

УДК 336.232.3

<http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-1-66-79>

## Краудфандинг: природа, сущность и условия для реализации инновационных бизнес-проектов

Лариса Владимировна Лapidус<sup>1</sup>, Юлия Михайловна Полякова<sup>2</sup>✉, Вачик Суменович Тоноян<sup>3</sup>

<sup>1, 2</sup> Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

<sup>3</sup> ООО «Профитатор», Москва, Россия

<sup>1</sup> [infodilemma@yandex.ru](mailto:infodilemma@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9099-6707>

<sup>2</sup> [flaeeee@gmail.com](mailto:flaeeee@gmail.com) ✉, <https://orcid.org/0000-0002-0499-8344>

<sup>3</sup> [vachik24@yandex.ru](mailto:vachik24@yandex.ru), <https://orcid.org/0009-0001-2147-8367>

### Аннотация

**Цель.** Формирование методологических основ краудфандинга, определение условий реализации инновационных бизнес-проектов.

**Задачи.** Уточнение терминологии, функций, категорий, видов и особенностей взаимодействия стейкхолдеров в процессе реализации краудфандинговой кампании; описание процесса реализации инновационных бизнес-проектов с помощью краудфандинга; анализ зарубежных и российских краудфандинговых платформ, законодательной базы для определения условий успешного проведения краудфандинговой кампании инновационного бизнес-проекта.

**Методология.** В исследовании применены методы бенчмаркинга, сравнительного анализа, индуктивного подхода к формированию методологической основы краудфандинга, моделирования процесса реализации краудфандинговой кампании инвестиционных бизнес-проектов.

**Результаты.** Представлены методологические основы краудфандинга, описаны функции, в том числе сбор денежных средств, реклама и PR производимого продукта/услуги, масштабирование бизнеса, а также категории, виды и особенности взаимодействия стейкхолдеров в процессе реализации краудфандинговой кампании. Процесс реализации инновационного бизнес-проекта на краудфандинговой платформе разделен на пять этапов: MVP инновационного продукта, финансирование инновационного проекта, запуск инновационного бизнес-проекта на краудфандинговой цифровой платформе, контроль по реализации проекта, запуск в производство инновационного продукта. В результате анализа российской законодательной базы выявлен ряд недостатков в области регулирования инвестиционных платформ: отсутствие разъяснений по регулированию деятельности с криптовалютными операциями, проведение которых законодательно разрешено; привлечение инвестиций доступно только юридическим лицам и частным предпринимателям, что тормозит развитие стартапов и не дает возможности для сбора средств в целях реализации социальных проектов физическими лицами.

**Выводы.** Успешная краудфандинговая кампания инновационного бизнес-проекта может быть проведена при соблюдении условий и последовательности этапов рассматриваемого процесса. При этом пересмотр законодательной базы в области регулирования деятельности инвестиционных платформ представляет особую важность в развитии данной сферы экономики.

**Ключевые слова:** инновационные бизнес-проекты, краудфандинг, краудфандинговая кампания, краудфандинговая платформа, цифровая экономика, цифровая трансформация

**Для цитирования:** Лapidус Л. В., Полякова Ю. М., Тоноян В. С. Краудфандинг: природа, сущность и условия для реализации инновационных бизнес-проектов // Экономика и управление. 2024. Т. 30. № 1. С. 66–79. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-1-66-79>

© Лapidус Л. В., Полякова Ю. М., Тоноян В. С., 2024

# Crowdfunding: Nature, essence and conditions for the realization of innovative business projects

Larisa V. Lapidus<sup>1</sup>, Yulia M. Polyakova<sup>2</sup>✉, Vachik S. Tonoyan<sup>3</sup>

<sup>1, 2</sup> Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

<sup>3</sup> LLC "Profitator", Moscow, Russia

<sup>1</sup> infodilemma@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9099-6707>

<sup>2</sup> flaeeee@gmail.com✉, <https://orcid.org/0000-0002-0499-8344>

<sup>3</sup> vachik24@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0001-2147-8367>

## Abstract

**Aim.** Formation of methodological foundations of crowdfunding, determination of conditions for realization of innovative business projects.

**Objectives.** Clarification of terminology, functions, categories, types and features of stakeholder interaction in the process of realization of crowdfunding campaign; description of the process of realization of innovative business projects with the help of crowdfunding; analysis of foreign and Russian crowdfunding platforms, legislative base to determine the conditions of successful crowdfunding campaign of innovative business project.

**Methods.** The research applied methods of benchmarking, comparative analysis, inductive approach to the formation of the methodological basis of crowdfunding, modeling of the process of implementation of crowdfunding campaign of investment business projects.

**Results.** The methodological foundations of crowdfunding are presented, the functions are described, including the collection of funds, advertising and PR of the product/service produced, scaling of the business, as well as categories, types and features of stakeholder interaction in the process of realization of crowdfunding campaign. The process of realization of an innovative business project on a crowdfunding platform is divided into five stages: MVP of the innovative product, financing of the innovative project, launch of the innovative business project on the crowdfunding digital platform, control over the project realization, launch of the innovative product into production. The analysis of the Russian legislative framework revealed a number of shortcomings in the regulation of investment platforms: lack of clarifications on the regulation of activities with cryptocurrency transactions, the conduct of which is legally permitted; attracting investments is available only to legal entities and private entrepreneurs, which hinders the development of startups and does not provide opportunities for fundraising for the implementation of social projects by individuals.

**Conclusions.** A successful crowdfunding campaign of an innovative business project can be conducted if the conditions and sequence of stages of the process under consideration are met. At the same time, the revision of the legislative base in the field of regulating the activities of investment platforms is of particular importance in the development of this area of the economy.

**Keywords:** *innovative business projects, crowdfunding, crowdfunding campaign, crowdfunding platform, digital economy, digital transformation*

**For citation:** Lapidus L.V., Polyakova Yu.M., Tonoyan V.S. Crowdfunding: Nature, essence and conditions for the realization of innovative business projects. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2024;30(1):66-79. (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-1-66-79>

## Введение

В настоящее время краудфандинг выступает в роли популярного метода финансирования инновационных бизнес-проектов. В Оксфордском словаре приведено следующее определение исследуемого понятия: «Краудфандинг — практика финансирования проекта или предприятия путем привлечения большого количества небольших сумм денег у большого количества людей, как

правило, через Интернет» [1]. По мнению профессора Л. В. Лapidus, краудфандинг (crowdfunding) — финансовый краудсорсинг, сбор добровольных пожертвований с использованием краудфандинговой платформы [2]. Краудфандинг связан с запуском ArtistShare (2003) — звукозаписывающей компании, которая покрывала производственные расходы на альбомы за счет финансирования фанатами того или иного исполнителя песен. По мере развития краудфандинговой

модели ведения бизнеса в сети Интернет появлялись все новые краудфандинговые платформы, в том числе Kiva (2005), IndieGoGo (2008), Kickstarter (2009), GoFundMe (2010), Microventures (2010), YouCaring (2011) [3].

