

5. Aldarova I. K. Social networks as a tool of modern marketing. *Business Education in the Knowledge Economy*, 2017, no. 2, pp. 6–10. (In Russ.).
6. Musyka A. Yu. Social networks as a marketing tool. *Practical marketing*, 2011, no. 2, pp. 17–25. (In Russ.).
7. Karpikova I. S. Attracting the audience to digital media using elements of gamification. *Questions of the theory and practice of journalism*, 2018, 7 (4), pp. 599–614. (In Russ.). DOI: 10.17150 / 2308–6203.2018.7 (4).599–614
8. Anokhov I. V. The game aspect of the economy. *News of the Irkutsk state economic academy*, 2013, no. 2, pp. 5–9. (In Russ.).
9. Babkin A. V. Tsifrovaya economy and its impact on the competitiveness of business structures. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 2017, 18 (24), pp. 4087–4102. (In Russ.).
10. Puchkov Yu. A. Social networks as the main platform for viral marketing. *Business education in the knowledge economy*, 2015, no. 1, pp. 104–106. (In Russ.).
11. Kostina S. A. Social media marketing as a tool to promote products and services. *Scientific Almanac*, 2015, no. 9, pp. 205–208. (In Russ.).
12. Krasnoyarova O. V. The development of mass communication and changes in the status of the audience. *Proc. of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2014, no. 4, p. 29. (In Russ.).
13. Anokhov I. V. From the means of mass broadcasting to the means of mass participation. *Questions of the theory and practice of journalism*, 2017, 6 (4), pp. 482–495. (In Russ.). DOI: 10.17150 / 2308–6203.2017.6 (4).482-495
14. Khitrova E. M., Popova E. S. On the issue of evaluating the effectiveness of marketing activities of an insurance organization. *Proceedings of the Baikal State University*, 2017, 27 (1), pp. 50–58. (In Russ.). DOI: 10.17150 / 2500–2759.2017.27 (1).50-58
15. Novikova N. G. Factors affecting the results of sales management in a competitive environment in the services sector (on the example of retail services). *Baikal Research Journal*, 2017, 8 (2). (In Russ.). DOI: 10.17150 / 2411–6262.2017.8 (2).19.
16. Chaturvedi S., Gupta S. Social media — a new tool for social media marketing. *International journal of engineering science*, 2014, pp. 80–86.

**Как цитировать статью:** Татаринов К. А. Роль онлайн-сообществ в управлении маркетингом компании // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 186–191. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.228.

**For citation:** Tatarinov K. A. The role of online communities in management of the company marketing. *Business. Education. Law*, 2019, no. 2, pp. 186–191. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.228.

**УДК 658.14**  
**ББК 65.050**

**DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.221**

**Trofimova Kristina Vjacheslavovna**,  
graduate student of the Department of Management,  
Novosibirsk State Technical University,  
Novosibirsk,  
e-mail: kris.v.tr@gmail.com

**Трофимова Кристина Вячеславовна**,  
магистрант кафедры менеджмента,  
Новосибирский государственный технический университет,  
г. Новосибирск,  
e-mail: kris.v.tr@gmail.com

**Spiridonova Ekaterina Vladimirovna**,  
candidate of economics,  
associate professor of the Department of Management,  
Novosibirsk State Technical University,  
Novosibirsk,  
e-mail: e.uvarova@corp.nstu.ru

**Спиридонова Екатерина Владимировна**,  
канд. экон. наук,  
доцент кафедры менеджмента,  
Новосибирский государственный технический университет,  
г. Новосибирск,  
e-mail: e.uvarova@corp.nstu.ru

## **АНАЛИЗ ПАРАМЕТРОВ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ВЫБОРУ ИСТОЧНИКА ФИНАНСИРОВАНИЯ**

### **ANALYSIS OF THE PARAMETERS OF THE CONCEPTUAL MODEL FOR MAKING ADMINISTRATIVE DECISIONS FOR SELECTION OF THE SOURCE OF FINANCING**

08.05.00 – Экономика и управление народным хозяйством  
08.05.00 – Economics and management of national economy

*Бизнес-среда в современном мире имеет высокие темпы развития и внедрения изменений, количество молодых предпринимателей и инноваторов с каждым годом возрастает. Тема поиска финансирования для проектов становится все более актуальной и востребованной. Фандрайзинг в России набирает популярность, так как решает проблему финансирования проектов на ранних этапах функционирования.*

*Под фандрайзингом понимают получение средств от сторонних компаний и инвесторов на безвозмездной основе, которые организация не может обеспечить самостоятельно. Человека, отвечающего за привлечение ресурсов на ту или иную деятельность, называют фандрайзером. В ходе анализа успешных проектов были выделены три ключевых параметра, определяющих потенциальные источники безвозмездного*

финансирования: потребность в финансировании (руб.); продукт широкого или узкого потребления (чел.); период ожидания (мес.). На основе представленных результатов было сформулировано предположение, что, оценив проект по этим параметрам, можно определить, в какой источник следует обратиться. Основываясь на прошлом положительном опыте реализации проектов, мы построили графики по двум выявленным критериям. Они позволили отследить закономерность и корреляцию между проектами со схожими характеристиками и определенными источниками. Также в статье применен ABC-анализ, что дало возможность проследить взаимосвязь между параметрами и успешными проектами. Затем на основе результатов была скорректирована концептуальная модель для принятия управленческих решений по выбору источника финансирования. Разработанная методика позволит инноватору и молодому предпринимателю выбрать один или несколько источников из блока, в который попал их проект, оцененный по трем параметрам.

