

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № s3 / 2023, Vol. 15, Iss. s3 <https://esj.today/issue-s3-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/03FAVN323.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Чеховской, Р. В. Краудфандинг как новый механизм привлечения денежных средств субъектами малого бизнеса / Р. В. Чеховской // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № s3. — URL:

<https://esj.today/PDF/03FAVN323.pdf>

**For citation:**

Chekhovskoy R.V. Crowdfunding as a new mechanism for raising funds by small businesses. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(s3): 03FAVN323. Available at: <https://esj.today/PDF/03FAVN323.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 338

**Чеховской Роман Васильевич**

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия  
«Экономический» факультет  
Аспирант  
E-mail: bestgrp@yandex.ru

*Научный руководитель:* **Плясова Светлана Владимировна**

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия  
Доцент кафедры «Оценочной деятельности и корпоративных финансов»  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: splyasova@synergy.ru

**Краудфандинг как новый механизм  
привлечения денежных средств субъектами  
малого бизнеса**

**Аннотация.** Данная статья посвящена рассмотрению возможностей, которые краудфандинг может предоставить субъектам малого бизнеса в качестве нового и эффективного инструмента формирования и привлечения финансовых ресурсов. Краудфандинг представляет собой механизм финансирования, основанный на привлечении денежных средств большого количества людей через интернет, что делает его доступным и привлекательным для малых предприятий. В статье подробно описываются основные преимущества краудфандинга для малого бизнеса. В частности, подчеркивается, что краудфандинг позволяет предпринимателям привлекать не только финансовые ресурсы, но и новых клиентов, повышая узнаваемость своего бренда. Кроме того, автором рассматриваются различные виды краудфандинга, такие как пожертвования, покупка товаров или услуг, инвестирование и т. д., и описываются их особенности и преимущества. В публикации также поднимается проблема сложности и высокой дороговизны для предприятий малого бизнеса привлечения финансовых ресурсов. Краудфандинг, как новый и эффективный механизм привлечения денежных средств, может помочь малым предприятиям решить эту проблему. Автором проанализированы основные принципы механизма краудфандинга с определением ролей и функций всех его участников. Описываются наиболее популярные российские краудфандинговые платформы, с их специализациями и преимуществами. В статье подчеркивается, что краудфандинг может стать не только эффективным инструментом привлечения финансовых ресурсов, но и способом для расширения своих возможностей и реализации новых идей для субъектов малого и среднего предпринимательства.

**Ключевые слова:** краудфандинг; краудинвестинг; краудфандинговые платформы; привлечение инвестиций; альтернативные источники финансирования; инвестиционный проект; финансирование проектов

## Введение

В настоящее время, субъекты малого бизнеса сталкиваются с проблемой доступа к финансовым ресурсам для развития своих проектов. Банковские кредиты становятся все более недоступными, а привлечение инвесторов — длительным и трудоемким процессом. В связи с этим, многие субъекты малого бизнеса ищут альтернативные способы финансирования своих проектов.

Краудфандинг — это новый механизм привлечения денежных средств, который может помочь субъектам малого бизнеса получить необходимое финансирование через коллективное финансирование. Он позволяет субъектам малого бизнеса получить доступ к средствам от большого числа людей (крауда), которые вкладывают деньги в проекты в обмен на обещание получить некоторую выгоду или удовлетворение своих потребностей. Краудфандинг позволяет субъектам малого бизнеса проверить концепцию своего продукта или услуги на рынке. Если проект не наберет необходимых средств, это может свидетельствовать о том, что идея не является перспективной или не обладает достаточным уровнем привлекательности для инвесторов. Это позволяет сократить риски и избежать потерь, которые могут возникнуть при привлечении денежных средств через другие источники.

Также, краудфандинг может помочь субъектам малого бизнеса выйти на новые рынки и расширить свой бизнес. Благодаря этому инструменту предприниматели могут получить не только финансирование, но и новых клиентов и партнеров. Успешный проект на краудфандинговой платформе может привлечь внимание широкой аудитории, которая может стать потенциальными клиентами или партнерами.

Таким образом, актуальность темы краудфандинга как нового механизма привлечения денежных средств субъектами малого бизнеса обусловлена не только проблемами доступа к финансовым ресурсам, но и возможностью проверить концепцию продукта, расширить бизнес и получить новых клиентов и партнеров. Краудфандинг — один из самых эффективных и перспективных способов привлечения денежных средств для малого бизнеса, который позволяет субъектам малого бизнеса обрести финансовую независимость и реализовать свои проекты.

