

Краудфандинг как инструмент развития социальных инициатив и проектов

Юров Юрий Александрович

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
студент*

Лавренов Владимир Владимирович

ООО «РЕД21»

Руководитель отдела разработки

Кусакин Александр Александрович

Майкопский государственный технологический университет

Специалист по защите информации

Аннотация

Статья посвящена исследованию онлайн-платформ, применяемых в фандрайзинговых компаниях, опирающихся на концепцию краудфандинга. Апробируя данные полученного исследования, авторы предлагают критерии подбора онлайн ресурсов, для организации и проведения эффективных фандрайзинговых кампаний, а также приходит к мнению, что современные интернет ресурсы, использующих концепцию краудфандинга - это одно из самых перспективных, технологически инновационных направлений развития благотворительности, а в частности социальных проектов и инициатив.

Ключевые слова: краудфандинг, фандрайзинг, благотворительность, социальные проекты и инициативы, бейкер, Фонд подари жизнь, Фонд Била гейтса, Контакте, Фейсбук, Boomstarter, Кикстартер, PayPal, Яндекс деньги, майнинг.

Crowdfunding as a tool for developing social initiatives and projects

Jurov Jurij Aleksandrovich

*Plekhanov Russian University of Economics
student*

Lavrenov Vladimir Vladimirovich

ООО "RED 21»

Head of development Department

Kusakin Aleksandr Aleksandrovich

Maikop state technological University

Information security specialist

Abstract

The article is devoted to the study of online platforms used in fundraising companies based on the concept of crowdfunding. Testing the findings of the research, the authors propose criteria for selecting online resources for organizing and conducting effective fundraising campaigns, and concludes that modern Internet resources using the concept of crowdfunding are one of the most promising, technologically innovative areas of charity social projects and initiatives.

Keywords: crowdfunding, fundraising, charity, social projects and initiatives, baker, Foundation give life, Foundation of Bill Gates, Contact, Facebook, Boomstarter, Kickstarter, Paypal, Yandex money, mining.

За последнее десятилетие высокопроизводительные вычислительные и телекоммуникационные системы обрели массовое распространение и всеобщую доступность. С использованием современных средств обработки, передачи и хранения информации стало возможным производить мгновенный высокоскоростной обмен информацией на расстоянии в тысячи километров. С повсеместным внедрением микропроцессоров мы получили устройства и программное обеспечение к ним, без которых трудно себе представить современную жизнь - сотовые телефоны, персональные компьютеры, навигационное оборудование и т.д. Также современные информационные технологии дали сильный толчок в развитии практически всех сфер жизни общества. Трудно представить банковский, военный, политический или социальный секторы без современных технологий и программного обеспечения. На данный момент большинство социальных проектов и инициатив, наблюдая тенденцию, при которой используя интернет инструменты достигать поставленной цели становится эффективней и быстрее, перешли от традиционных методов продвижения социальных инициатив и проектов, к продвижению только через сеть интернет, либо объединяя два вышеперечисленных метода; к примеру, если раньше фонд помощи животным мог привлекать пожертвования только обращаясь в частном порядке к одному благодетелю или к группе лиц в общественных местах, то в настоящее время добиться большего охвата аудитории при меньших затратах, помогает сеть интернет с её различными инструментами, такими как социальные сети, специализированные на благотворительности онлайн ресурсы, краудфандинговые веб платформы, электронные деньги. В современных условиях трудно представить социальную инициативу или проект без собственного сайта, странички в социальных сетях, аккаунта в мессенджерах, кошелька для приема электронных денег. Таким образом, реализация социальных инициатив и проектов без интернет-технологий, на текущем уровне развития фандрайзинга, не представляется эффективным.

В данной статье автор при помощи исследования, обобщения, анализа, сравнения онлайн-платформ, предназначенных для реализации социальных инициатив и проектов, выделяет наиболее эффективные и инновационные.

Анализ показывает, что значительный вклад в исследования фандрайзинга внесли видные Российские и зарубежные ученые, а именно кандидат экономических наук, профессор, Заслуженный работник культуры РФ Директор Центра научных исследований социально-экономических проблем культуры (ЦНИ Культуры) [1]- Игнатьева Елизавета Леонидовна, руководитель спецпроектов портала «Милосердие.ru» в интернете (SMM, продвижение портала, фандрайзинг) [2]- Зверева Татьяна Владимировна, Стив МакКурли и Сью Виньярд. Мы с авторами сходимся во мнении, что социальные инициативы и проекты - это частное явление нашего времени, это результат несовершенства общества или государственной системы. Активисты видят проблему, которое государство или общество не может или не хочет решить, и решают её собственными силами, либо проводя фандрайзинговые компании.

Вместе с тем анализ показывает, что вопрос эффективного создания и проведения социальных инициатив и проектов раскрыт не полностью. Так, в настоящее время изучены не все современные способы привлечения финансирования и продвижения фандрайзинговых кампаний, опирающихся на концепцию краудфандинга, которая стремительно завоевывает популярность как у нас в стране, так и за рубежом. Как в отечественной, так и в зарубежной практике нет всеобъемлющих работ (монограмм, диссертаций) описывающих фандрайзинговые кампании, опирающиеся на концепцию краудфандинга, использующие онлайн-платформы.