*The business environment in the modern world has a high rate of development and implementation of changes, the number of young entrepreneurs and innovators is increasing every year. The topic of finding funding for projects is becoming increasingly relevant and in demand. Fundraising in Russia is gaining popularity as it solves the problem of financing projects in the early stages of operation. Fundraising means receiving funds from the third-party companies and investors at no cost, which the organization cannot provide on its own. The person responsible for raising resources for a particular activity is called a fundraiser. During the analysis of successful projects, three key parameters that determine potential sources of gratuitous financing were identified: the need for funding (rubles); product of wide or narrow consumption (people); waiting period (month). On the basis of the presented results, it was formulated an assumption, that by using these parameters one can determine which source should be referred to, was formulated. Based on the past positive experience of project implementation, the graphs are constructed according to two identified criteria. They allowed tracing the pattern and correlation between projects with similar characteristics and certain sources. The article also uses ABC analysis, which allows tracing the relationship between parameters and successful projects. Then, based on the results, a conceptual model was adjusted for making management decisions on the choice of a source of funding. The developed technique will allow the innovator and the young entrepreneur to choose one or several sources from the block in which their project has got, estimated by three parameters.*

**Ключевые слова:** финансирование, фандрайзинг, источник финансирования, фонд, адресная поддержка, краудфандинг, инновации, проект, стартап, пожертвование, грант, государственные субсидии, ABC-анализ.

**Key words:** Funding, fundraising, funding source, fund, targeted support, crowdfunding, innovation, project, startup, donation, grant, government subsidies, ABC analysis

### Введение

**Актуальность** исследования обусловлена тем, что на рынке инновационной деятельности представлен широкий спектр источников финансирования. Каждый из них имеет свои особенности, преимущества и недостат-

ки. В России набирают популярность фандрайзинговые источники, которые были поделены авторами на три сектора: государственные, частные (физические лица) и корпоративные (юридические лица). Молодые инноваторы обращаются к народному финансированию, размещая свои проекты на краудфандинговых платформах; научные сотрудники подают заявки в фонды в рамках программно-целевой поддержки, а некоммерческие организации зачастую обращаются к государственным и коммерческим структурам, а также привлекают народное финансирование.

Каждый проект имеет свои особенности и ограничения, каждый фандрайзинговый источник преследует определенные цели и выдвигает специфические требования. Обобщенной информации по фандрайзингу для инноваций в России не существует, что свидетельствует о крайне низком уровне **изученности** проблемы привлечения ресурсов на начальных этапах реализации проектов. «Краудфандинг. Как найти деньги для вашей идеи» И. Лиленко-Карелиной — фактически единственное официально выпущенное российское учебное пособие. Существуют также методические пособия для некоммерческих организаций, подготовленные Центром РНО (г. Санкт-Петербург), но они специфичны и не всегда подходят для научных и инновационных проектов.

Руководители проектов, даже если знают о существовании безвозмездных источников ресурсов, зачастую не представляют, как определить, к какому из них обратиться. Самостоятельное же изучение отдельных источников и неудачные попытки обращения к ним могут занять месяцы, а иногда даже годы, что неприемлемо в динамично развивающейся инновационной среде, что обуславливает **целесообразность** изучения и систематизации информации о безвозмездных источниках финансирования.

В ходе научного исследования были проведены обзор современной российской литературы и анализ проектов, имеющих положительный опыт реализации с помощью фандрайзинговых источников финансирования. На основе анализа были выделены три ключевых параметра, оценка которых позволит принять решение, к какому из множества источников эффективнее обратиться для получения финансирования.

Исходя из полученных результатов, была выдвинута гипотеза, что выбор источника финансирования для проекта зависит от трех факторов: потребность в финансировании (руб.); продукт широкого или узкого потребления (чел.); период ожидания (мес.).

Общая **цель** исследования заключается в построении модели выбора фандрайзинговых источников финансирования проектов, в том числе высокотехнологичных, инновационных. Ранее авторами была опубликована пилотная концептуальная модель [1; 2], основанная на личном опыте и предположениях авторов.

**Научная новизна** данного исследования: проследить взаимосвязь и достоверность выбранных параметров, полагаясь на прошлый опыт поддержанных проектов. В качестве основного метода выступит концепция ABC-анализа, которая позволит разделить и классифицировать источники, а также выявить различия между ними.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) собрать информацию об успешных проектах с фандрайзинговыми источниками;
- 2) проанализировать данные успешных проектов, реализованных за счет фандрайзинговых источников, по ключевым параметрам;

3) провести ABC-анализ и классифицировать проекты при построении концептуальной модели на основе выделенных параметров;

4) скорректировать концептуальную модель для принятия управленческих решений по выбору источника финансирования.

