

Краудфандинг: интернет-благотворительность или инструмент инвестирования инновационного проекта?



О. Н. Быкова,
д. э. н., профессор,
проректор по учебно-методической работе,
Российская государственная академия интеллектуальной собственности
lgaa3@rambler.ru



М. О. Ольховская,
зам. зав. кафедрой
международных экономических и финансовых отношений,
Российская государственная академия интеллектуальной собственности
maria.rgais@yandex.ru



Д. А. Профатилов,
аспирант, начальник
управления научных исследований,
Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга
denprofatilov@gmail.com

В статье исследуется новый инструмент продвижения инновационно ориентированных проектов — краудфандинг. Краудфандинг представляет собой перспективное направление финансирования высокорисковых инновационных проектов. С помощью размещения проекта стартапа на краудфандинг-площадке разработчики привлекают денежные средства от инвесторов, которыми могут быть как профессиональные венчурные игроки, так и граждане, желающие поддержать ту или иную оригинальную идею и способствовать ее реализации. Возможность получения прибыли или доступа к абсолютно новому товару (в том числе перед началом официальных продаж) является основным мотивом, побуждающим финансировать проекты. По мнению экспертов, краудфандинг в России имеет перспективы развития, поскольку позволяет учитывать и социальную значимость проекта, а, значит, и прогнозировать предстоящий спрос на продукцию.

Ключевые слова: краудфандинг, краудинвестинг, краудлэндинг, Kickstarter, краудбекеры, инновации, проект, инвестиции.

За последние 10 лет технологический процесс, охватывающий общие массы, достиг невероятных размеров. Современный человек не представляет свою жизнь без мобильного телефона, работу без компьютера, а компьютер без доступа к сети Интернет. Благодаря новейшим коммуникационным технологиям стало возможным получение доступа практически к любой информации, осуществление в один «клик» покупок и продаж различных товаров, визуализация объектов, находящихся на значительном расстоянии.

В текущий период развития бизнес не представляется эффективным без применения интернет-технологий: отсутствие у компании официального сайта ведет к падению лояльности со стороны потребителей, использование маркетинговых технологий крайне ограничено. Подавляющее большинство компаний, учитывая наблюдающиеся тенденции в части прогрессирующей зависимости потребителей от интернет-технологий, прекращают вести свой бизнес в классическом виде, переводя его в Сеть; к примеру, обычные магазины становятся интернет-магазинами, печатные издания (газеты и журналы) выпускаются с приставкой «онлайн». Таким образом, практически все

звенья экономики подстраиваются под потребности интернет-пользователей.

Начинающие компании для поиска дополнительного финансирования, в первую очередь, разрабатывают интернет-сайты своих проектов, с целью получения потенциальными инвесторами всей необходимой информации о процессе реализации и возможных рисках. Однако не только профессиональные инвесторы имеют возможность финансировать заинтересовавшие их проекты. Современные инструменты реализации и поддержки проектов посредством интернет-технологий позволяют любому интернет-пользователю стать участником финансирования указанных проектов. Данный инструмент носит название «краудфандинг» (от англ. *crowd* — толпа, *funding* — финансирование).

При рассмотрении общепринятого определения краудфандинга возникает вопрос о его принадлежности к какой-либо группе экономических терминов. Целесообразно, по нашему мнению, считать, что краудфандинг — это финансовый инструмент, работающий посредством коллективного сотрудничества людей, добровольно объединяющих свои ресурсы на краудфандинг-площадке в целях поддержания проектов других людей или организаций.

Краудфандинг-площадки представляют собой специализированные интернет-сайты, выступающие посредниками между людьми или организациями, запускающими какой-либо проект (создатели проектов), и людьми, которые данный проект желают профинансировать (краудбекеры).

Общепринято [1–6] рассматривать краудфандинг исходя из целей инвестирования, подразделяя его на четыре типа: Donation Crowdfunding (безвозмездное пожертвование), Reward Crowdfunding (финансирование за вознаграждение), Crowdfunded Lending (финансирование в виде кредита от краудбекеров с дальнейшим возвратом создателями проектов вложенных средств с определенным процентом) и Equity Crowdfunding (финансирование с целью инвестирования и будущего участия в деятельности компании – получения акций, распределения прибыли и т. п.) (табл. 1).