Объектом исследования являются интернет ресурсы, использующие концепцию краудфандинга для реализации социальных инициатив и проектов. Предметом исследования является организационно-экономическое взаимодействие создателя фандрайзинговой кампании и онлайн-платформ, использующие концепцию краудфандинга для реализации социальных инициатив и проектов. Целью данного исследования является анализ видов, методов работы и технологии современных отечественных и зарубежных интернет ресурсов, использующих концепцию краудфандинга для построения критериев оценки онлайн платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации фандрайзинговых кампаний.

Для достижения поставленной цели исследования нужно решить следующие задачи:

1. Составить критерии для оценки интернет ресурсов, использующие концепцию краудфандинга для реализации социальных инициатив и проектов.

2. Дать оценку выбранным отечественным и зарубежным онлайн-платформам, использующие концепцию краудфандинга, по составленным критериям, и разделить данные интернет ресурсы на типы.

Научная новизна данного исследования заключается в решении научной задачи, разработки теоретико-методического аппарата для совершенствования финансирования и привлечения внимания социальных инициатив и проектов с учетом расширения возможностей привлечения бейкеров, частного капитала с помощью интернет ресурсов, использующие

концепцию краудфандинга, а также выработки рекомендаций по повышению эффективности и результативности социальных инициатив и проектов.

В данный момент существует несколько основных путей по привлечению средств в рамках фандрайзинг кампании, к ним относятся: организация сбора средств через социальные сети, системы сбора средств через платежных агрегаторов, интернет платформы благотворительных фондов и организаций, специализированные решения в виде онлайн площадок для проведения фандрайзинговых кампаний. [4] При таком многообразии путей привлечения капитала на реализацию проекта остро стоит проблема выбора наиболее оптимального подхода к реализации социальных проектов и инициатив в том или ином виде. Вне зависимости от выбранного направления по привлечению средств на реализацию заданной цели, будь то специализированные площадки или иные ресурсы, прямо не предназначенные для фандрайзинга, есть целый ряд общих критериев, способных охарактеризовать конкретную площадку.

Наличие общего набора критериев, характеризующих ту или иную площадку, в свою очередь позволяет провести наглядное сравнение имеющихся вариантов по реализации сбора средств с целью последующего выявления потенциально наиболее перспективного из них.

Условно все критерии целесообразно разделить на виды такие как финансовые, коммуникационные, технические, репутационные, вид онлайн ресурса, юридические, виды подразделить на типы (см. рис. 1) и подтипы (см. рис. 2-5). Для более наглядного примера мы рассмотрим и проанализируем ряд Российских и зарубежных онлайн-платформ.

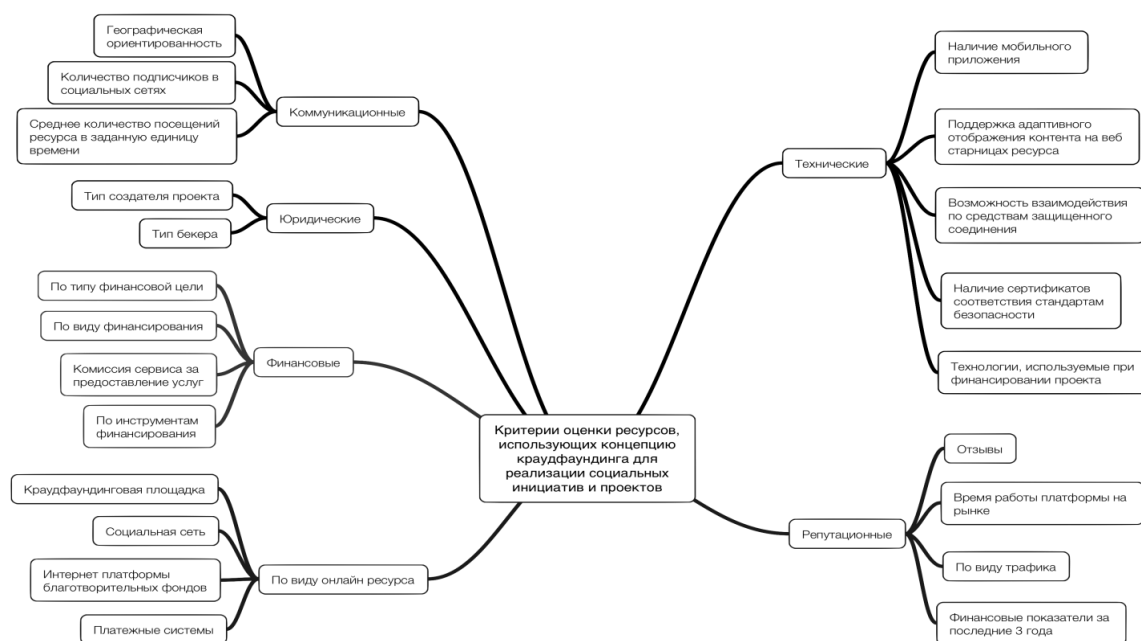


Рис. 1. Критерии оценки ресурсов, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных инициатив и проектов