Цель данного исследования — выявление роли краудфандинга как нового механизма привлечения денежных средств субъектами малого бизнеса.

Объект исследования — субъекты малого бизнеса.

Предмет исследования — система методов и инструментов финансирования субъекты малого бизнеса при помощи краудфандинга.

## 1. Методы и материалы

При написании научной публикации автором использовались методы анализа и синтеза, которые представляют собой ключевые инструменты для получения новых знаний и их последующего применения в различных областях. Анализ и синтез позволяют более глубоко понимать исследуемую проблему, а также находить новые пути ее решения.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть систему краудфандинга и особенности её применения к субъектам малого бизнеса;
- проанализировать основные направления краудфандинга в Российской Федерации;
- выявить приоритетные направления совершенствования краудфандинга как нового механизма привлечения денежных средств субъектами малого бизнеса.

Исследование основывается на теоретических и методологических положениях, разработанных отечественными учеными, такими как: Протас Н.Г. [1], Степанова Л.А. [2], Лихтер А.В. [3], Арсланов Ш.Д. [4], Молчанова Л.А. [5], Хуснатдинов И.А. [6] и другие.

## 2. Результаты и обсуждения

Краудфандинг представляет собой новый механизм привлечения денежных средств, который становится все более популярным среди субъектов малого бизнеса. Этот механизм позволяет привлекать деньги от широкой аудитории людей, которые готовы вложить свои сбережения в проекты, которые им нравятся. Проекты, которые могут быть финансированы через краудфандинг, могут быть связаны с различными отраслями, от разработки нового продукта до реализации социальных проектов. В настоящее время краудфандинг является очень привлекательным механизмом для субъектов малого бизнеса, которые ищут новые источники финансирования. Краудфандинг позволяет субъектам малого бизнеса привлекать деньги от людей, которые поддерживают их идеи и готовы вложить в них свои сбережения.

Краудфандинг — это процесс, в котором субъект малого бизнеса выставляет свой проект на специальных платформах и просит людей помочь ему с финансированием. Люди, в свою очередь, могут вложить деньги в проект, получить прибыль и стать частью команды проекта. Кроме того, краудфандинг может стать для инвесторов возможностью вложить свои деньги в перспективный проект, который имеет потенциал для развития в будущем.

Одним из главных преимуществ краудфандинга является возможность субъектов малого бизнеса получить доступ к деньгам, которые они не могли бы получить через традиционные методы финансирования. Кроме того, краудфандинг позволяет субъектам малого бизнеса получить обратную связь от людей, которые заинтересованы в проекте [7]. Это помогает улучшить проект и сделать его более привлекательным для инвесторов. Кроме того, краудфандинг может быть хорошей маркетинговой стратегией, которая позволяет продвигать проект и привлекать новых клиентов. Краудфандинг также имеет свои риски. Субъекты малого бизнеса должны быть готовы к тому, что их проект может не найти поддержки среди инвесторов. Кроме того, субъекты малого бизнеса должны быть готовы к тому, что в случае успеха проекта, они должны будут делиться прибылью с инвесторами. Кроме того, процесс краудфандинга может быть довольно сложным и требовать определенных знаний и навыков.

Стоит учитывать, что краудфандинг может стать не только источником финансирования, но и инструментом для сбора обратной связи и привлечения новых клиентов. Субъекты малого бизнеса могут использовать краудфандинг для тестирования новых продуктов и идей, а также для продвижения своих брендов и увеличения узнаваемости на рынке. Перед использованием краудфандинга в качестве источника финансирования, необходимо тщательно изучить его особенности и принять необходимые меры, чтобы уменьшить риски. Важно понимать, что краудфандинг не является универсальным решением для всех субъектов малого бизнеса и может не подойти для всех проектов.

Несмотря на свои риски, краудфандинг остается очень привлекательным механизмом для субъектов малого бизнеса, которые ищут новые источники финансирования и хотят получить обратную связь от потенциальных клиентов. Важно помнить, что краудфандинг может стать сильным инструментом для развития бизнеса и помочь достичь успеха в долгосрочной перспективе. Важно учитывать, что краудфандинг может стать не только источником финансирования, но и инструментом для привлечения новых клиентов и увеличения узнаваемости бренда [8]. Субъекты малого бизнеса могут использовать краудфандинг для тестирования новых продуктов и идей, а также для продвижения своих брендов и увеличения узнаваемости на рынке.