Согласно статистике Massolution, в 2015 г. объем глобального рынка краудфандинга оценен в 34 млрд долл. [4]. К 2030 г. прогнозируется рост до 59,36 млрд долл. при совокупном годовом темпе роста в 16,1 %. В Северной Америке через краудфандинговые платформы ежегодно генерируется до 17,2 млрд долл. денежных потоков. В 2020 г. проведено 6 455 080 краудфандинговых кампаний при средней сумме в 28 656 долл., собранной в результате успешного завершения одного проекта. Ожидается, что к 2023 г. их количество достигнет 12 064 870 [5]. Крупнейшие рынки краудфандинга на мировом уровне представлены в США (504 млн долл.), Великобритании (62 млн долл.), Франции (52 млн долл.), Германии (42 млн долл.), Австралии (31 млн долл.) [6; 7].

В России краудфандинг развивается на протяжении более десяти лет. По данным Банка России, наблюдается положительный тренд вступления операторов инвестиционных платформ в реестр, к 2022 г. включено уже 59 таких организаций. Однако темп роста российского рынка краудфандинга стал медленнее по сравнению с 2021 г.: объем рынка в стоимостном выражении сократился на 42 %. Объем привлеченного финансирования в 2021 г. составил 4,3 млрд руб., а в 2022 г. — 2,8 млрд руб. В 2023 г. рынок краудфандинга возрос на 77 % по сравнению с предыдущим годом [8]. К наиболее популярным краудфандинговым платформам в России отнесены Boomstarter, Альфа-поток, Kroogi, StartTrack, Планета. Краудфандинг привлекает внимание предпринимателей при поиске новых источников финансирования, он выступает в качестве особого сегмента финансового рынка при реализации инновационных бизнес-проектов.

### Краудфандинг: природа и функции

Феномен краудфандинга старше термина. Впервые использование данного термина зарегистрировано в августе 2006 г. В качестве основных функций краудфандинга можно выделить сбор денежных средств, рекламу и PR производимого продукта, масштабирование бизнеса. Особое место среди кра-

удфандинговых проектов занимают инновационные бизнес-проекты, запуск которых рассматривают как средство для развития инновационного бизнеса.

Инновационный бизнес — это в первую очередь совокупность научных, финансовых, технологических и коммерческих действий, направленных на коммерциализацию полученных навыков, знаний, приобретенного оборудования и технологий. Он дает возможность улучшить качество выпускаемых товаров или оказываемых услуг, совершенствовать производство и поставку новых видов товаров и услуг. Инновационная деятельность бизнеса может быть направлена на создание, адаптацию и внедрение различных новшеств.

Инновационные бизнес-проекты можно разделить на организационные проекты, направленные на трансформацию предприятия, пересмотр концепции системы управления с применением современных инструментов; социальные проекты, ориентированные на трансформацию системы социального обеспечения, использование социальной защиты малоимущих слоев населения, помощь в преодолении последствий социальных и природных потрясений; экономические проекты, имеющие целью создание аудиторной системы, модернизацию системы налогов, приватизацию предприятий и др.

### Категории краудфандинга

После широкого распространения краудфандинга в XXI веке появились разнообразные виды и категории краудфандинга. Последние можно разделить по следующим критериям: цели проекта, отраженные на рисунке 1, и типы вознаграждения проекта, показанные на рисунке 2.

Проведенное нами исследование практики реализации краудфандинговых проектов позволило выделить три группы вознаграждений.

1. Отсутствие вознаграждения (пожертвования). Пожертвования являются добровольным актом, сделанным на основе альтруизма. Данную модель используют в социальных, медицинских, политических проектах и краудфандинговых кампаниях (сбор средств для финансирования лечения). В качестве действия в сторону «донора», то есть того, кто жертвует деньги, может быть предусмотрено упоминание его имени в списке поддерживавших.



Рис. 1. Категории краудфандинга по критерию «цели краудфандингового проекта»  
 Fig. 1. Crowdfunding categories according to the criterion “objectives of the crowdfunding project”

Источник: составлено авторами.



Рис. 2. Категории краудфандинга по критерию «типы вознаграждения проекта»  
 Fig. 2. Crowdfunding categories according to the criterion “types of project rewards”

Источник: составлено авторами.

2. Нефинансовое вознаграждение — наиболее популярный вид краудфандинга. Из-за очевидных плюсов именно этот вид стал общедоступным и породил большое количество цифровых платформ, работающих по данной схеме. Главной особенностью нефинансового вознаграждения является приобретение «донором» определенного памятного материального предмета взамен внесенных денежных средств в финансирование проекта. Частным случаем данного типа вознаграждения служит бизнес-модель

с предзаказами продукта, если вознаграждением, что следует из названия, является произведенный продукт в рамках проекта. Чаще всего такое приобретение происходит по более низкой цене по сравнению с той, которая будет установлена после вывода продукта на рынок. Например, такую модель успешно используют при производстве нового фильма, технологического гаджета, программного обеспечения и т. п. Интерес представляет пример из практики бизнеса, если создатели очков виртуальной реальности

за первоначальный процесс финансирования через краудфандинговую платформу Kickstarter выпустили три версии своего продукта для разработчиков и только после этого вывели первую версию на массовый рынок для широкого круга потребителей [9].

3. Финансовое вознаграждение (краудинвестинг). Согласно глоссарию Банка России, краудинвестинг — разновидность регулируемого в Российской Федерации (РФ) краудфандинга, позволяющего привлекать/инвестировать денежные средства путем размещения/приобретения дополнительного выпуска ценных бумаг с применением инвестиционных платформ [10]. В данном случае вознаграждением донору служит именно финансовая составляющая по аналогии вложения денежных средств в качестве инвестора проекта.

