вознаграждения, который практически ничего не подразумевают взамен финансовой поддержки. Упрощенно, он представляет собой разные варианты виртуальной благодарности: благодарность в социальных сетях, в публичном посте, на официальном сайте или ресурсе, по электронной почте. Нематериальные вознаграждения более сложного характера также не имеют материального эквивалента, но результат – эмоциональное удовлетворение, удовольствие или какие-то положительные изменения – человек, приобретающий такое вознаграждение, получить может. Это различные экскурсии, мастер-классы, творческие встречи, – все возможные досугово-развлекательно-образовательные варианты активности, которые может организовать автор проекта для доноров в обмен на финансовую

поддержку. Основное преимущество нематериальных вознаграждений в том, что их себестоимость, в основном, будет равна нулю.

Если же в рамках проекта подразумевается создание того или иного материального предмета или товара, то этот предмет или товар и станет флагманским вариантом вознаграждения. Однако организаторам проекта всегда нужно дополнительно рассматривать возможность создания сувенирной продукции или других эксклюзивных маркеров-предметов или товаров, относящихся к проекту. Также важно помнить, что все типы вознаграждений можно комбинировать в наборы, чтобы общее количество вариантов бонусов было большим, и чтобы они отличались и по цене, и по наполнению.

6. Продвижение крауд-проекта.

Под продвижением мы понимаем целенаправленные действия организаторов в разных вариантах исполнения по распространению информации о проекте, о том, зачем и почему этот проект существует и почему донорам выгодно и нужно финансово этот проект поддерживать. Для максимальной эффективности продвижения организаторам необходимо проводить подобную работу не только среди друзей и знакомых в социальных сетях, но и стараться увеличить охват аудитории и выйти в широкое информационное поле. Здесь можно рассматривать такие площадки для продвижения, как: обращение к потенциальным донорам проекта через «лидеров мнений», блогеров, продвижение на форумах, в сообществах и средствах массовой информации. Автор отмечает, что работу по продвижению и взаимодействию с внутренней и внешней аудиторией нужно начинать задолго до непосредственного старта самого краудфандингового проекта, чтобы на момент старта сбора средств инвесторы понимали, в каком проекте им предлагают участвовать и почему он заслуживает их внимания и финансового вклада.

Ключевыми нормативно-правовыми актами, регламентирующими деятельность в сфере некоммерческих организаций, являются гражданский кодекс Российской Федерации и федеральный закон «О некоммерческих

организациях» №7-ФЗ. [1][2] А также общественные объединения, которые зачастую относятся к некоммерческой деятельности, регулирует федеральный закон «Об общественных объединениях» № 82-ФЗ. [3] В этих трёх нормативно-правовых актах прописаны все основные правила и нюансы, касающиеся некоммерческой деятельности.

Основными организационно-правовыми формами некоммерческих организаций выделяют: общественная организация, фонд, автономная некоммерческая организация. Если подразумевается создание объединения людей по интересам для представления и защиты этих интересов, то скорее всего это будет общественной организацией. Если же объединяется имущество, аккумулируются денежные средства для направления их на социальные и благотворительные цели, то это организационно-правовая форма – фонд. Если целью является оказание социальных и/или образовательных услуг, то это автономная некоммерческая организация или учреждение. Также существуют несколько других организационно-правовых форм некоммерческих организаций. Кроме того, на территории Российской Федерации все религиозные организации и казачьи общества являются некоммерческими организациями.

Законодательные акты, относящиеся к краудфандингу на момент написания работы отсутствуют. Вступивший в силу 1 января 2020 года федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №259-ФЗ, определяет отношения между инвестиционными платформами, инвесторами и лицами, привлекающими инвестиции, построенные в сети «Интернет». Важно не путать с Федеральным законом "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ [4], который был издан задолго до развития интернет-инвестиций.

В результате сравнительного анализа информации из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс», интернет-издания «DebeVoise.com» и интернет-

издания «EG-online.ru» автором были выявлены противоречия. В описываемых источниках Федеральный закон №259 обозначают как «закон о краудфандинге». [5][38][39] Необходимо отметить, что в данном законе краудфандинг как таковой не описывается и не упоминается. В ходе исследования данного нормативно-правового акта автором были выявлены сходства описываемой технологии инвестирования с технологией краудинвестинга, поскольку обосновываются взаимоотношения между реципиентом и инвестором, вознаграждение которого можно трактовать как материально-финансовое. Данный закон относится к инвестиционной деятельности с использованием платформ идентичных краудинвестинговым платформам, в особенностях которых отсутствует краудфандинг на основе материально-нефинансовых и нематериальных вознаграждений. Из чего следует, что федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №259-ФЗ регулирует краудинвестинговую сферу деятельности и не относится к краудфандингу некоммерческих проектов.

Глава 2 Анализ экономико-организационных условий и предпосылок финансовой деятельности краудфандингового хозяйственного общества в некоммерческом секторе народного хозяйства

2.1 Анализ финансово-хозяйственной деятельности краудфандингового общества

TheCrowdDataCenter, созданная в 2013 году, является организацией с самой обширной базой данных по краудфандингу в мире. Они обладают информацией по более сорока категориям краудфандинга из более двухсот странах мира [59].

По данным TheCrowdDataCenter за 2020 год в России было запущено 53 краудфандинговых проекта, что составляет 0,1% от мирового показателя (52 886 проекта). И общая сумма сбора на территории Российской Федерации за этот же период составила \$ 1 560 488 (0,1% от мировой общей суммы – \$ 1 690 600 304). [60]

Также по данным TheCrowdDataCenter категории, относящиеся к некоммерческому сектору, составляют 12.8% от всего размера рынка краудфандинга: благотворительность – 1.7%; общество – 5.7%; образование – 2.8%; здоровье – 2.6%.

Стоит отметить, что проектов, успешно прошедших краудфандинговую кампанию, в сфере благотворительности проектов, больше, чем в большинстве остальных категорий (48.5% при среднем показателе в 26.8%). [61]

Автор выделяет три главных показателя эффективности краудфандинговых платформ, а именно: количество собранных средств, количество успешно проведённых кампаний и количество активных спонсоров площадки. В соответствии с таблицей 5, материалом для анализа станут ранее рассматриваемые краудфандинговые платформы: Kickstarter, IndieGoGo, GoFundMe, Classy, Fundly, FundRazr, Planeta.ru, Boomstarter.