Краудфандинг является перспективным и интересным механизмом финансирования, который может быть полезен как для субъектов малого бизнеса, так и для инвесторов. Однако, перед тем как использовать краудфандинг в качестве источника финансирования, необходимо тщательно изучить этот механизм и его особенности, а также проанализировать свой проект и его потенциал.

В современной экономике поиск конкурентных преимуществ является ключевым фактором завоевания лидерства на рынке. При этом многие фирмы сталкиваются с новыми проблемами в вопросе удержания своих позиций. Прежние барьеры входа на рынок уже не являются эффективным инструментом сдерживания внешних конкурентов. Новые игроки находят средства для получения конкурентных преимуществ с большей легкостью. Они добиваются успеха, в частности, и благодаря своей инновационной деятельности. Новые товары, выпускаемые ими на рынок, могут завоевать своим качеством часть целевой аудитории ведущих компаний. Это еще больше оживляет конкурентную борьбу за потребителя, повышая значимость выпуска инновационных товаров на рынок. Однако не все компании могут эффективно развивать это направление деятельности, в особенности, из-за неэффективной работы с потребителями. Одним из способов решения этой проблемы является краудфандинг [9].

Во-первых, сотрудничество позволяет объединить знания и ресурсы друг друга.

Во-вторых, открытость позволяет людям свободно вносить свой вклад в различные проекты.

И в-третьих, участие увеличивается благодаря простоте доступа и использования компьютеров и интернет. Их исследование основано на этих трех характеристиках, чтобы обнаружить, что краудфандинг особенно расширяет возможности небольших фирм, позволяя пользовательскому контенту поступать и создавать ценность для компании.

Краудфандинг можно рассматривать как элемент краудсорсинга. В частности, речь идет о потребителях и других лицах, оказывающих финансовую помощь компании.

Компании используют толпу главным образом для причин цен-уменьшения. Участвуя в разработке и совершенствовании продукта, пользователи способствуют созданию ценности для компании. Кроме того, это позволяет компании сократить продолжительность разработки нового продукта, а также его затраты, улучшить восприятие клиентами и повысить восприятие клиентами новизны продукта. В рамках краудфандинговой деятельности потребители и/или физические лица предоставляют компании необходимый капитал для осуществления инвестиций.

Для краудфандеров часто важны иные соображения, нежели финансовые.

Можно определить различные виды групп и рассмотреть концепцию онлайн-творческих потребительских сообществ (ОССС). Термин «потребитель» относится к людям с ценностями и культурами, связанными с промышленно-коммерческим обществом [10].

Участники краудсорсинговых проектов имеют либо внутреннюю, либо внешнюю мотивацию. Внутренняя мотивация связана с удовольствием или удовольствием от выполнения конкретной задачи, тогда как внешняя мотивация требует внешнего вознаграждения, как деньги и товары, карьерные преимущества, обучение, признание или даже неудовлетворенность текущими продуктами.

Многие учёные фокусируются на эффекте воспринимаемой справедливости краудсорсинговых проектов для потребителей-участников. Они считают, что потребители с большей вероятностью примут участие в проекте, если сочтут его справедливым для себя, и что он связан с бизнес-моделью компании. Важно, получает ли участник вознаграждение (материальное или нет), имеет ли он право голоса при принятии соответствующих решений и имеет ли он интеллектуальные права на представленные им идеи.

Уже долгое время различные специалисты отмечают эффективность этого инструмента по сравнению с традиционными методами взаимодействия с клиентами. В частности, в Европе краудфандинг уже несколько лет не только активно обсуждается учеными и экономистами, но и поддерживается государством. Например, в Великобритании подобные площадки уже к 2025 частично заменят венчурное финансирование. По данным британской финансовой ассоциации, краудфандинг (и краудлендинг) в этой стране уже показывает высокие результаты, что и позволяет говорить об эффективности данного инструмента по сравнению с другими аналогами.

Краудфандинг можно применять и как маркетинговый инструмент продвижения новых товаров. Для этого в современной экономической среде существуют все предпосылки. Начнем с поведения потребителя в процессе потребления инноваций.