К подвидам краудинвестинга отнесены:

3.1. Роялти. Спонсор, кроме нефинансового вознаграждения и различных поощрений, становится получателем части доходов или прибыли финансируемого им проекта. Этот подход используют в музыкальной индустрии, сфере разработок компьютерных игр, сегменте производства фильмов и т. п. Роялти позволяет сохранить сопричастность и заинтересованность спонсора в проекте, а также создает финансовую мотивацию для дальнейшего развития и масштабирования последнего.

3.2. Народное финансирование (краудлендинг). Согласно глоссарию Банка России, краудлендинг — разновидность регулируемого в России краудфандинга, позволяющего привлекать/инвестировать денежные средства путем привлечения/выдачи займов с использованием инвестиционных платформ [11]. Народное финансирование подразделяют на финансирование для физических лиц и финансирование для юридических лиц. Процесс привлечения финансирования для физических лиц осуществляется не только с помощью народного кредитования, но и через P2P-кредитование (Peer-to-Peer). Заемщик контактирует напрямую с кредитором, а краудфандинговая площадка выступает посредником и гарантом проводимой сделки. Успешным примером служит британская компания Zora. Согласно исследованиям Кембриджа, в 2020 г. потребительское кредитование P2P стало ведущей моделью краудфандинга с привлеченными средствами на сумму 195,3 млрд долл. Далее, по рейтингу, следуют бизнес-кредито-

вание P2P (50,3 млрд долл.), балансовое кредитование бизнеса (21,1 млрд долл.), балансовое кредитование недвижимости (11 млрд долл.), балансовое потребительское кредитование (9,8 млрд долл.) [12].

Еще один пример кредитования для физических лиц — социальное кредитование. В этой модели назначают номинальные проценты по кредиту. Главной целью данного кредитования является оказание финансовой помощи нуждающимся группам лиц. Например, социальное кредитование широко используют в развивающихся странах. В настоящее время самым крупным игроком, применяющим этот метод финансирования, считают платформу KIVA, через которую в 2019 г. проведено более 500 млн долл. кредитных средств [13].

3.3. Акционерный краудфандинг. Данный метод краудфандинга позволяет спонсору стать одним из полноправных владельцев организации, по условиям он получает долю в акционерном капитале взамен внесенным финансовым средствам либо дивиденды компании, право голоса на общих акционерных собраниях. Инвесторы становятся акционерами и тем самым несут риск, свойственный предпринимательской инициативе. Тем не менее данный метод финансирования бурно обсуждают и противоречив, поскольку из-за него повышаются риски для инвесторов. Указанный метод финансирования вызывает много вопросов даже в развитых странах мира, однако платформы с таким методом финансирования уже существуют. Пример — британский проект Seedrs, который специализируется именно на акционерном краудфандинге.

### **Процесс и условия реализации инновационного бизнес-проекта на краудфандинговой платформе**

Реализация инновационного бизнес-проекта сопряжена с рядом рисков, что связано с разработкой, тестированием и запуском в производство инновационного продукта. Процесс реализации краудфандингового проекта, основанного на запуске инновационного продукта, проходит в течение ряда этапов:

I. Разработка MVP (Minimum Viable Product, минимально жизнеспособный продукт) инновационного продукта.

II. Формирование стратегии финансирования проекта.



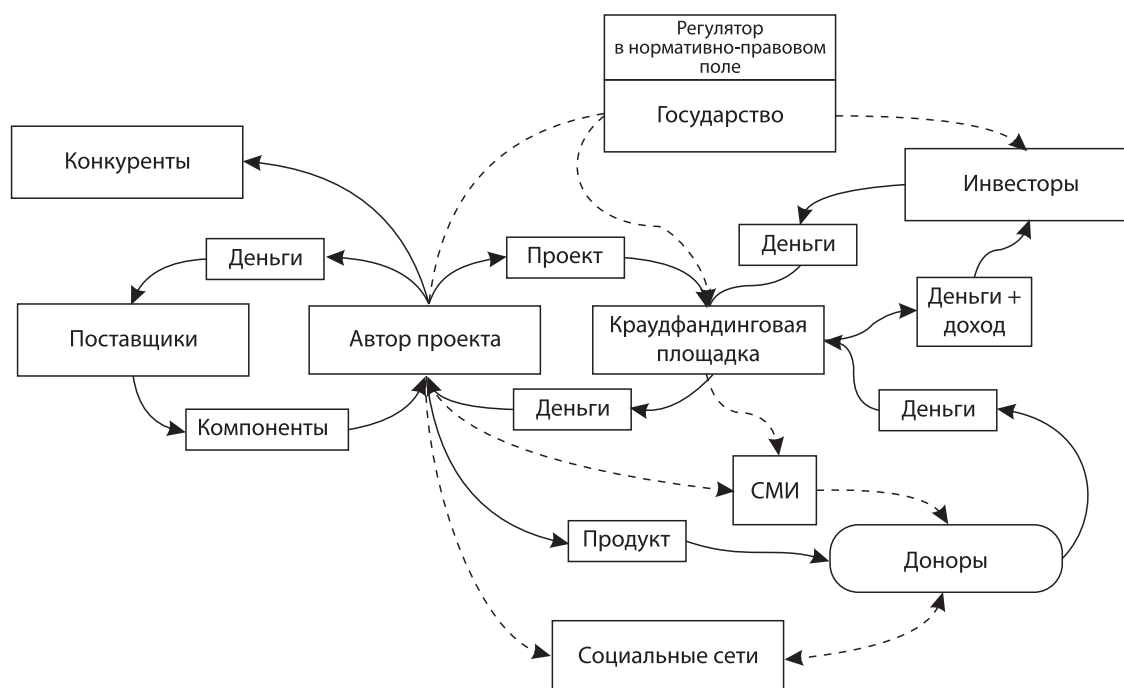


Рис. 3. Схема взаимодействия стейкхолдеров  
 Fig. 3. Scheme of stakeholder interaction

Источник: составлено авторами.

III. Запуск проекта на краудфандинговой площадке.

IV. Контроль реализации проекта (в том числе реклама и PR, сбор денежных средств и т. п.).

V. Запуск в производство инновационного продукта при успешном завершении краудфандинговой кампании.

MVP инновационного продукта (I) является ключевым гарантом состоятельности бизнес-проекта и одним из критериев успешного завершения краудфандинговой кампании. Для создания MVP в первую очередь необходимо иметь представление о финальной версии, свойствах и характеристиках продукта, затем выделить ключевые элементы, которые будет возможным материализовать с помощью имеющихся ресурсов.