Анализ деятельности краудфандинговых платформ

| Платформа | Всего собранных средств | Количество успешных проектов | Количество пользователей |
|--|--------------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Самые популярные среди всех категорий | | | |
| Kickstarter [54] | \$ 5 803 960 772 | 386 184 | 19 649 250 |
| IndieGoGo [55] | - | 800 000+ | 10 000 000+ |
| Специализирующиеся в основном на некоммерческих проектах | | | |
| GoFundMe [50] | \$ 9 000 000 000+ | - | 50 000 000+ |
| Classy [56] | \$ 2 500 000 000+ | - | 10 000+ |
| Fundly [57] | \$ 330 000 000+ | - | - |
| FundRazr [58] | \$ 200 000 000+ | 210 000+ | - |
| Российские платформы | | | |
| Planeta.ru [52] | 1 458 216 639 руб ≈ \$ 19 656 330 | 6 478 | 1 122 130 |
| Boomstarter [53] | 456 195 300 руб ≈ \$ 6 149 378 | 2 190 | 938 926 |

Примечание. Таблица 5 составлена автором на основе статистических данных, полученных в результате анализа краудфандинговых платформ и базы данных по краудфандингу TheCrowdDataCenter.

Краудфандинговые платформы не практикуют публикаций своих подробных отчётных данных, однако статистику их работы можно отследить в сети:

- Kickstarter: площадка выделяется тем, что имеет наибольшее в мире количество удачно завершённых проектов – 386 184 шт [62];
- Многие проекты, запущенные на IndieGoGo, собирают больше всего средств, чем на других платформах – в среднем \$ 174 626 на проект;

- GoFundMe – это крупнейшая в мире платформа по сбору средств для частных лиц и некоммерческих организаций;
- Classy. Эта площадка жертвует 1% от своего дохода на благотворительность [42];
- На краудфандинговой площадке FundRazr, специализирующейся на некоммерческих проектах, кампании чаще всего набирают нужные суммы. Такой шанс на успех посчитывается в среднем 42,4%;
- Средний чек спонсоров на Planeta.ru – 1 300 руб., а также каждый третий проект успешный [52].

Анализируя российскую многопрофильную краудфандинговую платформу Planeta.ru, автор выделяет проект, занимающий на момент написания работы первое место среди всех категорий по размеру собранной суммы денег. Это сбор средств на новый альбом рок-группы «Алиса», который собрал 17 402 600 рублей.

Среди некоммерческих проектов больше всего средств набрал проект под названием «Мокрый нос: последний рывок!» – 7 430 300 рублей.

Примечательно, что спектр целей некоммерческих проектов на Planeta.ru весьма широк: создание приютов для животных, спасение дельфинов, ремонт детских школ, общественные инициативы об экологии, лечение тяжело больных людей. Организаторами проектов на площадке выступают как обычные граждане, так и большие фонды.

2.2 Анализ процессов проведения краудфандинговых кампаний некоммерческой организацией фонда «Ника» и их результатов

В качестве объекта исследования автором был рассмотрен фонд помощи бездомным животным «Ника», основанный в 2011 году Верой Митиной, располагающийся в Зеленограде [63]. Опыт работы фонда представляет исследовательский интерес потому, что у фонда на счету четыре успешных

пройденных краудфандинговых кампании на платформе Planeta.ru. Критериями для анализа работы фонда будут такие показатели как: основная цель проекта, финансовая цель проекта, объём собранных средств, процентное соотношение успешности проекта, временной промежуток проведения кампании, виды вознаграждений для спонсоров, количество спонсоров, средний чек.

Первым краудфандинговым проектом фонда «Ника» стала кампания под названием «Уникальный Центр для животных «Мокрый нос». Она была запущена в апреле 2014 года, целью являлось постройка комплексного приюта для животных (собак и кошек), его оборудование и благоустройство территории. Финансовой целью была установлена сумма в 5 миллионов рублей, которая по результатам кампании была перевыполнена: всего было собрано 5 367 000 рублей. Количество донатов проекта определены в количестве 4729 штук, а спонсорами стали 3934 человека. Из чего следует, что средний чек пожертвований у данного краудфандингового проекта был около 1 364 руб. Краудфандинговая кампания была запущена 11 апреля 2014 года и завершена 12 октября 2014, за полгода было собрано 107% от поставленной цели.

У проекта существует 12 типов поддержки спонсоров: от простой возможности посетить приют (300 рублей) до названия построившегося вольера в честь спонсора (70 000 рублей). Самым популярным в данном краудфандинговом проекте способом пожертвования, помимо возможности посетить приют (903 поддержавших), стала покупка экскурсии в сам приют (1 000 рублей и 666 поддержавших). Также спросом пользовались настенные (1 000 рублей и 150 поддержавших) и карманные (500 рублей и 184 поддержавших) календари с изображением животных. Был дополнительно установлен особый тип доната, подразумевающий самостоятельную установку суммы пожертвования спонсором и не предусматривавший вознаграждение.

В проекте планировки многофункционального центра помощи животным расписаны требуемые средства на постройку ветеринарного блока, различных видов вольеры для животных, административного здания, оборудование инфраструктуры и т. п. [64]

Вторая краудфандинговая кампания фонда «Ника» была запущена для сбора средств на постройку и благоустройство дома для собак-инвалидов. Запуск состоялся 12 августа 2015 года и завершился 1 марта 2016 года. Финансовая цель была установлена в 5 000 000 рублей и успешно достигнута: проект собрал 5 050 832 рубля. Принципы организации вознаграждения схожи с предложенными в ходе первой кампании фонда, дополнительно появились и новые: презентация в электронном виде с рассказом о приюте; различные кружки, сумки, майки, кулоны, магниты, значки и блокноты с логотипами фонда. Средний чек увеличился – 1786 рубля, а количество доноров составило 3879 человек [65].

После привлечения десяти миллионов рублей в два этапа и обустройства территории комплекса, фонд помощи бездомным животным «Ника» открыл третий проект по сбору средств на дом для кошек. Особенностью вознаграждений для доноров стало то, что все они оказались нематериальными. Например, 54 человека заказали персональный видеоролик с приветом от кошек за 5 000 рублей. Третья кампания длилась меньше – около трёх с половиной месяцев: с 18 января 2017 года по 27 апреля 2017 года. За этот промежуток времени удалось привлечь искомую сумму – 3 527 515 рублей. Средний же донат составил 1920 руб. [66].

