BUSINESS SCHEMES OF CROWDFUNDING PLATFORMS IN PROVIDING FINANCING FOR AN INNOVATIVE PROJECT

Tuyana B. Zambalaeva¹, Marina V. Ryzhkova¹,², Mikhail V. Chikov¹

¹National Research Tomsk State University
²National Research Tomsk Polytechnic University

Abstract.
In the digital economy, crowdfunding is a new model of financing innovative projects, assuming a wide involvement of economic agents in fundraising directly. As a new phenomenon, crowdfunding requires an understanding of its business scheme. The purpose of the article is to describe the business schemes of crowdfunding technology in providing funding for innovative projects, as well as assessing the scale of activities of the two largest crowdfunding platforms - Kickstarter and IndieGoGo. Crowdfunding is considered as one of the types of investment sources. An assessment of geographical location of crowdfunding platforms as well as a description of their activities is given. The business scheme of a crowdfunding digital platform is described, namely the crowdfunding process and the progress of the crowdfunding campaign. The types of crowdfunding are analyzed and the reward options for sponsors are typed, the algorithm of the crowdfunding campaign and the financial scheme of the crowdfunding project are given. The mechanisms of operation and statistics for the two largest platforms, Kickstarter and IndieGoGo, are described. It is shown that fundraising for projects from the fields of multimedia (cinema, music, games), design, publishing and food is most successful. The specific of crowdfunding as a tool for financing innovation is shown. It was concluded...
that crowdfunding is able to drive back traditional financial institutions in financing the innovative projects in future.

1 Introduction / Введение

Становление инновационной экономики связано с реализацией концепции устойчивого развития, на которую зачастую номинально ориентированы мировые державы, в том числе Россия. Устойчивое развитие можно охарактеризовать как процесс, который отвечает потребностям настоящего, не создавая риски для будущего [1]. Актуальным становится изучение специфики инновационного процесса, а также альтернативных источников финансирования проектов. Одним из таких источников является краудфандинг как технология, реализуемая с помощью сети Интернет и позволяющая собирать денежные средства на финансирование проекта от множества заинтересованных лиц. Краудтехнологии, по оценкам отдельных исследователей, станут важнейшим фактором формирования инновационной экономики, где инновационная деятельность становится основой роста ее конкурентоспособности. Продвижение и монетизация краудфандингового проекта с помощью интернета характеризует уникальный феномен: трансформацию накопленного социального капитала в финансовый капитал [2]. С помощью этой технологии реализуются мелкие и средние инновационные проекты, которые имеют положительное влияние на уровень общественного благосостояния: снизятся уровень безработицы, появятся новые товары, что в итоге приводит к экономическому росту.


Целью представленной статьи является описание бизнес-схемы применения технологии краудфандинга в обеспечении инновационных проектов, а также оценка масштабов деятельности двух крупнейших краудфандинг-платформ – Kickstarter, Indiegogo. Для реализации этой цели в первой части рассматривается краудфандинг как один из видов источников инвестиций. Далее во второй части приводится оценка географического расположения платформ краудфандинга, приводится оценки их деятельности. В третьей части статьи описывается бизнес-схема краудфандинговой цифровой платформы, а именно описывается процесс краудфандинга и приводится график прогресса краудфандинговой кампании, анализируются виды краудфандинга и типологизируются вознаграждения для спонсоров, приводятся алгоритмы проведения краудфандинговой кампании, а также финансовая схема краудфандингового проекта. В четвертой части приводятся механизмы функционирования и статистика по двум крупнейшим площадкам – Kickstarter и Indiegogo. В заключении отражена специфика краудфандинга как инструмента финансирования инноваций.

2 Crowdfunding as a source of investment financing / Краудфандинг как источник финансирования инвестиций

В первую очередь необходимо пояснить терминологию. Под источниками финансирования инноваций мы подразумеваем финансовые институты, организации, фонды, а также население, которое обеспечивают денежными средствами инновационные проекты.