Финансирование инновационного проекта (II) осуществляется посредством краудфандинговой площадки и сопровождается активным взаимодействием различных участников данного процесса. По нашему мнению, процесс краудфандингового финансирования следует рассматривать со стороны стейкхолдеров. Среди них — разработчики (автор/авторы) проекта, владельцы краудфандинговой площадки, краудфандинговая площадка, государство, потребители (доноры), средства массовой информации

(СМИ), социальные сети, поставщики, инвесторы, конкуренты.

Двумя ключевыми участниками исследуемого процесса выступают автор проекта и краудфандинговая площадка, так как через них проходит наибольшее количество операций, связанных с привлечением и финансированием инновационного бизнес-проекта. Стейкхолдеры взаимодействуют между собой по определенному принципу, представленному на рисунке 3.

Разработчики (автор/авторы) проекта — один из ключевых стейкхолдеров в краудфандинге, который определяет процесс позиционирования проекта, устанавливает цели и задачи, необходимые объемы финансирования, условия для доноров, описывает роль для индустрии и др.

Краудфандинговая площадка. К основным задачам, стоящим перед данным стейкхолдером, отнесены допуск проекта к запуску на платформе, привлечение спонсоров, осуществление рекламных кампаний, контроль процесса сбора денежных средств, коммерческие интересы в виде получения комиссии от привлеченного финансирования. Государство осуществляет контроль и обеспечивает безопасность для всех участников процесса привлечения средств через краудфандинг: создатель проекта защищен

законодательными гарантиями; краудфандинговая площадка действует в правовом поле и прозрачно отражает все денежные потоки; спонсоры получают гарантию от государства на исполнение обещаний со стороны создателя проекта в назначенный срок.

**Потребители (доноры).** Потребитель выступает получателем благ, которые предоставляет бизнес-проект, он самостоятельно принимает решение, в какой проект вложить денежные средства. Чем больше позиций для вкладывания денежных средств и разнообразных форм вознаграждений, тем больше у проекта шансов привлечь потребителей в свой проект. Потребители способствуют росту узнаваемости и популярности проекта, что повышает привлекательность проекта для спонсоров.

**СМИ** — один из главных стейкхолдеров, формирующих информационное поле о продуктах и услугах краудфандингового проекта для общественности. СМИ оповещают широкие массы людей о новом продукте, рассказывают о его создателях и преследуемых ими целях. Основной целью СМИ выступает распространение информации о краудфандинговом проекте, зачастую посредством методов таргетированного маркетинга, создания инфоповодов с целью обеспечения монетизации данного трафика путем рекламы или оплачиваемой подписки.

**Социальные сети.** Различные социальные сети в некоторой степени дублируют функционал СМИ в рамках формирования информационного поля. Однако они выполняют и иную не менее важную функцию. Через социальные сети информацию о проекте распространяют между людьми сетевым методом, то есть «от человека к человеку», в отличие «от СМИ к человеку». Кроме того, в социальных сетях создатели проекта поддерживают связь с потенциальными клиентами, участвуют в его обсуждении, сильных и слабых сторон, анализируют обратную связь, реакцию на изменения в продукте.

**Поставщики.** Поставщики и партнеры бизнес-проекта влияют на объем финансирования, который должны привлечь основатели проекта, через стоимость услуг от поставщиков. Они воздействуют и на сроки реализации проекта, его качество и надежность. Чем успешнее окажется финансируемый бизнес-проект, тем лучше будут удовлетворены коммерческие интересы поставщиков. В связи с этим они заинтересо-

ваны в выполнении работы на качественном и надежном уровне, чтобы их «клиент», то есть автор проекта, обратился за повторной покупкой.

**Инвесторы.** Этого стейкхолдера следует рассматривать с точки зрения краудинвестинга. По сути, это люди или организации, которые хотят вложить финансы в тот или иной бизнес-проект. Однако, в отличие от доноров, они преследуют четкую цель — зарабатывание денег. Зачастую они диверсифицируют активы, то есть вкладывают небольшие суммы, но в несколько проектов, что помогает хеджировать риски провала одного проекта.

**Конкуренты** выступают в качестве заинтересованной стороны в достижении таких же целей, что и создатели бизнес-проекта. Кроме того, их опыт может послужить ориентиром для работы, поскольку основатель проекта должен учиться на их ошибках и захватывать ниши, в которых позиции конкурентов слабы.

Запуск инновационного бизнес-проекта на краудфандинговой площадке (П) как отдельный этап процесса реализации краудфандингового проекта имеет ряд особенностей. В целях проведения анализа внутренних процессов краудфандинговых площадок авторами произведен эксперимент, суть которого заключалась в регистрации на российских краудфандинговых цифровых платформах. Ознакомление с многочисленными материалами, которые предоставляют данные площадки создателям проектов, показало, что они нацелены на широкий круг людей и призваны объяснить так называемые правила игры: что означает понятие «краудфандинг», как он работает, как можно запустить проект и другие связанные с этой тематикой вопросы. Анализ показал, что большое количество запущенных и завершившихся проектов не придерживаются описанных платформой рекомендаций, а иногда их полностью игнорируют. В итоге такие проекты не набирают необходимые суммы и закрываются.

Проведен и анализ цен, которые выставляют краудфандинговые площадки за свои услуги. В таблице 1 представлены цены за возможные варианты размещения на российской платформе Boomstarter.ru.

Рассмотрим модель ценообразования на платформе Planeta.ru в 2023 г. Создание и размещение проекта на краудфандинговой платформе Planeta.ru предоставлено на

**Цены за возможные варианты размещения на краудфандинговой платформе Boomstarter.ru на июль 2023 г.**

Table 1. Prices for possible placement options on the crowdfunding platform Boomstarter.ru as of July 2023

Услуги \ Пакеты	Базовый	Уверенный	Оптимальный	Успешный	Максимальный
Цена, руб.	5 500	10 900	16 200	26 900	59 000
Размещение проекта на платформе Boomstarter	Да	Да	Да	Да	Да
Поддержка краудфандинг-продюсера	Да	Да	Да	Да	Да
Сопровождение бухгалтера	Да	Да	Да	Да	Да
Раздел «Рекомендуемый проект»	–	Один пост	Один пост	Один пост	Три поста
Рекомендованные. Крупное фото	–	–	Один пост	Два поста	Три поста
Рекомендованные. Малое фото	–	–	Один пост	Один пост	Три поста
Вознаграждения	–	–	Один пост	Один пост	Два поста
Раздел «Рекомендуемое вознаграждение»	–	–	Один пост	Два поста	Три поста
Публикации в социальных сетях	Один пост	Один пост	Пять постов	Семь постов	Десять постов
Написание текстов копирайтером	–	Да	Да	Да	Да
Оформление страницы дизайнером	–	–	–	–	Да
Подготовка пресс-релиза. Подбор СМИ	–	Да	Да	Да	Да
Работа с редакциями СМИ	–	–	–	Да	Да

Источник: Boomstarter.