Четвёртая кампания фонда стала рекордсменом по количеству собранных финансовых средств как среди прошлых проектов фонда, так и среди всех остальных благотворительных кампаний на краудфандинговой платформе Planeta.ru. Стартовала 13 марта 2018 года, а закончилась 31 мая 2020 года, Сумма сбора составила 7 430 000 рублей. Средний чек также повысился – 2 292 рубля. Способы вознаграждения, предложенные в прошлых проектах, были использованы и здесь [67].

Благодаря совокупности параметров, таких как: составление понятных и прозрачных финансовых планов, публикации постоянных отчётов о проделанной работе, взаимодействие с инвесторами, развитие видов вознаграждений, улучшение качества предоставляемой информации для

аудитории краудфандинговой площадки, – и так далее, фонд «Ника» формировал положительный имидж и повышал свой рейтинг доверия и популярность как среди участников Planeta.ru, так и в целом в медиасфере и обществе. Таким образом, с каждой новой проведённой краудфандинговой кампанией им удавалось превзойти прошлые рекорды.

Автор выделяет 3 параметра, по которым можно отследить рост успешности проектов фонда «Ника», на линейных диаграммах: количество спонсоров, средний чек, объём собранных средств.

Проведя сравнительный анализ 3-х параметров, в соответствии с Рис.3, Рис.4, Рис.5, по которым отслеживается рост успешности проектов фонда «Ника» на линейных диаграммах, и сопоставив их, в соответствии с Рис.6, отслеживается корреляция роста суммы собранных средств от количества спонсоров. Также заметно, что размер среднего чека частично зависит от количества проведённых кампаний. Учитывая то, что каждый проект является успешно завершённым, то есть набрал требуемую сумму, автор делает вывод, что рейтинг доверия к фонду у пользователей платформы с каждой проведённой кампанией растёт, поскольку увеличивается средний чек и соответственно доноры готовы доверять с каждым разом бóльшие суммы.

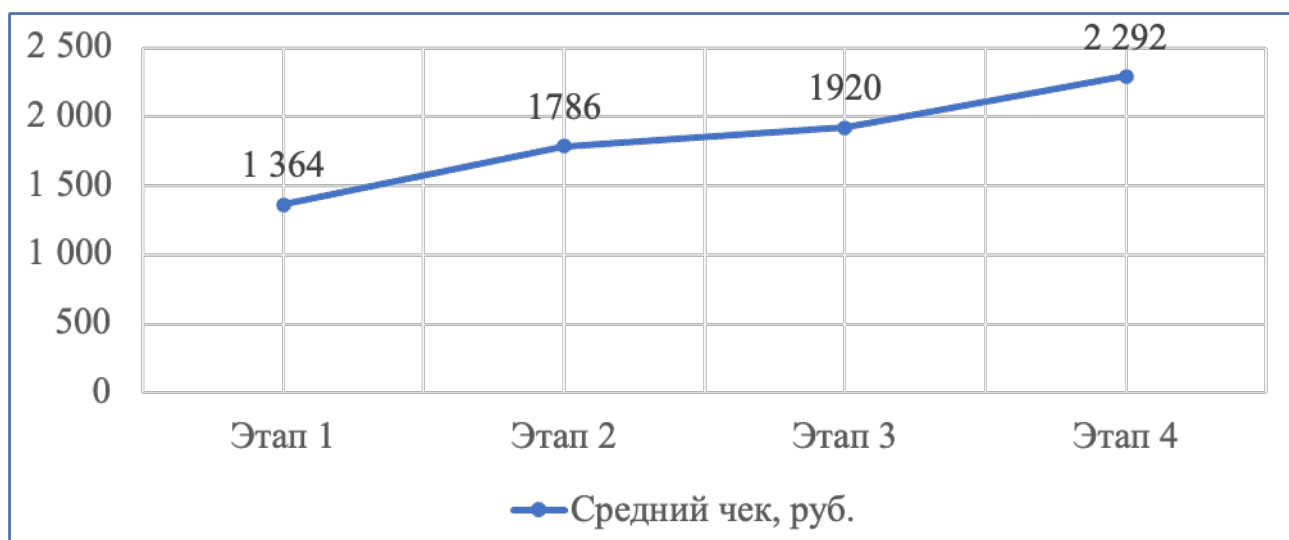


Рис. 3 – Динамика среднего чека в проектах фонда «Ника»

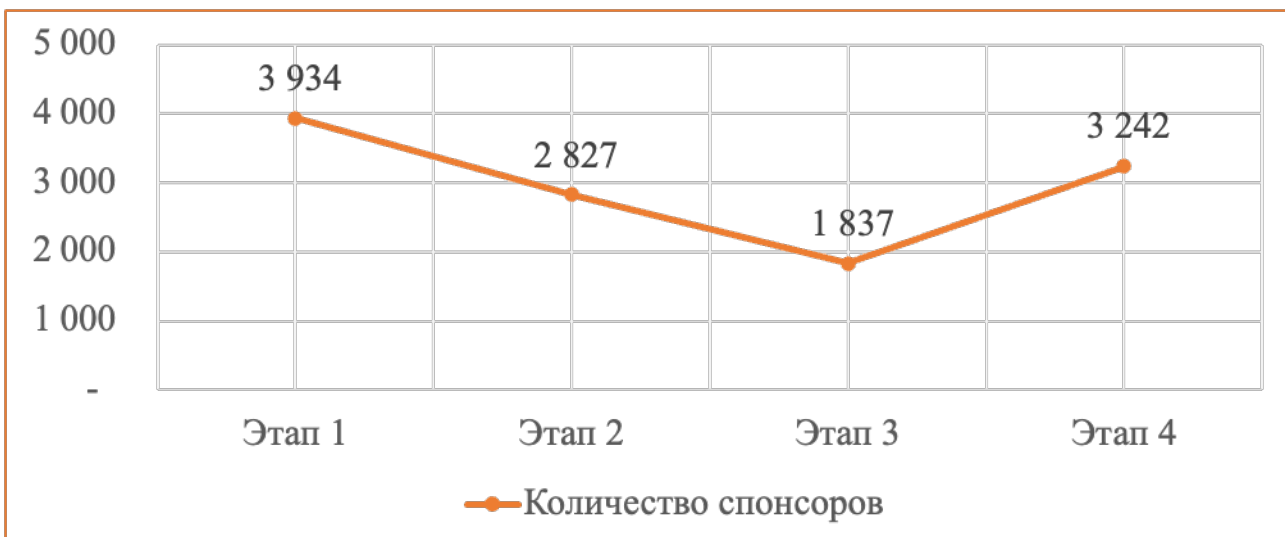


Рис. 4 – Динамика количества спонсоров в проектах фонда «Ника»