Финансовый вид подразумевают (см. рис. 2):

1. Оценку доступного типа финансирования, который в свою очередь делится на подтипы такие как «до цели», «все или ничего». Как правило онлайн-платформы предлагают, как несколько типов финансирования, так и один из них. Финансирование «до цели» не устанавливает жестких временных рамок для создателя проекта. Подтип «все или ничего» подразумевает жесткие временные рамки для достижения цели, проект не успевает собрать нужную сумму в срок деньги возвращаются бейкерам, если проект собирает больше заявленной суммы, вся сумма будет передана создателю. Онлайн-платформа Бумстартер имеет два подтипа финансирования «все или ничего» и «до цели», Американская платформа Кикстартер представляет только один подтип финансирования «все или ничего». Российская Благотворительная платформа подари жизнь, Американская Благотворительная платформа фонд Билла Гейтса, Российская социальные сеть вконтакте и Американская социальные сеть фейсбук, Отечественная платежная система яндекс деньги и Американская платежные система раурал имеют только один подтип финансирования «до цели».

2. Его вида, который делиться на возмездный, безвозмездные. Краундфандиговые онлайн платформы Бустартер и Кикстартир, социальные сети фейсбук и вконтакте предлагают своим клиентам организовать как возмездное спонсирование проекта, так и безвозмездное. В Социальных сетях возмездная форма организуется при помощи таких инструментов как проведение розыгрышей подарков за определенную сумму пожертвования, в краундфандинговой онлайн платформах Бейкер получает гарантированную вещь или услугу. Безвозмездное пожертвование организуется путем платежа через встроенный платежный агрегатор или на реквизиты проекта. Раурал, яндекс деньги, фонд била гейтса и фонд подари жизнь имеют только безвозмездную форму финансирования.

3. Комиссию сервиса за предоставление услуг – boomstarter не взимают, но платежные системы удерживают 3,5%, если проект соберет необходимую сумму денег. Если необходимая сумма не собрана, то ни один из сервисов комиссию взимать не будет[7]. Что касается платформы kikstarter, то если проект был успешно профинансирован будет взиматься комиссия в размере 5% со сборов платформы kikstarter и от 3% до 5% будут удержаны платежными системами[8]. Плата не взимается в случае если финансирование прошло не успешно. Фонды помощи «Подари жизнь» и фонд Bill and Melinda Gates комиссию не взимают. В социальных сетях Вконтакте и Facebook комиссия также не взимается.

4. Инструменты финансирования были разделены на наличные деньги, электронные деньги, криптовалюты, мобильные платежи, майнинг. Социальные сети Фейсбук и Вконтакте могут принимать средства через платежных агрегаторов которые берут свой процент, так же на самих страничках можно разместить информацию с банковскими реквизитами, криптокошелек, ссылку на мобильные платежи, возможность передачи наличных денег. Раурал и Яндекс деньги предлагают создателю фаудрайзинговой компании создать модуль для приема пожертвований

который может быть встроен в сайт или передаваться как ссылка при открытии которой возникает всплывающее окно с возможностью оплаты электронными деньгами других возможностей сбора средств они не предоставляют. Фонд подари жизнь предлагает бейкерам прием мобильных платежей, наличных, криптовалюту, электронные деньги. Фонд била гейтса имеет возможность приема лишь наличных и электронных денег. Краудфандинговая платформа Кикстартер имеет всего лишь одну возможность приема денег в электронной форме. Российская Краудфандинговая платформа Бумстартер имеет более расширенный набор инструментов приема средств от бейкеров таких как криптовалюта, электронные деньги, и самый инновационный и интересный для авторов майнинг.

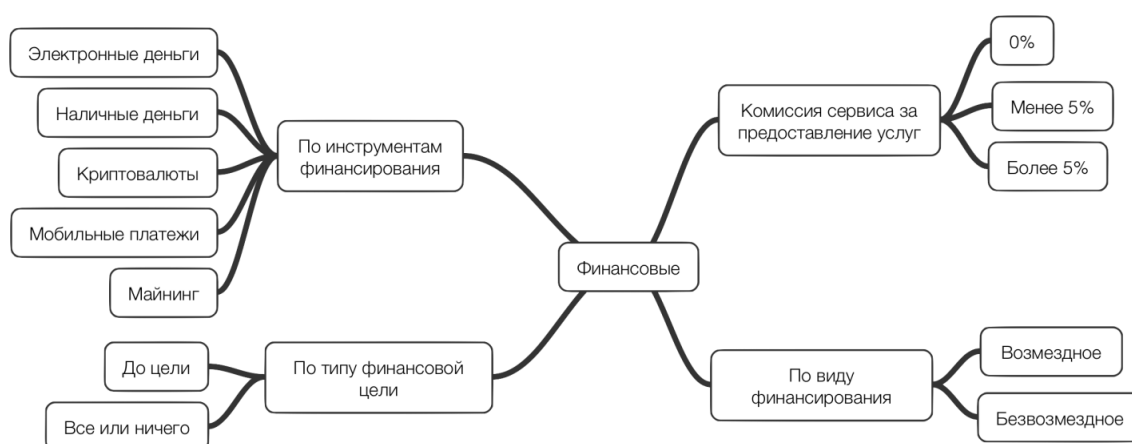


Рис. 2. Финансовые виды, типы и подтипы критериев выбора онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив

