

нейшем при использовании этих методик в практическом применении могут возникнуть сложности с получением достоверной, сопоставимой и актуальной информации.

Список цитированных источников

1. Мурина, С. Г. Методика оценки дифференциации уровня жизни населения в регионе // Приграничный регион в условиях интеграционных процессов и реформирования местной власти. Четвертые Арсеньевские чтения: материалы Международной научно-практической конференции. – Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2005. – С. 284-288.
2. Голубцов, А. Н. Теоретические аспекты развития конкурентоспособности региона / А. Н. Голубцов, В. С. Батрак // Экономика и предпринимательство. – 2015. – С. 234-237.
3. Калюжнова, Н. Я. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. – М.: ТЕИС (МГУ), 2004. – 526 с.
4. Ларина, Н. И. Кластеризация как путь повышения международной конкурентоспособности страны и регионов / Н. И. Ларина, А. И. Макеев // Эко. – 2006. – N 10. – С. 2-26.

УДК 336.7

Васильюк А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э. Э.

МОДЕЛИ И ТИПЫ КРАУДФАНДИНГА

Модернизация современной экономики требует создания и развития высокотехнологичных сфер деятельности и инновационных проектов. Для реализации данных проектов необходимы дополнительные финансовые ресурсы, что может быть решено с применением системы краудфандинга.

Целью данной работы является установление основных характерных особенностей и специфических черт различных моделей и типов краудфандинга.

Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- обоснование отличительных особенностей различных типов краудфандинга как нового инструмента финансирования инноваций;
- определение значимых характеристик краудфандинга для развития высокотехнологичных и инновационных стартапов;
- разработка подходов к развитию краудфандинга как инструмента финансирования инноваций.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в условиях недостаточности государственных средств на реализацию новых проектов появляется необходимость в привлечении финансовой помощи. Краудфандинг обладает потенциалом стать альтернативной формой финансирования бизнес-проектов на ранней стадии. По своей сути и практике действия краудфандинг выступает инструментом для получения именно начального стартового финансирования, т. е. платформой для будущих традиционных источников финансирования инновационных проектов.

На основе анализа деятельности существующих в мире краудфиндинговых платформ можно выделить несколько типов краудфандинга. Краудфиндинговые платформы могут относиться к одной из двух крупных моделей: неденежной и денежной, или комбинированной, т. е. сочетать в себе характеристики обеих. В первой спонсор не получает денежный доход от своих инвестиций. Вторая полностью нацелена на получение финансовой выгоды. Внутри каждой модели можно выделить несколько типов.

К **неденежной модели** относятся следующие типы: благотворительный краудфандинг (на основе пожертвований) и классический краудфандинг (на основе награждения).

В **благотворительном краудфандинге** спонсорство не предполагает получение денежной или неденежной награды. Основным побуждающим фактором для спонсоров в этом типе краудфандинга является возможность участвовать в разработке и реализации проекта, которая имеет моральную ценность для спонсора. Этот тип подразумевает отсутствие какой-либо награды за спонсорство. Чаще всего к нему прибегают благотворительные и социальнозначимые проекты.

Классический краудфандинг подразумевает, что предприниматель за счёт вырученных от перепродажи продукта или услуги денег организует собственный бизнес без привлечения дополнительного акционерного или заёмного капитала. Подобный тип краудфандинга крайне широко распространён. Он нашел применение в областях кинопроизводства, разработки свободного программного обеспечения, исследований и научных открытий, а также гражданских и социальных проектов. Отличительной особенностью данного типа краудфандинга является то, что в обмен на свою помощь спонсор получает материальную или нематериальную награду. Примером может служить упоминание имени спонсора в титрах фильма, возможность встретиться с авторами проекта или посетить специальные мероприятия, связанные с запуском проекта. Часто в этом типе краудфандинга в форме награждения выступают продукты или услуги, которые будут произведены в результате проведения кампании.