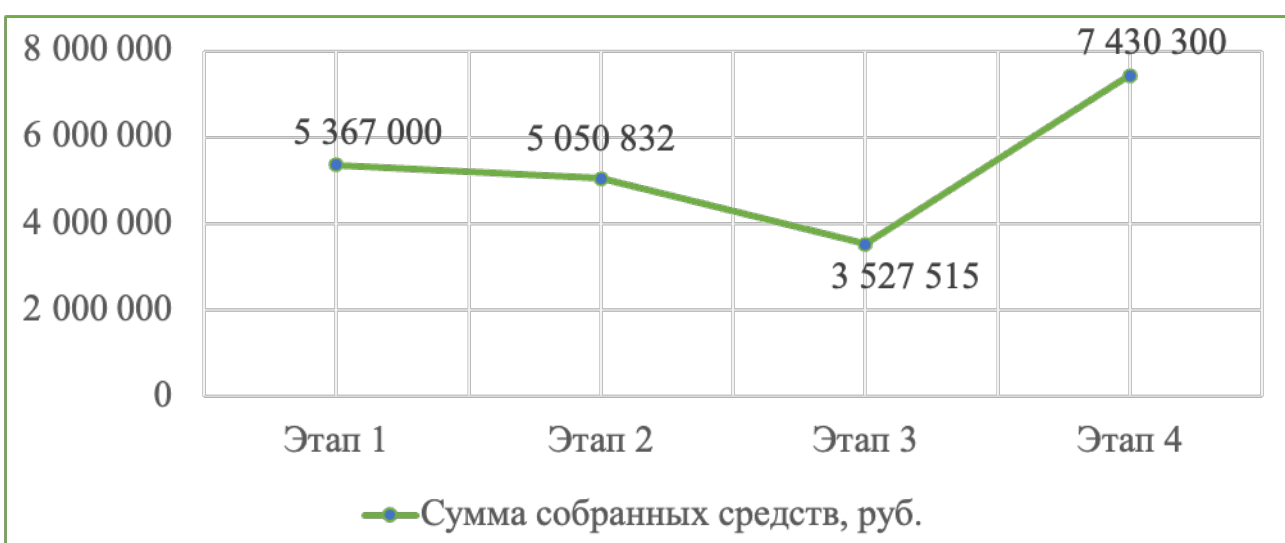


Рис. 5 – Динамика сумм собранных средств в проектах фонда «Ника»

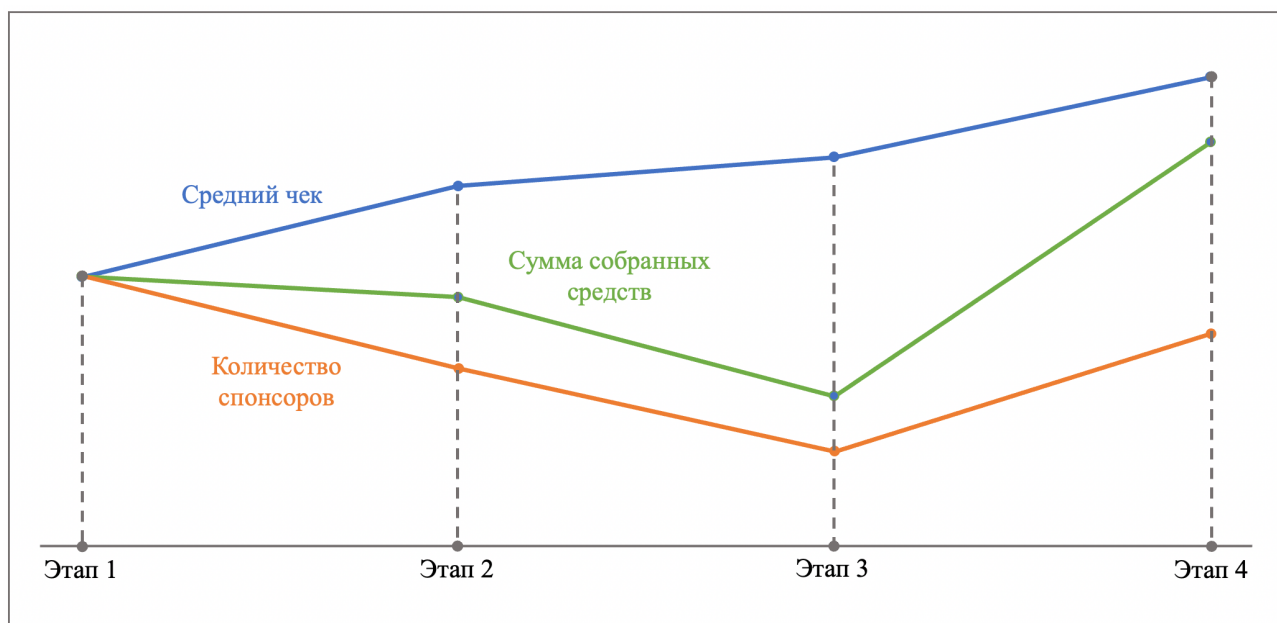


Рис. 6 – Сопоставление динамики параметров, отображающих деятельность проведённых кампаний фонда «Ника»

Еще одним важным параметром успешности кампании является количество спонсоров. Этот показатель необходимо увеличивать за счёт грамотно построенной рекламной кампании. Таким образом, автор подчёркивает, что важным направлением деятельности фонда «Ника» при организации следующих краудфандинговых проектов должно стать не только развитие информационной связи с уже имеющимися спонсорами, но необходима проработка специальной стратегии для привлечения новой аудитории. Это позволит улучшить показатели будущих кампаний.

2.3 Создание условий и предпосылок обеспечения финансирования социальных идей некоммерческих проектов

Правила и условия у краудфандинговых площадок во всем мире разные.

На большинстве мировых крауд-платформ если проект не собирает все 100% от заявленной суммы, то считается неуспешным, и все средства возвращаются обратно людям, которые этот проект поддержали.

Порогом для признания проекта успешным на Planeta.ru считается сбор от 50 до 99%, но только в том случае, если автор проекта гарантирует, что на собранную сумму он реализует свой проект и раздаст все вознаграждения тем, кто этот проект поддержал.

Также краудфандинговые платформы различаются между собой по категориям размещенных на них проектов.

На популярных площадках Kickstarter и IndieGoGo главными категориями являются искусство, дизайн, технологии, фильмы, еда, игры, музыка и иллюстрации, а от благотворительных, политических и религиозных проектов они отказываются.