Коммуникационные виды предполагают (см. рис. 3):

1. Географическая ориентированность платформы была разделена на два подтипа -глобальное и выборочное покрытие. К Глобальному покрытию мы отнесем возможность бейкеров и создателей социальных проектов и инициатив в независимости от региона нахождения, политического строя и законодательства страны пользоваться услугами онлайн-платформы. Например, Китай имеет свой внутренней фаервол не позволяющий использовать зарубежные онлайн-ресурсы, но бейкер или создатель фаундрайзинговой компании может обойти этот запрет при помощи VPN сервисов. По этом к данному подтипу мы отнесем социальные сети фейсбук и вконтакте, фонд подари жизнь, платежные системы Раурал и яндекс деньги, краудфандинговую платформу Бумстартер. К выборочному покрытию относятся онлайн платформы, которые работают только с выбранными странами, то есть создавать и участвовать в проектах могут лишь жители тех страны в которых работает веб-ресурс. К данному подтипу относиться краудфандинговая платформа Кикстартер и фонд Била гейтса.

2. Средняя посещаемость платформы в заданную единицу времени выбирается создателем фандрайзинговой компании самостоятельно, так как на данный критерий могут влиять такие факторы как сезонность, дата начало работы платформы, регион работы.

3. Количество подписчиков в социальных сетях. При создании данного критерия создатель социальных инициатив и проектов должен учитывать не только сухие цифры подписки во всех социальных сетях суммируя их при выставлении веса каждой из онлайн площадок, использующих концепцию краудфандинга, но и обратить внимание на статистику пользователей социальных сетей, то есть их возраст, социальное положение, географическое место расположение.

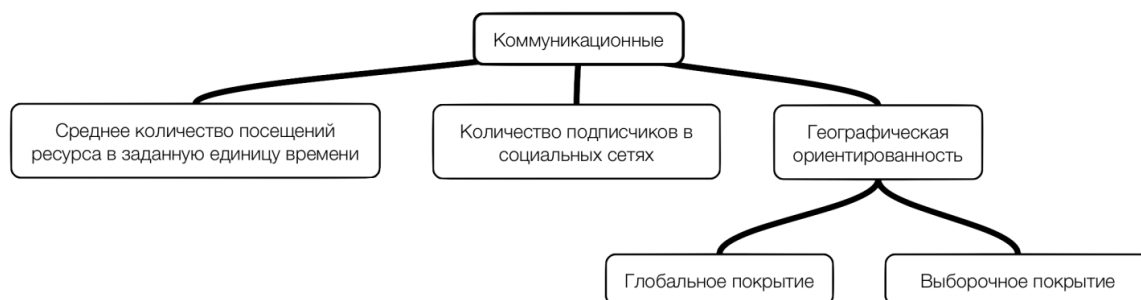


Рис. 3. Коммуникационные виды, типы и подтипы критериев выбора онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив

Для исследуемых онлайн ресурсов были выбраны и сгруппированы в таблицу следующие критерии среднее количество посещений ресурса за месяц. Данный показатель авторы получили путем деления общего числа посетителей ресурса на двенадцать календарных месяцев. Географическая ориентированность. Количество подписчиков в социальных сетях. Социальные сети и платежные системы трудно оценить по количеству подписчиков поэтому данный критерий для них отсутствует (см. табл. 1)

Таблица 1 – Статистические данные исследуемых онлайн-платформ

Веб-ресурсы/ Критерии	Boomstarter	Kikstarter	Vk	Facebook	Фонд «Подари жизнь»	Фонд Bill and Melinda Gates	Яндекс деньги	Paypal
<i>Соцсети количество подписчиков:</i>								
Вконтакте	101664	0	-	-	70723	0	-	-
Facebook	40662	1554441	-	-	50641	1251200	-	-
Одноклассники	0	0	-	-	18695	0	-	-
Youtube	1900	18440	-	-	2100	52272	-	-
Twitter	0	1060000	-	-	0	1920000	-	-
Instagram	0	240000	-	-	0	0	-	-
Среднее количество посещений ресурса за месяц	300000	40 000 000	2 196 442 346	21 183 968 422	250000	576809	264 798	573 220 553
Географическая ориентированность	глобальное покрытие	выборочное покрытие	глобальное покрытие	глобальное покрытие	глобальное покрытие	выборочное покрытие	глобальное покрытие	глобальное покрытие