В настоящее время часть представленных направлений краудфандинга уже имеет собственную специфическую терминологию. Так, инвестиционный краудфандинг приобрел термин «краудинвестинг» (от англ. crowd – толпа, investing – инвестирование) – коллективное сотрудничество людей (инвесторов), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы, как правило, через интернет, с целью инвестирования проектов других людей или организаций (реципиентов) с последующим получением прибыли [7, 8]. Данный вид краудфандинга в общих чертах легализован в США законопроектом JOBS [9], принятым в апреле 2012 г., но так и не вступившим в полную меру в силу, ввиду регуляции высокого уровня со стороны Комиссии по ценным бумагам и биржам США. Помимо США, государственное регулирование краудинвестинга характерно для Великобритании [10], а также аналогичные механизмы разрабатываются в Италии, Франции, Голландии и обсуждаются в Германии [11].

Заемный краудфандинг, или иначе «краудлендинг» – (от англ. crowd – толпа и lending – кредитование) имеет понятие, близкое с термином «краудинвестинг», но отличаются предметом финансирования, а также искомым результатом и формой отдачи: в случае краудинвестинга – это получение акций или участие в распределении прибыли, в случае краудлендинга – получение процентов по предоставляемому займу [7, 8]. В настоящее время краудлендинг подразделяется на: P2P-кредитование – инструмент

кредитования физическими лицами других физических лиц и P2B-кредитование – инструмент кредитования физическими лицами юридических лиц, прежде всего компаний малого и среднего бизнеса.

Благотворительный краудфандинг не рассматривается авторами исследования как инструмент инвестирования средств на реализацию проектов, ввиду специфичности благотворительных проектов.

Наградной или товарный краудфандинг является наиболее распространенной формой рассматриваемого финансового инструмента, и в отличие от краудинвестинга и краудлендинга, данный тип краудфандинга пока не имеет своего закрепленного термина. В данном вопросе некоторые исследователи [8] предпочитают обозначать наградной краудфандинг термином «краудфандинг», что по нашему мнению представляется нелогичным. Как было указано выше, краудфандинг включает в себя все виды коллективного финансирования.

Анализ деятельности мировых краудфандинг-площадок позволил выявить, что наиболее успешной площадкой работающей по принципу наградного краудфандинга является американская площадка Kickstarter. Kickstarter – это интернет-сайт, созданный 28 апреля 2009 г. для привлечения денежных средств на реализацию творческих, научных и производственных проектов по схеме краудфандинга. Через краудфандинг-площадку Kickstarter финансируются разнообразные проекты из 15 категорий: игры; кино и видео, дизайн, технологические проекты, музыка, издательство, еда, искусство, мода, комиксы, театр, фотография, танцы, ремесла, журналистика.

Создатели проектов указывают необходимую им для реализации проекта сумму денежных средств и срок, в течение которого они планируют привлечь данную сумму. Характерной особенностью сбора средств на краудфандинг-площадке Kickstarter является принцип «все или ничего»: если проект не собрал 100% от запланированной на его реализацию суммы, то все собранные средства возвращаются краудбекерам, а проект объявляется несостоявшимся. Если создателям проекта удалось собрать больше запланированной суммы, собранные деньги остаются у них.

По данным, приведенным на официальном сайте Kickstarter (табл. 2) по состоянию на начало 2015 г., на площадке было размещено 200117 проектов на общую сумму \$1,49 млрд. Но всего лишь 39,27% (78592

Таблица 1

Типы краудфандинга [19]