Результатом инновационного проекта может послужить новый продукт или технология, которые могут существовать в материальной и нематериальной форме.
На рис. 1 представлены основные источники и инструменты финансирования инновационных проектов.

![Diagram of financial sources and instruments](image)

**Источники**
- Общественные (государственные и муниципальные)
  - Бюджеты бюджетной системы РФ
  - Финансовые институты развития
- Корпоративные (институциональные)
  - Организации
  - Венчурные и инвестиционные фонды
  - Коллективные инвесторы
- Частные (личные)
  - Бизнес-ангелы
  - 3F (Family, Friends, Fools)
  - Неформальные инвесторы (спонсоры, бартер)

**Инструменты**
- Субсидии (гранты)
- Инвестиции в основной капитал
- Кредиты, займы
- Государственный заказ
- Гарантии
- Налоговые стимулы
- Покупка акций
- Кредиты, займы
- Собственные (прибыль, амортизационные отчисления и т. д.) и привлеченные средства
- Инвестиции личных средств
- Краудфандинг

Рис. 1. Источники и инструменты финансирования инновационных проектов

К государственным источникам относят бюджеты и финансовые институты развития. Корпоративными (институциональными) источниками являются организации, венчурные и инвестиционные фонды, коллективные инвесторы, такие как негосударственные пенсионные фонды, коммерческие банки, страховые компании и др.

В группе частных преобладают альтернативные модели финансирования с помощью инвесторов. Выделяем две группы:
1. 3F (Family, Friends, Fools) – спонсоры (семья, друзья и «наивные»), финансирующие первоначальный этап проекта из собственных денежных средств [8].

Термин «краудфандинг» впервые был применен Майклом Саливилом в 2006 году [10]. Исследователи уверены, что рассматриваемый термин происходит от близкого по значению понятия «краудсورية» как совместной деятельности на основе интернета по оказанию услуг или производства продукции. Главное отличие между понятиями заключается в том, что краудфандинг подразумевает только денежную форму, а краудсورية содержит все возможные формы участия. Немаловажно выделить – оба термина впервые упомянуты в 2006 году.

Краудфандинг – это альтернатива заемным средствам, когда коллектив людей формирует сбор денежных средств для реализации проекта с помощью специализированных интернет-площадок. Целями сбора денежных средств является лечение, помощь нуждающимся, запуск своего бизнеса, волонтерская деятельность и другое.
3 Geography and scope of crowdfunding / География и масштабы краудфандинга

Большинство краудфандинговых платформ находятся в Европе, Азии и Северной Америке. Доход от краудфандинга на 2017 год составил в Северной Америке 17,2 млрд. долл., в Азии – 10,54 млрд. долл., в Европе – 6,48 млрд. долл. Данные о динамике привлечения средств через краудфандинг представлены в табл. 1.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Динамика мирового краудфандинга [11, 12]</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Темп роста, %</td>
</tr>
</tbody>
</table>


<table>
<thead>
<tr>
<th>Мировая индустрия краудфандинга: региональный срез [12]</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Страна</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Северная Америка</td>
</tr>
<tr>
<td>Европа</td>
</tr>
<tr>
<td>Азия</td>
</tr>
</tbody>
</table>


4 Crowdfunding Digital Platform Business Model / Бизнес-схема краудфандинговой цифровой платформы

Главная задача формирования и реализации народного финансирования состоит в необходимости сбора денежных средств для осуществления общей идеи или проекта. Интернет-платформа выступает в качестве посредника между инициатором инновационного проекта и спонсорами, при этом на платформу возлагаются следующие функции:
1) финансовая (процесс накопления денежных средств);
2) юридическая (решение конфликтов и правовых вопросов среди соучастников хода);
3) маркетинговая (деятельность по планированию и управлению проекта);
4) образовательная (каналы для участников краудфандингового процесса).
Процесс краудфандинга осуществляется при помощи специализированных интернет-сайтов — крауд-платформ. В модели краудфандинга присутствуют три участника:

1) инициатор проекта, который предлагает идею или проект, которые будут финансироваться;
2) инвесторы (спонсоры, бэкеры), которые решили поддержать идею и готовы ее профинансировать;
3) платформа, которая объединяет стороны вместе, чтобы запустить эту идею или проект.

