

КРАУДФАНДИНГ: СУЩНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

CROWDFUNDING: ESSENCE, THE BENEFITS AND RISKS

*D. Guseva
N. Malykhin*

Annotation

This work aims to study crowdfunding as a component of the network companies. The authors have considered aspects such as: the essence of crowdfunding, its positive and negative effects on the economy, and recommendations to the political structures for development of this method of raising funds to SMA. Analysis is reinforced by the overview of crowdinvesting-platforms existing in the internet environment. The paper describes the advantages and risks of using crowdfunding compared to other financial sources.

Keywords: crowdfunding, network companies, investments, SMA, crowdfunding platforms.

*Гусева Дарья Евгеньвна
Мальхин Никита Ильич*

*Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики",
Санкт-Петербург*

Аннотация

Данная работа направлена на изучение краудфандинга как составляющей сетевой экономики. Авторами рассмотрены такие аспекты как: сущность краудфандинга, его положительные и отрицательные эффекты, оказываемые на экономику, а также приведены рекомендации политическим структурам для развития данного способа привлечения средств в малый и средний бизнес. Анализ подкреплен обзором краудинвестинговых платформ, существующих в интернет среде. В работе перечислены преимущества и риски использования краудфандинга в сравнении с другими финансовыми источниками.

Ключевые слова:

Краудфандинг, сетевая экономика, инвестирование, малый и средний бизнес, краудфандинговая платформа.

СУЩНОСТЬ КРАУДФАНДИНГА

Краудфандинг может быть определен как коллективный вклад людей, которые используют свои ресурсы для поддержания проектов, инициированных другими людьми и организациями. В современном мире этот процесс происходит с использованием интернета. Индивидуальные проекты и бизнес финансируются малыми порциями от большого числа участников, позволяя тем самым реализовать инновации, развивать бизнес. Наиболее общими примерами краудфандинга могут служить благотворительные сборы, группы, собирающие деньги на международное турне.

История развития краудфандинга восходит к появлению фандрайзинга – направления сбора средств на некие цели с помощью общественных пожертвований напрямую, через почту, соискание финансовой помощи от компаний, получение грантов. Традиционно, фандрайзинг имеет цель собрать деньги на общественные нужды, поэтому первыми проектами могли быть улучшение контроля за детским трудом, насилием в семье, уход за бездомными и животными. Политические деятели также привлекали средства для своих выборных компаний, а

люди финансировали кандидатов, так как видели высокий потенциал на реализацию предложенных им проектов. Так, в 2008 году Барак Обама привлек 137 миллионов долларов для участия в выборах.

Как индустрия краудфандинг еще молод. Он вырос из фандрайзинга, приобретая некоторые изменения. Краудфандинг позволяет организовать сбор средств на какой-либо проект любому желающему. Он не имеет целью максимизировать общественное благосостояние, а направлен на сбор средств для индивида. Таким образом, инвестирование денег в проект принимается каждым членом общества уже самостоятельно без наличия "вины за то, что ты остался равнодушным". Краудфандинг начал активно развиваться с появлением интернета и это его второе отличие от традиционного фандрайзинга, который не подразумевает выведение сбора денег на достижение целей проекта на мировую платформу. Даже поверхностный обзор краудфандинговых онлайн платформ позволяет заметить, что заявленные проекты варьируются очень и очень сильно. Компании имеют цели провести обзоры рынка, финансового сектора и развитие маркетинга, а отдельные индивиды могут собирать деньги на покупку портфеля в школу или поездки на экскурсию на море.

