

**Прикличение инвестиций на краудфандинговых платформах:
характеристики, модели, тенденции развития**

Ситникова Виктория Ивановна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

E-mail: sivictory.v@gmail.com

Создание собственного малого бизнеса стало популярной практикой как для предпринимателей с уже имеющимся бизнесом, так и для молодых предпринимателей с бизнес-идеей, которая еще не была протестирована рынком. Для привлечения инвестиций на проект зачастую использовались связи с частными инвесторами и венчурными фондами, но с развитием Интернета и вовлечением аудитории в двустороннюю коммуникацию возможности предпринимателя испытать свой проект и профинансировать его расширились и преумножились.

На первых этапах создания бизнеса поиск инвестиций является крайне важной задачей, так как необходимо доказать инвестору или группе инвесторов, что проект имеет ценность и будет работать. В период экономического кризиса традиционные каналы инвестирования слабеют и становятся избирательными: «Идёт ли речь о банковском займе или венчурном инвесторе, процесс поиска денег — это череда разочарований и унижений, он вымотает вас и будет отвлекать от непосредственного создания проекта»[2] - говорит Майкл Чёрч, программист и создатель игры *Ambition*.

С развитием Интернета появляются альтернативные источники финансирования, и один из самых популярных у бизнес-проектов это краудфандинг[1]. В рамках данного вида венчурного финансирования неотъемлемой частью бизнес-проекта является коммуникация между авторами и инвесторами, именно поэтому краудфандинг обладает существенным научно-теоретическим и научно-практическим потенциалом, однако еще не был затронут в научных трудах.

В настоящем исследовании была доказана эффективность краудфандинга как альтернативного способа финансирования авторского проекта. Исследование заключалось в анализе контента краудфандинговых проектов на российских платформах (*Boomstarter*, *Planeta.ru*) и экспертных интервью с авторами реальных краудфандинговых проектов и бизнес-практиками, которые, основываясь на собственном опыте, рассказывают о характеристиках и моделях краудфандинговых кампаний и тенденциях развития краудфандинга в целом.

В ходе исследования были получены следующие результаты:

• Сегодня авторы стремятся найти такой вариант бизнес идеи, который позволил бы им найти новую нишу на рынке без конкуренции и получить от неё максимальную выгоду.

• С развитием проблемы поиска капитала для венчурных проектов, появились новые, альтернативные способы финансирования.

• Проекты, которые входят в более крупные проекты и собирают денежные средства на дополнительное оборудование или декорации, могут привлекать потенциальных инвесторов при помощи сайтов компаний, которые организуют крупный проект.

• Наиболее эффективным средством популяризации проекта в Интернете являются социальные сети.

&middledot; Сегодня краудфандинг существует как источник дополнительного, а не основного финансирования, так как собирает небольшие суммы денег.

&middledot; Темп развития краудфандинга высок, особенно на рынке альтернативных способов финансирования проекта, но так как краудфандинг обычно привлекается как дополнительный источник финансирования, то традиционные методы инвестирования в проекте тоже будут занимать важную позицию финансирования будущего бизнеса.

Согласно полученным результатам, можно сделать вывод, что краудфандинг является новым форматом связей с инвесторами (investment relations) с целью создания нового бизнеса.

Результаты данного исследования могут быть использованы для написания научных работ, посвященных альтернативным способам финансирования венчурных проектов, коммуникациям между предпринимателем и инвестором и построению новых моделей коммуникации в Интернет-пространстве.

Источники и литература

- 1) Arr J., Quercia D., Crowcroft J.. Recommending investors for crowdfunding projects // Venture investments. -2014. - № 2. – С. 132-137
- 2) Чёрч М. Это провал: почему 9 из 10 стартапов не выстреливают [Электронный ресурс]: The Village: городское интернет-издание. 2013. URL: <http://www.the-village.ru/village/business/management/153847-90-provalov> (дата обращения 15.03.2015)

Слова благодарности

Спасибо за великолепную возможность рассказать о моей работе!