Тип	Форма вноса	Форма отдачи	Мотивация краудбекера
Equity Crowdfunding (инвестиционный краудфандинг)	Инвестиции	Будущего участия в деятельности компании – получения акций, распределения прибыли и т. п.	Сочетание внутренней, социальной и финансовой выгоды
Crowdfunded Lending (заемный краудфандинг)	Займ	Возврат займа с процентами. Некоторое социально-направленное кредитование является беспроцентным	Сочетание внутренней, социальной и финансовой выгод
Donation Crowdfunding (благотворительный краудфандинг)	Безвозмездное пожертвование	Нематериальные блага	Внутренняя и социальная мотивация
Reward Crowdfunding (товарный краудфандинг)	Финансирование за вознаграждение или определенный товар	Материальные и нематериальные блага	Сочетание внутренней, социальной мотиваций и желания награды

Статистика работы площадки Kickstarter [12]

Категория	Завершено проектов	В том числе успешно профинансировано	Процент успешных проектов	Финансирование всех завершённых проектов (\$ млн)	В том числе успешно профинансировано (\$ млн)
Все категории	200117	78592	39,27	1494,179	1305,26
Игры	14426	4898	33,95	301,92	268,62
Кино и видео	42692	16646	38,99	258,03	216,68
Технологические проекты	10402	2431	23,37	240,08	208,3
Дизайн	11976	4193	35,01	232,6	206,44
Музыка	35302	18860	53,42	135,88	124,09
Издательство	22084	6771	30,66	64,54	54,78
Еда	11845	3462	29,23	64,22	53,35
Мода	9520	2467	25,91	50,93	44,07
Искусство	15664	6884	43,95	46,24	40,13
Комиксы	5099	2537	49,75	34,08	31,42
Театр	7319	4539	62,02	29,5	26,14
Фотография	6399	1973	30,83	17,82	15,02
Танцы	2393	1595	66,65	8,318	7,74
Журналистика	1932	512	26,50	5,486	4,73
Ремесла	3064	824	26,89	4,535	3,75

проекта) было успешно профинансировано на общую сумму \$1,3 млрд. Комиссия площадки Kickstarter за предоставляемые услуги по реализации проектов составляет 5% от общей собранной суммы, таким образом, можно говорить о выручке площадкой за весь период ее работы в размере \$65,26 млн.

Также выявлено, что наибольшее количество успешно профинансированных проектов относится к категориям «музыка» и «кино и видео»: 18860 проектов и 16646 проектов соответственно. Если исходить из количества вложенных средств, то наибольшую сумму привлекли проекты из категории «игры» – \$301,92 млн.

Но если подходить к анализу статистики с позиции суммы вложенных средств на один успешный проект, то определяется иная тройка категорий с наибольшими показателями, причем с большим опережением от остальных категорий:

- 1) технологические проекты – \$85,68 тыс. на один проект;
- 2) игры – \$54,84 тыс. на один проект;
- 3) дизайн – \$49,23 тыс. на один проект.

Сравним: на четвертом месте по данному показателю расположена категория «мода» – \$17,86 тыс. на один проект.

Помимо этого, на дату анализа статистики 7581 проект находился в стадии сбора средств, и общая сумма, привлеченная на реализацию данных проектов, составляла \$34 млн.

Если анализировать проекты, набравшие наибольшее финансирование, то в данном контексте долгое время лидировал проект инновационных часов для беспроводной связи и передачи информации с современных смартфонов «Pebble» [13], собравший рекордную сумму на площадке Kickstarter – \$10266,845 тыс. (68929 краудбекеров). Но 30 августа 2014 г., данный рекорд был побит проектом технологической многофункциональной сумки-холодильника «COOLEST COOLER: 21st Century Cooler that's Actually Cooler» [14], собравшим сумму \$13285,226 тыс. (62642 крауд-

бекера). Примечательным является факт, что данные проекты, с первого взгляда относящиеся к категории «технологические проекты» на практике относятся к категории «дизайн» (product design). Именно данные 2 категории являются основными ориентирами в поиске инновационных технологических проектов на площадке Kickstarter.

