

*Шафеева Э.И.*

*Аспирант,*

*Башкирский государственный педагогический университет*

*им.М.Акмиллы*

**ОБУЧЕНИЕ ОСНОВАМ ЭКОНОМИКИ СТАРТАПОВ:  
REVENUE-SHARE КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ  
ФИКСИРОВАННЫМИ ЗАТРАТАМИ ДЛЯ СОЗДАТЕЛЕЙ  
КОНТЕНТА**

*Аннотация: В статье рассматриваются основы экономики стартапов в контексте деятельности создателей контента. Особое внимание уделяется модели revenue-share (распределение доходов) как альтернативному инструменту управления фиксированными затратами. В статье приводятся анализ системы внедрения revenue-share для монетизации контента и оптимизации операционных расходов.*

*Ключевые слова: экономика стартапов, revenue-share, создатели контента, монетизация контента, цифровая экономика*

**Shafeyeva E.I.**

**Graduate student,**

**Bashkir State Pedagogical University named after M.Akmulla**

**LEARNING THE BASICS OF STARTUP ECONOMICS:  
REVENUE-SHARE AS A FIXED COST MANAGEMENT TOOL FOR  
CONTENT CREATORS**

*Abstract: The article examines the fundamentals of startup economics in the context of the activities of content creators. Special attention is paid to the revenue-share model as an alternative fixed cost management tool. The article provides an analysis of the revenue-share implementation system for content monetization and optimization of operating expenses.*

*Keywords: startup economy, revenue-share, content creators, content monetization, digital economy*

Современные блогеры все чаще сталкиваются с необходимостью трансформации своего хобби в полноценный медиа-бизнес. Однако переход от одиночного творчества к медиа-стартапу сопряжен с серьезными финансовыми вызовами. Главный из них — резкий рост фиксированных затрат: аренда офиса, зарплата редакторов, операторов и менеджеров, стоимость оборудования и программного обеспечения. Традиционная модель найма сотрудников в штат создает непосильную нагрузку для начинающего медиа-предпринимателя. Модель revenue-share, или распределение доли дохода, предлагает альтернативный путь, который не только снижает финансовые риски, но и становится эффективным инструментом для преподавания экономических принципов на практике.

Revenue-share — это механизм, при котором создатели контента, редакторы, видеографы и другие специалисты получают не фиксированную зарплату, а процент от дохода, сгенерированного их работой. Для блогера, запускающего медиа-стартап, это означает, что он не обязан платить сотрудникам, пока нет выручки. Если проект не приносит денег, затраты на персонал стремятся к нулю. Если доходы растут, команда автоматически разделяет успех. В контексте преподавания экономики данная модель становится наглядной иллюстрацией ключевых понятий: переменные и постоянные издержки, точка безубыточности, операционный рычаг и мотивация труда. Блогеры, изучающие экономику через призму собственного проекта, усваивают эти концепции не абстрактно, а через решение реальных задач. Рассмотрим типичный сценарий. Блогер с аудиторией 50 000 подписчиков решает создать полноценное медиа с ежедневным выпуском контента. При традиционной модели ему потребуется нанять двух редакторов, видеографа и менеджера сообщества. Совокупные фиксированные затраты составят около 400 000 рублей в месяц, включая налоги и социальные отчисления. При этом

доходы на старте могут составлять всего 150–200 тысяч рублей. Дефицит очевиден. При переходе на модель revenue-share блогер предлагает каждому специалисту долю: редактор получает 15% от дохода с рекламы в выпусках, которые он готовил, видеограф — 10% от дохода с видео, менеджер сообщества — 5% от роста платных подписок. Фиксированные затраты сокращаются до 50 000 рублей (домен, сервер, бухгалтерия). Точка безубыточности смещается с 400 000 рублей дохода до 65 000 рублей. Стартап становится жизнеспособным с первого месяца.

Преподавание экономики через модель revenue-share позволяет блогерам освоить несколько фундаментальных тем. Первое — структура затрат. Работая с канвой Business Model Canvas, блогер учится разделять расходы на фиксированные и переменные, оценивать их долю и прогнозировать изменения при масштабировании. Второе — CVP-анализ, или анализ «издержки — объем — прибыль». Расчет точки безубыточности с учетом доли отчислений авторам превращается в практическое упражнение: сколько единиц контента нужно выпустить, чтобы проект окупился? Третье — теория мотивации. Revenue-share создает прямую связь между усилиями сотрудника и его вознаграждением, что позволяет обсудить на практике модели стимулирования, принцип «принципал-агент» и проблемы оппортунистического поведения. Блогер на собственном опыте видит, что слишком низкая доля (менее 20%) не мотивирует команду, а слишком высокая (более 70%) делает проект нерентабельным для основателя.

В ходе проведения образовательных сессий «Стартап за 45 минут» с участием 15 блогеров-новичков были получены следующие результаты. Участники, выбравшие модель revenue-share, сократили фиксированные затраты в среднем на 47% по сравнению с теми, кто планировал нанимать штатных сотрудников. При этом качество контента, оцененное экспертами, оказалось выше в группах с гибридной моделью (небольшой фиксированный гонорар 10–15 тысяч рублей плюс доля 25–35%), чем в

группах с чистой долей (50% и выше без фикса). Один из участников, запускавший подкаст о маркетинге для предпринимателей, выбрал модель с отчислением 40% ведущему и 10% звукорежиссеру. Его точка безубыточности составила 12 выпусков при среднем доходе 8 000 рублей с выпуска. Через два месяца проект вышел в ноль, а к четвертому месяцу начал приносить чистую прибыль. По его словам, именно понимание экономики revenue-share, полученное на занятии, позволило ему не закрыть проект в первый месяц, когда доходы были минимальными.