Большая часть имеющихся краудфандинговых платформ функционирует согласно общепринятому принципу. Создатели делятся идеями и описывают свой проект (куда входит изображение, видео, целевая сумма средств, сроки осуществления, описание вознаграждения и иное). Бэкеры спонсируют проект через онлайн-платежи. Как правило, авторы проектов общаются с своими инвесторами в рамках, как-либо «бонусы». Комиссия платформы составляет 5-10% добавочную сбор за перевод. Рассчитывается целевой объем необходимых денежных средств, период, как правило, составляет от 30 до 90 дней. Если по истечению времени требуемый объем средств не достигнут, то средства возвращаются спонсорам.

Модель прогресса проведения кампании представлена на рис. 2. На графике изображена кривая, отражающая процесс накопления сборов во времени. Данный процесс имеет три фазы [14].

![Diagram of crowdfunding progress]

**Рис. 2. График прогресса краудфандинговой кампании**

Первая фаза называется «Получение средств от друзей». Описывается быстрым и доста-точно важным потоком инвестиций и в итоге превышает заявленный объем денежных средств. Это объясняется тем, что граждане оказывают материальную помощь в связи с личным интересом. После успеха первой фазы следует самая важная, которая определяет, достигнет проект заявленной цели или нет.

Следующая фаза, «Завоевание аудитории», имеет медленный темп роста инвестиций. Для этой фазы необходимо заинтересовать аудиторию и вовлечь ее через факторы социальной коммуникации, а также мотивировать достойной наградой. Здесь важно тщательно продумать количество лотов с вознаграждениями.

Точку «Захвата аудитории» достигают некоторые проекты, которые предоставляют стимул и приводят стремительный рост получения инвестиций. Спонсорами обычно являются люди, интересующиеся проектом и не имеющие до этого отношения с проектом.

После важной точки «Захвата аудитории» наступает фаза «Гонка за участие». Спонсоры активны и торопятся осуществить содействие до тех пор, пока период проекта не истек и цель не достигнута.

Конечная цель денежных средств в краудфандинге подразделяется на следующие виды [15]:
• благотворительный краудфандинг — получение финансовых ресурсов на социальные проекты;
• условно-возвратный краудфандинг — получение средств для коммерческих проектов;
• краудинвестиции — инвестирование в проекты с последующим приобретением долей компании.

Существует три вида вознаграждения для спонсоров краудфандинга: без вознаграждения, с финансовым вознаграждением и нефинансовым вознаграждением. Разберем ниже каждый из них подробнее.

1. Финансовое вознаграждение (краудинвестинг). Главной характерной чертой является наличие денежной выплаты спонсору за помощь.

Рассматривают следующие виды краудинвестинга [16]:
а) Роялти — выплата за долю от дохода или прибыли проекта;
б) Кредитование — сделка, связанная с передачей одной стороной другой денежных средств;
в) Акционерный — инвестирование в проект, получение дохода в виде акций предприятия.

2. Отсутствие вознаграждения (благотворительность). Сборы являются добровольными и не требуют ответных действий со стороны адресата. Используется данная модель в некоммерческих проектах.

3. Нефинансовое вознаграждение. Характерной особенностью рассмотренной модели является ответственное действие инвестора в форме продукта, скидки и т.д., помимо финансовых средств.