Главное ограничение в деятельности краудфандинг-площадки Kickstarter накладывается на размещение проектов: данной деятельностью могут заниматься физические и юридические лица ограниченного круга стран. В начале работы площадки, география Kickstarter была определена территориями США и Великобритании, на сегодняшний день к ним присоединились Канада, Австралия, Новая Зеландия, Нидерланды, Швеция, Дания, Норвегия и Ирландия, что говорит о перспективности дальнейшего развития данной краудфандинг-площадки и возможного входа в новые экономические зоны в будущем. Но, несмотря на географические ограничения, существуют примеры, когда нерезиденты перечисленных выше стран в партнерстве с резидентами осуществляют запуск проектов. Так российские разработчики при поддержке зарубежных партнеров размещали свои проекты на площадке Kickstarter и получали искомое финансирование (табл. 3).

Рассматривая приведенную статистику, основанную на данных площадки Kickstarter по географическому признаку, можно выявить, что российские проекты, несмотря на их небольшое количество (88 проектов зарегистрировано, из них 33 успешно профинансировано, 5 проектов на момент анализа данных находились в процессе сбора средств), в целом успешно реализуются (39,75% успешности – что является нормативным показателем для всей площадки в целом). Так, наибольшее количество зарегистрированных и успешно профинансированных проектов относится к категории «игры» – 21 и 8 проектов соответственно. На данную категорию приходится наибольшая по сравнению с остальными категориями сумма собранных

Статистика российских проектов на площадке Kickstarter [15]

Категория	Завершено проектов	В том числе успешно профинансировано	Процент успешных проектов	Финансирование всех завершённых проектов (\$ тыс.)	В том числе успешно профинансировано (\$ тыс.)
Все категории	83	33	39,76	1 743,83	1 554,43
Игры	21	8	38,10	889,90	719,32
Кино и видео	15	7	46,67	64,02	61,53
Дизайн	3	0	0,00	1,78	0,00
Технологические проекты	6	3	50,00	587,67	583,48
Музыка	17	7	41,18	56,47	53,11
Издательство	4	2	50,00	86,53	85,67
Еда	0	0	0,00	0	0
Искусство	3	1	33,33	5,09	5,04
Мода	1	0	0,00	0	0
Комиксы	0	0	0,00	0	0
Театр	3	1	33,33	11,08	8,76
Фотография	5	1	20,00	10,74	7,32
Танцы	4	3	75,00	30,34	30,21
Ремесла	0	0	0,00	0	0
Журналистика	1	0	0,00	0,2	0

на реализацию успешных проектов средств — \$719,32 тыс. Аналогично общей статистике по всем проектам площадки Kickstarter, категория «технологические проекты» в объеме вложенных средств на один проект занимает лидирующую позицию — \$194,49 тыс., что более чем в 2 раза превышает средний показатель по всей площадке.

В российской практике термин краудфандинг стал широко известен в последние 3–4 года ввиду быстрого развития зарубежных краудфандинг-площадок, а также попыток запуска подобных систем. Так, можно говорить о двух удачно работающих в России краудфандинг-площадках: «Planeta.ru» [15] и «Boomstarter» [16].

Анализируя проекты, успешно профинансированные на данных краудфандинг-площадках, можно сделать вывод об очевидности социальной и творческой направленности большинства из них. Но, несмотря на это, данные проекты финансируются, в том числе в объемах более 1 млн руб.:

- 1) телеспектакль «Петрушка» — 5865,8 тыс. руб.;
- 2) фильм «28 панфиловцев» — 3191,095 тыс. руб.;
- 3) документальный фильм о Вещем Олеге — 2064,533 тыс. руб.

Также существует опыт относительно крупного финансирования технологического проекта [17] на отечественной краудфандинг-площадке «Boomstarter» — проект «Планетарный передатчик энергии», профинансированный на сумму 1540,262 тыс. руб.

Показательным является российский проект по созданию и печати детской литературы из серии «Простая наука». Изначально проект функционировал на общественных началах и работал посредством интернет-канала YouTube. Как описывают свой проект создатели [18]: «все это вылилось в более чем 200 роликов с увлекательными опытами разной степени сложности, несколько десятков тысяч подписчиков на YouTube и углубление собственных познаний в области физики и химии. Также благодаря этому ро-

дилась идея создания уникальной книги для детей и взрослых детей «Простая наука», в которой мы решили собрать самые интересные и в то же время простые опыты. Кроме того, чтобы опыты у юных испытателей обязательно получились, каждый экземпляр книги сопровождает DVD с видеороликами опытов». В итоге кампания по сбору средств для печати первого тиража книг была организована на краудфандинг-площадке «Boomstarter» и в течение 45 дней было собрано 823376 руб. (при запланированных для реализации проекта 380000 руб.). Таким образом, проект был реализован, а краудбекеры поддержавшие проект, первыми и по специальной цене получили экземпляры книг.