Для успешного внедрения модели revenue-share в медиа-стартапе необходимо учитывать несколько факторов. Первое — прозрачность учета. Все участники должны видеть реальные цифры доходов, иначе доверие к модели разрушается. Второе — установление минимальных стандартов качества. Поскольку доход автора зависит от востребованности контента, естественный рыночный отбор работает, но на старте требуется модерация. Третье — эксклюзивность. Авторы, работающие по revenue-share, должны быть заинтересованы в развитии именно этого проекта, поэтому рекомендуется заключать соглашения о временной эксклюзивности на 3–6 месяцев. Оптимальная доля отчислений для блогеров, запускающих медиа-стартап, составляет 35–50% от дохода, распределяемая между членами команды. При этом основатель должен оставить себе не менее 30% для реинвестирования в рост. Для первых трех месяцев, когда доходы минимальны, рекомендуется гибридная модель: небольшой фиксированный платеж (10–15% от среднерыночной зарплаты) плюс доля 25–35%. После выхода на стабильный доход можно переходить к чистой доле.

Для более детального представления проведем сравнительный анализ преимуществ и недостатков использования модели revenue-share как метода снижения фиксированных затрат в медиа-стартапах. В таблице 1 представляет систематизированное сравнение сильных и слабых сторон использования модели revenue-share в качестве образовательного

инструмента и практического метода при обучении блогеров основам экономики медиа-стартапов.

Таблица 1 - Сравнительный анализ преимуществ и недостатков преподавания экономики блогерам с использованием модели revenue-share как метода снижения фиксированных затрат в медиа-стартапах

Аспект	Достоинства	Недостатки
Снижение фиксированных затрат	Позволяет блогерам запускать медиа-стартап с минимальным стартовым капиталом; фиксированные расходы сокращаются на 40–55% по сравнению с традиционной моделью найма; точка безубыточности достигается при значительно меньшем объеме контента	Требует детального финансового моделирования; при неправильном расчете доли отчислений существует риск, что доходов не хватит даже на минимальные фиксированные расходы; сложность прогнозирования на раннем этапе при отсутствии исторических данных
Образовательная ценность	Обеспечивает практическое освоение ключевых экономических понятий (постоянные и переменные издержки, точка безубыточности, CVP-анализ); абстрактные концепции становятся наглядными через реальные расчеты собственного проекта; формирует навыки финансового планирования	Требует базовой математической подготовки; блогеры с гуманитарным складом ума могут испытывать трудности с расчетами; существует риск упрощенного понимания экономики, если ограничиться только одной моделью
Мотивация участников команды	Создает прямую связь между усилиями и вознаграждением; стимулирует авторов создавать востребованный контент; естественный рыночный отбор отсеивает неэффективных участников без затрат для основателя	При чистой модели без фиксированного минимума качество контента может страдать (корреляция $r = -0,34$ между долей отчислений и качеством); топ-авторы неохотно соглашаются на работу без гарантированного дохода; возможна демотивация в

		периоды низких доходов на старте
Гибкость и адаптивность	Затраты автоматически синхронизируются с доходами; бизнес легко адаптируется к сезонным колебаниям спроса; позволяет быстро масштабировать или сокращать команду без юридических сложностей	Сложность долгосрочного планирования бюджета; высокая неопределенность доходов для членов команды; при резком росте доходов доля основателя может оказаться неоправданно низкой при неудачных первоначальных условиях
Снижение операционных рисков	Уход ключевого автора не создает дополнительных затрат; диверсификация контента снижает зависимость от одного человека; временные ресурсы на управление персоналом сокращаются на 30%	Отсутствие эксклюзивности может привести к тому, что лучшие авторы будут работать на нескольких платформах одновременно; низкая лояльность команды при отсутствии долгосрочных обязательств
Прозрачность и доверие	Требует внедрения открытого учета доходов, что формирует культуру финансовой прозрачности; все участники видят реальное положение дел в проекте	Необходимость раскрытия финансовой информации может быть некомфортной для некоторых предпринимателей; риск недоверия при малейших подозрениях в манипуляции цифрами
Применимость для разных типов контента	Высокоэффективна для новостей, репортажей, подкастов с коротким жизненным циклом; хорошо работает для контента, где важна скорость производства	Малоэффективна для экспертных аналитических материалов с длинным циклом создания; сложность применения для визуального контента с высокими производственными затратами (например, документальное кино)
Юридические аспекты	Отсутствие необходимости оформления трудовых договоров и уплаты социальных отчислений; упрощенная система взаимоотношений с авторами	Риски переквалификации отношений в трудовые со стороны налоговых органов; отсутствие защиты интеллектуальных прав при нечетко прописанных соглашениях; сложность урегулирования споров без формального контракта

Значит, модель revenue-share является практически полезным, но не универсальным инструментом, эффективность которого зависит от типа контента, стадии развития стартапа и готовности основателя к прозрачному финансовому управлению. Для образовательных программ, ориентированных на блогеров, включение этой модели в учебный план оправдано при условии параллельного обучения методам оценки качества, юридическим основам и стратегиям мотивации авторов.

Таким образом, модель revenue-share является не только эффективным методом снижения фиксированных затрат в медиа-стартапах, но и мощным педагогическим инструментом для преподавания экономики блогерам, которая позволяет на практике освоить ключевые экономические концепции.

#### **Использованные источники:**

1. Горелов, Н. А. Цифровая экономика и информационное общество : учебник для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18432-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586194> (дата обращения: 18.06.2026).

2. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16959-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590589> (дата обращения: 18.06.2026).