GoFundMe специализируется только на благотворительных некоммерческих кампаниях, с которых не берёт комиссию сервиса. Сборы

средств идут на помощь людям, пострадавшим от чрезвычайных ситуаций, и тем, кто нуждается в экстренной медицинской помощи.

Planeta.ru, располагающая многими категориями как коммерческих, так и некоммерческих проектов, предоставляет специальные условия для благотворительных кампаний. Условия «успешности» сбора на них не распространяются, потому организациям, собирающим средства на некоммерческой основе, перечисляется любая сумма, которую они набрали. Вычет комиссии платежных агрегаторов с набранной суммы производится, но сама краудфандинговая площадка не берёт сервисный сбор с таких проектов. Специальным условием является и то, что благотворительные кампании могут продлевать срок работы несколько раз.

Установка лояльных условий такого типа способствуют развитию некоммерческой благотворительной деятельности как на площадке, так и в России в целом. По статистике Planeta.ru, около 50% благотворительных проектов достигают выполнения установленной финансовой цели. Благотворительные проекты на данной платформе вынесены в отдельный раздел на сайте и набирают сравнительную популярность среди пользователей платформы.

Глава 3 Стратегия развития, экономические и социальные результаты краудфандинга некоммерческих инвестиционных проектов

3.1 Социальная и экономическая результативность краудфандинга в инвестиционном процессе некоммерческих организаций

В последнее время появилось множество краудфандинговых платформ, позволяющих рядовым пользователям интернета финансово поддерживать благотворительные проекты без необходимости вложения больших сумм. Такие платформы, как Kiva, облегчают краудфандинг займов, управляемых микрокредитными организациями в развивающихся странах.

В США и Великобритании появилось несколько специализированных гражданских краудфандинговых платформ, к прямому участию в работе которых подключились правительства, став первым подобным опытом в краудфандинге [40]. Яркий пример – краудфандинговый проект «iCancer», который был основан в 2012 году в Лондоне Лиз Скарфф и Дэвидом Картером для исследования, изучения, создания и испытаний препаратов против онкологических заболеваний [68].

Некоммерческий фонд «Ника» с помощью четырёх краудфандинговых кампаний построил уникальный и многофункциональный Центр помощи животным «Мокрый нос», рассчитанный не только на питомцев, содержащихся в приюте, но и на любых других домашних животных.

В целом краудфандинг с каждым годом набирает обороты в некоммерческом секторе. Благодаря мировым краудфандинговым платформам люди способны выстраивать взаимовыгодные отношения между спонсорами и организаторами благотворительных идей. Сферы применения краудфандинговых технологий в некоммерческих целях могут быть самыми разными: в медицинской сфере это может быть сбор средств для помощи людям или животным с тяжёлыми заболеваниями, инвалидностью и проблемами со здоровьем; в образовательной сфере – помощь людям,

нуждающиеся в образовании, но не имеющим возможности его получить; в социальной сфере – строительство библиотек, приютов для животных или людей в трудной жизненной ситуации, пансионатов, – вариантов бесконечное множество.

Объем мирового рынка краудфандинга в 2020 году составил \$ 1 690 600 304. Россия из этого объёма занимает 0,1% (115 000 000+ руб.). По данным TheCrowdDataCenter, в мировом краудфандинге в 2020 году некоммерческие категории составили 12.8% от всех проектов [60]. В свою очередь, на самой большой краудфандинговой площадке на российском рынке показатель сейчас – 15.0%, в соответствии с Рис.7 [52].



Рис. 7 Распределение категории запущенных проектов Planeta.ru

По результатам проведенного исследования, автором были определены ключевые цели краудфандинга в некоммерческих проектах:

- Формирование прозрачной и эффективной системы сотрудничества доноров и реципиентов;
- Создание технологически новых условий частного финансирования проектов;
- Поддержка по решению узконаправленных и редко освещаемых социальных проблем;
- Привлечение большого количества спонсоров для реализации проектов;
- Упрощение процессов поддержки и развития инновационных благотворительных решений.

3.2 Среднесрочный прогноз экономических и социальных результатов и стратегия развития краудфандинга некоммерческих инвестиционных проектов

В 2020 году в России и по всему миру наблюдается спад показателей краудфандинговой отрасли, что может быть связано с наступившим всемирным экономическим кризисом.

Отечественный сегмент краудфандинга находится на начальном этапе развития. Факторами недостаточной популярности краудфандинговых платформ в России являются:

- Определённые недостатки правового регулирования – в частности, отсутствие закона и налога на краудфандинг;
- Отсутствие достаточного опыта инвестирования у большинства граждан, поскольку массовая финансовая грамотность в России находится на этапе становления;

- Слабая исследованность. Относительно стран-лидеров по крауд-технологиям, можно сказать, что краудфандинг в России является определенным новшеством и только начинает развиваться;
- Недостаточная информированность населения;
- Низкий уровень доверия населения к финансовым платформам в интернете из-за недостатка должной информированности.

В ближайшие годы рынок краудфандинга может вырасти, поскольку данный финансовый инструмент становится всё более популярным, обсуждаемым и показывающим всё большую эффективность и работоспособность. Есть шанс, что на эту низко конкурентную отрасль обратят внимание крупные игроки российского рынка, поскольку краудфандинговые площадки – это конкуренты банков, которые кредитуют малый и средний бизнес. И если на этот рынок выйдут крупные игроки, в банковской сфере станет сложнее работать с сегментами малого и среднего бизнеса.

Положительный рост мирового краудфандинга за ближайшие 20 лет показывает его результативность и эффективность как механизма привлечения инвестиций. Автор предполагает дальнейшую положительную динамику развития как мирового, так и, в частности, российского рынка краудфандинга.

Для развития краудфандинговых технологий в некоммерческом секторе на территории Российской Федерации необходимо создать определенные условия в нескольких сферах:

- Законодательство. Необходимо ввести нормативно-правовой акт, определяющий специфику привлечения финансовых средств с использованием крауд-технологий. Ввести, разделить и определить различные виды крауд-технологий, в том числе и краудфандинг, в некоммерческих проектах. Установить правовые отношения между участниками, определить различные порядки, способы, условия и особенности привлечения финансовых средств путём взаимодействия участников с использованием крауд-технологий.