Если сравнивать краудфандинг с другими инструментами реализации проектов, например венчурным финансированием, бизнес-ангелами, инвестиционными фондами, то можно отметить, что при выборе определенного типа краудфандинга будут наблюдаться как схожие так и отличительные черты.

Так краудинвестинг наиболее сопоставим по всем признакам со сравниваемыми инструментами - различия состоят в способе финансирования и получении информации о проекте. В краудинвестинге данный процесс реализуется через площадку, в венчурном бизнесе посредством прямого контакта инвестора и инвестируемой компании. Также отличительной чертой можно назвать суммы, вкладываемые в проект — в венчурном бизнесе как правило одна компания или бизнес-ангел обеспечивают полную финансовую потребность инвестируемой компании, в свою очередь, как описывалось выше, в краудинвестинге потребность

Таблица 4

Сравнительная характеристика краудфандинга и венчурного инвестирования

Общее	Особенности
Объект инвестирования; цель инвестирования	Планируемый результат от реализации проекта; участие в деятельности компании после реализации проекта; риск при неудачной реализации проекта

в финансах обеспечивается за счет небольших вложений от значительного числа инвесторов.

Краудлендинг, по нашему мнению, нецелесообразно сравнивать с указанными инструментами, так как наиболее близким инструментом в данном контексте будет банковский кредит или заем другого финансового института. Как и в случае с краудинвестингом, сходства и различия в данном сравнении будут одинаковыми.

Рассматривая наградной краудфандинг в сравнении с венчурными финансами, сходными чертами для них являются инвестируемый объект (стартап) и цель инвестирования (реализация проекта) (табл. 4).

Основным различием данных инструментов является планируемый результат реализации проекта. Так, при использовании венчурного финансирования стартапов определяющим фактором эффективности является то, насколько проект подорожал после его запуска и реализации, какую прибыль он приносит и какова вероятность относительно компании, реализующей проект, превратиться в более крупную с дальнейшим выходом на IPO.

В наградном краудфандинге основным искомым результатом краудбекеров не является получение прибыли. При финансировании проектов на краудфандинг-площадках краудбекеры получают вознаграждение, связанное с непосредственным выпуском заявленной продукции. Например, краудбекеры, поддержавшие проект по созданию инновационных часов, через определенный срок, который указывается при запуске проекта, первыми получают данные часы. Основным фактором выбора становится эксклюзивность предлагаемого товара, так как на рынке он появится только после выполнения обязательств перед краудбекерами и по более высокой цене. Таким образом, модель наградного краудфандинга выступает в роли предзаказа на ту или иную продукцию, но экономическая эффективность от применения данной модели при прочих равных инвестируемых условиях гораздо выше, нежели от реализации «венчурного пути».

К различиям между наградным краудфандингом и венчурным финансированием относится также доля участия в деятельности компании после реализации проекта. Очевидно, что цель краудбекера направлена на получение единичного результата, то есть после вложения в успешно профинансированный проект и полу-

чения искомого вознаграждения (товара) краудбекер перестает вести отношения с компанией. Напротив, в венчурном финансировании инвесторы активны после реализации проекта и продолжают свою деятельность до момента продажи своей части в компании и превращения изначально вложенного капитала.

Последней отличительной чертой между названными инструментами является риск неудачной реализации проекта. В условиях наградного краудфандинга краудбекеры до момента получения поощрения имеют право вернуть свои деньги и не несут никаких финансовых рисков. В венчурном финансировании в случае неудачной реализации проекта инвесторы теряют свои вложения в полном объеме, если иное не предусмотрено договором.