Как представляется, уточненная модель будет иметь большое **практическое значение** для молодых исследователей, инноваторов, авторов проектов, имеющих перспективные идеи и разработки, но не обладающих достаточным количеством ресурсов для их реализации.

Было проанализировано более 150 проектов, профинансированных тремя секторами источников.

**Анализ данных успешных проектов, реализованных с помощью краудфандинговых платформ, по ключевым параметрам.** Краудфандинг является развивающимся направлением в России. Согласно данным, предоставленным Planeta.ru, суммарный объем краудфандинговых сборов

в стране растет более чем на 200 % ежегодно. Пользователи краудфандинговых площадок стали щедрее: если в 2012–2013 гг. средняя сумма, выделяемая донором на поддержку одного проекта, составляла 500–750 руб., то теперь она выросла до 1,5 тыс. руб. Planeta.ru за пять лет собрала свыше 660 млн руб. и запустила более 8 тыс. проектов, причем каждому третьему проекту удалось собрать необходимую сумму. Boomstarter за это же время собрал 330 млн руб. на 1,5 тыс. проектов. Доля успешных — 38 % [3]. При выборе краудфандинговой платформы первое, на что необходимо обратить внимание, это ее состояние на текущий момент. Часть ресурсов в 2018 г. прекратили свою деятельность в сфере краудфандинга, площадки заморожены, находятся на переформировании или существуют, но по факту не функционируют.

В таблице 1 представлены рекордсмены краудфандинговых проектов за 2017–2018 гг. по разным тематикам с популярных действующих краудфандинговых платформ: Boomstarter.ru и Planeta.ru, которые были проанализированы [4; 5].

Таблица 1

Проекты-рекордсмены за 2017–2018 гг. с краудфандинговых платформ

Проекты	Направление	Сумма, тыс. руб.	Срок в днях
1. «Серп» — альтернативная история Европы на вашем столе!	Игры	6950	180
2. Студия Дианы Арбениной и «Ночных Снайперов»	Музыка	5500	150
3. Книга Е. Понасенкова о Второй мировой войне	Литература и журналистика	4260	180
4. Биван 2.0 — надувной диван	Промышленный дизайн	2900	90
5. «Покорение Марса». Локализация мирового бестселлера	Игры	2130	90
6. Карамельная фабрика в уральской деревне	Еда	2105	90
7. 1000 пар обуви для запуска необычной фабрики	Общество	2095	60
8. Купольный Дом Вегетарий — дом, который кормит	Дизайн	1750	60
9. Детский театральный фестиваль «Я не один»	Мероприятия	1750	60
10. Мультфильмы об эволюции человека	Наука и технология	1500	60

Источник: составлено авторами по данным Boomstarter.ru и Planeta.ru.

Следует отметить, что проектов, которые получили положительный результат, уже достаточно много. По данным САФ, за последние пять лет число частных доноров на платформах выросло в 30 раз и вместе они пожертвовали более 800 млн руб. Только за 2017 г. объем пожертвований составил более 350 млн руб. В 2018 году впервые за последние годы число частных доноров сократилось на 6 п.п. (с 67 % в 2017 г. до 61 % в 2018 г.), но это не оказало критического влияния на общую сумму пожертвований. За счет увеличе-

ния средней суммы платежа, приходящейся на одного человека, общие суммы сборов продолжают расти [6].

Направления проектов разные. На каждой платформе насчитывается 15 и более направлений.

Результаты анализа проектов отражены на графиках по двум ключевым параметрам. За основу первого была взята потребность в финансировании (руб.). По оси *X* расположено количество проектов, а по оси *Y* — сумма необходимая на реализацию проекта (рис. 1).

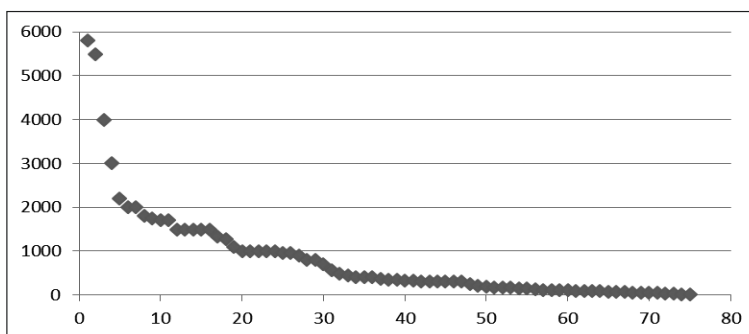


Рис. 1. Распределение проектов с краудфандинговых платформ по потребности в финансировании (тыс. руб.)

Следует отметить, что основная масса проектов сконцентрирована в диапазоне до 1 млн руб. То есть можно предположить, что проект, который требует вложений менее 1 млн руб., имеет больше шансов получить запрашиваемую сумму через краудфандинговую платформу.

Вторым критерием выступил срок ожидания (дни). Были определены диапазоны по количеству дней. Промежутков между первыми тремя границами задан 1 месяц (30 дней). В таблице 2 (см. на стр. 194) представлены диапазоны и процент попадания в них.