В данной работе заостряется внимание на крупных проектах, имеющих целью выведение продукции на рынок, проведение исследований в той или иной сфере, внедрение инноваций. Альтернативами для привлечения средств в такие проекты являются получение кредита в банках, поиск крупных инвесторов (Бизнес-ангелов), привлечение финансов из венчурных фондов. Как известно, венчурные фонды, хоть и имеют право инвестировать средства в крайне рискованные проекты, но происходит это уже на этапе функционирования фирмы. Деньги получится привлечь в случае, если производство/деятельность уже налажена и требует дальнейшие инвестиции. А значит, первые вложения уже были сделаны автором проекта. Краудфандинг же предполагает получение средств с самого начала или даже до старта функционирования фирмы. Можно подумать, что сотрудничество с бизнес-ангелами может служить хорошей альтернативой краудфандингу, так как инвестор начинает инвестирование на первом этапе развития проекта. Но подобное взаимодействие всегда предполагает покупку доли капитала компании, что может привести к негативным последствиям, которые перечислены в следующем разделе данной работы.

В российских реалиях кредитование является наихудшим способом привлечения инвестиций с финансово точки зрения. Ставки процента высоки, политика нестабильна, а условия займа больших сумм тяжелы для заемщика, и в случае провала проекта его автор может оказаться в ситуации необходимости выплаты крупного долга, быстро растущего из-за штрафов за просрочку.

По сравнению с другими способами привлечения инвестиций еще одно отличие краудсорсинга состоит в спонсоре, который участвует в краудфандинге. Объем денежного пожертвования зависит от уровня его уверенности в успехе и потенциале развития проекта и выгод от того, что он будет частью группы, реализующей этот проект.

Основной плюс краудфандинга это факт того, что спонсоры также являются бизнес-представителями проекта и распространяют идею о нем в своих социальных сетях [1]. Разным моделям краудфандинга отвечают разные мотивации спонсоров.

Существует четыре базовых типа краудфандинга:

- 1) Пожертвование: спонсор финансирует средства без намерения получить награду.
- 2) В поиске выгоды: спонсор инвестирует средства, заключает контракт, гарантирующий преимущества в доступности после реализации продукта или услуги.
- 3) Долговое финансирование: выдача средств под некоторый процент.
- 4) Акции: спонсор становится владельцем части средств компании, получая долю прибыли бизнеса.

Первая в мире краудфандинговая платформа ASSOB (The Australian Small Scale Offerings Boards) – это краудфандинг капитала. ASSOB, платформа краудфандинга капитала в Австралии, которая является старейшей и самой успешной платформой коллективного финансирования в мире, была запущена в 2007 году. После нее появилось еще несколько платформ, таких как Crowdcube, Funding Circle, Rocket Hub и Indiegogo, особенностью последнего является возможность использовать деньги даже если не набралась установленная сумма.

Самая известная в мире платформа краудфандинга принадлежит США. Kickstarter – самый популярный сайт краудфандинга, первоначально созданный исключительно для жителей и резидентов США. У сайта высокая посещаемость, а также строгая модерация проектов перед их публикацией: существует мнение, что модераторы отбирают потенциально успешные проекты, которые снабжены видеороликом, где заказчик рассказывает о том, какие награды ждут спонсоров. Благодаря такому отбору неуспешные проекты на Kickstarter практически невозможно встретить. Что касается выплаты собранных средств, Kickstarter выплачивает заказчику деньги, только если проект собрал указанную сумму денег. Если до поставленной денежной планки проект не дотянул, все средства возвращаются спонсорам, а заказчик остается ни с чем. Рискнуть и опубликовать свой проект могут лишь те, кто проживает в США или Великобритании и имеет банковский счет в одной из этих стран. Кроме этого, Kickstarter забирает себе 5 % от собранной суммы, а Amazon Payments, через который пользователи перечисляют средства, взимают приблизительно 3–5 % от каждого взноса. Средний взнос здесь составляет около \$ 130 [12].

