

Народное финансирование: краудфандинг и peer-to-peer кредитование

Бурцева Наталья Александровна, студент

Налитов Игнат Артурович, студент

Корнейко Ольга Валентиновна, руководитель

Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса (ВГУЭС) г. Владивосток

Современная экономика использует новые возможности финансирования инвестиций, такие как, микрофинансирование, краудфандинг, «peer-to-peer» (P2P) кредитование. Данная статья обеспечивает теоретической основой для понимания краудфандинга и P2P, которые предприниматели могут использовать как для создания, так и для расширения предприятия.

Новые способы кредитования бизнеса распространились, буквально, в один момент. На сегодняшний день, только несколько исследований выявили условия возникновения и последствия этих финансовых механизмов [1, 2]. В условиях нестабильной экономической ситуации в России, краудфандинг, как альтернативный способ привлечения финансирования, является актуальным и стремительно набирает популярность. Наиболее популярными являются краудфандинг и peer-to-peer кредитование, а в общем это можно назвать стартапом. «Экономичный стартап» — это набор методов, помогающих предпринимателю повысить [3].

Краудфандинг (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование») — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). Проще говоря, «с мира по нитке». Но насколько коллективное финансирование популярно в России, относительно других стран?

На Западе краудфандинг — один из главных способов сбора средств и продвижения проектов. На Kickstarter очень часто бывают оригинальные идеи и собирают они значительно больше средств, чем отечественные. В 2017 году игра «Kingdom Death: Monster 1.5» собрала 12 млн долларов, а самый весомый проект на российской платформе Planeta.Ru — чуть больше 11 миллионов рублей.

Но в чем причина непопулярности народного финансирования в России? Почему людей больше привлекают зарубежные проекты?

В российском краудфандинге основная масса проектов посвящены творчеству или искусству. Мало стартапов, которые ищут финансирование для какого-нибудь летающего самоката. Но именно у таких проектов шансы на успешное финансирование выше. Людям хочется быть в курсе современных событий, чем и пользуются технологичные стартапы. Они понимают, что за оригинальную идею люди готовы платить, особенно молодое поколение, ведь это цепляет и веселит [4].

Но помимо идеи, есть еще несколько причин непривлекательности отечественных проектов.

Западные платформы продвигают проекты с помощью промо-видео на YouTube, распространяют информацию с помощью СМИ. Зачастую в наших новостях можно услышать об успешности какого-либо проекта на IndieGoGo или Kickstarter. Соб-

ственно, что касается российских идей, то чаще всего их не могут правильно и красиво подать, чтобы они привлекли достаточно внимания.

Также главным критерием привлекательности является визуальная подача. Большое количество ярких картинок, схем, которые наглядно показывают идею и цель проекта. На русских платформах же чаще всего мы можем увидеть большой текст с описанием проекта, который сложно читать, и одна-две картинки. И хорошо, если они соответствуют теме.

Красивая обложка — вот, что в первую очередь привлекает внимание.

Кроме всего вышеперечисленного, также важна коммуникация между авторами и спонсорами. Людям могут быть непонятны некоторые пункты, или же они хотят узнать больше и порекомендовать что-либо. На российских площадках чаще всего отсутствует графа «Комментарии».

А для тех, кто не желает безвозмездно вкладывать свои ресурсы в развитие чего-либо, существуют платформы Peer-to-Peer (P2P) - кредитования, которые являются противоположностью краудфандингу.

Peer-to-peer кредитование (или person-to-person lending, peer-to-peer investing, social lending) - кредитование физических лиц физическими лицами, без участия традиционных финансовых игроков, таких как банки. Иными словами, на P2P платформе вкладчики и заемщики договариваются, под какие проценты и на какой срок они готовы предоставить займы/одолжить необходимую сумму, а сайт лишь только может помочь им прийти к общему решению. P2P кредитование привлекает людей с плохой или же отсутствующей кредитной историей, что увеличивает опасность невозврата необеспеченных кредитов. В целях безопасности в США ввели обязательный государственные проверки, точно так же как и для рынка ценных бумаг.

В России P2P-сервисы, в большинстве случаев, специализируются на микрозаймах. По данным сайта gb.ru — потребность населения в микрозаймах составляет 300 миллиардов рублей, а процентная ставка варьируется от 10% до 400% годовых.

Безопасность P2P платформ в России под большим вопросом. В случае если на британских и американских веб-сайтах информация о защищенности ваших вкладов занимает первое место, то на российский веб-сайтах эту информацию найти не так просто. Сайты могут предоставить «черный список» заёмщиков, а ключевым средством защиты выступает рейтинг. Надеяться приходится лишь на сами сервисы, они ищут возможность получить наибольшую

информацию: контакты, паспортные данные, выписки из банков. Рейтинг возможно увеличивать за счет хорошей репутации на самом сервисе и за счёт подтверждения аккаунта знакомыми с заёмщиком людьми. Но всё же мошенничества избежать не удаётся.

Такие направления, как p2p-кредитование и краудфандинг активно развиваются, создавая новые возможности для поиска финансирования и инве-

стиционных возможностей. Чаще всего их объединяют под термином альтернативных финансов, но по сути это два совершенно разных инструмента, которые предлагают альтернативы банковским продуктам по привлечению денег. Физические и юридические лица могут сами выбирать между двумя системами. Однако оба направления являются популярными у предпринимателей.

Литература:

1. Корнейко О.В., Бадун Э.А., Ткаченко В.А., Тихонова А.С. Новые финансовые возможности в сфере предпринимательства: внедрение микрофинансирования, краудфандинга, «peer-to-peer» кредитования. // Экономика и предпринимательство. 2015. № 7 (60). С. 913-918.

2. Golikov S.Yu., Korneyko O.V., Krasova E.V. The strategy of territory socio-economic image formation // Amazonia Investiga. - Vol. 7, №. 15 (2018), 262-270

3. Эрик Рис. Название источника: Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. 2013. — 25

4. Гай Кавасаки Название источника: Стартап по Кавасаки. Проверенные методы начала любого дела. 2016. — 9