

60. КРАУДФАНДИНГ: ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ IT-СТАРТАПОВ

Гаврилюк М.Ю.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Ермакова Е.В. – канд. экон. наук

Аннотация. Большинство стартапов, особенно в IT-секторе, сталкивается с финансовыми препятствиями при поиске традиционного кредита. В связи с этим, краудфандинг предлагается как альтернативный способ коллективного финансирования, позволяющий собирать средства от конечных потребителей и оценить востребованность проекта. Статья также описывает различные типы вознаграждения в краудфандинге и виды краудфандинговых платформ. Анализируя преимущества и особенности краудфандинга, подводятся вывод о его значимости как эффективного инструмента развития IT-стартапов.

У большинства стартапов ведущее место в списке препятствий для запуска и продвижения бизнес-идеи занимают финансовые вопросы. Даже если средств хватило на начальном этапе, в дальнейшем они необходимы для уверенного становления и развития проекта [1].

Стартапам в IT в силу ряда особенностей сложно найти кредит в обычном банке. Главная особенность кредитования молодого бизнес-проекта заключается в его неопределенности — невозможности подтвердить собственные доходы и гарантировать будущую прибыль. Банки неохотно предоставляют средства начинающим предпринимателям, поскольку считают финансирование стартапов рискованной сделкой, имеющей высокую вероятность невозврата вложений. Этим обусловлены жесткие требования к заемщику, сложность и длительность процедуры получения займа.

Альтернативу предлагает краудфандинг (от англ. crowd – толпа, funding – финансирование) — это способ коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от его конечных потребителей. Автор крауд-проекта может собрать средства на реализацию идеи и заранее оценить ее востребованность, а участник — сделать вклад в начинание автора и получить за это вознаграждение [2, 3].

Вознаграждение – это бонус, предлагаемый автором крауд-кампании в обмен на поддержку. Вознаграждения могут быть материальными (например, футболки, диски, реквизит со съемок кино) и нематериальными (мастер-классы, цифровые версии альбомов и т. д.).

По типу вознаграждения краудфандинговые проекты можно разделить на следующие:

Краудфандинг без вознаграждения. Пожертвования, как правило, являются добровольными актами, совершаемыми альтруистичным и необязательным для получателя способом. Эта модель чаще всего используется в социальных, политических и медицинских проектах.

Нефинансовое вознаграждение. Главной особенностью этой модели является получение спонсирования в обмен на их поддержку нефинансовых вознаграждений. Частным случаем нефинансовой схемы вознаграждения является «Модель предварительного заказа». Наградой может стать сам финансируемый продукт.

Финансовое вознаграждение (краудинвестинг). Его основной характеристикой и отличительной чертой от других форм является наличие финансового вознаграждения, которое спонсор (в данном случае инвестор) получает в обмен на его поддержку.

Также краудфандинг можно разделить по видам:

1. Краудфандинг акций. Компании привлекают деньги через продажу доли в проекте.
2. Привлечение долгового капитала. Доноры проекта вкладывают деньги, чтобы получить их позже уже с процентом. По структуре такой краудфандинг напоминает peer-to-peer (кредитование между равноправными участниками без привлечения финансовых учреждений). Еще также называют долговым краудфандингом.

3. Вклады за вознаграждение. Участники получают подарки за свои вклады. Например, если проходит сбор на производство фильма, инвестора могут пригласить на премьеру.

Принцип краудфандинга довольно прост: создаём идею и рассказываем о ней людям, которых она может заинтересовать. Будущие инвесторы должны захотеть, чтобы проект состоялся. Чаще всего для этих целей используют краудфандинговые платформы.

Краудфандинговая платформа — это электронный сайт, на котором соискатели финансирования могут размещать свои проекты и собирать деньги. Такие платформы требуют предварительной регистрации. Существует краудфандинговая платформа за счёт комиссии с собранной суммы.

Рассмотрим наиболее известные краудфандинговые платформы.