Таблица 2

**Расчет диапазонов по количеству дней и процент попадания проектов в них на краудфандинговых платформах**

Граница 1	Граница 2	Количество проектов в диапазоне (%)	Диапазон
0	30	29,33	До 30
31	60	58,67	От 31 до 60
61	90	5,33	От 61 до 90
91	и более	6,67	Более 91

Далее была построена гистограмма, где по оси X показаны временные диапазоны, а по оси Y — процент попавших проектов (рис. 2).

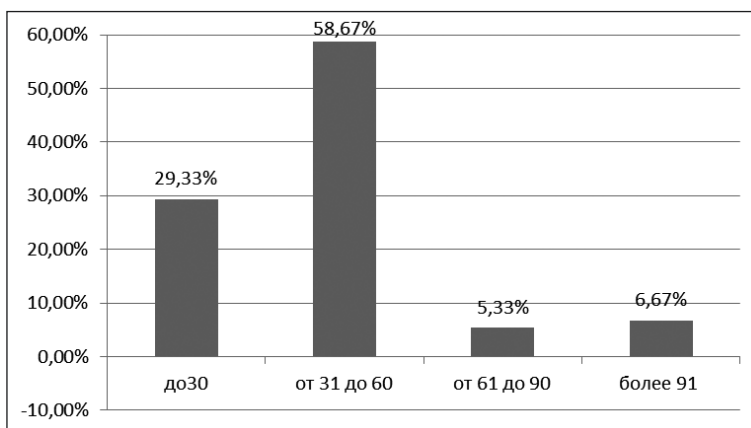


Рис. 2. Распределение проектов с краудфандинговых платформ по количеству дней

Исходя из полученных результатов, можно отметить, что большинство проектов (58,67 %) получают полную запрашиваемую сумму в промежутке от 31 дня до 60 дней. Также 29,33 % от общего количества проанализированных проектов попали во временной диапазон до 30 дней. Соответственно, можно сделать вывод, что наиболее подходящий срок для сбора средств на платформе — до 60 дней. Этого достаточно для того, чтобы привлечь заинтересованных доноров и осуществить платежей.

Итак, параметры модели для краудфандинговых проектов можно оценить следующим образом. Проектам с потребностью в финансировании до 1 млн руб. и сроком ожидания до двух месяцев рационально разместить идею на площадке. Исходя из исследования, проекты с такими параметрами реализуются успешно (при соблюдении всех основных условий запуска, особенностей платформы). Данные прошлого опыта проектов с положительным результатом свидетельствуют также о том, что есть возможность получить сумму выше,

чем 1 млн руб., менее чем за 1 месяц, но уже с более низкой долей вероятности.

**Анализ данных успешных проектов, реализованных с помощью государственных фондов, по ключевым параметрам.** Следующим выделенным сектором фандрайзинговых источников являются государственные фонды. Финансирование осуществляется на конкурсной основе. В условиях каждого открытого конкурса указаны критерии отбора проектов. Как правило, государственные гранты выделяются под серьезные научно-технологические проекты, обладающие в основном фундаментальной ценностью. На грантовые программы регулярно поступает большое число заявок. Анализ показал, что по разным программам одобренные заявки составляют от 10 до 50 % от общего числа [7].

В таблице 3 представлен пример конкурсов крупных фондов, соответствующие им суммы, выделяемые на поддержку одного проекта, и сроки ожидания финансирования [8–11]. Рассмотренные заявки были поддержаны преимущественно научными фондами: РФФИ и РНФ.

Таблица 3

**Пример конкурсов крупных фондов**

Конкурс	Сумма, тыс. руб.	Срок в днях
1. Конкурс на лучшие научные проекты фундаментальных научных исследований, проводимый совместно РФФИ и Австрийским научным фондом	20 000	1640
2. Конкурс на получение грантов РНФ по мероприятию «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований международными научными коллективами» (совместно с Национальным исследовательским агентством Франции ANR)	18 000	1275
3. Конкурс на получение грантов РНФ по мероприятию «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований международными научными коллективами» (совместно с Австрийским научным фондом FWF)	18 000	1275
4. Конкурс на лучшие научные проекты фундаментальных исследований, проводимый совместно РФФИ и Немецким научно-исследовательским сообществом	15 000	1275
5. XII Международная олимпиада в сфере информационных технологий «IT-Планета 2018/19»	10 000	270

Конкурс	Сумма, тыс. руб.	Срок в днях
6. Конкурс на лучшие научные проекты фундаментальных исследований, проводимый совместно РФФИ и Министерством науки и технологии Израиля	8100	1275
7. Конкурсная документация на проведение открытого публичного конкурса на получение грантов Российского научного фонда по приоритетному направлению деятельности Российского научного фонда «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований международными научными коллективами»	6000	1275
8. Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований по приоритетным тематическим направлениям исследований	6000	910
9. Конкурс на лучшие научные проекты междисциплинарных фундаментальных исследований по теме «Фундаментальные основы интеграции энерготехнологий деления и синтеза ядер»	5000	1275
10. Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований по приоритетным тематическим направлениям исследований	5000	910

Источник: составлено авторами.

