

КРАУДФАНДИНГ В КАЧЕСТВЕ ИНСТРУМЕНТА ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ

А.М. Балтина, д-р экон. наук, проф.

А.Н. Олейник, студент

Оренбургский государственный университет, Российская Федерация

Обосновано отнесение стартапов к категории рискованных инновационных проектов. Обобщены требования специализированных краудфандинговых платформ к характеристикам инновационных проектов. Обоснованы требования к процессу подготовки стартапов для привлечения инвестиций посредством краудфандинга и размещения на цифровых краудфандинговых платформах. Показана практическая реализация разработанных требований на примере нового вида стартапа – краткосрочного публичного мероприятия.

Ключевые слова: стартап, инновационный проект, краудфандинг, краудплатформа, финансирование инвестиций.

В современном динамичном мире, где технологические прорывы и быстрое развитие бизнес-сферы стали нормой, стартапы занимают особое место в инновационном процессе. Цифровая экономика немыслима без понятия «стартап». Анализ его определений и основных характеристик позволил сформировать убеждение о том, что это – инновационный проект, относимый к категории венчурных. Особенностью значительного количества стартапов являются следующие характеристики:

- часто инициатором стартапа является физическое лицо – индивидуальный предприниматель или гражданин, но не юридическое лицо;
- относительно небольшой объем требуемых инвестиций и их нехватка у инициатора;
- отсутствие залогового обеспечения и кредитной истории;
- нередко небольшая прогнозируемая доходность инвестиций в стартап;
- наличие прочих эффектов от реализации стартапа (социальных, экологических и других);
- обычно короткий срок инвестиционной стадии и не более 1-2-х лет общей продолжительности времени до выхода стартапа на планируемые показатели.

При финансировании таких проектов обычно возникают определенные трудности, непосредственно связанные с их особенностями. Новым и эффективным источником финансирования стартапов, на наш взгляд, является краудфандинг. В этой связи исследование его применения в условиях нашей страны представляется весьма актуальным, на что обращает внимание Банк России и Государственная Дума Российской Федерации, относя краудфандинг к числу перспективных финансовых технологий [1, 2].

Предметом проведенного исследования являлись инструменты, методы и организационные условия реализации краудфандинга для финансирования стартапов. Цель исследования – выявление современных особенностей финансирования стартапов и разработка

рекомендаций по повышению эффективности применения краудфандинга в текущих экономических условиях.

Краудфандинг предоставляет стартапам возможность получить финансирование без необходимости обращения к традиционным источникам, открывая новые возможности для развития и способствуя разнообразию источников привлекаемых средств. Это делает краудфандинг важным элементом в инновационном развитии экономики и популярным инструментом.

Следует согласиться с общепринятым мнением о том, что преимущества краудфандинга для стартапов включают и возможность привлечь инвесторов, которые иначе могли бы не интересоваться проектом, быстрое привлечение средств, гибкость в определении вознаграждений инвесторам. Считаем, что краудфандинг может быть использован не только как способ привлечения финансирования, но и как инструмент повышения узнаваемости формируемого бренда или продукта. Также краудфандинг обеспечивает общение с потенциальными клиентами и получение от них обратной связи, что является ценным при формировании информационной основы для принятия решений по улучшению характеристик стартапа.

Для практической реализации краудфандинга в Российской Федерации созданы специальные централизованные краудфандинговые платформы, представляющие цифровые онлайн – сервисы. Их основными задачами являются проведение экспертизы стартапа на предмет отнесения к категории инновационного проекта, потенциальная реализуемость и актуальность, обеспечивающая будущий спрос. При положительной оценке стартапа платформа предоставляет условия для размещения информации о проекте, инструменты для привлечения внимания к нему и последующего сбора средств.

Наиболее популярными краудфандинговыми платформами являются Boomstarter.ru, Planeta.ru, Kroogi.ru. Публичные данные об их характеристиках и финансовых результатах деятельности свидетельствуют об их востребованности.

Например, Planeta.ru [3] – первая и самая крупная в истории российского инвестиционного рынка краудфандинговая платформа, которая специализируется на поддержке инновационных проектов в области образования, науки и творчества. На этой платформе зарегистрировано более 1 370 399 инициаторов проектов и более 2 000 000 инвесторов. За все время работы платформы было успешно завершено более 8686 краудфандинговых кампаний, а сумма привлеченных инвестиций превысила 10 млрд рублей. Приведенные данные свидетельствуют о том, что краудфандинг в России состоялся, отбор инновационных проектов выполняется профессионально, и по этой причине специализированным платформам инвесторы доверяют.

Важно отметить, что инициаторам стартапа до проведения краудфандинговой кампании на выбранной специализированной платформе необходимо проделать большую подготовительную работу, чтобы обеспечить успех. В большинстве случаев такая подготовка включает следующие этапы:

- определение и обоснование проектной цели;
- точное выявление целевой аудитории;
- выбор подходящей платформы краудфандинга;
- принятие решения о системе вознаграждения инвесторов.