бесплатной основе. Сервисную комиссию, которая включает в себя комиссию Planetarium и платежных агрегаторов, взимают только в случае успешного завершения проекта в следующих размерах: 10 % от привлеченных средств, если сумма сбора составляет 100 % или более от изначально заявленной финансовой суммы; 15 % от привлеченных средств, если сумма сбора варьируется от 50 % до 99,9 % от изначально заявленной финансовой суммы; 0 %, если проект собрал менее 50 % от изначально заявленной финансовой суммы [14].

Наряду с комиссиями площадки и платежных систем, необходимо заплатить налоги. Физическое лицо, согласно закону, должно заплатить налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Если автор является индивидуальным предпринимателем, то размер налога зависит от выбранной им системы налогообложения. Следует учитывать и стоимость доставки вознаграждений, так как почти все авторы осуществляют ее за свой счет.

Далее нами представлены примерные расходы, которые обычно рекомендуют применять авторам менеджеры Boomstarter.ru: 5 % от привлеченной суммы на подготовку (видеооператор, копирайтер, ди-

зайнер); 10 % от привлеченной суммы на продвижение; 10 % от привлеченной суммы на доставку вознаграждений; 30 % от привлеченной суммы на вознаграждения; 10–15 % от привлеченной суммы на непредвиденные расходы. Таким образом, для запуска и финансового благополучия проекта необходимо закладывать немалую сумму из собранных денег на выполнение обязательств перед краудфандинговой платформой, платежными системами и донорами проекта.

Контроль по реализации проекта (IV) на краудфандинговой площадке осуществляется как со стороны автора проекта и его команды, так и со стороны других перечисленных выше стейкхолдеров. Автор проекта несет ответственность за организацию работы команды (назначение ролей и распределение обязанностей между участниками проекта). Краудфандинговая площадка обеспечивает безопасное размещение проекта, достоверность, открытость и защиту данных, сбор средств, рекламу и PR. Государство призвано осуществлять контроль за соблюдением законодательства в процессе реализации краудфандингового проекта, исключая нарушение прав всех участников. Поставщикам необходимо следить за каче-



## Лимит инвестиций, осуществляемых в течение календарного года

Table 2. Limit of investments made during a calendar year

Доход в год, \$	Стоимость имущества, \$	Формула лимита инвестиций, \$
30 тыс.	90 тыс.	Макс. 5 % от 30 тыс. (1,5 тыс.)
150 тыс.	80 тыс.	Макс. 5 % от 80 тыс. (4 тыс.)
150 тыс.	100 тыс.	Макс. 10 % от 100 тыс. (10 тыс.)
200 тыс.	900 тыс.	Макс. 10 % от 200 тыс. (20 тыс.)
1,2 млн	2 млн	Макс. 10 % от 1,2 млн (120 тыс.), но действует общее ограничение в 100 тыс.

Источник: U.S. Securities and Exchange Commission.

ством и сроками оказания услуг, утвержден- ных в проекте в целях сохранения доверия и наращивания пула лояльных клиентов для будущего сотрудничества.

Последний этап реализации краудфан- дингового проекта — запуск в производство инновационного продукта (V) при условии успешного сбора денежных средств в про- цессе краудфандинговой кампании. Дан- ный этап видится наиболее ответственным и результирующим для автора проекта, по- скольку необходимо подвести итоги крауд- фандинговой кампании, запустить в произ- водство инновационный продукт, передать вознаграждение всем спонсорам/инвесторам проекта, выполнив все требования крауд- фандинговой площадки по обслуживанию проекта.

Рассмотренный процесс реализации инновационного бизнес-проекта не ли- шен проблем, рисков и барьеров на пути к успешному завершению краудфандинго- вой кампании. В качестве ключевых про- блем можно назвать отсутствие стимулов у непрофессиональных инвесторов для участия в процессах рынка и необходи- мых знаний о механизмах работы крауд- инвестинга [15], высокие затраты на за- пуск проекта. Например, старт проекта на Boomstarter начинается от 5 тыс. руб. (без дополнительных услуг) и 3,9 % (комиссия платежной системы за перевод денежных средств на счет автора). На Planeta.ru при получении суммы в размере от 50 % до 99,9 % от заявленного бюджета комиссия составляет 15 % от собранной суммы. Если проект соберет больше 100 %, комиссия будет равна 10 % от объема полученных денежных средств [16].

При реализации инновационного бизнес- проекта на краудфандинговой цифровой

платформе необходимо учитывать особен- ности правового регулирования краудфан- динга.

### Правовое регулирование краудфандинга в России и мире

Первые попытки в создании законода- тельной базы в области краудфандинга предприняты в США. В 2012 г. подписан Jumpstart Our Business Startups Act (JOBS Act), цель которого — стимулировать эконо- мический рост и, как следствие, развитие новых компаний, предприятий на основе привлечения альтернативных финансовых вложений по упрощенной процедуре по сравнению с требованиями законодатель- ства, регулирующего работу с ценными бумагами. Принятый документ в первую очередь направлен на регулирование от- ношений в краудинвестинге, что повлекло за собой внесение ряда поправок в Закон о ценных бумагах 1933 г. (Securities Act, 1933) в аспекте регистрации ряда сделок с ценными бумагами.

В 2016 г. в отношении физических лиц, ко- торые хотели выступить в роли инвесторов, также работали существенные ограничения в аспекте размера инвестиций, направлен- ных в бизнес в течение календарного года, как видно из таблицы 2.

В декабре 2012 г. представлена концеп- ция подобного законопроекта в Канаде (Multilateral Instrument 45-108), вступив- шего в силу 25 января 2016 г. Эмитентами ценных бумаг выступили юридические ли- ца, зарегистрированные или образованные на территории страны, а также компании, у которых большая часть совета дирек- торов проживает на территории Канады [17; 18].