В качестве российских примеров платформ, позволяющих привлечь венчурные инвестиции по модели краудфандинга, можно назвать следующие:

- ◆ Planeta.ru стала русским аналогом сайта Kickstarter, и начала работу в июне 2012 года. Однако, в отличие от Kickstarter основные проекты это творческие коллективы. Сайт превращен в подобие социальной сети, где создатели проектов и пользователи могут общаться друг с другом, делиться информацией.
- ◆ Boomstarter, основанная 21 августа 2012 года. Всего с момента открытия в проекты привлечено более 6 000 000 рублей. В настоящее время работа платформы сводится к достаточно дешевым проектам (до 30 тыс. руб).
- ◆ В марте 2013 года начала работу краудинвестинговая платформа SmartMarket.net. Основатели проекта SmartMarket.NET имеют иной взгляд на идею краудфандинга – им важна бизнес-составляющая проектов, и речь в данном случае, скорее, идет о краудинвестинге, то есть вложение средств в малый и средний бизнес предполагает получение доли в прибыли или доли в компании;

- ◆ IT RockOut – сервис краудфандинговой разработки программного обеспечения (создан в 2012 г.);
- ◆ YouMax – коллективное долевое инвестирование (создан в 2008 г.);
- ◆ Русини – платформа краудфандинга, позволяющая социальным, творческим проектам и стартапам привлекать инвестиции для реализации проекта (создана в 2012 г.);
- ◆ две площадки Сбербанка России "Биржа идей": доступный всем сотрудникам банка интранет-ресурс, обеспечивающий внутрикорпоративную работу с инновациями.

ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ КРАУДФАНДИНГА

Риски краудфандинга

Существует несколько недостатков такого процесса как краудфандинг, которые должны быть приняты во внимание и нуждаются в устранении. Мы выделяем некоторые из них [7]:

1) Мошенничество

Мошенничество, наверное, самая широкообсуждаемая тема в критике краудфандинга. Проблема в том, что инвестирование средств спонсорами происходит через интернет-платформы. Не существует личного контакта между владельцем средств и владельцем идеи. Доступна лишь та информация, которая представлена на сайте бизнес-проекта.

В настоящее время наличие социальных сетей позволяет навести справки о представителе той или иной бизнес-идеи и принять решение об инвестировании денег. Более того, большинство краудфандинговых платформ уже обладают системами идентификации мошеннических проектов. А в связи с растущим количеством таких платформ и увеличивающейся конкуренцией, в будущем ожидается только улучшение таких систем.

2) Выбор объема инвестирования

Другой проблемой являются трудности с расчетом объемов инвестирования в бизнес-проект и невозможность предугадать прибыль от реализации продукта. Обычная практика подразумевает выставление идеологом суммы, необходимой для реализации проекта, еще до того, как процесс сдвинется с точки. Но эта сумма может не совпасть с практически необходимой и бизнесу потребуются дополнительные инвестиции.

Потенциальным решением этой проблемы, как происходит на некоторых платформах, является предоставление гибкой политики относительно запрашиваемой суммы со стороны обладателя проекта. Сумма может ме-

няться в ходе выполнения бизнес-плана и сбора средств. Другое решение – самостоятельно устанавливать размер платежей и доли акций в активе компании, чтобы спонсоры могли манипулировать конкретными альтернативами.

3) Высокие издержки управления

В случаях успешного развития проектов, многие спонсоры будут вовлечены в бизнес на том или ином уровне. Они могут обеспечить идеолога советами по продвижению продукта: его формы, рынках для распространения и цене. Но в то же самое время они ожидают некий отклик от предпринимателя, которому доверили свои средства. Принятие решений о дальнейшем развитии проекта является общим процессом. Многие из владельцев акций могут быть вне географической досягаемости, что делает невозможным проведение собраний (Само по себе проведение голосований с огромным количеством людей труднопроводимо).

4) Конфликт интересов

После того как в управлении проектом участвует не только предприниматель, но и инвесторы, могут возникнуть конфликты интересов относительно путей развития бизнеса. Для решения этой проблемы некоторые платформы предлагают проинвестировать 50% суммы, необходимой для реализации проекта самим предпринимателем. Он становится обладателем контрольного пакета акций компании и не испытывает большого стеснения при принятии решений относительно развития бизнеса.