Разработанный стартап должен соответствовать определенным требованиям:

- уникальность продукта или идеи;
- продуманная бизнес-модель организационно-правовой формы функционирования стартапа;
- наличие команды, соответствующей задачам стартапа;
- маркетинговая стратегия стартапа;
- стратегический план развития стартапа [4].

Указанные выше требования позволяют стартапам создавать уникальные и привлекательные продукты, которые могут привлечь внимание инвесторов и потенциальных клиентов, быть эффективными.

Проанализированные особенности краудфандинга согласуются с результатами SWOT-анализа, проведенного в [5], результаты которого полезны инициаторам стартапа, принимающим решения о его финансировании. Результаты анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1. – Результаты SWOT-анализа краудфандинга

Сильные стороны – получение финансирования при наличии интересной бизнес-идеи – отсутствие географических ограничений при финансировании – мониторинг уровня спроса на инновационный продукт или услугу – получение финансовых ресурсов в форме предзаказа на планируемую к запуску продукцию	Слабые стороны – высокие риски для инвесторов с позиции защиты их прав, а также технологические риски – возможные мошеннические схемы при переводе денежных средств на банковский счет краудфандинговой платформы, а затем при переводе денежных средств на банковские счета лиц, привлекающих инвестиции
Возможности – получение финансирования на реализацию идеи без привлечения венчурного капитала и потери контроля над проектом – возможность в будущем получить дополнительное финансирование – получение гарантированного потребителя продукции из числа инвесторов – возможность без дополнительных затрат рекламировать продукцию, используя «сарафанное радио» и СМИ, задействованные на крауд-площадках – создание дополнительных рабочих мест – финансирование мелких стартапов, что отвечает государственным задачам по поддержке малого и среднего бизнеса	Угрозы – мошенничество на крауд-площадках из-за отсутствия процедуры объективного представления об объекте инвестирования при отборе проектов – подготовка краудфандинговых площадок с целью создания финансовых пирамид и других мошеннических схем

Источник: на основе материала [5].

Представляется, что краудфандинг может быть использован и для привлечения финансирования реализации нетипичных рискованных проектов, в том числе краткосрочных, включающих всего две основные стадии: подготовку к проведению разового мероприятия и проведение этого мероприятия. Но мероприятие должно быть значимым, привлекательным для значительного количества людей и организаций, заинтересованных в его проведении.

В числе таких мероприятий может быть спортивное (проведение широко обсуждаемого в прессе и социальных сетях боя известных спортсменов ММА), экологическое (восста-

новление известного в регионе родника), художественная акция (массовая художественная зарисовка Кремля на Красной площади) и аналогичные.

Рассмотрим в качестве примера стартап по организации боя известных бойцов смешанных единоборств Владимира Минеева и Магомеда Исмаилова. Названные спортсмены имеют огромные по численности группы фанатов, являются непримиримыми соперниками, отношения которых друг к другу широко обсуждаются на разных спортивных площадках.

Цель проекта: популяризация спорта среди молодежи, поддержание интереса к соответствующей лиге смешанных единоборств, получение прибыли, которая частично может быть использована на развитие детского и юношеского бокса.

Инициатор проекта – одна из российских лиг смешанных единоборств.

Целевая аудитория (потенциальные инвесторы): фанаты спортсменов, федерация смешанных единоборств, страховые компании, страхующие риски спортсменов, компании, выпускающие спортивный инвентарь, равнодушные люди (бизнес-ангелы), теле- и радиоканалы, в том числе электронные (например, Rutube). В число инвесторов следует включить и военнослужащих российской армии, так как А. Минеев имеет воинское звание и в настоящее время является участником специальной военной операции, пользуется уважением в армии.

Основные статьи затрат, формирующие объем необходимых инвестиций в стартап:

- призовой фонд (по согласованию со спортсменами);
- аренда спортивного зала соответствующей категории;
- оплата услуг ведущего соревновательного дня;
- оплата услуг охраны и прочего обслуживающего персонала;
- средняя величина прибыли организатора;
- затраты на организацию рабочих мест персонала и спонсоров проекта;
- оплата услуг краудфандинговой платформы.

Использовать возможности краудфандинга могут студенты и преподаватели вузов для реализации стартапов – инновационных решений в области образования, культуры, экологии, естественных наук, производства продуктов питания и других.

Список использованных источников

1. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 годов. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/84852/ON_FinTex_2017.pdf
2. Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения. – URL: <http://duma.gov.ru/media/files/ONpz3AjFkualqgKS9lsqtqckucXiScBP.pdf>
3. Planeta.ru. : Сайт краудфандинговой платформы. – URL: <https://planeta.ru/>
4. Рич, Д. Краудфандинг: привлечение денежных средств необходимых для финансирования бизнеса / Д. Рич. – М. : SmartBook, 2015. – 344 с.
5. Гусева, Д.Е. Краудфандинг: сущность, преимущества и риски / Д.Е. Гусева, Н.И. Малыхин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2014. № 9-10. С. 30-34.