Государственные фонды предлагают достаточно разнообразные конкурсы, суммы поддержки которых варьируются. В статье анализировались успешные проекты, финансирование которых составило от 200 тыс. до 20 млн руб. Сроки ожидания включают период экспертизы заявки на грант и принятия решения о финансировании проекта, а также продолжительность этапа реализации проекта. Особенность грантовой поддержки заключается в том, что полную сумму проект получает после завершения (через 1–5 лет), так как сумма может быть поделена на срок реализации

проекта. Выплаты поступают частями (раз в квартал, полгода или каждый год) в зависимости от условий, прописанных в конкурсной документации.

Аналогично, как и с краудфандинговыми проектами, были построены графики по двум ключевым параметрам.

Первым критерием также выступил параметр «потребность в финансировании (руб.)». На рисунке 3 представлен график, где по оси X расположено количество проектов, а по оси Y — сама сумма, необходимая на реализацию проекта (рис. 3).

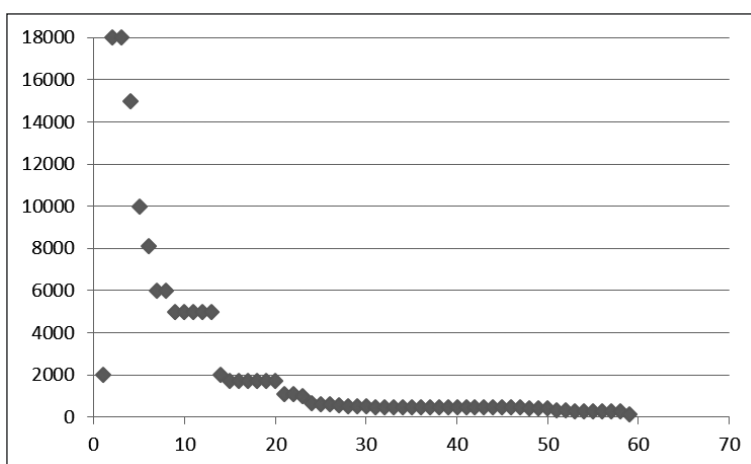


Рис. 3. Распределение проектов с конкурсов грантов по суммам (тыс. руб.)

Исходя из полученных результатов, можно наглядно увидеть, что государственные источники поддерживают проекты с различной суммой. Большинство поддержанных фондами идей находятся в категории до 6 млн руб. Поэтому можно предположить, что целесообразно подавать заявку с суммой до 6 млн руб. на грант. Но также хочется отметить, что государственные фонды — практически единственный

источник, оказывающий поддержку на безвозмездной основе в размере более 10 млн руб.

Рассмотрим второй критерий — срок ожидания (дни). В грантовой поддержке он составляет от 3 месяцев до 5 лет. Поэтому были выбраны более широкие диапазоны, равные 410 дням (1 год 1 месяц). В таблице 4 представлены диапазоны и процент попадания в них.

Таблица 4

Расчет диапазонов по количеству дней и процент попадания проектов в них с грантовой поддержки

Граница 1	Граница 2	Количество проектов в диапазоне (%)	Диапазон
0	410	54,24	До 410
411	821	1,69	От 411 до 821
822	1232	28,81	От 822 до 1232
1233	1643	28,81	Более 1233

Далее была построена гистограмма полученных результатов, где по оси *X* показаны временные диапазоны, а по оси *Y* — процент попавших проектов (рис. 4).

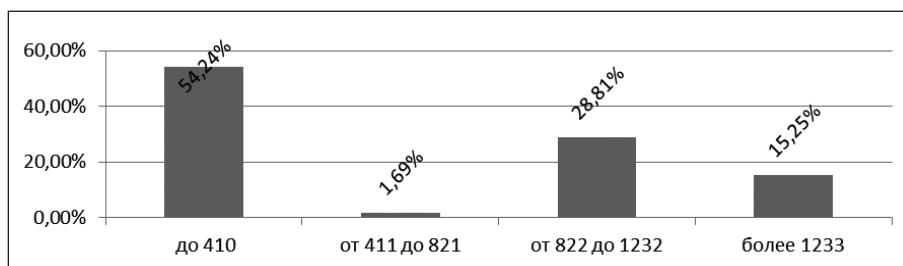


Рис. 4. Распределения проектов с конкурсов на гранты по количеству дней

Исходя из полученных результатов, мы наблюдаем, что большинство поддержанных заявок (54,24 %) попали в первый диапазон. 28,81 % от общего количества проектов, что является также высоким показателем, находятся в диапазоне до 3,5 лет. Замечено, что в третьем диапазоне проекты получили большие суммы (свыше 2 млн руб.), но не каждый автор идеи готов ждать такое количество дней.

Подводя итоги, параметры модели для грантовой поддержки можно обозначить следующими показателями. Большинство фондов предлагают конкурсы на сумму до 6 млн руб. и сроком реализации проектов от одного года до трех лет. Но, по мнению авторов, не стоит исключать данный источник, если вашему проекту требуются вложения свыше 6 млн руб.