В ходе совершения покупки нового товара и его использования потребитель выходит из своего состояния равновесия. Это приводит к различным последствиям. Покупатель может остаться удовлетворенным покупкой, уйти с рынка из-за чувства потери или перейти к новому состоянию равновесия. Подобное поведение связано с оценкой воспринимаемого качества инновации, которое базируется на выполняемых товаром функциях. Если набор возможностей приобретения выходит за рамки текущей культуры потребления, покупатель может не посчитать товар качественным для себя. Возникает чувство потери в ходе работы «эффекта сравнений» и есть вероятность, что покупатель уйдет с рынка инноваций для восстановления понесенных затрат. В свою очередь это может привести к эффекту маркетинговой стагнации рынка, усложняя продвижение и коммерциализацию новых товаров для всех компаний на рынке [9].

Важным препятствием для коммерциализации новых идей является наличие финансирования на ранних стадиях. Учитывая трудности, с которыми сталкиваются новые предприятия в привлечении финансирования от ангельских инвесторов, венчурные фонды, некоторые предприниматели подключаются к крупным, онлайн-сообществам потребителей-инвесторов. Относительно новая форма неформального венчурного финансирования под названием «краудфандинг» позволяет предпринимателям напрямую обращаться к широкой общественности за финансовую помощь в получении своих инновационных идей с земли. Связанные с краудсорсингом, краудфандинг предполагает открытый вызов (через Интернет) для предоставления финансовых ресурсов либо в форме пожертвования, либо в обмен на некоторую форму вознаграждения для поддержки инициативы в конкретных целях.

Известные примеры краудфандинга включают следующие проекты: Sellaband (который предлагает потребителям инвесторам интерес к предприятию в форме какого-то соглашения о разделе прибыли), Prosper (с участием одноранговое кредитование, в котором ожидается, что



первоначальный основной капитал погашается вместе с некоторыми фиксированными процентами, JustGiving (в котором финансисты добровольно жертвуют свои деньги без каких-либо ожиданий любое материальное вознаграждение; Smith, и Kickstarter (где спонсоры проектов получают нефинансовые вознаграждения за их вклад). В 2014 году краудфандинговые платформы подняли \$16,2 В, что является увеличением за \$6,1 млрд, привлеченных в 2013 году (Kickstarter, который является ведущей платформой краудфандинга в США, собрали более \$2 млрд в объявлениях от 9,7 млн сторонников для финансирования почти 95,000 творческих идей. Сам по себе Kickstarter предоставил больше финансирования, чем Национальный фонд искусств, и является одним из крупнейших издателей графических романов в США. Несмотря на быстро растущий интерес к этой онлайн-форме венчурного финансирования, исследования в этой области феномен находится в зачаточном состоянии.

Краудфандинг стал популярным инструментом финансирования малого бизнеса в последние годы. Его преимущества включают уникальный способ привлечения инвесторов, сокращение времени на поиск финансирования, а также возможность получения обратной связи от пользователей и клиентов на ранних этапах разработки продукта.

Одним из главных преимуществ краудфандинга является возможность привлечения внимания широкой аудитории, что может привести к росту узнаваемости бренда. Кроме того, краудфандинг может быть полезен не только для получения финансирования, но и для тестирования идеи продукта на ранней стадии.

Несмотря на то, что краудфандинг может иметь некоторые риски, включая возможность не достичь необходимой суммы для проекта, это все еще является привлекательным вариантом для многих малых бизнесов. Если правильно использовать краудфандинг, он может помочь предпринимателям реализовать свои идеи и достичь успеха на рынке.

### **Выводы**

В настоящее время краудфандинг является одним из самых перспективных инструментов для привлечения денежных средств для предприятий в России. Этот инструмент уже доказал свою эффективность и преимущества по сравнению с классическими инструментами прямых инвестиций. Краудфандинг-платформы предоставляют возможность привлекать финансирование от широкой аудитории, что делает данный инструмент более доступным для субъектов малого и среднего бизнеса. Более того, краудфандинг может служить не только способом привлечения финансирования, но и эффективным инструментом маркетинга и продвижения продукта или услуги.

Кроме того, краудфандинг имеет ряд других преимуществ, которые следует отметить.

Во-первых, отсутствие региональных ограничений позволяет привлекать инвесторов со всей страны. Это особенно важно для предприятий, которые находятся в регионах с ограниченным доступом к классическим инвестиционным ресурсам.