Сравнительный анализ законодательной базы Канады и США показал различия в отношении суммарной стоимости ценных бумаг. Например, в США компания вправе привлечь не более 1,5 млн долл. в год, при условии наличия аккредитации. В ином случае происходит разовое инвестирование не более 2 500 долл., и данная сумма не должна превышать 10 тыс. долл. в год. В Канаде вкладывать денежные средства в роли инвестора имеют право не только физические, но и юридические лица.

В Австралии установлен режим краудсорсингового финансирования (CSF), при котором компании вправе привлекать инвестиции на лицензированных краудфандинговых платформах, раскрывая сопутствующие документы о сделках. В 2020 г. принято положение о регулировании краудфандинга, основанного на кредитовании, в Объединенных Арабских Эмиратах (ОАЭ). Зарегистрированные краудфандинговые компании обязаны подвергаться периодическому надзору со стороны государства, а управление такой компанией должно соответствовать определенным критериям, в том числе включать в себя систему управления рисками, проводить аудит, урегулировать конфликт интересов.

На территории Европейского союза (ЕС) действует большое количество директив, прямо или косвенно регулирующих правоотношения в сфере краудфандинга. Например, Directives № 2011/83/ЕС; № 2004/39/ЕС (MiFID); № 2007/64/ЕС; № 2013/36/EU; № 2008/48/ЕС; № 2001/107/ЕС; № 2001/108/ЕС; № 2003/71/ЕС; № 2011/61/EU; № 2002/65/ЕС; № 2005/60/ЕС; № 2000/31/ЕС (Directive of electronic commerce). В ЕС действует Регламент Европейского парламента и Совета ЕС от 17 июня 2008 г. № 593/2008 «О праве, подлежащем применению к договорным обязательствам (Рим I)». В соответствии со ст. 6 Регламента договор, заключенный физическим лицом (потребителем) с целью, которая может быть рассмотрена в качестве не имеющей отношения к его предпринимательской деятельности, с другим лицом (предпринимателем), действующим в ходе осуществления предпринимательской деятельности, регулируется правом страны, в которой имеет обычное место жительства потребитель, при условии, что предприниматель осуществляет деятельность в стране, в которой имеет обычное место жительства потребитель, или

любыми средствами направляет эту деятельность в данную страну либо в несколько стран, включая данную страну; что договор заключен в рамках такой деятельности. Потребителем при этом выступает спонсор, который жертвует свои средства. Ряд стран ЕС предприняли собственные попытки урегулирования деятельности краудфандинговых платформ.

К примеру, в Италии разработан законопроект по краудинвестингу, согласно которому компании классифицированы по трем группам: инвестиционные компании в форме обществ с ограниченной ответственностью (ООО) (не более 5 млн евро в год); малые и средние предприятия (SME) в форме акционерных обществ или ООО; инвестиционные фонды и инвестиционные холдинги (группы компаний), то есть происходит инвестирование в инновационные стартапы.

В 2019 г. принят Федеральный закон № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», направленный на регулирование деятельности краудфандинговых платформ. Несмотря на то, что термин «краудфандинг» законодательно не закреплен, данный документ содержит все необходимые нормы и правила взаимодействия участников в процессе реализации краудфандинговой кампании. Кроме того, он нацелен на определение правовых основ для деятельности операторов инвестиционных платформ по организации привлечения капитала от участников инвестиционных платформ. Законом закреплены требования к операторам инвестиционных платформ, инвестиционным платформам, а также к лицам, которые привлекают финансирование. Закон предусматривает перечень необходимых сведений, которые должны быть раскрыты на сайте оператора инвестиционной платформы в сети Интернет. В документе зафиксированы требования, предъявляемые к рекламе услуг по организации привлечения финансирования, а также особенности размещения эмиссионных ценных бумаг при использовании инвестиционной платформы. Данный закон выделяет четыре способа вложения инвестиций: 1) приобретение имущественных прав путем покупки токенов инвестиционного проекта, удостоверяющих такие права;

2) предоставление займов; 3) приобретение размещаемых эмиссионных ценных бумаг.

Однако Федеральный закон от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ сопровождается рядом проблем, с которыми столкнулись авторы краудфандинговых проектов на практике. Во-первых, данный закон допускает проведение ICO (привлечение инвестиций для выпуска токенов), и в тексте не даны разъяснения о регулировании деятельности с криптовалютными операциями, которые обладают высоким потенциалом. Во-вторых, привлекать инвестиции вправе только юридические лица и частные предприниматели, что не предоставляет возможности для развития стартапов или сбора средств в целях реализации социальных проектов физическими лицами.

Таким образом, к 2023 г. в развитых странах мира сформированы различные концепции по законодательному регулированию деятельности, связанной с реализацией краудфандинговых проектов. Последние на данном этапе обеспечивают защиту прав всех участников процесса, однако требуют доработки с учетом изменяющихся условий ведения бизнеса и стремительных преобразований в технологическом развитии.

## Выводы

Краудфандинг как инструмент финансирования инновационных бизнес-проектов в последние годы становится все более популярным ввиду наличия ряда выгод при разработке, производстве и реализации инновационного продукта. Так, краудфандинг дает возможность тестирования продукта потенциальными покупателями, проведе-

ния рекламных кампаний, увеличения пула лояльных клиентов, обеспечения обратной связи с ними при недоработках продукта, привлечения финансирования [19].

В статье нами раскрыты основные функции краудфандинга, категории и виды вознаграждения. Изучен и механизм реализации инновационного бизнес-проекта на краудфандинговой платформе. Процесс реализации краудфандингового проекта разделен на пять этапов, взаимозависимых друг от друга: разработка MVP инновационного продукта, формирование стратегии финансирования проекта, запуск проекта на краудфандинговой площадке, контроль реализации проекта, запуск в производство инновационного продукта. Проведен сравнительный анализ российского и зарубежного законодательного регулирования краудфандинга, который показал, что в России правовое регулирование краудфандинга начало развиваться позднее, чем в других странах, поскольку данный метод финансирования получил популярность и широкое применение только ближе к 2018 г. Между тем в США краудфандинговые платформы начали формироваться в начале 2000-х гг.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что краудфандинг с каждым годом становится все более востребованным инструментом финансирования инновационных бизнес-проектов, так как дает возможность решать задачи запуска и развития бизнеса в области инновационных технологий, рекламы и популяризации продукта, привлечения новых клиентов к инновационному бизнес-проекту.