**Анализ данных успешных проектов, реализованных совместно с крупными компаниями, по ключевым параметрам.**

Далее был рассмотрен сектор бизнес-структур.

Российский бизнес, как крупный, так и средний, с каждым годом становится все более социально ответственным. Чтобы обратиться напрямую в организацию за финансированием, необходимо выявить ее интересы и мотивы. Даже при безвозмездном финансировании проекта у компании есть собственные выгоды. В таблице 5 представлены топ-5 успешных проектов, реализованных совместно с крупными компаниями, которые были проанализированы.

В связи с отсутствием информации в открытом доступе и строгой конфиденциальностью со стороны организаций, проектов, реализованных совместно с крупными компаниями, представлено сравнительно небольшое количество. Тем не менее основные взаимосвязи были определены.

Таблица 5

**Топ-5 успешных проектов, реализованных совместно с крупными компаниями (составлено авторами)**

Кодирование проектов	Проекты	Сумма, тыс. руб.	Срок, дни
1	Сбербанк	10 000	90
2	Газпром	10 000	90
3	Частный донор № 2	5000	60
4	«Дядя Денер»	2000	15
5	ГК Отелит Development	1500	30

Источник: составлено авторами.

На рисунке 5 представлены результаты по первому параметру — потребность в финансировании (руб.), где по оси *X* расположено количество проектов, а по оси *Y* — сумма, необходимая на реализацию проекта.

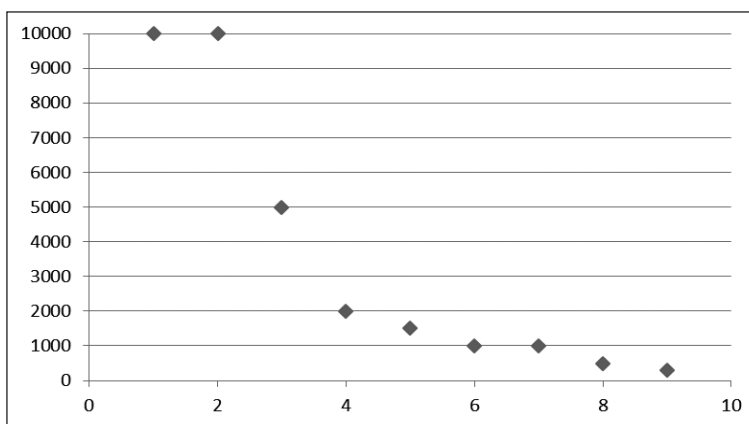


Рис. 5. Распределение проектов, профинансированных бизнес-структурами по суммам (тыс. руб.)

На графике можно отметить сходство с грантовой поддержкой, так как суммы варьируются от 300 тыс. до 10 млн руб. Но большая часть проектов сконцентрирована в интервале

до 2 млн руб. Для бизнеса важно понимать вклад автора проекта, связи с властями и его перспективность, также основным критерием является выгода компании от вложения в проект.

Рассмотрим второй параметр — срок ожидания (дни). Было выделено четыре диапазона по 30 дней (табл. 6).

Таблица 6

**Расчет диапазонов по количеству дней и процент попадания проектов в них, профинансированных бизнес-структурой**

Граница 1	Граница 2	Количество проектов в диапазоне (%)	Диапазон
0	30	55,56	До 30
31	60	22,22	От 31 до 60
61	90	22,22	От 61 до 90
91	и более	0,00	Более 91

Далее была построена гистограмма полученных результатов, где по оси X показаны временные диапазоны, а по оси Y — процент попавших проектов (рис. 6).

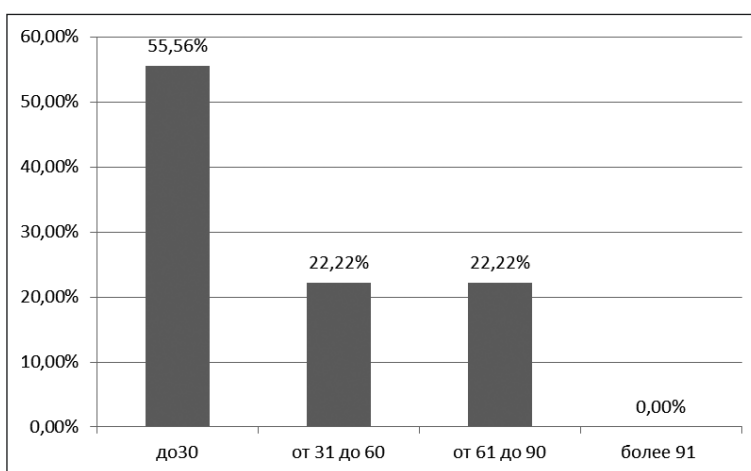


Рис. 6. Распределение проектов, профинансированных бизнес-структурами, по количеству дней

Более половины проектов (55,56 %) получили финансирование в течение одного месяца (30 дней). Такой промежуток времени считается минимальным, исходя из полученных выше результатов, что является привлекательным для молодого предпринимателя и инноватора. Остальная часть проектов поделилась между двумя диапазонами: в течение двух и трех месяцев по 22,22 %.