Преимущества краудфандинга

Преимущества для предпринимателя из сектора малого и среднего бизнеса могут быть определены следующим образом. Краудфандинг способен предоставить уникальную поддержку для существования предпринимателей на нескольких уровнях. Никакой другой способ финансирования не может предоставить преимущества предпродаж, исследование рынка, рекламу через связи спонсоров без дополнительных издержек.

Асимметрия информации и недостаток публично доступной информации в традиционном смысле, риски инвестиций в проекты очень высоки.

Однако, при краудфандинге через общение со спонсорами, получение обзоров рынка от них и советов, открываются неизвестные ранее пути снижения этих рисков.

Из-за участия спонсоров в развитии проекта, краудфандинг – это одновременно источник финансирования до становления бизнеса и в процессе его функционирования. Это тот механизм, который дает большую гибкость там, где другие способы бессильны.

Преимущества для внешнего рынка [7]:

1) Системная устойчивость

Индустрия краудфандинга, включившись в рыночную структуру, сделает ее менее концентрированной, чем в настоящий момент. Цифры и опыт показывают, что банковская система, которая стоит на успехе нескольких организаций, доминирует над всем рынком. Эта ситуация может привести к "too big to fail" модели, при которой наиболее крупные институты несут риск опрокинуть всю рыночную систему в случае невыполнения своих обязательств. Большое количество платформ для краудфандинга приведет к децентрализации сил и установлению совершенной конкуренции на рынке инвестиций.

2) Лучшие оценки экономических показателей

Так как рейтинги проектов определяются спросом населения на реализацию того или иного продукта, лидирующие платформы смогут выдавать наиболее корректные значения для цен и других финансовых агрегатов, связанных с проектом. В настоящее время финансовые гиганты способны влиять на ожидания потребителей относительно развития рынка. При широком краудфандинге и жесткой конкуренции такого влияния можно будет избежать.

3) Финансовая стабильность экономики

Сектору малого и среднего бизнеса трудно привлечь инвестиции из других источников, кроме как банковского сектора (кредитования). Этот сектор почти прекращает свою работу при наступлении экономических кризисов. В то время как краудфандинг не так сильно уменьшает объемы потоков на реализацию проектов. В случае ухудшения экономической ситуации, возможно перераспределение инвестиций в проекты, которые будут играть наиболее важную роль в тот или иной момент времени.

Также уменьшается риск возникновения инфляции, который существует при вливании денег в экономику из банковского сектора.

КРАУДФАНДИНГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Из теории сетевой экономики, как направления, изучающего среду, в которой индивиды и компании могут с минимальными затратами контактировать с другими агентами с целью налаживания торговых потоков и других видов производственных отношений, известно, что сетевую модель взаимодействия предприятий и физических лиц можно представить на следующей схеме (Рис. 1) [2]:

Как мы видим, краудфандинг является компонентом широкой публики, той части населения, которая не является сотрудниками (работниками) фирмы, привлекающей инвестиции, и в явном виде покупателями ее продукции. Конечно, люди, проинвестировавшие тот или иной проект, получают привилегии в приобретении продукции компании, но это не является индикатором лояльности. Именно поэтому привлечение ресурсов из населения можно отнести к деятельности с широкой публикой.

Рынок краудфандинга как система социально-экономических отношений предложения социальных инвестиций и спроса на них становится составной частью мирового финансового рынка. В связи с развитием интернета и краудфандинговых платформ, сетевое взаимодействие компаний с обычными людьми стало не только возможным, но и довольно легкодоступным занятием, которое выгодно обеим сторонам. Хорошим примером такого взаимодействия является опыт интернет-энциклопедии Wikipedia. Несмотря на тот факт, что фирма уже имела некую финансовую стабильность, иерархию, "производ-



Рисунок 1. Группы населения по отношению к предприятию

ственные" офисы, компания начала привлекать финансирование у публики, на расширение границ своей деятельности. Как известно, база энциклопедии изначально функционировала на американском рынке на английском языке, к сегодняшнему моменту библиотека имеет статьи на 287 языках [12]. Безусловно, такое расширение списка достигнуто в том числе и благодаря использованию краудфандинга.