В группе нефинансового вознаграждения существуют четыре модели:
а) Все или ничего. Автор проекта получает перечисленные денежные средства от спонсоров при условии, что проект достигнет установленную сумму в срок. В случае невыполнения сбор средств в срок собранные денежные средства возвращаются инвесторам.
б) Оставить все собранное. Независимо от установленной целевой суммы автор получает все перечисленные денежные средства на момент завершения проекта.
в) Сделка со свободной ценой. В вопросе установления стоимости продукта решающую роль выполняют спонсоры.
г) Вечное финансирование. В этом случае сбор средств может продолжаться независимо от установленного периода на краудфандинговой платформе. Автор в любой момент может завершить финансирование проекта.

Краудфандинговая кампания проходит следующие этапы:
1. Выбор платформы. Каждая интернет-платформа работает согласно выбранной модели финансирования. Важно знать, какие проекты лучше финансируются на данной платформе, а также целевую аудиторию, географию потенциала, известность в сети, учитывать сбор платежных систем и комиссию самой краудфандинговой платформы. Все вышеперечисленные аспекты необходимо принять во внимание при выборе краудфандинговой платформы.
2. Выбор категории. В случае затруднения выбора категории проекта можно обратиться к менеджеру краудфандинговой платформы. Самыми популярными категориями являются игры, видео, музыка, дизайн, литература, наука, общество, спорт, технологии и другое.
3. Определение названия краудфандинговой кампании. Выбор названия проекта должен быть связан с идеей и целью проекта.
4. Установление целевого объема средств.
5. Длительность проекта.
6. Определение системы вознаграждений.

Необходимо детально описать систему вознаграждений с описанием, дополнительно указать возможность обретения. Например, краудфандинговая платформа Kickstarter установила минимальные лоты вознаграждения — это 25, 50, 100 долл.
7. Создание видеообращения. Видео является самым эффективным способом рассказать о своем проекте. Авторы должны объяснить, почему их проект важен, и замотивировать будущих спонсоров для финансирования краудфандинговой кампании.
8. Описание проекта. Авторы детально рассказывают о цели, миссии проекта, что они хотят получить в итоге, определяют сроки проекта, приводят смету расходов. Для визуального контента приводятся графика, фотографии.
9. Регулярные обновления. В ходе финансирования проекта аудитория получает информацию о новостях, получает обновления с авторами, видит прогресс краудфандинговой компании.
10. Мониторинг процесса сбора средств.
Для анализа процесса сбора денежных средств используются показатели [14]:
1) доля собранных средств в общем размере финансовой цели на момент т;
2) доля несобранных средств в общем размере финансовой цели на момент t;
3) темп роста сборов;
4) темп прироста сборов;
5) процент выполнения финансовой цели.
У разных источников финансирования имеется своя плата за привлечение средств. Это называется ценой капитала и определяется отношением объема привлекаемых средств к объему средств в процентах (формула 1).
\[
\Pi = \frac{\text{Сумма платы за привлекаемый источник финансирования инноваций}}{\text{Сумма привлекаемых средств из этого источника}} * 100\% 
\]  (1)
Для некоторых источников финансирования определить цену капитала не составит труда (к примеру, банковский кредит и процентная ставка), а по другим совершить оценку очень сложно.
Для краудфандинга формула принимает следующий вид [14]:
\[
\Pi = \frac{K + PC + H + B}{\Pi}, 
\]  (2)
где К – комиссия краудфандинговой платформы, руб.; ПС – сбор платежной системы, руб.;
Для установления стоимости краудфандинга рассчитывается объем финансовой цели. Финансовая цель – это денежная сумма, собранная в срок на краудфандинговой платформе. Содержит следующие аспекты:
1) требуемые денежные средства;
2) сбор платежной системы;
3) плата за размещение проекта на краудфандинговой платформе;
4) НДФЛ.
В таком случае на платформе необходимо достигнуть установленной денежной суммы, чтобы после оплаты платежей, рассмотренных ранее, остались денежные средства на реализацию проекта:
\[
\Pi = \frac{K + PC + H + B}{\Pi} = \frac{HC}{1 - \left(\frac{K + PC + H + B}{HC}\right)} 
\]  (3)
Из формулы 3 выражаем финансовую цель:
\[
\Pi = \frac{HC}{1 - \left(\frac{K + PC + H + B}{HC}\right)} 
\]  (4)
где прибавленные к обозначениям проценты означают доли вышеперечисленных величин; HC – необходимые средства на реализацию проекта, руб.