Технологические факторы (см. рис. 4), которые могут повлиять на выбор платформы могут быть обозначены следующим перечнем: производительность платформы, ее масштабируемость и стойкость к постоянным высоким нагрузкам, технологии, заложенные в ее основу, а также технические возможности. В связи с тем что создателю проекта известен относительно скудный перечень сведений о технической составляющей проекта, который можно получить из открытых источников, а также на основании доступных для непосредственного наблюдения признаков использования той или иной технологии, то для оценки допускается использовать лишь ограниченное число количественных и качественных показателей, которые возможно измерить, способами не нарушающими законодательство, работу сервиса, а также не создающими заведомо чрезмерную нагрузку на платформу. Такими показателями могут быть: скорость ответа сервера на запрос к ресурсу в географической зоне, где по прогнозам будет располагаться значительная часть потенциальной целевой аудитории, качество изготовления самого портала, наличие и качество изготовления мобильного приложения и вспомогательных сервисов, наличие или отсутствие защищенного соединения с порталом, рейтинг портала в специализированных сервисах оценки надежности интернет ресурсов, наличие у платформы сертификатов соответствия тем или иным стандартам надежности и безопасности и т.д. Так же, учитывая то, что платформа подбирается для сбора средств на реализацию проектов, то немаловажным является процесс осуществления приема платежей и его технические особенности. На данный момент, практически повсеместно используется вариант оплаты товаров и услуг с помощью банковских карт и электронных денег, что стало возможно благодаря, как прямому сотрудничеству с платежными системами, так и благодаря наличию большого количества сервисов платежных агрегаторов. Так, большинство потенциальных площадок для размещения проекта, принимают электронные деньги и банковские карты с использованием защищенного соединения. В свою очередь расчеты с помощью некогда популярных мобильных платежей и наличных денег, сводятся к минимуму и, на данный момент, поддерживаются малым количеством платформ, например, фондом «Подари жизнь». В то же время стоит отметить рост популярности взаиморасчетов с использованием криптоактивов в том или ином виде. Прием средств в таком виде начинают внедрять некоторые игроки рынка, среди которых можно наблюдать Boomstarter и фонд «Подари жизнь». С недавних пор все чаще можно встретить и такой способ финансирования проекта как майнинг. Изначально данная процедура не подразумевала использования в качестве инструмента коллективного сбора средств, но все с течением времени некоторые площадки пришли к выводу, что данный способ является довольно перспективным направлением. Его преимущество в том, что бэкер по сути не осуществляет передачу собственных средств на финансирование целей проекта, вместо этого пользователь предоставляет свои вычислительные мощности с целью помочь проекту добыть криптовалютные

активы. На данный момент такой способ финансирования проекта внедряет команда площадки Boomstarter.

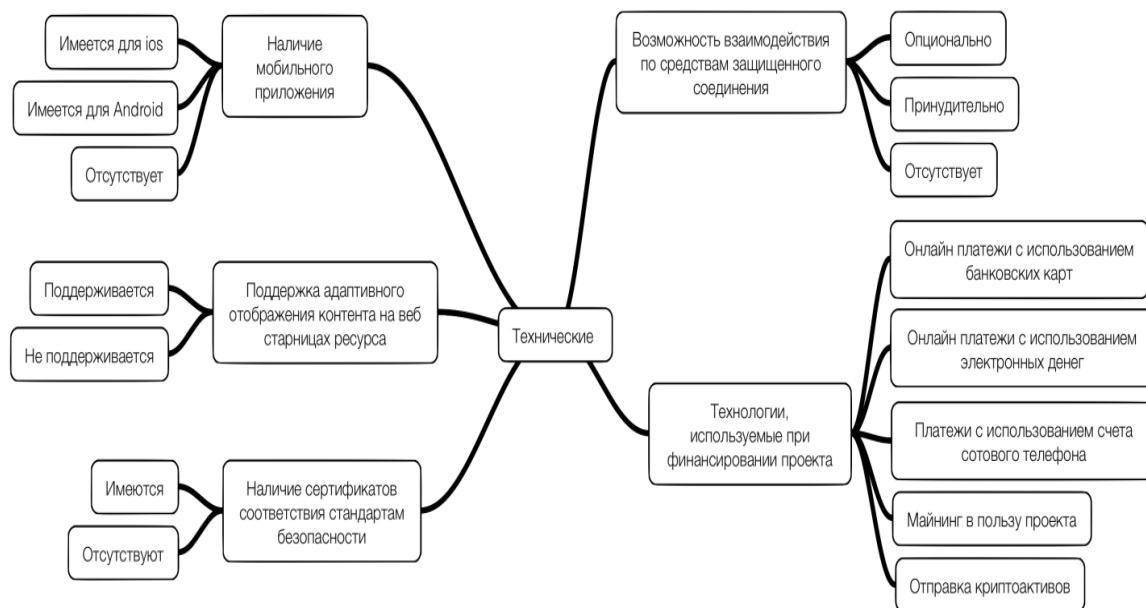


Рис. 4. Технические виды, типы и подтипы критериев выбора онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив

Так же следует принимать во внимание вид онлайн ресурса и его особенности, будь то специализированная краудфандинговая платформа, социальная сеть, сетевые представительства благотворительных фондов или платежные системы [3]. (см. Табл. 2)

Таблица 2 – Типы онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив.

