

**А. О. ПАШНИН**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины) Науч. рук. **Б. В. Сорвилов**,  
д-р экон. наук, проф.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КРАУДФАНДИНГА ЗА ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ В РОССИИ**

Краудфандинг позволяет предпринимателям привлечь финансирование на реализацию своих проектов от широкого круга мелких инвесторов (спонсоров). Помимо получения финансирования на реализацию проекта, результатом успешной классической краудфандинговой кампании может являться привлечение покупателей и последователей проекта, решение различных маркетинговых задач от рекламных до определения целевой аудитории продукта.

Наиболее распространенным видом краудфандинга является краудфандинг за вознаграждение, который предполагает получение спонсором определенного вознаграждения от авторов проекта за свой финансовый взнос. Обычно он работает по модели

«Все или ничего», когда проекты получают собранные средства только в том случае, если получают всю заявленную целевую сумму в определенный срок.

Именно по такой модели работают наиболее известные российские краудфандинговые платформы Planeta (planeta.ru) и Boomstarter (boomstarter.ru), которые начали функционировать в 2012 году. На текущий момент эти две площадки являются лидерами рынка краудфандинга за вознаграждение в России, а сам рынок имеет по сути олигополистическую структуру. На рынке существуют и другие краудфандинговые платформы с моделью «за вознаграждение», однако они занимают незначительную долю рынка и часто концентрируются на какой-то определенной узкой рыночной нише (например, медицинские продукты) или географическом регионе. Большинство размещенных проектов на этих сайтах – в категории «Культура». Активно финансируются книги, фильмы и музыкальные проекты. Также периодически продуктовым проектам получается привлекать финансирование на российских платформах.

На сайте Planeta с момента ее создания было собрано более 980 млн. росс. руб. (более 22 млн. долл. США по среднему курсу) [1] для 5,5 тысяч проектов. 24 проекта собрали более 1 млн. росс. руб. (более 20 тыс. долл. США) каждый. Среди них – 4 различные кампании на выпуск нескольких альбомов музыкальной группы Би-2, проекты выпуска музыкальных альбомов групп Аквариум и Алиса (в том числе самый крупный проект, который собрал более 11 млн. росс. руб., или 170 тыс. долл. США) и других популярных рок-проектов. Также очень успешными оказались мультфильмы, книги, мюзиклы, спектакли и даже телепередачи и создание интернет-радио. Среди проектов-миллионеров – всего два социальных проекта: создание мемориалов жертвам политических репрессий (1,5 млн. росс. руб. или 43 тыс. долл. США) и строительство центра помощи животным (5,5 млн. росс. руб. или 157 тыс. долл. США). Общее количество спонсоров на платформе, которые поддержали какой-либо проект, превышает 830 000 человек. В среднем, каждый третий проект на платформе успешен. Исследователь краудфандинга Евгений Торкановский подчеркивает, что большинство крупных успешных проектов на российских краудфандинговых платформах запускаются от имени известных и популярных людей, артистов и музыкантов, которые уже имеют свою аудиторию и известность, и именно благодаря этому проекты становятся настолько успешными [2]. Авторы проектов на planeta.ru могут получать собранные денежные средства в том случае, если проект собрал более 50 % от заявленной суммы, но не достиг 100

% сбора, а также продлевать срок проекта.

На второй российской краудфандинговой платформе – Boomstarter – 1 858 проектов добились успеха, было собрано более 374 млн. руб. (8 млн. долл. США), а проекты поддержало более 200 тысяч спонсоров [3]. Структура и категории проектов- рекордсменов на boomstarter.ru кардинально отличаются от planeta.ru, что говорит об определенной специализации обеих платформ. Так, на Boomstarter целых семь проектов, собравших более миллиона росс. руб., – в категории «Дизайн». Это стол, разделочная доска, сборный велосипед, рамка для автомобильного номера, и рекордсмен – надувной диван, который в двух кампаниях собрал в сумме почти 7 млн. росс. руб. (127 000 долл. США). Четыре проекта собрали больше миллиона рублей в категории

«Еда»: проект, направленный на развитие крестьянского хозяйства, проекты по производству карамельного мусса и по строительству фабрики и производственного цеха. 9 рекордсменов в категории «Игры», причем большинство игр – настольные, в том числе лидер – настольная игра «Серп», собравшая 7 млн. руб. (117 тыс. долл. США). Также в списке фестиваль игр и видеоигра, а также сеть квестов в реальности (офлайн-услуга). Собрали больше миллиона рублей пять книг, два фестиваля, календарь, 7 общественно- социальных проектов, пять фильмов, пять около-технических проектов. Видно, что платформа Boomstarter в целом более тщательно подходит к отбору проектов, этим объясняется большая доля крупных успешных проектов. Также на платформе больше проектов, связанных с малым предпринимательством и различных продуктов, в то время как Planeta больше фокусируется на культурных проектах: различных книгах и музыкальных альбомах.

Технологические проекты и приложения в целом не получили значительной поддержки и распространения. Лидеры среди технологических проектов обычно собирают до 10-15 тыс. долл. США. В то же время, технологические проекты из России иногда представлены на наиболее известной мировой площадке Kickstarter. Известна история российских компьютерных игр, собравших на мировой платформе 700 тыс. долл. США и 500 тыс. долл. США, а также технологического решения для защиты глаз при просмотре телевизора от российского изобретателя, на которое было собрано более полумиллиона долларов. Это говорит о том, что технологические проекты изначально расширяют аудиторию своих потенциальных спонсоров и будущих покупателей до мировой, так как делают свои продукты с целью продаж по всему миру, в то время, как культурные проекты на стадии, на которой они нуждаются в финансировании с помощью краудфандинга, обычно являются достаточно локальными, и привлекать финансирование на мировой платформе для них нецелесообразно.

На российских платформах существует множество примеров, когда после неудачной краудфандинговой кампании автор все равно реализовывал проект на другие средства и добивался успеха со своим проектом. Краудфандинг помогал таким проектам верифицировать идею и вовремя внести необходимые изменения в продукт, процесс или команду, определить целевую аудиторию и каналы продвижения и продаж. Также есть кейсы, когда после краудфандинговой кампании авторам удавалось найти бизнес- ангелов, получить предложения об инвестировании или ином финансировании не через краудфандинговую платформу, что говорит и о наличии косвенного финансового эффекта от краудфандинга. Например, в России инвесторов после краудкампании нашли разработчики Animo, умной кормушки для животных, режиссер Виктором Гинзбургом, предприниматели из фермерского кооператива LavkaLavka.

#### Список использованной литературы

1 Официальный сайт краудфандинговой площадки «Planeta» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://planeta.ru>. – Дата доступа: 31.01.2019.

2 Torkanovskiy, E. Non-equity Crowdfunding as a National Phenomenon in a Global Industry: The Case of Russia / E. Torkanovskiy // Crowdfunding in Europe: State of the Art in Theory and Practice / ed. D. Bruntje and O. Gajda. – Springer International Publishing, 2015. – Pp. 115–123.

3 Официальный сайт краудфандинговой площадки «Boomstarter» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://boomstarter.ru>. – Дата доступа: 31.01.2019.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