



Crowdfunding – caracteristici

Toma Beniamin – expert TIC

Crowdfunding este o metodă prin care se poate aduna capital, prin intermediul unui efort colectiv din partea prietenilor, familiei, a diverșilor investitori și a clienților atât existenți cât și viitori.

Denumirea termenului vine de la combinarea cuvintelor crowd (*în engleză mulțime*) și funding (*în engleză finanțare*).

În traducere directă, **crowdfunding ar însemna finanțare din partea publicului**. Iar prin intermediul acestui instrument, fix asta vei și putea face.

Prin crowdfunding (care în vest mai poartă și denumirea de kickstarter) vei putea apela la un grup de persoane sau investitori, pentru a primi infuzia de capital de care ai nevoie pentru a-ți lansa sau dezvolta o afacere.

Astfel, grație banilor primiți din partea participanților (care mai sunt numiți și susținători), ideea ta de business va putea deveni realitate.

Cum se caracterizează crowdfunding-ul

Practic, **crowdfunding-ul este, în esență, fix opusul unei abordări clasice la care firmele apelau până de curând pentru finanțare**.

Spre exemplu, dacă în trecut aveai nevoie de o creștere de capital pentru a-ți lansa o afacere sau a dezvolta un nou produs, trebuia să îți iei planul de afaceri sau prototipul cu care veneai și să începi să cauți potențiali investitori.

De cele mai multe ori erai nevoit să mergi la oameni înstăriți sau companii deja lansate, la bănci, ori chiar la show-uri TV, în încercarea de a-ți vedea visul devenit realitate.

Un program de kickstarter, lansat prin platforme dedicate din mediul online, îți va da șansa ție, un antreprenor, să îți prezinți ideea sau machetele unui număr foarte mare de utilizatori.



Acești utilizatori pot deveni investitori, dacă reușești să îi atragi cu datele și graficele realizate.

Sușținătorii pot participa la acțiunea ta de strângere de fonduri, plasând sume ce încep de la 1 Dolar și care pot ajunge la zeci de mii de dolari.

În schimbul banilor, **ei vor primi o recompensă**, care poate reprezenta fie acțiuni din compania ta, ori șansa de a se bucura primii de un produs total nou pe piață ș.a. Vom discuta ceva mai detaliat despre aceste recompense ceva mai târziu.

Crowdfunding – scurt istoric

Cu toate că a devenit popular destul de recent, **ideea și principiile care stau la baza crowdfunding-ului au o lungă și bogată istorie**, ce datează de secole întregi.

Baza [microcreditelor](#) a fost pusă la începutul secolului 18 de către Jonathan Swift, numit și „părintele microcreditelor”, în Irlanda.

Acesta a adunat mai multe persoane, care își foloseau fondurile pentru a credita sume mici de bani, fără garanții, populației rurale.

Sărind în timp peste 200 de ani, ajungem în 2008 și 2009, când două dintre cele mai de succes crowdfunding platforms au fost înființate: **IndieGoGo și Kickstarter**.

Fondatorii au realizat puterea pe care mediul online o poate avea în finanțarea de mici idei de afaceri și au valorificat-o, cu succes chiar, am putea adăuga.

De atunci, restul este istorie, iar acest instrument reprezintă **unul dintre principalele surse de finanțare pentru oameni care vin cu idei strălucite** și, mai ales, cu un plan de afaceri bine pus la punct.

Chiar și la noi în țară există site-uri de crowdfunding România, cu toate că fenomenul încă nu a prins chiar atât de bine ca în Vest. Încă.