Типы Веб-ресурсов использующих концепцию краудфандинга для проведения фандрайзинговых компаний			
Тип	Основной вид деятельности	Инструменты финансирования	Мотивация Бекера
Социальные сети	Организация социальных взаимоотношений в интернете	Материальные и нематериальные блага	Внутренняя и социальная мотивация
Платежные системы	Сервис для перевода денег или иных средств, их заменяющих (чеки, сертификаты, условные платёжные единицы или специализированные ценные бумаги), в электронной или физической форме	Нематериальные блага	Внутренняя и социальная мотивация
Интернет платформы благотворительных фондов	Благотворительность	Материальные и нематериальные блага	Внутренняя и социальная мотивация
Краудфандинговые площадки	Инвестиции, пожертвования, займ	Материальные и нематериальные блага	Сочетание внутренней, социальной, финансовой выгоды, мотивация и желание награды

Репутационные критерии (см. рис. 5) оценки подразумевают анализ отзывов о работе платформы, оставленных пользователями, времени работы платформы на данном рынке, финансовых показателей за последние несколько лет работы платформы, а также истории и результатов размещения сторонних крокетов на исследуемой платформе.

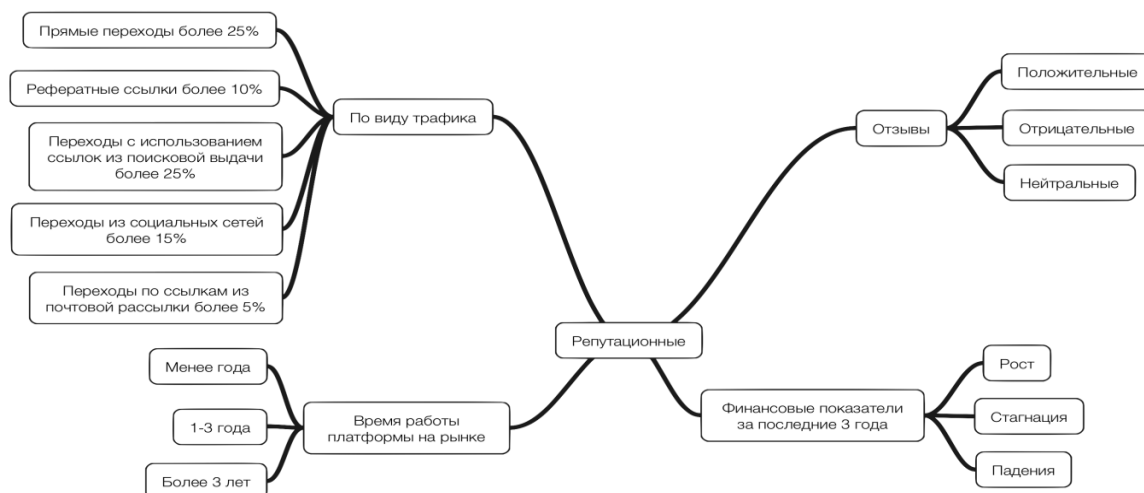


Рис. 5. Репутационные виды, типы и подтипы критериев выбора онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив

Анализируя онлайн-платформы по критерию «вид трафика» создатель социальных проектов и инициатив может судить о её популярности и качестве трафика. Поисковые переходы более 25% от общего трафика говорят нам о том, что сайт популярен в своей тематике. Так же данный показатель говорит о качестве запросов, так как посетителя интересует конкретная тема запроса. Реферальный ссылки и рекламные переходы являются менее ценным трафиком, так как в большинстве случаев посетитель переходит на онлайн платформу случайным образом с не тематических ресурсов, но рассматривая данные критерии в контексте благотворительности нужно оценивать его индивидуально, для каждой платформы, учитывая её тип. Например, показатель рекламных переходов более 25% и реферальных ссылок более 10% от общего трафика для благотворительных фондов будет вполне нормальным явлением так посетители, переходящие на сайт фонда данным образом если, будут иметь материальную возможность то, скорее всего, исполнят свою внутреннюю социальную потребность, так как посетитель не получает материальное благо. Переход посетителей из социальных сетей более 15% говорит нам о сформировавшейся аудитории и постоянном её увеличении, так же о налаженной работе с контент-маркетингом. Почтовые рассылки более 5% показывают нам о сформировавшейся аудитории бейкеров и их интересу к онлайн-платформе, но данный показатель не подходит для платежных систем и социальных сетей, так как оценить его практически не предоставляется возможным. Чем дольше онлайн платформа находится на рынке, тем больше

к ней доверия, но данный критерий так же надо рассматривать в совокупности с финансовыми показателями так как они говорят нам о росте, стагнации, или ухудшении своих позиции на компании на рынке. Финансовые показатели для таких типов платформ как социальные сети и платежные системы в парадигме благотворительности рассматривать довольно проблематично, так как основной вид их деятельности не затрагивает данную тематику. Отзывы о платформах можно поделить на три подтипа положительные, отрицательные и нейтральные. Положительные отзывы имеют яркую позитивную направленность. Отрицательные отзывы имеют негативные, бывает даже оскорбительные и обвинительные черты. В нейтральных отзывах, посетитель онлайн ресурса не выражает сильных эмоций не в положительную ни в отрицательную сторону. Трудность оценки данного критерия заключается в возможности фальсификации отзывов.