5 Examples of crowdfunding platforms and mechanisms of their functioning / Примеры краудфандинговых платформ и механизмы их функционирования
Известными международными краудфандинговыми платформами являются Kickstarter и IndieGoGo. Разберем ниже специфику их работы.
Kickstarter [17] основана в апреле 2009 г. и на данный момент признается самой успешной. Авторами проекта могут быть только резиденты США и Великобритании, достигнувшие возраста 18 лет и имеющие дебетовые или кредитные карты. Платформа получает прибыль за счет сбора за публикацию проекта в размере 5%, дополнительно 3-5% перечисляются платежной системе Amazon Payments. Сумма инвестиций варьируется от 1 цента до 1 млн. долл. Чтобы побудить спонсоров на участие, авторы предоставляют спонсорам «бонусы». Чем выше сумма пере­числения, тем весомее тот вознаграждения.
Kickstarter – одна из немногих компаний, которая предоставляет пользователям некоторые данные статистики краудфандинговой деятельности. За все работы платформы было собрано 4 239 181 011 долл. или 270 841 274 792,79 руб. (по курсу 1 долл. = 63,89 руб.) при общем количестве спонсоров 16 108 767, то есть в среднем 263,16 долл. или 16 813,29 руб. на спонсора [18].
Из общего количества (161 640) успешно профинансированных проектов (рис. 3) чаще финансируются проекты категорий «Музыка», «Игры», «Кино» и «Видео».
Рис. 3. Доля проектов Kickstarter по категориям, которые получили финансирование (на апрель 2019 г.) [17]

Рис. 4. Успешно завершенные проекты первой шестерки на Kickstarter на апрель 2019 г., %

Платформа Kickstarter использует модель финансирования «Все или Ничего», то есть проект получает средства только в случае достижения 100% от финансовой цели, в противном случае все средства возвращаются спонсорам. Не все площадки работают по такому принципу, многие
платформы предлагают забрать средства при достижении 50% от финансовой цели. Из непрофинансированных проектов (табл. 3) 16 271 проект могли бы получить свое финансирование при применении другой модели, так как собрали от 40% до 99% от цели.