Особенностью бизнес-структуры является то, что она может не только оказать финансовую поддержку, но и помочь с продукцией, оборудованием, помещением, транспортом, рекомендациями, репутацией и полезными контактами.

Итак, параметры для бизнес-структуры были выделены следующие: потребность в финансировании до 2 млн руб. с реализацией за 1–3 месяца.

**Применение концепции ABC-анализа в задаче классификации успешных проектов от фандрайзинговых источников.** ABC-анализ — это метод, который позволит классифицировать проекты по ключевым пара-

метрам. Этот анализ является одним из методов рационализации и может применяться в сфере деятельности любого источника.

Для анализа был выбран параметр «потребность в финансировании». Согласно ABC-методу выделены группы по каждому блоку на основе совокупного процента. К первой группе отнесены проекты, получившие максимальные суммы поддержки и собравшие в совокупности 70 % общей суммы, набранной всеми рассматриваемыми проектами. В эту группу попали 17,5 % проектов, каждый из которых получил от 2 до 20 млн руб. Ко второй группе отнесены следующие 32,2 % проектов (упорядоченные по убыванию полученной суммы поддержки). Каждый из них получил от 1 до 2 млн руб., совокупно они собрали 15 % общей суммы. В третьей группе — оставшиеся 50,3 % проектов, каждый из которых получил не более 1 млн руб., суммарно они собрали 15 % общей суммы. В таблице 7 представлено распределение проектов по группам в разрезе отдельных секторов источников финансирования [12].

Таблица 7

**Распределение проектов по трем группам в разрезе отдельных секторов**

Группа \ Источник	Краудфандинг	Бизнес-структура	Государственные фонды
	Процент проектов	Процент проектов	Процент проектов
1	9,5	21,5	23,7
2	14	28,9	13,6
3	76,7	49,6	62,7

Анализ показал, что среди проектов первой группы (с финансированием более 2 млн руб.) основную долю занимают те, которые поддержаны государственными фондами и бизнес-структурами. Последнюю группу формируют преимущественно проекты с краудфандинговых площадок. В промежуточную вторую группу входят проекты, поддержанные источниками из всех секторов, но с наибольшим процентом поддержки от бизнес-структур.

Итак, анализ показал, что предположение авторов подтверждается. Государственные фонды предлагают широкий перечень конкурсов, предполагающих различные суммы поддержки. Одновременно этот сектор является основным, если для реализации проекта необходимо более 2 млн руб. Бизнес-структуры также могут выделять различные суммы, но проекты, требующие вложения свыше 2 млн руб., с меньшей вероятностью будут одобрены. Что касается народного финансирования, то 76,7 % из общего количества проектов с краудфандинговых площадок попадают в третью группу классификации, собирают до 1 млн руб.

### Заключение

Исследование показало, что параметры модели для краудфандинговых проектов (физические лица) имеют следующие значения. Проекты, финансируемые площадками, по-

лучают с большей вероятностью денежные средства, если потребность в финансировании составляет до 1 млн руб. и срок ожидания до двух месяцев. Грантовую поддержку от государственных фондов получают заявки с потребностью в финансировании до 6 млн руб. и сроком ожидания от одного года до трех лет. Бизнес-структуры финансируют идеи, на реализацию которых требуется до 2 млн руб. с длительностью ожидания 1–3 месяца.

Помимо потребности в финансировании и сроков ожидания, важным является и третий параметр: продукт широкого или узкого потребления предлагается проектом. Этот параметр наиболее сложен для количественной оценки и является предметом исследования отдельной статьи. Тем не менее уже сейчас можно сказать, что он в значительной степени влияет на выбор источника. Народное финансирование подходит для продуктов широкого потребления, простых и понятных каждому. С более сложными, специализированными разработками следует обращаться в государственные фонды, так как их оценку осуществляют эксперты. Бизнес-структуры могут профинансировать абсолютно любую разработку, если проект прямо или опосредованно несет выгоды компании-донору.

В заключении по полученным результатам была скорректирована модель (рис. 7).

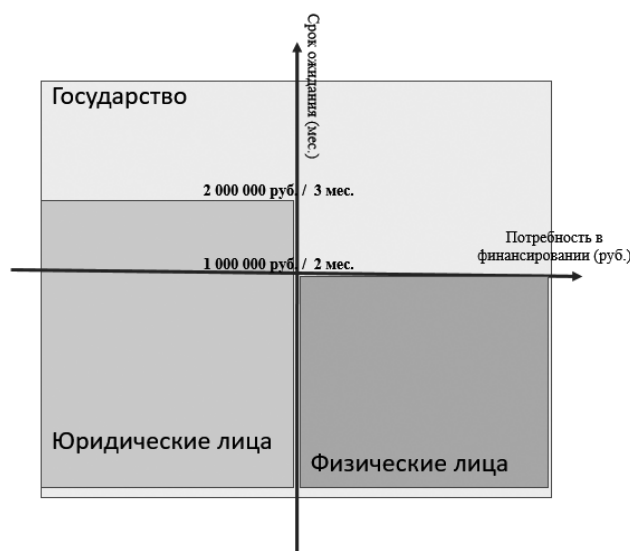


Рис. 7. Скорректированная концептуальная модель выбора источника финансирования

Концептуальная модель принятия решения о выборе источника финансирования в самых общих чертах позволяет руководителю проекта определить, в какой сектор следует обратиться с тем или иным проектом. Безусловно, для инноваторов и молодых предпринимателей полезно