- **Налог.** В данный момент все собранные денежные средства реципиентом путём использования краудфандинговых технологий облагаются налогом на прибыль в общеустановленном порядке. Однако фактически эти денежные средства не являются прибылью в прямом смысле слова. Необходимо ввести особый налог на финансовые средства, привлечённые с помощью технологии краудфандинга. И принципиальным и серьёзным толчком к развитию краудфандинговых технологий в некоммерческом секторе стало бы обеспечение льготными тарифами таких некоммерческих проектов, использующих крауд-технологии как способ привлечения денежных средств.
- **Грант.** Выделение грантов на развитие благотворительных краудфандинговых платформ позволит расширить спектр возможностей привлечения финансовых средств для некоммерческих проектов, рассчитанных на реализацию идей и решений проблем граждан Российской Федерации.
- **Популяризация.** Необходимо продвигать в информационной сфере краудфандинг как эффективную возможность сбора финансовых средств на реализацию социальных идей и как способ эффективного решения социальных проблем. Нужно информировать население о краудфандинге как способе взаимовыгодно сотрудничать с некоммерческими проектами, когда в обмен на финансовую поддержку можно получать бонусы и вознаграждения. Действенным средством популяризации стало бы распространение в средствах массовой информации новостей о результатах удачно прошедших некоммерческих проектов, о проектах, которые планируют проводить, проводят и/или уже провели свои краудфандинговые кампании.
- **Образование.** Необходимо внедрять в высших учебных заведениях на кафедрах, связанных с экономикой, новые дисциплины, посвящённые крауд-технологиям, тематические спецкурсы и учебные модули.

Заключение

Для развития здорового антропоцентрического общества, основанного на принципах гуманизма, очень важны некоммерческие проекты, ведь с их помощью могут быть реализованы важные для людей вопросы и идеи, финансирование которых либо обеспечивается слабо, либо не обеспечивается вообще. Благодаря цифровым технологиям появляется возможность не только придать существующие серьезные проблемы широкой огласке, но также и рассказать мировому сообществу о всевозможных способах их решения. Краудфандинговые технологии существенно упрощают возможности как одного человека, так и больших организаций для участия в самых масштабных или, наоборот, очень частных проектах. Краудфандинг как способ привлечения финансов помогает выстроить взаимовыгодные отношения между донорами и реципиентами, тем самым увеличивая вовлечённость в рабочий процесс обоих участников схемы по сравнению с другими способами привлечения инвестиций.

В представленной квалификационной работе был выработан эффективный способ привлечения финансовых средств в проекты некоммерческой отрасли на основе развития краудфандинговых технологий.

Были решены следующие основные научно-практические задачи:

- Выявлены разновидности краудфандинга, подходящие для использования в некоммерческой отрасли, определены его особенности, функции, проведена классификация;
- Проведено сравнение технологии краудфандинга с другими технологиями привлечения финансовых средств в некоммерческие проекты и выявлены преимущества краудфандинга и недостатки других технологий для применения в некоммерческой сфере;
- На основе анализа проведённых краудфандинговых кампаний некоммерческой организацией фонда «Ника» выявлены три показателя

эффективности проведённых краудфандинговых кампаний некоммерческих проектов. Предложены рекомендации по улучшению дальнейших показателей и дан прогноз на будущие краудфандинговые кампании;

- Предложены рекомендации эффективного продвижения и усовершенствования условий технологий краудфандинга для некоммерческих проектов на территории Российской Федерации.

Наблюдая, какими темпами мировой краудфандинг развивается с начала 2000-х годов, можно уверенно спрогнозировать положительную динамику развития как мирового, так и российского рынка краудфандинга, ведь этот механизм уверенно демонстрирует свою эффективность, в частности, в сфере привлечения инвестиций в социально значимые проекты.

Библиографический список

- 1) Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс]: 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения 18.04.2021).
- 2) О некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: 12 января 1996 года N 7-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения 18.04.2021).
- 3) Об общественных объединениях [Электронный ресурс]: 19 мая 1995 года N 82-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693/ (дата обращения 18.04.2021).
- 4) Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений [Электронный ресурс]: 25.02.1999 года N 39-ФЗ (последняя редакция). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/ (дата обращения 18.04.2021).
- 5) О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: от 02.08.2019 N 259-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330652/ (дата обращения 18.04.2021).

- 6) Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [Электронный ресурс] / Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года: итоговый документ. — 2015. — URL: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R (дата обращения 15.04.2021).
- 7) Жуков Г.В. / Благотворительность как инструмент фандрейзинга в социокультурном пространстве современного общества: Автореф. Диссертации канд. культурологи. — Краснодар: 2002. — 19 с.
- 8) Ишина И.В. / Финансы некоммерческих организаций: учебник и практикум для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13656-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/finansy-nekommercheskih-organizaciy-478019> (дата обращения: 16.05.2021).
- 9) Ковалёв В.Н. / Элементарные основы фандрайзинга: Учебно-методическое пособие — Севастополь: Севастопольский центр переподготовки и повышения квалификации, 2012. — 30 с.
- 10) Кожевников О. А., Нечкин А. В. / Правовое положение некоммерческих организаций в Российской Федерации: учебное пособие для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13991-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467447> (дата обращения: 24.04.2021).
- 11) Конягина М. Н. [и др.] / Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 182 — URL: <https://urait.ru/bcode/459173/p.182> (дата обращения: 16.05.2021).

- 12) Куликова, А.Э. / k. A. E. And Якубов, Р. Л. / Y. R. L. (2020) ‘Фандрайзинг Как Инновационный Способ Финансирования Некоммерческих Организаций / Socio-Economic Differentiation of Regions of the Russian Federation’, Самоуправление, (1), pp. 226–230. Available at: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselr&AN=edselr.42590537&lang=ru&site=eds-live> (Accessed: 24 May 2021).
- 13) Киселёва, Т. Ю. / К. Т. Y. (2019) ‘Фандрайзинг в цифровой экономике / Fundraising in the digital economy’, Финансовая аналитика: проблемы и решения, (1), pp. 23–37. Available at: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselr&AN=edselr.37000816&lang=ru&site=eds-live> (Accessed: 24 May 2021).
- 14) Ю.Е. Клишина, И.И. Глотова, О.Н. Углицких, Е.П. Томилина / Управление финансами некоммерческих организаций : учебное пособие . – Ставрополь: Литера, 2015. – 128 с.
- 15) Лиленко-Карелина И. Краудфандинг. Как найти деньги для вашей идеи. Полное руководство с примерами / И. Лиленко-Карелина; под общ. ред. Ш. Мартыновой – изд. Livebook, 2018 г. – 176 С.
- 16) О. П. Молчанова. / Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: учебник для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2.
— Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450874/p.1> (дата обращения: 16.05.2021).
- 17) Gary Snyder / Nonprofits: On the Brink: How Nonprofits Have Lost Their Way and Some Essentials to Bring Them Back — iUniverse, 2006. — 252 с. — ISBN 0595373542, 9780595373543. — Текст : электронный // Google Книги [сайт]. — URL: https://books.google.ru/books?id=5OFFNw0a1dkC&printsec=frontcover&redir_esc=y (дата обращения: 23.04.2021).
- 18) Dawson, H. / Charities and Non-Profit Organisations. In A-Z Common Reference Questions for Academic Librarians (pp. 50-52). — Facet. 2019