К **денежной модели** отнесены: акционерный краудфандинг (краудинвестинг) и кредитный краудфандинг (краудлендинг).

Акционерный краудфандинг, или краудинвестинг, основан на том, что спонсор получает долю в бизнесе компании, обычно находящейся на самой ранней стадии развития. Краудинвестинг даёт спонсорам возможность инвестировать небольшие суммы в непубличные компании. Успех кампании акционерного краудфандинга часто связывают с тем, получилось ли у авторов доказать жизнеспособность идеи своего бизнеса. Краудинвестинг строится на классической схеме участия в акционерном капитале компании. В обмен на свои деньги индивидуальные инвесторы получают ценные бумаги компании. Выделяются два подвида краудинвестинга:

- инвестиции в ценные бумаги компании. В этом случае инвесторы приобретают в свою собственность часть компании-эмитента;
- участие в выручке или прибыли компании. В зависимости от объёма инвестиций устанавливается часть прибыли, которую получают инвесторы компании-эмитента.

В большинстве случаев в краудинвестинге вложения имеют пассивный характер, т. е. инвесторы не получают прав на активное участие в жизни компании. Другими словами, хотя у инвесторов и появляется доля в акционерном капитале или прибыли компании-эмитента, они не могут повлиять на принимаемые в компании управленческие решения.

Кредитный (долговой) краудфандинг или краудлендинг подразумевает существование между спонсором и автором проекта денежных отношений, близких по форме к банковскому кредиту. При этом автор проекта занимает у спонсоров деньги и выплачивает их с процентами. Соответственно, краудлендинг имеет сходство с типичными кредитными продуктами банков,

однако займодателями являются не крупные финансовые организации, а разрозненные группы физических лиц. Исследователи выделяют следующие подвиды краудленгинга:

- традиционный договор займа – использованы стандартные условия договора займа или кредита, выплаты происходят с определённой процентной ставкой. В этом случае выплаты по займу могут как быть, так и не быть гарантированы;

- прощительный заём – выплаты по займу производятся только в том случае, если компания-заёмщик начинает генерировать прибыль; компания-заёмщик получает первую выручку.

Особое значение для развития высокотехнологичных и инновационных стартапов имеет акционерный краудфандинг или краудинвестинг, позволяющий инвесторам получать часть прибыли или долю в бизнесе.

Основные цели акционерного краудфандинга:

- аккумулялирование инвесторов и проектов на одной онлайн-площадке с целью увеличить доступ к большему числу инвесторов;

- коллективная работа по оценке проектов инвесторами и оперативная среда для коммуникации между предпринимателями и инвесторами с использованием социальных технологий коммуникации на онлайн-платформе;

- инструментарий для отбора проектов и соинвестирования для профессиональных инвесторов (бизнес-ангелов и венчурных фондов);

- привлечение новых категорий инвесторов на рынок венчурного финансирования (из других финансовых сегментов рынка);

- соинвестиции новых непрофессиональных для венчурного рынка типов инвесторов с бизнес-ангелами и венчурными фондами;

- тестирование продукта и рынка для венчурных предпринимателей;

- привлечение экспертизы от платформ и участников платформы (предпринимателей и инвесторов) для доработки продукта и проекта;

- создание узнаваемости бренда уже на ранней стадии развития проекта.

Реализация краудинвестинга состоит из нескольких этапов: выход на платформу, популяризация инвестиционного проекта, инвестиции, постинвестинг.

1. Первый шаг процесса краудинвестинга включает в себя размещение инвестиционного проекта на соответствующей платформе. Представители платформы производят необходимую проверку полученного проекта. Среди показателей, анализируемых на протяжении этой проверки: вероятность мощных действий со стороны авторов проекта; оценка того, насколько проект подходит для краудинвестинга; репутация предпринимателей – авторов проекта и т. д. В ходе проверки проводится отсеивание неподходящих проектов. Часть платформ проводят эту проверку до публикации проекта.