## Список источников

1. Crowdfund // Oxford English Dictionary. 2023. URL: [https://www.oed.com/dictionary/crowdfund\\_v](https://www.oed.com/dictionary/crowdfund_v) (дата обращения: 10.09.2023).
2. Липидус Л. В. Краудсорсинг и краудфандинг. Маркетинговое продвижение проектов, продукции и услуг // Вестник Финансового университета. 2016. Т. 20. № 4. С. 32–41. DOI: 10.26794/2587-5671-2016-20-4-32-41
3. Can you spare a quarter? Crowdfunding sites turn fans into patrons of the arts // Knowledge at Wharton. December 8. 2010. URL: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article.cfm?articleid=2647> (дата обращения: 10.09.2023).
4. Massolution crowdfunding industry 2015 Report // CrowdExpert.com. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (дата обращения: 12.09.2023).
5. О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: законопроект № 419090-7 (по состоянию на 2 марта 2019 г. находился на рассмотрении) // Система обеспечения законодательной деятельности ГАС «Законотворчество». Государственная Дума Федерального Собрания РФ. URL: <http://sozd.duma.gov.ru/bill/419090-7> (дата обращения: 12.09.2023).

6. Конопская О. С. Краудфандинг: теория, проблемы и перспективы развития // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2018. Т. 14. № 1-2. С. 439–445.
7. Crowdfunding global market report 2023: Technology innovation in crowdfunding platforms drives growth // Yahoo. Finance. February 21. 2023. URL: [https://finance.yahoo.com/news/crowdfunding-global-market-report-2023-162800389.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly95YW5kZXgucnUv&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAD6fI7cFiloYpTMOeKI51bpHekCg2-fYdenOifMRfdjC4X9aynPgg16mr2vXs24Kbhxeqw\\_8NxQV5C8Uha\\_61Ph26FVeEtiZMe3YBowpT5VShMgcVBSfmrN-lp37pzVmUVKIcqvzxN2qrf-xqNv2kgwWtSzfMwEAF4i5AHfvEv](https://finance.yahoo.com/news/crowdfunding-global-market-report-2023-162800389.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly95YW5kZXgucnUv&guce_referrer_sig=AQAAAD6fI7cFiloYpTMOeKI51bpHekCg2-fYdenOifMRfdjC4X9aynPgg16mr2vXs24Kbhxeqw_8NxQV5C8Uha_61Ph26FVeEtiZMe3YBowpT5VShMgcVBSfmrN-lp37pzVmUVKIcqvzxN2qrf-xqNv2kgwWtSzfMwEAF4i5AHfvEv) (дата обращения: 16.05.2023).
8. Обзор рынка краудфандинга в России: 2021 год и I квартал 2022 года: Информационно-аналитический материал. М.: Банк России, 2022. 11 с. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding\\_market\\_01\\_2022.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding_market_01_2022.pdf) (дата обращения: 10.09.2023).
9. Zouhali-Worrall M. Comparison of crowdfunding websites // Inc.com. 2011. URL: <http://www.inc.com/magazine/201111/comparison-of-crowdfunding-websites.html> (дата обращения: 12.09.2023).
10. Лapidус Л. В., Полякова Ю. М. Гигономика как новая социально-экономическая модель: развитие фрилансинга и краудсорсинга // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. № 6. С. 73–89.
11. Лapidус Л. В., Полякова Ю. М. Гигономика: новые возможности для цифровой трансформации бизнеса в условиях высокой турбулентности цифровой среды // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022. № 5. С. 23–46. DOI: 10.52180/2073-6487\_2022\_5\_23\_46
12. Обухова А. С., Асеев О. В., Черных Я. В. Цифровая платформа: краудфандинг // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 6. № 7. С. 586–591. DOI: 10.47576/2712-7516\_2022\_6\_7\_586
13. 80 crowdfunding statistics you must see: 2024 platforms, impact & campaign data // Finances-Online. URL: [https://alternatives-financesonline-com.translate.goog/crowdfunding-statistics/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=wapp](https://alternatives-financesonline-com.translate.goog/crowdfunding-statistics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_pto=wapp) (дата обращения: 17.09.2023).
14. Правила создания проекта // Planeta.ru. 2019. URL: <https://planeta.ru/funding-rules> (дата обращения: 15.09.2023).
15. Новые инструменты привлечения финансирования для развития технологических компаний: практика использования и перспективы развития в России: аналитический доклад / И. А. Кутепов, Л. И. Лякишева, Е. Н. Привалова [и др.]. М.: Центр стратегических разработок, 2018. 98 с. URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/d43/d43abe96c5e5a9cc5dea8c673f5028e1.pdf> (дата обращения: 07.02.2023).
16. Краудфандинговая платформа // Boomstarter. URL: <https://boomstarter.ru/> (дата обращения: 11.07.2023).
17. Multilateral instrument 45-108 — crowdfunding (MI 45-108) // Thomson Reuters Practical Law. 2016. URL: [https://www.osc.ca/sites/default/files/pdfs/irps/mi\\_20160114\\_45-108\\_crowdfunding.pdf](https://www.osc.ca/sites/default/files/pdfs/irps/mi_20160114_45-108_crowdfunding.pdf) (дата обращения: 10.09.2023).
18. Regulation crowdfunding: A small entity compliance guide for issuers // U.S. Securities and Exchange Commission. May 13. 2016. URL: <https://www.sec.gov/info/smallbus/secg/rcscomplianceguide-051316.htm> (дата обращения: 10.09.2023).
19. Лapidус Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография. М.: ИНФРА-М, 2023. 381 с.

## References

1. Crowdfund. Oxford English Dictionary. 2023. URL: [https://www.oed.com/dictionary/crowdfund\\_v](https://www.oed.com/dictionary/crowdfund_v) (accessed on 10.09.2023).
2. Lapidus L.V. Crowdsourcing and crowdfunding: Marketing promotion of projects, products and services. *Vestnik Finansovogo universiteta = Bulletin of the Financial University*. 2016;20(4):32-41. (In Russ.). DOI: 10.26794/2587-5671-2016-20-4-32-41
3. Can you spare a quarter? Crowdfunding sites turn fans into patrons of the arts. Knowledge at Wharton. Dec. 08, 2010. URL: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article.cfm?articleid=2647> (accessed on 10.09.2023).
4. Massolution crowdfunding industry 2015 report. CrowdExpert.com. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (accessed on 12.09.2023).
5. On attracting investments using investment platforms and on introducing amendments to certain legislative acts of the Russian Federation. Bill No. 419090-7 (as of March 2, 2019, was under consideration). System for supporting legislative activities of the State auto-