Таблица 3

<table>
<thead>
<tr>
<th>Собраны средств от цели</th>
<th>0%</th>
<th>1-20%</th>
<th>21-40%</th>
<th>41-60%</th>
<th>61-80%</th>
<th>81-99%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Музыка</td>
<td>7590</td>
<td>17278</td>
<td>3114</td>
<td>1098</td>
<td>337</td>
<td>129</td>
</tr>
<tr>
<td>Кино &amp; Видео</td>
<td>10197</td>
<td>27782</td>
<td>4036</td>
<td>1331</td>
<td>459</td>
<td>197</td>
</tr>
<tr>
<td>Игры</td>
<td>2752</td>
<td>17895</td>
<td>3294</td>
<td>1656</td>
<td>816</td>
<td>574</td>
</tr>
<tr>
<td>Издательство</td>
<td>7319</td>
<td>19319</td>
<td>2673</td>
<td>1048</td>
<td>345</td>
<td>136</td>
</tr>
<tr>
<td>Изобразительное искусство</td>
<td>4195</td>
<td>11397</td>
<td>2133</td>
<td>886</td>
<td>343</td>
<td>216</td>
</tr>
<tr>
<td>Дизайн</td>
<td>1970</td>
<td>14804</td>
<td>3225</td>
<td>1477</td>
<td>676</td>
<td>624</td>
</tr>
<tr>
<td>Комиксы</td>
<td>486</td>
<td>3666</td>
<td>885</td>
<td>443</td>
<td>181</td>
<td>81</td>
</tr>
<tr>
<td>Технология</td>
<td>5644</td>
<td>20578</td>
<td>2097</td>
<td>922</td>
<td>421</td>
<td>510</td>
</tr>
<tr>
<td>Мода</td>
<td>4678</td>
<td>12266</td>
<td>1965</td>
<td>792</td>
<td>346</td>
<td>231</td>
</tr>
<tr>
<td>Театр</td>
<td>908</td>
<td>2923</td>
<td>556</td>
<td>195</td>
<td>66</td>
<td>36</td>
</tr>
<tr>
<td>Еда</td>
<td>4678</td>
<td>12266</td>
<td>1965</td>
<td>792</td>
<td>346</td>
<td>231</td>
</tr>
<tr>
<td>Фотография</td>
<td>2024</td>
<td>4826</td>
<td>768</td>
<td>267</td>
<td>114</td>
<td>31</td>
</tr>
<tr>
<td>Ремесла</td>
<td>1737</td>
<td>4890</td>
<td>628</td>
<td>284</td>
<td>109</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>Танец</td>
<td>286</td>
<td>1000</td>
<td>165</td>
<td>72</td>
<td>21</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Журналистика</td>
<td>1258</td>
<td>2565</td>
<td>222</td>
<td>61</td>
<td>20</td>
<td>18</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Также стоит отметить, что проекты, которые достигли 100% – это творческие проекты с небольшой финансовой целью (табл. 3, второй столбец). Достичь финансовой цели 1 млн. долл. чаще удавалось проектам в категориях игры и технологии (табл. 4).

Таблица 4

<table>
<thead>
<tr>
<th>Собранны сумма за проект (долл.)</th>
<th>10 000 долл. - 19 999 долл.</th>
<th>20 000 долл. - 99 999 долл.</th>
<th>100 000 долл. - 999 999 долл.</th>
<th>1 000 000 долл.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Музыка</td>
<td>16,93 %</td>
<td>7,22 %</td>
<td>1,53 %</td>
<td>0,58 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Кино &amp; Видео</td>
<td>17,86 %</td>
<td>16,72 %</td>
<td>7,30 %</td>
<td>1,74 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Игры</td>
<td>12,93 %</td>
<td>17,75 %</td>
<td>25,26 %</td>
<td>35,65 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Издательство</td>
<td>8,38 %</td>
<td>5,93 %</td>
<td>1,87 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Изобразительное искусство</td>
<td>5,35 %</td>
<td>3,32 %</td>
<td>1,25 %</td>
<td>1,45 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Дизайн</td>
<td>9,98 %</td>
<td>17,49 %</td>
<td>27,20 %</td>
<td>25,51 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Комиксы</td>
<td>3,78 %</td>
<td>3,53 %</td>
<td>1,96 %</td>
<td>0,29 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Технология</td>
<td>4,67 %</td>
<td>10,64 %</td>
<td>26,20 %</td>
<td>31,01 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Мода</td>
<td>5,49 %</td>
<td>5,77 %</td>
<td>4,35 %</td>
<td>1,45 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Театр</td>
<td>2,64 %</td>
<td>1,18 %</td>
<td>0,32 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Еда</td>
<td>7,06 %</td>
<td>7,08 %</td>
<td>1,67 %</td>
<td>2,32 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Фотография</td>
<td>2,37 %</td>
<td>1,74 %</td>
<td>0,59 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Ремесла</td>
<td>0,89 %</td>
<td>0,60 %</td>
<td>0,21 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Танец</td>
<td>1,05 %</td>
<td>0,33 %</td>
<td>0,02 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Журналистика</td>
<td>0,62 %</td>
<td>0,70 %</td>
<td>0,27 %</td>
<td>0,00 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Наибольшее количество успешно завершившихся проектов с финансовой целью до 1,226 млн. руб. приходится на такие категории как «Кино», «Музыка», «Игры», «Дизайн», «Издательство» и «Еда» (рис. 3 и рис. 4).