Kickstarter – самая популярная международная краудфандинговая платформа, запущенная 28 апреля 2009 года. Эта платформа является разновидностью краудфандинга, основанного на вознаграждении. По сути, когда вы запускаете кампанию на Kickstarter, вы собираете деньги за

предварительные заказы на свой продукт. Кампании на Kickstarter проводятся по модели «всё или ничего». Это означает, что вы определяете минимальную сумму денег, которая вам нужна, чтобы сделать проект жизнеспособным, и ставите её в качестве цели. Затем, если проект не достигает заявленной цели финансирования, кампания просто заканчивается, и деньги просто не переходят из рук в руки. Это ставит перед нами другие задачи, чем многие более традиционные способы сбора средств. С помощью краудфандинга вы должны напрямую убедить многих людей поверить в вашу идею и поддержать вас относительно небольшой суммой денег, вместо того чтобы убеждать одного инвестора дать вам много денег. Мало того, что у вас должен быть четкий план по превращению вашей идеи в реальную вещь, но и эффективный маркетинг имеет решающее значение, поскольку вам также нужно будет привлечь людей на страницу вашей кампании на Kickstarter [4].

Indiegogo – второй по популярности международный краудфандинговый сервис. У него есть несколько отличительных особенностей, которые делают платформу более удобной для краудфандинга и лояльной к людям, которым нужны инвестиции. Запустить проект можно из любой точки мира. Достаточно просто иметь счет в банке своей страны. Не нужно искать посредников, как в случае с Kickstarter, заключать с ними договор и бояться, что после успешного сбора средств недобросовестные партнеры исчезнут вместе с деньгами. Кампания будет официально зарегистрирована на представителя вашей организации. Не обязательно достигать цели проекта. Это необходимо, только если в настройках кампании указан тип «Fixed». При выборе flexible-модели какая бы сумма ни была собрана, она будет передана вам. Это удобно для продажи предзаказов на уже почти готовый продукт, например. Проект будет опубликован сразу же, без прохождения модерации и заключения договоров. Но отсутствие необходимости заключать договор с площадкой и возможность забрать деньги без достижения цели привели к появлению мошеннических схем. Indiegogo, к сожалению, лидирует по количеству проектов, по завершению которых инвесторы не получили ничего. Пожалуй, один из самых известных подобных случаев – сбор средств на фитнес-трекер в форме кольца BioRing. Стартаперы собрали \$750 тыс. с доверчивых пользователей, после чего просто исчезли, оставив вкладчиков ни с чем.

Crowdfunder является ведущей краудфандинговой платформой для привлечения инвестиций (а не вознаграждений) и имеет одну из крупнейших и быстрорастущих сетей инвесторов. Краудфандер предоставляет инвесторам бесплатный доступ к венчурным стартапам на ранних стадиях. Краудфандер недавно запустил венчурный индексный фонд, который инвестирует 100 000 долларов в ведущие стартапы, поддерживаемые венчурным капиталом, а затем позволяет их инвесторам инвестировать в стартап на тех же условиях.

В таблице 1 показано количество успешно запущенных этими компаниями проектов, сколько средств им удалось собрать с момента основания платформы и процент комиссии, взимаемой со стартап проектов за размещение на краудфандинговой платформе.

Таблица 1 – Информация о краудфандинговых платформах

Название платформы	Запущено проектов	Собрано средств, \$	Комиссия платформы, %
Kickstarter	254 624	7 859 349 623	5
Indiegogo	203 476	2 473 281 576	4-9
Crowdfunder	186 590	2 140 582 437	0-5

В целом, краудфандинг является мощным инструментом для развития IT-стартапов, позволяя преодолеть финансовые препятствия и получить поддержку от сообщества и конечных пользователей. Он способствует инновационным идеям, помогает проверить их востребованность и создает возможности для успешного запуска и развития IT-проектов. Народное финансирование открывает возможность воплотить практически любую идею при условии, что она будет полезна обществу, ведь иначе средства для её осуществления вряд ли соберутся.

Таким образом, краудфандинговые платформы играют важную роль в процессе привлечения средств для стартапов, предоставляя электронные сайты, где соискатели финансирования могут размещать свои проекты и собирать средства. Эти платформы упрощают процесс сбора средств и предоставляют доступ к широкой аудитории потенциальных инвесторов.

Список использованных источников:

1. Кредит на стартап: где взять деньги молодому проекту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://admitad.pro/ru/blog/kredity-na-startap>. Дата доступа: 05.03.2024.
2. Беляцкая, Т. Н. Креативные технологии бизнеса : учеб.-метод. пособие / Т. Н. Беляцкая, В. С. Князькова, С. Л. Феценко. – Минск : БГУИР, 2017. – 116 с.
3. Planeta – Российская краудфандинговая платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://planeta.ru/>. Дата доступа: 05.03.2024.
4. What is Kickstarter? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://medium.com/@rob_hallifax/what-is-kickstarter-6ab0c5a2768. Дата доступа: 05.03.2024.