То, что краудфандинг является способом сетевого взаимодействия доказывают следующие его свойства:

- ◆ сетевой принцип организации финансирования: средства населения привлекаются путем установления взаимосвязей инвесторов и создателей проектов в социальных сетях. Одним из важнейших факторов успешности краудфандинговых проектов выступают социальные связи их авторов.

- ◆ экономия на посредниках: "сокращается количество иерархических звеньев благодаря непосредственной связи людей, которые обладают деньгами, с людьми, которым они нужны" [8]. Краудфандинг можно определить как социальный банк, который аккумулирует и использует финансовые ресурсы населения;

- ◆ экономия транзакционных издержек: разработчик проекта и потенциальный инвестор, опираясь на технологию краудфандинга, минимизируют затраты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Краудфандинг изменяет саму природу географической зависимости проекта от инвестиций. По меньшей

мере краудфандинг уменьшает важность географического расположения предпринимателя. А социальные сети и сообщества в онлайн режиме влияют на успех тех или иных проектов. Инновационные способности сетей растут с каждым днем [4, 6, 10], через них рождаются новые проекты, к которым может быть применен краудфандинг.

Для предпринимателей, которые собираются использовать краудфандинг в качестве источника финансирования, есть несолько простых выводов. Во-первых, важно качество подачи проекта на конкурс, он должен быть качественно продуман во всех направлениях. Социальные сети играют важную роль в формировании успеха бизнеса [3]. Во-вторых, к расчету объемов средств, необходимых для проекта и времени его реализации необходимо подходить с должным почтением. Планирование должно быть подробным и безошибочным.

Для политиков рекомендации заключаются в том, что экономике необходимо претерпеть изменение ментальности относительно видения финансирования и распределения рисков. В то время как традиционные финансовые структуры испытывают неудачи, малый и средний бизнес страдает от недостатка капитала, однако он же и является носителем подавляющего большинства рабочих мест в стране. Краудфандинг способен компенсировать эти недостатки. Государству следовало бы рассмотреть возможность создания общественных структур для софинансирования проектов, открытых на платформах для краудфандинга, с целью поддержать индустрию краудфандинга, находящуюся на первых шагах развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: АльпинаПаблшер, 2012. – 288 с.
2. Котляров И. Д. Экосистема: новые способы взаимодействия компании с работниками, клиентами и широкой публикой // Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления. 2013. № 4. С. 54–68.
3. Agrawal C., Catalini D., Goldfarb A. Offline Relationships, Distance, and the Internet: The Geography of Crowdfunding // National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA. – 2011.
4. Baldwin C., Hienerth C., Von Hippel, E. How user innovations become commercial products: a theoretical investigation and case study // Research Policy. – 2006. – V.35. – pp.1291–1313.
5. Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A. Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective, in prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June, 2010, pp. 25–26.
6. David P.A., Shapiro J.S., Community-based production of open-source software: what do we know about the developers who participate? // Information Economics and Policy. – 2008. – V.20. – pp.364–398.
7. Gerber Elizabeth M., Hui Julie S., Kuo Pei-Yi. Crowdfunding: Why People Are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms. ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (Workshop Paper), 2012.
8. Kraut R. and Resnick P. Encouraging contributions to online communities, in Evidence-based social design: Mining the social sciences to build successful online communities, Cambridge, MA: MIT Press, in press. 2012.
9. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study // Journal of Business Venturing. – 2014. – V.29. – pp.1–16.
10. Von Hippel, E., Democratizing Innovation. The MIT Press. 2005.
11. Kickstarter [Electronic resource]. URL: <http://www.kickstarter.com/rules?ref=footer> (date: 31.10.2014)
12. Wikipedia [Electronic resource]. URL: https://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias (date: 31.10.2014)