В качестве примера приведем самый финансируемый робототехнический проект Kickstarter «Vector by Anki: домашний робот для дома» [17]. Общий объем собранных средств составил 1 877 719 долл., количество спонсоров, участвовавших в кампании, – 8 293 чел. Vector - инновационный домашний робот, который всегда на связи, имеет голосовое управление и небольшой размер. С помощью датчиков робот сканирует комнату, говорит о погоде, времени, запоминает лица, окружающие предметы, а также ориентируется в пространстве без препятствий. Авторы проекта воплотили робототехнику и искусственный интеллект в жизнь, позволяя людям строить отношения с технологиями, которые чувствуют себя немного более «человечными». Другие проекты-рекордсмены Kickstarter приведены в табл. 5.

### Таблица 5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Категория</th>
<th>Название проекта</th>
<th>Краткое описание проекта</th>
<th>Собрано средств</th>
<th>Количество спонсоров</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Технологии</td>
<td>Vector by Anki: домашний робот</td>
<td>Vector – инновационный домашний робот. Он может видеть, слышать и чувствовать</td>
<td>$1 877 719</td>
<td>8 293</td>
</tr>
<tr>
<td>Технологии</td>
<td>Seed Money Монеты, которые можно посадить</td>
<td>Seed Money выглядит как настоящая монета – копейки, никели, копейки и четверти. Их используют, чтобы вызывать удивление и улыбки у друзей и незнакомцев, а затем посадить эти бамажные монеты в почву, чтобы выращивать красивые цветы и вкусные овощи.</td>
<td>$46 982</td>
<td>1 109</td>
</tr>
<tr>
<td>Настольные игры</td>
<td>Взрывающиеся коштата</td>
<td>Это версия русской рулетки. Игроки по очереди тасуют карты, пока кто-нибудь не вытянет взрывающегося котенка и не пропустит игру.</td>
<td>$8 782 571</td>
<td>19 382</td>
</tr>
<tr>
<td>Дизайн</td>
<td>Pebble Time – умные часы</td>
<td>Умные часы с интересным дизайном с батареей до 7 дней и новым интерфейсом шкалы времени</td>
<td>$20 338 986</td>
<td>78 471</td>
</tr>
<tr>
<td>Мода</td>
<td>Туристическая куртка с 25 функциями</td>
<td>Туристические куртки со встроенной по- душкой на шее, маской на глаза, перчатками, одеялом, подставкой для ног, бутылочкой и 12 карманами для разнообразных путешествий</td>
<td>$3 948 547</td>
<td>21 409</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Следующая краудфандинговая площадка IndieGoGo [19] создана в 2008 году. Миссия IndieGoGo состоит в том, чтобы дать людям возможность объединиться вокруг важных для них идей и вместе воплотить эти идеи в жизнь. Площадка независимо от страны проживания позволяет всем желающим создавать свои собственные проекты и поддерживать уже действующие краудфандинговые проекты. Принцип создания краудфандинговой кампании схож с платформой Kickstarter, но есть отличительные особенности, например, необязательно достигать цели проекта. Это необходимо, только тогда, когда в настройках компании указан тип «Fixed». При выборе flexible-модели, какая бы сумма ни была собрана, она будет передана автору проекта, а проект будет опубликован сразу же без прохождения модерации и заключения договора.

Стоит отметить, что IndieGoGo не предоставляет данные статистики, как Kickstarter, кроме общей информации (данные на апрель 2019).
– более 1 000 000 000 долл. средств было собрано;
– более 275 000 проектов было профинансировано;
– 19 000 кампаний запускают на IndieGoGo каждый месяц;
– 10 миллионов человек во всем мире посещают IndieGoGo каждый месяц;
– насчитывается 235 стран, где были открыты краудфандинговые компании.

В табл. 6 представлены успешные проекты краудфандинговой платформы IndieGoGo.