- doi:10.29085/9781783304134.015. — Текст : электронный // Cambridge University Press [сайт]. — URL: <https://www-cambridge-org.ezproxy.ranepa.ru:2443/core/books/az-common-reference-questions-for-academic-librarians/charities-and-nonprofit-organisations/B9DDB9D842D6C59BA39D999991A59B85> (дата обращения: 23.04.2021).
- 19) Arrow, K., Ed. Weisbrod B. / To Profit or Not to Profit: The Commercial Transformation of the Nonprofit Sector — Cambridge University Press, 1998. — doi:10.1017/CBO9780511625947. — Текст : электронный // Cambridge University Press [сайт]. — URL: <https://doi-org.ezproxy.ranepa.ru:2443/10.1017/CBO9780511625947> (дата обращения: 24.04.2021).
- 20) Kamatham, S. H. et al. (2021) ‘Effect of appeal content on fundraising success and donor behavior’, *Journal of Business Research*, 125, pp. 827–839. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.04.007.
- 21) Kim, S., Gupta, S. and Lee, C. (2021) ‘Managing Members, Donors, and Member-Donors for Effective Nonprofit Fundraising’, *Journal of Marketing*, 85(3), pp. 220–239. doi: 10.1177/0022242921994587.
- 22) Экономика и управление в некоммерческих организациях: Учебно-методическое пособие. – Липецк: ЛГПУ имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018.– 43 с.
- 23) Энциклопедия инновационных практик социально ориентированных некоммерческих организаций / Под ред. проф. Е. И. Холостовой и проф. Г. И. Климантовой. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 848 с. ISBN 978-5-394-02849-6
- 24) Социальное предпринимательство и некоммерческие организации: современное состояние, проблемы и перспективы развития в меняющемся мире: Монография – М.: Креативная экономика, 2020. – 488 с. ISBN: 978-5-91292-317-3 doi: 10.18334/9785912923173

- 25) Music Industry First as Marillion Fans Finance New Album, September 2000 [Электронный ресурс] / Marillion: электронный архивный журнал. – 2005. – URL: <https://web.archive.org/web/20051023155747/http://www.marillion.com/press/anorak.htm> (дата обращения 18.03.2021).
- 26) Crowdfunding Comte [Электронный ресурс] // POSITIVISTS.org: интернет-изд. – 2016. – URL: <http://positivists.org/blog/archives/5959> (дата обращения 08.05.2021)
- 27) The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer [Электронный ресурс]: новостной журнал. – 2013. – URL: <https://www.bbc.com/news/magazine-21932675> (дата обращения 16.03.2021).
- 28) «Can You Spare a Quarter?» Crowdfunding Sites Turn Fans into Patrons of the Arts [Электронный ресурс] / KNOWLEDGE@WHARTON: электронный журнал. – 2010. – URL: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/can-you-spare-a-quarter-crowdfunding-sites-turn-fans-into-patrons-of-the-arts/> (дата обращения 24.04.2021).
- 29) Bankrupt, Crowd-Funded SellaBand Acquired by German Investors [Электронный ресурс] / WIRED: электронный журнал. – 2010. – URL: <https://www.wired.com/2010/02/bankrupt-crowd-funded-sellaband-acquired-by-german-investors/> (дата обращения 04.04.2021).
- 30) INSIDE GROUPON: The Truth About The World's Most Controversial Company [Электронный ресурс] / INSIDER: электронный журнал. – 2011. – URL: <https://www.businessinsider.com/inside-groupon-the-truth-about-the-worlds-most-controversial-company-2011-10> (дата обращения 25.03.2021).
- 31) Sellaband [Электронный ресурс] / Prime Technology Ventures: электронный архивный журнал. – 2006. – URL: <https://web.archive.org/web/20080412052516/http://www.ptv.com/page/sellaband> (дата обращения 16.03.2021).

- 32) These Free Crowdfunding Platforms Are Making Lives Easy For Fundraisers [Электронный ресурс] / Entrepreneur: электронный журнал. – 2017. – <https://www.entrepreneur.com/article/293337> (дата обращения 27.02.2021)
- 33) Crowdfunding Site PledgeMusic Was an Antidote to Music Biz Middlemen—Until It Cheated Artists Out of Millions [Электронный ресурс] / Pitchfork: новостной журнал. – 2019. – <https://pitchfork.com/thepitch/crowdfunding-site-pledgemusic-was-an-antidote-to-music-biz-middlemen-until-it-cheated-artists-out-of-millions/> (дата обращения 27.02.2021).
- 34) Crowdfunding platforms make their first steps in Russia [Электронный ресурс] / East-West Digital News: электронный журнал. – 2012. – <https://www.ewdn.com/2012/10/01/crowdfunding-platforms-make-their-first-steps-in-russia/> (дата обращения 27.03.2021)
- 35) Angel Investing vs. Crowdfunding: How to Raise Money for Your Startup? [Электронный ресурс] / Investopedia: электронный журнал. – 2019. – <https://www.investopedia.com/articles/investing/010416/angel-investing-vs-crowdfunding-how-raise-money-your-startup.asp> (дата обращения 27.03.2021).
- 36) Business Angels vs Venture Capitalists vs Crowdfunding [Электронный ресурс] / Seedrs Academy: электронный журнал. – 2019. – <https://www.seedrs.com/academy/business-angels-vs-venture-capitalists-vs-crowdfunding/> (дата обращения 27.03.2021).
- 37) Funding your startup: Crowdfunding vs. angel investment vs. VC [Электронный ресурс] / TechRepublic: электронный журнал. – 2014. – <https://www.techrepublic.com/article/funding-your-startup-crowdfunding-vs-angel-investment-vs-vc/> (дата обращения 27.03.2021).
- 38) Russia Adopts Crowdfunding Law // DEBEVOISE.com: интернет-изд. – 2019. – URL: <https://www.debevoise.com/>