Опираясь на опыт работы краудфандинг-площадки Kickstarter, можно утверждать, что модель краудфандинга открывает новые горизонты в реализации технологических инновационных проектов. На сегодняшний день на Kickstarter было успешно профинансировано 6624 проектов из категорий «дизайн» и «технологические проекты» на общую сумму \$414,74 млн. Таким образом, очевидно, что в сфере реализации инновационных проектов наградной краудфандинг является одним из наиболее выгодных и эффективных инструментов без участия внешних инвесторов и инвестиций, предполагающих возврат, без передачи доли в инновационной компании.

Представленная на рис. 1 схема и дальнейший эффект от размещения инновационного проекта на краудфандинг-площадке и получения финансирования для его реализации показывают реальную возможность использования данного инструмента в широком применении. Но данная схема учитывает лишь базовые шаги на пути к реализации проекта. По данным исследования американского ученого И. Моллика [6], успешность финансирования проекта зависит в первую очередь от качества составления проектной документации, представленных видеоматериалов, рекламы проекта в интернете и социальных сетях. Данный процесс также включает в себя понятие так называемой «точки невозврата»: если в первые дни запуска на краудфандинг-площадке проект собрал не менее 25% от запрашиваемой суммы, то вероятность полного финансирования составляет 90% [19].



Рис. 1. Схема реализации инновационного технологического проекта с использованием краудфандинга

Безусловно, во многих случаях финансирование, привлеченное посредством краудфандинг-площадки, является недостаточным для реализации крупного проекта. Есть исключения, когда проекты привлекали в десятки раз большее финансирование, чем планировалась изначально, но эти проекты носят единичный характер и являются поистине прорывными и инновационными. Но, очевидными и бесспорными плюсами запуска проекта на краудфандинг-площадке являются:

1. Получение первичного финансирования для реализации проекта без участия внешних инвесторов. В случае успеха, создатели проекта на выходе получают уже функционирующую компанию, валовая стоимость которой во много раз превышает показатель до краудфандингового опыта.
2. Проверка первичного спроса на инновационный товар. То есть производитель запустивший проект может до производства партии товаров понять, насколько потребитель готов приобретать его и в каком объеме.
3. Масштабная PR-акция в интернете и СМИ. Как правило, если проект носит инновационный характер, имеет большой спрос и соответственно успешно профинансирован, то новостные сайты и специализированные издания освещают информацию о данном проекте и выпускаемом продукте.

Наглядным примером использования приведенных плюсов на практике выступает инновационный проект по созданию шлема виртуальной реальности Oculus Rift [20]. Данный проект был запущен на Kickstarter в августе 2012 г., и привлек финансирование на сумму \$2437,429 тыс. при запланированных \$250 тыс. Проект поддержало 9522 краудбекера по всему миру. После успешной краудфандинговой кампании проект привлек дополнительные внешние инвестиции в объеме более \$85 млн. А уже 25 марта 2014 г., компания «Oculus VR» (создатель вышеуказанного проекта) была куплена компанией Facebook за \$2 млрд [21]. То есть менее чем за 2 года стоимость компании выросла более чем в 20 раз, и стартом данного процесса стал именно вывод инновационного проекта на краудфандинг-площадку.

Российские краудфандинг-площадки, ориентированные на жителей нашей страны, с трудом собирают крупные суммы (более 5 млн руб.), необходимые для реализации серьезного технологического инновационного проекта по причине низкого уровня благосостояния и недостаточного доверия к подобного рода проектам; также сложно представить иностранных граждан, финансирующих российские проекты на отечественной краудфандинг-площадке в больших объемах. Опираясь на опыт зарубежных площадок, можно определить, что и на них технологические проекты стали появляться не сразу. В общей массе всех успешно профинансированных проектов данная категория занимает всего 8,4%. Но, как уже говорилось выше, по сумме привлеченных средств на один проект, технологические проекты занимают лидирующую позицию. Поэтому можно с уверенностью говорить о перспективности развития данного финансового инструмента на российском рынке в области инвестирования инновационных проектов.