было бы понимать, какой конкретный источник из сектора с большей вероятностью готов поддержать проект. Выявление и оценка дополнительных ограничивающих факторов внутри каждого сектора — перспективное направление дальнейшего исследования.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Спиридонова Е. В., Трофимова К. В. Источники финансирования инноваций: концептуальная модель для принятия управленческих решений // Бизнес. Образование. Право. 2017. № 4 (41). С. 180–185.
2. Spiridonova E. V., Trofimova C. V. The Sources of Innovation Financing: a Conceptual Model for Adopting Managerial Decisions // Proceedings of the International Scientific Conference “Far East Con” (ISC FEC 2018), oct. 2018, Atlantis Press, 2019. Pp. 253–257. DOI: <https://dx.doi.org/10.2991/iscfec-18.2019.65>.
3. Официальный сайт РБК. URL: [https://www.rbc.ru/own\\_business/](https://www.rbc.ru/own_business/)
4. Краудфандинговая платформа Boomstarter. URL: <https://boomstarter.ru/>
5. Краудфандинговая платформа Planeta.ru. URL: <https://planeta.ru/>
6. Фонд «КАФ»: молодые россияне стали больше помогать. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/02/12/kaf-issledovanie/>



7. Спиридонова Е. В., Трофимова К. В. Финансирование инноваций: анализ программно-целевых источников // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 163–171. DOI: <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2018.44.309>.
8. Отчет о результатах деятельности федерального государственного учреждения «Российский фонд фундаментальных исследований» и использовании закрепленного за ним федерального имущества за 2017 год. М. : РФФИ, 2017. 34 с. URL: [http://www.rfbr.ru/rffi/ru/project\\_search](http://www.rfbr.ru/rffi/ru/project_search)
9. Официальный сайт Российского научного фонда. URL: <http://rscf.ru/ru>
10. Официальный сайт Совета по грантам Президента Российской Федерации. URL: <https://grants.extech.ru>
11. Российский научный фонд. Информация о деятельности в 2016 году. 74 с. URL: <http://rscf.ru/ru/documents>
12. Тимофеев В. С., Фаддеенков А. В., Щеколдин В. Ю. Эконометрика: учеб. пособие. 2-е изд., пер. и доп. М. : ЮРАЙТ, 2015. 328 с.

## REFERENCES

1. Spiridonova E. V., Trofimova K. V. Sources of innovative funding: a conceptual model for making management decisions. *Business. Education. Law*, 2017, no. 4, pp. 180–185. (In Russ.).
2. Spiridonova E. V., Trofimova C. V. The Sources of Innovation Financing: a Conceptual Model for Adopting Managerial Decisions. *Proceedings of the International Scientific Conference “Far East Con”* (ISCFEC 2018), oct. 2018, Atlantis Press, 2019. Pp. 253–257. DOI: <https://dx.doi.org/10.2991/iscfec-18.2019.65>.
3. Official website of RBK. URL: [https://www.rbc.ru/own\\_business/](https://www.rbc.ru/own_business/)
4. The crowdfunding platform Voomstarter. URL: <https://boomstarter.ru/>. 02/10/2019
5. Crowd funding platform Planeta.ru. URL: <https://planeta.ru/>
6. Agency of social information. Fund for the support and development of philanthropy. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/02/12/kaf-issledovanie/>
7. Spiridonova V. Ye., Trofimova K. V. Financing of innovations: analysis of program-targeted sources. *Business. Education. Law*, 2018, no.3, pp. 163–171. DOI: <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2018.44.309>.
8. Report on the results of the activities of the federal state body “Russian Foundation for Basic Research” and the use of the federal property assigned to it for 2017. Moscow, RFBR, 2017. 34 p. (In Russ.). URL: [http://www.rfbr.ru/rffi/ru/project\\_search](http://www.rfbr.ru/rffi/ru/project_search). 04.02.2019
9. Official site of the Russian Science Foundation. URL: <http://rscf.ru/ru>
10. Official website of the Council on grants of the President of the Russian Federation. URL: <https://grants.extech.ru/>
11. Russian Science Foundation. Information on activities in 2016. 74 p. (In Russ.). URL: <http://rscf.ru/ru/documents>
12. Timofeev V. S., Faddeenkov A. V., Shchekoldin V. Yu. *Econometrics*. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Yurait Publ. 2015. 328 p. (In Russ.).

**Как цитировать статью:** Трофимова К. В., Спиридонова Е. В. Анализ параметров концептуальной модели для принятия управленческих решений по выбору источника финансирования // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 191–199. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.221.

**For citation:** Trofimova K. V., Spiridonova E. V. Analysis of the parameters of the conceptual model for making administrative decisions for selection of the source of financing. *Business. Education. Law*, 2019, no. 2, pp. 191–199. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.221.