2. Популяризация инвестиционного проекта. После завершения проверки и публикации проекта инвесторам даётся полный доступ к предлагаемой авторами проекта информации, объясняющей модель и концепцию бизнеса, а также предысторию его создателей. Эти материалы раскрывают цель и объём сбора средств.

Также важной информацией является описание доли акционерного капитала, распределяемого между инвесторами в зависимости от объёма индивидуальных инвестиций. На оценку размещённого на платформе проекта также могут повлиять экспертные мнения модераторов и инвесторов.

3. Инвестиции. Сбор денег происходит на условно-депозитном счёте. До завершения капании к данному счёту нет доступа у предпринимателей и инвесторов. В случае успеха средства со счёта поступают в полное пользование предпринимателя. В случае неудачи – распределяются между инвесторами. Инвесторы могут выбрать пассивную или активную позицию в управлении в проинвестированном бизнесе. В зависимости от платформы эта возможность также варьируется.

4. Постинвестинг представляет собой поддержку после инвестирования и управления бизнесом. Одно из дополнительных преимуществ, которое предприниматель может получить через краудинвестиг, – это элемент корпоративной структуры. Предприниматели, использующие краудфандинг, могут получить необходимую для развития бизнеса обратную связь от большого количества людей. Однако для эффективной её обработки им нужны дополнительные инструменты. Также у предпринимателей появляется возможность использования широкого маркетингового освещения продукта за счёт увеличившейся и лояльной сети контактов.

Краудфандинг зарекомендовал себя инструментом для финансирования и стимулирования инноваций. Хотя он всё ещё остаётся феноменом, Беларусь может быстро взять его на вооружение. В Беларуси уже создана платформа для развития краудфандинга. Фундамент для развития краудфандинга – это интернет-пользователи. Дать импульс для развития коллективного финансирования бизнеса может правительство, приняв законы, которые будут регулировать краудфандинг в качестве отдельного вида деятельности, чтобы избавить мелкий бизнес от юридических сложностей с налогообложением.

Краудфандинг как инструмент финансирования радикально изменит ситуацию на всём рынке прямых и венчурных инвестиций, а именно постепенное нивелирование, а в дальнейшем и исчезновение фондов как посредников между инвесторами, предоставляющими капитал для инвестиций в неторгуемые ценные бумаги в процессе прямого и венчурного инвестирования и эмитентами ценных бумаг. Пока же фонды прямых инвестиций и венчурные фонды являются базальтернативными каналом для компаний, не имеющим доступа к рынку публичных ценных бумаг. Таким образом, краудфандинг подрывает монополию венчурных фондов на капитал, одновременно значительно увеличивая прозрачность рынка.

Список цитированных источников

1. Седельников, С. Р. Краудфандинг, как инструмент стимулирования стартапов в Российской Федерации // Инновационная экономика: мат. II Междунар. науч. конф. – Казань: Бук, 2015. – С. 15-18.
2. Гусева, Д. Краудфандинг: сущность, преимущества и риски / Д. Гусева, Н. Малыгин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2014. – Вып. 9. – С. 27-31.
3. Ларионов, Н. А. Современные механизмы развития общественных и корпоративных финансов России: кол. монография. / авт.кол.: Саратовский социально-экономический институт. – Саратов, 2014. – С. 145–202 с.
4. Ларионов, Н. А. Финансовые инструменты государственной поддержки венчурного бизнеса в России / Н. А. Ларионов // Актуальные проблемы современных общественных наук: научное знание в глобализирующемся мире: сборник материалов III Международной научно-практической конференции молодых ученых. – Уфа: БАГСУ, 2013. – С. 108-114.
5. Акимов, А. В. Перспективы развития краудфандинга в России по зарубежному опыту / А. В. Акимов, Д. А. Шиялев // Экономика и управление в машиностроении. – 2014. – №6. – С. 58-59.