

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ КРАУДФАНДИНГА В VUCA-МИРЕ

Мир, чрезвычайно быстро меняющийся и непредсказуемый, стал новой реальностью и получил свое название – VUCA. Бизнесу в этом мире нужно выживать, а лучше преуспевать [1]. VUCA – это аббревиатура, основанная на теориях лидерства Уоррена Бенниса и Берта Нануса, она состоит из первых букв слов, которые этот мир характеризуют:

- volatility – изменчивость, рынки нестабильные;
- uncertainty – неопределенность, прошлого опыта для уверенности в успехе предпринимаемых действий уже недостаточно;
- complexity – сложность, много факторов, много информации и их запутанных взаимосвязей;
- ambiguity – неоднозначность, правила игры постоянно меняются.

Эти характеристики наблюдались и ранее, но в меньшей степени. Формирование VUCA-мира обусловлено развитием технологий и увеличением объема информации. Для его исследования применяется два подхода: проектный и продуктовый.

Проектный подход ориентирован на достижение заранее известного результата в условиях ограниченных сроков и бюджета. Задачи и план детально прописываются, команда работает над выполнением. Проект завершается, когда все задачи выполнены, и результат соответствует плану. Однако проектный подход не всегда учитывает изменения на рынке и потребительское поведение.

Продуктовый подход ориентирован на потребности собственника и пользователей. Эксперты анализируют рынок, определяют потребности аудитории и предложения конкурентов. Продукт создается в условиях неопределенности, и его развитие зависит от аналитики и обратной связи. Основной фокус – ценный продукт, который может масштабироваться и адаптироваться к изменениям. Продуктовый подход предполагает умение работать с изменениями (change management) [2].

Для реализации и финансирования бизнес-идей в этих двух подходах можно использовать такой метод, как краудфандинг. Это слово буквально переводится с английского как финансирование толпой. Термин «краудфандинг» появился в 2006 г. – его ввел в обиход известный журналист Джефф Хау. Сперва это подразумевало только добровольные пожертвования. В настоящее время это любые коллективные инвестиции в проекты разной направленности: бизнес, культура, экология, новые технологии и т. д. То есть группа людей – фаундеры – жертвуют деньги в основном посредством интернета автору на создание и развитие какого-то интересного проекта, а автор впоследствии отчитывается о проделанной работе и выплачивает вознаграждение фаундерам, если был на то уговор [2]. В зависимости от типа краудфандингового проекта вознаграждение может быть денежное или материальное неденежное.

Краудфандинг как бизнес-процесс проводится по следующей схеме.

1. Предпринимателем разрабатывается идея, для которой требуется финансирование.
2. Предприниматель объявляет сбор средств на своем сайте (социальной сети или специальной краудфандинг-платформе).
3. Инвесторы жертвуют часть средств и перечисляют автору проекта.
4. После сбора требуемой суммы проект начинает воплощаться, и автор отчитывается перед инвесторами о продвижении или передает им заранее оговоренное вознаграждение.

Объектом краудфандинга может быть: сборник стихов, новый альбом исполнителя, фильм, онлайн или настольная игра, мобильное приложение, постановка спектакля, выпуск одежды и даже проведение археологических раскопок.

Зарубежные и российские *краудфандинговые платформы*:

1. Kickstarter,
2. Indiegogo,
3. Бумстартер,
4. ArtistShare,
5. Планета,
6. RocketHub.

Также авторам краудфандинг проектов доступно несколько схем финансирования.

1. Все или ничего. Если заявленная сумма не собрана в обозначенные сроки, то деньги возвращают акционерам.

2. Оставить все. Авторы получают деньги, если обозначенная сумма не набрана за вычетом комиссии.

3. Вечное финансирование. Срок сбора не ограничен.

4. Переломный момент. Средства переводят авторам при достижении контрольной точки.

Ежедневно в мире запускаются десятки, если не сотни, краудфандинговых компаний, но только немногие из них доходят до финального воплощения. Рассмотрим успешные примеры краудфандинга. Наиболее крупную сумму в истории краудфандинга – 88 млн долл. США вместо необходимых 500 тыс. – собрала онлайн-игра Star Citizen. Это амбициозный проект, подразумевающий симуляцию всего FCA – добычи ресурсов, торговли, боев в государственном и галактическом масштабе.

Другой проект, снискавший успех на Kickstarter, – 3Doodler, позиционирующая себя как первая в мире 3D-ручка. С ее помощью можно создавать объемные объекты в реальном мире буквально росчерком пера, так же, как и на 3D-принтере.

Краудфандинг сегодня имеет *ряд преимуществ*:

- инвестиции для VUCA-мира задействуют неиспользованный капитал, что положительно влияет на рынок;
- объем инвестиций редко превышает даже 100 000 долл. США, а значит стартапам намного проще получить финансирование;
- инвесторы заинтересованы не только в выходе товара на рынок, но и его использовании;
- краудфандинг помогает создать сообщество поддержки вокруг проекта, привлечь внимание и заинтересовать потенциальных клиентов или инвесторов;
- через краудфандинг можно проверить интерес к продукту или услуге, оценить спрос на рынке и получить обратную связь от покупателей;
- позволяет быстро запустить проект, а также изменять его по мере необходимости, что особенно важно в условиях быстро меняющегося окружения [4].

Существуют также *риски краудфандинга*:

- в условиях VUCA-мира могут возникнуть непредвиденные обстоятельства, такие как экономические кризисы или политические изменения, которые могут повлиять на результаты проекта;
- инвесторы не получают возможность управлять проектом, т. к. собирают средства через платформу, которая руководит процессом;
- у инвесторов нет гарантий исполнения обязательств со стороны стартапов;
- собранных средств может оказаться недостаточно;
- инвесторы могут столкнуться с риском невозврата инвестиций, поскольку краудфандинг обычно не предполагает обязательств проекта вернуть средства;
- в условиях VUCA-мира конкуренция на платформах краудфандинга может быть высокой, что затрудняет привлечение достаточного количества инвесторов;

- неудачный опыт с краудфандингом или негативные отзывы могут повлиять на репутацию проекта или компании;
- мошенничество.

Несмотря на имеющиеся риски, в контексте VUCA-мира краудфандинг позволяет быстро адаптироваться к изменениям и неопределенности, предоставляет возможности для тестирования идеи на рынке и сбора обратной связи от будущих пользователей продукта. Это делает краудфандинг эффективным инструментом в условиях быстро меняющейся бизнес-среды, помогает выявить интерес к продукту и быстро запустить проект.

Список использованных источников

1. VUCA-мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-vuca-mir/>. – Дата доступа: 16.04.2024.
2. Проектный и продуктовый подходы [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://sergey-sharpak.ru/news/project_vs_product/. – Дата доступа: 19.04.2024.
3. Рич, Дж. Краудфандинг. Справочное руководство по привлечению денежных средств / Дж. Рич. – Москва : И-трейд, 2015. – 174 с.
4. 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. – Date of access: 20.04.2024.