Список использованных источников

1. A. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb. Some simple economics of crowdfunding//NBER Working Paper. №19133. 2013.
2. G. K. C. Ahlers, D. Cumming, C. Gunther, D. Schweizer. Signaling in equity crowdfunding//Working Paper. 2012.
3. P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher. Crowdfunding: Tapping the right crowd//Journal of Business Venturing, 29 (5), 2014.
4. V. Kuppaswamy, B. Bayus. Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers in Kickstarter//Working Paper. 2013.
5. L. Collins, Y. Pierrakis. The venture crowd crowdfunding equity investment into business. 2012. http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_venture_crowd.pdf.
6. E. Mollick. The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study//Journal of Business Venturing. Vol. 29. Issue 1. January 2014.
7. R. Willfort. Crowdfunding, Crowdlending, Crowdinvesting. ISN – Innovation Service Network GmbH. 2013. http://itg-salzburg.at/fileadmin/Veranstaltungen/Innovationstagung_13/Vortrag_Willfort_isn.pdf.
8. Рынок краудфинансов в РФ: краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг//J'son&Partners Consulting. http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-kraudfinansov-v-rf-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending-20150121044017.
9. JOBS Act. One Hundred Twelfth Congress of the United States of America on Tuesday, 3 January 2012. <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-112hr3606enr/pdf/BILLS-112hr3606enr.pdf>.
10. The FCA's regulatory approach to crowdfunding. CP13/13 final rules. March 2014. <http://www.fca.org.uk/static/documents/policy-statements/ps14-04.pdf>.
11. Четыре мобильности: вызовы России в 2015–2030. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. <http://ac.gov.ru/files/publication/a/1711.pdf>.
12. Kickstarter Stats. <http://www.kickstarter.com/help/stats>.
13. Kickstarter project «Pebble». <https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android>.
14. Kickstarter project «Coolest cooler: 21st Century Cooler that's Actually Coolers». <https://www.kickstarter.com/projects/ryangrepper/coolest-cooler-21st-century-cooler-thats-actually/description>.
15. Краудфандинг-площадка Planeta.ru. <http://planeta.ru>.
16. Краудфандинг-площадка Boomstarter. <http://boomstarter.ru>.
17. Проект «Планетарный передатчик энергии — по всей Земле без проводов!» https://boomstarter.ru/projects/65396/planetarnyy_peredatchik_energii_-_po_vsey_zemle_bez_provodov.
18. Проект «Книга для детей простая наука». https://boomstarter.ru/projects/denis_mokhov/kniga_dlya_detey_prostaya_nauka.
19. Kickstarter: Pros and Cons. Localwiki.org. <http://www.localwiki.org/blog/2010/nov/15/kickstarter-pros-and-cons>.
20. Kickstarter project «Oculus Rift: Step Into the Game». <https://www.kickstarter.com/projects/1523379957/oculus-rift-step-into-the-game>.
21. Facebook Buying Oculus Virtual-Reality Company for \$2 Billion. Интернет издание Time.com. <http://time.com/37842/facebook-oculus-rift>.

Crowdfunding: online charity or a modern tool for innovative projects investment?

O. N. Bykova, PhD in Economics, Professor, Vice-Rector for educational and methodical work, Russian State Academy of Intellectual Property.

M. O. Olkhovskaya, Deputy Head of International Economic and Financial Relations Department, Russian State Academy of Intellectual Property.

D. A. Profatilov, Postgraduate, Head of Department of Scientific Work, Vitus Bering Kamchatka state University.

The paper investigates a new tool for promoting innovation-oriented projects named crowdfunding. Crowdfunding is a promising line of financing high-risk innovative projects. With the offering plan start-up developers raise money from investors, which may be as a professional venture capital players and citizens, who wish to support this or that original idea and contribute to its implementation. Profit opportunity or access to a completely new product (including before the official sales) is the main motive for financing projects. According to experts crowdfunding has prospects of development in Russia, as it allows to take into account the social importance of the project and, consequently, to predict the upcoming demand for the products.

Keywords: crowdfunding, crowdinvesting, crowdlending, Kickstarter, crowd-backer, innovation, project, investment.