Во-вторых, краудфандинг может быть использован как способ повышения узнаваемости бренда или продукта. Ведь краудфандинг-платформы предоставляют возможность общения с потенциальными клиентами и получения обратной связи, что может быть полезно для улучшения продукта или услуги.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что краудфандинг — это не просто новый инструмент для привлечения денежных средств, но и перспективное направление для развития бизнеса в России. Краудфандинг может быть использован как способ привлечения финансирования, повышения узнаваемости бренда или продукта, а также как мощный инструмент для общения с потенциальными клиентами и получения обратной связи. Важно

отметить, что краудфандинг-платформы имеют свои особенности и требуют тщательного анализа перед использованием, но при правильном подходе данный инструмент может стать значимым фактором успеха для вашего бизнеса.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Протас Н.Г., Самсонова Ю.Е. Оценка потенциала краудфандинговых платформ как цифровой технологии финансирования инновационных бизнес-проектов в России // Сибирская финансовая школа. — 2022. — № 2. — С. 56–64.
2. Степанова Л.А., Андриюшина Е.А. Исследование законодательства в сфере краудфандинга и влияние его на развитие малого бизнеса в России // Московский экономический журнал. — 2022. — № 6. — С. 331–347.
3. Лихтер А.В., Нуриева Е.В. Краудфандинг как механизм кредитования предпринимательской деятельности в цифровой экономике // Управленческий учет. — 2022. — № 11–3. — С. 913–919.
4. Арсланов Ш.Д. Современные вызовы и альтернативные возможности инвестиционного развития регионов // Региональные проблемы преобразования экономики. — 2022. — № 9. — С. 49–55.
5. Молчанова Л.А., Шанина А.Н. Источники финансирования малого бизнеса: прямые и альтернативные // Прикладные экономические исследования. — 2022. — № 4. — С. 57–63.
6. Хуснатдинов И.А. и др. Рынок альтернативных способов привлечения финансирования: инвестиционные платформы // Компетентность. — 2023. — № 4. — С. 14–18.
7. Переверзева А.С. Краудфинансирование-альтернативный цифровой способ инвестирования // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах. — 2023. — С. 123–125.
8. Григорьев В.В., Бузыкаева Р.И., Попова С.К. Механизм реализации стартапов // Современные проблемы управления проектами в инвестиционно-строительной сфере и природопользовании. — 2022. — С. 57–68.
9. Байков В.Г. Обоснование краудфандинга как нового направления современного маркетинга взаимодействия // О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3 г. Красноярск, 2016 — 264 с. URL: <https://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-problemakh-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh-sektsiya-11-marketing-obosnovanie-kraudfandinga-kak-novogo-napravleniya-sovremennogo-marketinga-vzaimodeystviya/>.
10. Галынис К.И. Тенденции развития инвестиционных платформ в Российской Федерации // Инновации и инвестиции. — 2023. — № 5. — С. 36–38.

**Chekhovskoy Roman Vasilievich**

Moscow Financial and Industrial University «Synergy», Moscow, Russia  
E-mail: bestgrp@yandex.ru

*Academic adviser: Plyasova Svetlana Vladimirovna*

Moscow Financial and Industrial University «Synergy», Moscow, Russia  
E-mail: splyasova@synergy.ru

## **Crowdfunding as a new mechanism for raising funds by small businesses**

**Abstract.** This article is devoted to the consideration of the opportunities that crowdfunding can provide to small businesses as a new and effective tool for generating and attracting financial resources. Crowdfunding is a financing mechanism based on raising funds from a large number of people through the Internet, which makes it affordable and attractive to small businesses. The article details the main benefits of crowdfunding for small businesses. In particular, it is emphasized that crowdfunding allows entrepreneurs to attract not only financial resources, but also new customers, increasing their brand awareness. In addition, the author discusses various types of crowdfunding, such as donations, buying goods or services, investing, etc., and describes their features and benefits. The publication also raises the problem of the complexity and high cost of attracting financial resources for small businesses. Crowdfunding, as a new and effective mechanism for raising funds, can help small businesses solve this problem. The author analyzed the basic principles of the crowdfunding mechanism with the definition of the roles and functions of all its participants. The most popular Russian crowdfunding platforms are described, with their specializations and advantages. The article emphasizes that crowdfunding can become not only an effective tool for attracting financial resources, but also a way to expand their capabilities and implement new ideas for small and medium-sized businesses.

**Keywords:** crowdfunding; crowdfunding; crowdfunding platforms; attraction of investments; alternative sources of financing; investment project; project financing