Для удобства визуального восприятия выше перечисленные критерии по анализируемым онлайн- платформам были сформированы в таблицу (см. табл. 3)

Таблица 3 - Статистические данные исследуемых онлайн-платформ.

Веб-ресурсы/ Критерии	Boomstarter	Kikstarter	Vk	Facebook	Фонд «Подари жизнь»	Фонд Bill and Melinda Gates	Яндекс деньги	Paypal
По виду трафика								
Директ >25%	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да
Реферальные ссылки >10%	Нет	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Поиск >25%	Нет	Да	Да	Да	Да	Да	Нет	Да
Социальные сети >15%	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Нет	Нет
Почтовая рассылка >5%	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	Нет	Нет	Нет
Время работы платформы на рынке								
Мене года	-	-	-	-	-	-	-	-
1-3 года	-	-	-	-	-	-	-	-
Более 3 лет	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Финансовые показатели за три года								
Рост	Да	Да	-	-	-	Да	-	-
Стагнация	-	-	-	-	Да	-	-	-
Падение	-	-	-	-	-	-	-	-
Отзывы								
Положительные	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Отрицательные	-	-	-	-	-	-	-	-
Нейтральные	-	-	-	-	-	-	-	-

Не менее важны и юридические аспекты (см. рис. 6) функционирования платформы, ее легальность в рамках законодательства, как страны, в которой юридически находится платформа, так и нормативно-правовых актов, которые действуют на территории государства, на

территории которого происходит развитие размещаемого проекта. Анализируемые онлайн-платформы позволяют создавать проекты физическим лицам и юридическим лицам. Бейкером так же на всех анализируемых платформах может быть, как физическое так юридическое лицо.

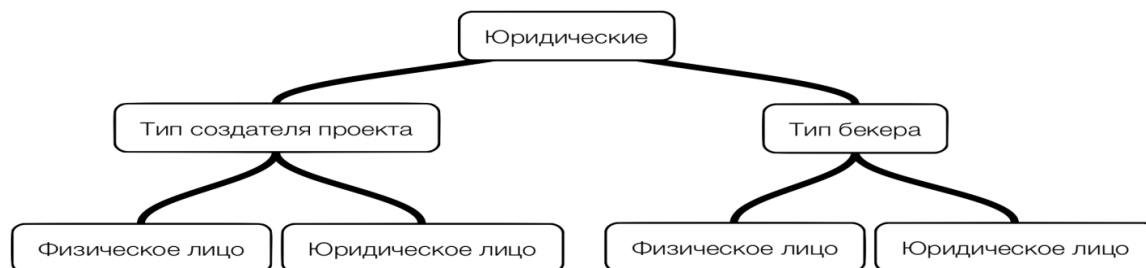


Рис. 6. Юридические виды, типы и подтипы критериев выбора онлайн-платформ, использующих концепцию краудфандинга для реализации социальных проектов и инициатив

Кроме юридических особенностей размещения непосредственного самого проекта на оцениваемой платформе также следует учитывать и позицию законодательства в отношении потенциальных бейкеров проекта, представляющих планируемую целевую аудиторию размещаемого фандрайзингово проекта

Оценивая по предложенным критериям Отечественные и зарубежные онлайн-платформы можно сделать выводы:

1. Охват аудитории у анализируемых зарубежных онлайн-платформ, значительно выше, чем у отечественных. Это связано в первую очередь с менталитетом, языковыми и культурными традициями, а также платёжеспособностью. Например, Английский язык считается самым распространенным в мире – его уже изучили 1,8 миллиарда человек. Среднемесячный доход в США после вычета налогов составляет 3000 тысячи долларов в 2018 году. В России данный показатель составляет 43400 рублей, что эквивалентно, на момент написания статьи, 678 долларов. [5]

2. По способам финансирования и техническим возможностям Российские платформы превосходят зарубежные. Так краудфандинговая платформа Boomstarter имеет возможность привлекать финансирование через инновационные технологии майнинга и приема криптовалюты, что расширяет географическую возможность привлечение средств, и даст в будущем конкурентное преимущество перед аналогичной платформой из США Kikstarter которая имеет один тип финансирования и ограничена прием средств географически и юридически.

3. Рассматривая сточки зрения репутации отечественные и зарубежные онлайн-платформы, мы приходим ко мнению что исследуемые объекты имеют положительные отзывы, занимают в своих нишах лидирующие позиции, имеют постоянный финансовый рост и увеличение аудитории.

Так же для итогового ранжирования платформ, с целью выбора из них наиболее подходящей для размещения проекта, предлагается ввести систему итоговых оценок на основании данных, полученных путем исследования указанных критериев для каждой платформы, но принимая во внимание многообразие параметров и их неравнозначность, а также необходимость учитывать особенности, связанные непосредственно с сутью размещаемого проекта, возникает проблема в формировании такой оценки.