- mated system “Legislativity”. State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation. URL: <http://sozd.duma.gov.ru/bill/419090-7> (accessed on 12.09.2023). (In Russ.).
6. Konopskaya O.S. Crowdfunding: Theory, problems and development prospects. *Innovatsionnye tekhnologii v mashinostroenii, obrazovanii i ekonomike*. 2018;14(1-2):439-445. (In Russ.).
  7. Crowdfunding global market report 2023: Technology innovation in crowdfunding platforms drives growth. Yahoo! Finance. Feb. 21, 2023. URL: [https://finance.yahoo.com/news/crowdfunding-global-market-report-2023-162800389.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly95YW5kZXgucnUv&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAD6fI7cFiltroYpTMoeKI51bpHekCg2-fYdenOifMRFdjC4X9aynPgg16mr2vXs24KbhxeqW\\_8NxQV5C8Uha\\_61Ph26FVeEtiZMe3YBoWpT5VShMgcVBSfmrN-lp37pzVmUVKicqvzN2qrf-xqNv2kgwWtSzfMwEAF4i5AHfvEv](https://finance.yahoo.com/news/crowdfunding-global-market-report-2023-162800389.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly95YW5kZXgucnUv&guce_referrer_sig=AQAAAD6fI7cFiltroYpTMoeKI51bpHekCg2-fYdenOifMRFdjC4X9aynPgg16mr2vXs24KbhxeqW_8NxQV5C8Uha_61Ph26FVeEtiZMe3YBoWpT5VShMgcVBSfmrN-lp37pzVmUVKicqvzN2qrf-xqNv2kgwWtSzfMwEAF4i5AHfvEv) (accessed on 16.05.2023).
  8. Overview of the crowdfunding market in Russia: 2021 and the first quarter of 2022. Information and analytical material. Moscow: Bank of Russia; 2022. 11 p. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding\\_market\\_01\\_2022.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42097/crowdfunding_market_01_2022.pdf) (accessed on 10.09.2023). (In Russ.).
  9. Zouhali-Worrall M. Comparison of crowdfunding websites. Inc.com. 2011. URL: <http://www.inc.com/magazine/201111/comparison-of-crowdfunding-websites.html> (accessed on 12.09.2023).
  10. Lapidus L.V., Polyakova Yu.M. Hygonomics as a new socio-economic model: The development of freelancing and crowdsourcing. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk = Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*. 2018;(6):73-89. (In Russ.).
  11. Lapidus L.V., Polyakova Yu.M. Gig economy: The new opportunities for business digital transformation under high turbulent digital environment. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk = Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*. 2022;(5):23-46. (In Russ.). DOI: 10.52180/2073-6487\_2022\_5\_23\_46
  12. Obukhova A.S., Aseev O.V., Chernykh Ya.V. Digital platform: Crowdfunding. *Zhurnal prikladnykh issledovaniy = Journal of Applied Research*. 2022;6(7):586-591. (In Russ.). DOI: 10.47576/2712-7516\_2022\_6\_7\_586
  13. 80 crowdfunding statistics you must see: 2024 platforms, impact & campaign data. FinancesOnline. URL: [https://alternatives-financesonline-com.translate.goog/crowdfunding-statistics/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=wapp](https://alternatives-financesonline-com.translate.goog/crowdfunding-statistics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=wapp) (accessed on 17.09.2023).
  14. Rules for creating a project. Planeta.ru. 2019. URL: <https://planeta.ru/funding-rules> (accessed on 15.09.2023). (In Russ.).
  15. Kutepov I.A., Lyakisheva L.I., Privalova E.N., et al. New tools for attracting financing for the development of technology companies: Practice of use and development prospects in Russia. An analytical report. Moscow: Center for Strategic Research; 2018. 98 p. URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/d43/d43abe96c5e5a9cc5dea8c673f5028e1.pdf> (accessed on 07.02.2023). (In Russ.).
  16. Crowdfunding platform. Boomstarter. URL: <https://boomstarter.ru/> (accessed on 11.07.2023). (In Russ.).
  17. Multilateral instrument 45-108 – crowdfunding (MI 45-108). Thomson Reuters Practical Law. 2016. URL: [https://www.osc.ca/sites/default/files/pdfs/irps/mi\\_20160114\\_45-108\\_crowdfunding.pdf](https://www.osc.ca/sites/default/files/pdfs/irps/mi_20160114_45-108_crowdfunding.pdf) (accessed on 10.09.2023).
  18. Regulation crowdfunding: A small entity compliance guide for issuers. U.S. Securities and Exchange Commission. May 13, 2016. URL: <https://www.sec.gov/info/smallbus/secg/rccomplianceguide-051316.htm> (accessed on 10.09.2023).
  19. Lapidus L.V. Digital economy: Managing e-business and e-commerce. Moscow: Infra-M; 2023. 381 p. (In Russ.).

## Сведения об авторах

### Лариса Владимировна Лapidус

доктор экономических наук, профессор,  
заведующая лабораторией прикладного  
отраслевого анализа экономического факультета

Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова

119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46

## Information about the authors

### Larisa V. Lapidus

D.Sc. in Economics, Professor,  
Head of the Laboratory of Applied Industrial  
Analysis of the Faculty of Economics

Lomonosov Moscow State University

1 Leninskiye Gory, bldg. 46, Moscow 119991,  
Russia



**Юлия Михайловна Полякова**

кандидат экономических наук, инженер  
лаборатории прикладного отраслевого анализа  
экономического факультета

Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова

119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46

**Вачик Суренович Тоноян**

магистр, руководитель проектов

ООО «Профитатор»

115280, Москва, Ленинская слобода ул., д. 19,  
стр. 1

Поступила в редакцию 13.11.2023

Прошла рецензирование 22.12.2023

Подписана в печать 26.01.2024

**Yulia M. Polyakova**

PhD in Economics, engineer of the Laboratory  
of Applied Industrial Analysis of the Faculty  
of Economics

Lomonosov Moscow State University

1 Leninskiye Gory, bldg. 46, Moscow 119991,  
Russia

**Vachik S. Tonoyan**

Master of Economics, project manager

LLC "Profitator"

19 Leninskaya Sloboda st., bldg. 1, Moscow  
115280, Russia

Received 13.11.2023

Revised 22.12.2023

Accepted 26.01.2024

**Конфликт интересов:** авторы декларируют отсутствие конфликта интересов,  
связанных с публикацией данной статьи.

**Conflict of interest:** the authors declare no conflict of interest  
related to the publication of this article.