- /media/files/insights/publications/2019/09/20190904-russia-adopts-crowdfunding-law-eng.pdf (дата обращения 23.03.2021)
- 39) Закон о краудфандинге. С 2020 г. инвесторов и лиц, привлекающих инвестиции, ждут ограничения // EG-online.ru: интернет-изд. – 2019. – URL: <https://www.eg-online.ru/product/yurist/6108/> (дата обращения 19.04.2021)
- 40) Prime Minister hails the rise of 'civic crowdfunding' // GOV.uk: интернет-изд. – 2014. – URL: <https://www.gov.uk/government/news/prime-minister-hails-the-rise-of-civic-crowdfunding> (дата обращения 16.03.2021).
- 41) The Five Types Of Crowdfunding Models Explained [Электронный журнал]: интернет-изд. – 2019. – URL: <https://www.crowdfunding.com/types-of-crowdfunding/> (дата обращения 25.04.2021)
- 42) 21 Best Crowdfunding Sites: Pick the Right One for Your Needs. [Электронный ресурс] / GoFundMe: статья на краудфандинговой платформе. – 2021. – URL: <https://www.gofundme.com/c/blog/top-crowdfunding-sites> (дата обращения 19.04.2021).
- 43) Wikipedia [Электронный ресурс]: сайт. – 2001. – URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> (дата обращения 27.02.2021).
- 44) Серафимовская церковь с. Турнаево [Электронный ресурс] / Православное краеведение: сайт. – 2011. – URL: <http://www.orthedu.ru/kraeved/3365-11.html> (дата обращения 18.02.2021).
- 45) About us [Электронный ресурс] / Artist Share: сайт. – 2016. – URL: <http://www.artistshare.com/about> (дата обращения 27.02.2021)
- 46) About us [Электронный ресурс] / Kiva: сайт. – 2005. – URL: <https://www.kiva.org/about> (дата обращения 27.02.2021)
- 47) About [Электронный ресурс] / SliceThePie: сайт. – 2007. – URL: <https://www.slicethepie.com/about> (дата обращения 27.02.2021)
- 48) About us [Электронный ресурс] / INDIEGOGO: сайт. – 2008. – URL: <https://www.indiegogo.com/about/our-story> (дата обращения 27.02.2021)

- 49) Hello [Электронный ресурс] / Kickstarter: сайт. – 2009. – URL: <https://www.kickstarter.com/about> (дата обращения 27.02.2021)
- 50) About GoFundMe [Электронный ресурс] / GoFundMe: сайт. – 2010. – URL: <https://www.gofundme.com/c/about-us> (дата обращения 27.02.2021)
- 51) About MicroVentures [Электронный ресурс] / MicroVentures: сайт. – 2009. – URL: <https://microventures.com/about/team> (дата обращения 27.02.2021)
- 52) О нас [Электронный ресурс] / PLANETA.RU: сайт. – 2012. – URL: <https://planeta.ru/about> (дата обращения 22.03.2021).
- 53) BoomStarter [Электронный ресурс]: сайт. – 2012. URL: <https://boomstarter.ru> (дата обращения 22.03.2021).
- 54) Stats [Электронный ресурс] / Kickstarter: сайт. – 2021. – URL: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=hello> (дата обращения 18.03.2021)
- 55) Fees & Pricing for Campaigners: How much does Indiegogo cost? [Электронный ресурс] / INDIEGOGO: сайт. – 2021. – URL: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204456408-Fees-Pricing-for-Campaigners-How-much-does-Indiegogo-cost-> (дата обращения 18.03.2021)
- 56) Our story. Mobilize and Empower the World for Good [Электронный ресурс] / Classy: сайт. – 2011. URL: <https://www.classy.org/our-story/> (дата обращения 12.05.2021).
- 57) Simple Pricing For All [Электронный ресурс] / Fundly: сайт. – 2016. – URL: <https://fundly.com/pricing> (дата обращения 18.04.2021).
- 58) Pricing and Fees [Электронный ресурс] / Fandrazr: сайт. – 2012. – URL: <https://fundrazr.com/pages/pricing-fees> (дата обращения 27.02.2021).
- 59) Global No.1 for Crowdfunding Data [Электронный ресурс] / TheCrowdDataCenter: сайт. – 2013. URL: <https://thecrowddatacenter.com> (дата обращения 12.05.2021).
- 60) Статистика в России [Электронный ресурс] / The Crouddfunding Data Center: сайт. – 2020. – URL:

- <https://www.thecrowdfundingcenter.com/data/places?location=RU> (дата обращения 23.04.2021).
- 61) CATEGORIES STATS & ANALYTICS [Электронный ресурс] / The Crowd Funding Data Center: сайт. – 2014. – URL: <https://www.thecrowdfundingcenter.com/data/categories> (дата обращения 22.02.2021).
- 62) PLATFORMS STATS & ANALYTICS [Электронный ресурс] / The CrowdFunding Data Center: сайт. – 2008. URL: <https://www.thecrowdfundingcenter.com/data/platforms> (дата обращения 17.05.2021).
- 63) О фонде [Электронный ресурс] / Благотворительный Фонд помощи бездомным животным "НИКА": сайт. – 2011. URL: <https://www.fond-nika.ru> (дата обращения 17.05.2021).
- 64) Уникальный Центр для животных «Мокрый нос» [Электронный ресурс] / Planeta.ru: сайт. – 2014. – URL: <https://planeta.ru/campaigns/5919> (дата обращения 17.05.2021).
- 65) Дом для собак-инвалидов [Электронный ресурс] / Planeta.ru: сайт. – 2014. – URL: <https://planeta.ru/campaigns/nika> (дата обращения 17.05.2021).
- 66) Мокрый нос: кошачье царство! [Электронный ресурс] / Planeta.ru: сайт. – 2017. – URL: <https://planeta.ru/campaigns/cathouse> (дата обращения 17.05.2021)
- 67) Мокрый нос: последний рывок! [Электронный ресурс] / Planeta.ru: сайт. – 2018. – URL: <https://planeta.ru/campaigns/wetnose> (дата обращения 17.05.2021)
- 68) ICANCER. The only crowd-funder cancer drug trial in history. [Электронный ресурс]: сайт. – 2020. – URL: <http://icancer.org.uk> (дата обращения 17.03.2021).
- 69) [3] История взлёта и падения главных российских соцсетей [Документальный фильм] / Редакция // YouTube: 2021. – URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=xnMxk8cncEY> (26:52-28:29) (дата обращения 11.03.2021)