### Таблица 6

<table>
<thead>
<tr>
<th>Категория</th>
<th>Название проекта</th>
<th>Краткое описание проекта</th>
<th>Собрано средств</th>
<th>Количество спонсоров</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Технологии</td>
<td>MATE X: складной eBike</td>
<td>Самый крутой в мире складной электрический велосипед</td>
<td>$17 893 558</td>
<td>31 764</td>
</tr>
<tr>
<td>Инновации</td>
<td>Flow Hive 2</td>
<td>Мед на разлив прямо из вашего улья</td>
<td>$14 959 087</td>
<td>40 493</td>
</tr>
<tr>
<td>Здоровье и фитнес</td>
<td>Amabrush - первая в мире автоматическая зубная щетка</td>
<td>Инновационная щетка Amabrush, которая идеально очистит зубы в автоматическом режиме всего за 10 секунд</td>
<td>$5 236 604</td>
<td>38 088</td>
</tr>
<tr>
<td>Искусство</td>
<td>Stickybones: быстрая постановка анимации</td>
<td>Революционная анимационно-художественная фигура, идеально подобранная для воплощения идей в жизнь</td>
<td>$889 456</td>
<td>8 756</td>
</tr>
<tr>
<td>Компьютерные игры</td>
<td>Неделимый - RPG от создателей Skullgirls</td>
<td>Мультиплатформенная компьютерная игра в жанре двухмерного файтинга</td>
<td>$2 009 010</td>
<td>32 703</td>
</tr>
</tbody>
</table>

6 Conclusion / Заключение

Рассмотрев механизмы функционирования бизнес-схем краудфандинга, сформулируем следующие выводы.

Краудфандинг выступает элементом альтернативной экономики, когда инициаторы проекта организуют сообщество крауд-спонсоров вокруг своей площадки, чтобы собрать финансирование для производства нужного и важного для сообщества продукта или услуги.

Специфика краудфандинга как инструмента финансирования инноваций заключается в следующем:

– отсутствие традиционных финансовых посредников приводит к прямому сотрудничеству при привлечении денежных средств от инвесторов к реципиентам, снижая трансакционные издержки процесса и приводя к более высокой доходности по сравнению с традиционными инструментами инвестирования;

– устранение физического присутствия спонсора и возможность участия неограниченного количества спонсоров разной локации позволяет кампании в случае успешного сбора средств осуществлять ранее недоступные проекты;

– использование социальных сетей трансформирует накопленный ими социальный капитал в финансовый;

– использование информации краудфандинговых платформ для принятия решений по стратегическому развитию бизнеса приводит к новому способу вывода продукта на рынок, трансформирующему систему «идея – производство – маркетинг» в «идея – маркетинг – производство».

Итак, рынок краудфандинга активно развивается во всех регионах мира, но разными темпами и с разным размахом. Тем не менее, я будущем у краудфандинга и производных от него
инструментов есть все шансы потеснить традиционных финансовых посредников (банки, страховыекомпании, пенсионные и инвестиционные фонды) среди источников финансирования инноваций.

Информация / Acknowledgement
Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00352: Рынок цифровых платформ: сценарии преодоления потребительского сопротивления цифровизации.

The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-010-00352: Scenarios of overcoming the consumer digitalization resistance on the digital platforms market.

Список источников
17. Краудсорсинговая платформа Kickstarter. URL: https://www.kickstarter.com/ (последнее обращение: 12.06.2019).
19. Краудсорсинговая платформа IndieGoGo. URL: https://www.indiegogo.com/ (последнее обращение: 12.06.2019).

References
17. Kraudsorisingovaya platforma Kickstarter [The crowdsourced platform Kickstarter]. URL: https://www.kickstarter.com/ (last access: 12.06.2019).
Zambalaeva T.B., Ryzhikova M.V., Chikov M.V. Business schemes of crowdfunding platforms in providing financing for an innovative project. Economics and Innovation Management, 2019, no. 2 (9), pp. 70-83.