Для решения данной проблемы, в частности, предлагается использовать совокупность общих критериев оценки, присущих каждому исследуемому ресурсу, с применением системы весов. Данная система подразумевает присвоение каждому критерию так называемого «веса» - определенного числового выражения значимости конкретного параметра в процессе формирования итогового результата оценки.

Применение системы весов, в случае работы с неравноценными параметрами исследуемого предмета, позволяет понять общую ценность совокупности всех критериев оценки изучаемого объекта, а также наглядно сравнивать итоги оценки разных объектов, имеющих набор неравноценных параметров. Система весов определяется индивидуально в зависимости от приоритетов размещаемого проекта и его потенциальной целевой аудитории. Так же использование данного подхода позволяет более точно подстроить систему решения поставленной задачи под конкретные условия и особенности публикуемого проекта. Так, например, при размещении проекта, нацеленного на сбор криптоактивов стоит отдать большее предпочтение оценке юридических аспектов процесса фандрайзинга, а также особенностям платформы, связанным с оборотом криптовалютных средств.

Это обусловлено тем, что, например, при оценке платформы для сбора средств, наличие возможности вносить платежи с использованием криптовалюты, будет иметь больший вес при размещении проекта с целевой аудиторией в виде криптоэнтузиастов и меньший вес при целевой аудитории, состоящей преимущественно из медицинского персонала.

Пороговые значения для каждого критерия оценки формируются индивидуально для каждого размещаемого проекта в зависимости от его особенностей. Так для некоторых проектов в силу ряда причин могут быть более предпочтительны потенциальные бекеры из числа пользователей, которые пришли на страницу проекта используя ссылки из социальных сетей - в этом случае пороговое значение соотношения трафика именно этого вида при оценке потенциальной платформы для размещения подобного проекта будет иметь более высокое пороговое значение. Так же стоит отметить и то что градации пороговых значений должны быть подобраны таким образом, чтобы набор вариантов максимально точно мог выразить оптимальные условия для проекта, а также границы, возможных компромиссных решений, но в то же время не иметь избыточного количества условных делений шкалы, по которой будет оцениваться критерий выбора платформы. Бессмысленно делать деления диапазона, который и так выходит за рамки приемлемых значений, необходимых для успешного размещения и реализации проекта,

ровно, как и делать слишком большое количество условных делений в рамках допустимого диапазона. Например, если проект не может позволить себе существовать с комиссией платформы выше 10 процентов, то не стоит откладывать значения выше этого порога, достаточно просто указать что рассматриваемый критерий превышает пороговое значение, ровно, как и не имеет практического смысла дробить диапазон, например, до сотых долей процентов и тем самым получать огромное количество диапазонов в рамках одного критерия с разными весами.

Анализируя проведенное исследования, авторы приходят к мнению, что современные онлайн-платформы, использующих концепцию краудфандинга - это одно из самых перспективных, технологически инновационных направлений развития фандрайзинговых кампаний.

Библиографический список

1. Быкова О. Н., Ольховская М. О., Профатилов Д. А. Краудфандинг: интернет-благотворительность или инструмент инвестирования инновационного проекта / Быкова О. Н., Ольховская М. О., Профатилов Д. А. // Инновации. - 2015 - С. 59-61.
2. Зверева Т. В. Фандрайзинг для начинающих: как искать средства на благотворительный проект. – М.: Лепта Книга, 2016. – 200 с. – (Серия «Азбука милосердия»: метод. и справ. пособия.)
3. Игнатьева Е.Л. Фандрайзинг в России – состояние и перспективы: интервью М.Л. Чередниченко // Art-менеджер. – М., 2002. – №2.
4. Павлековская И.В., Староверова О.В., Уринцов А.И. Влияние научно-технического прогресса на развитие информационного общества. Вестник экономической безопасности. 2017. №3. С. 212-217.
5. Седелников С.Р. Совершенствование инвестирования инновационной деятельности стартапов с помощью краудфандинга. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. [Российский научно-технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия Ростехрегулирования Стандартиформ], 2016. - 181 с.
6. Уринцов А.И., Староверова О.В. Некоторые тенденции информатизации общества. Образование. Наука. Научные кадры. 2016. №4. С. 125-128.
7. РБК Деловое информационное пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/25/01/2019/5c4af2c39a7947badf2d4e74>. - Реальные доходы россиян упали пятый год подряд (Дата обращения: 22.04.2019)
8. Миграционный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://migrant.guru/ssha/srednemesyachnaya-zarplata>. – Среднемесячная зарплата в США в 2019 (Дата обращения: 22.04.2019)

9. Boomstarter [Электронный портал]. – Режим доступа: <https://boomstarter.ru/help/faq/avtoram#topic-85>. – Сколько составляет комиссия платежных систем. (Дата обращения: 23.04.2019)
10. Kickstarter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kickstarter.com/help/fees>. - Fees for the United States. (Дата обращения: 23.04.2019)