

**Н. К. Мельников**  
Государственное учреждение образования «Институт Бизнеса  
Белорусского государственного университета», г. Минск  
кандидат экономических наук, доцент  
доцент кафедры бизнес-администрирования, *nkmelnikov@sbmt.by*

**Е. С. Елистратова**  
Государственное учреждение образования «Институт бизнеса  
Белорусского государственного университета», г. Минск  
студентка, *estrvk@mail.ru*

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДФАНДИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**АННОТАЦИЯ:** В статье рассматривается современное состояние краудфандинга в Республике Беларусь и проблемы его развития, возможные пути их решения для эффективной работы системы народного финансирования.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** краудфандинг, краудсорсинг, краудплощадки, краудкампания.

Для вновь созданных или расширяющихся компаний, а также для инициаторов многих творческих проектов является актуальным вопрос привлечения капитала. При достаточно большом количестве возможных вариантов решения этой задачи привлечь деньги на развитие непросто. В связи с этим привлекает к себе внимание новый метод коллективного финансирования проектов – краудфандинг. Краудфандинг – это практика финансирования проекта или предприятия путем привлечения небольших сумм денег от большого числа людей, как правило, через интернет. Цели для сбора средств могут быть разными: создание нового продукта, издание книги, проведение различных мероприятий, в том числе социальных, и т. д., Например, к такой форме привлечения средств могут прибегать авторы литературных произведений. Запуск краудфандинговой кампании (проекта, размещенного на сайте краудплощадки) при наличии интереса к ней может помочь собрать необходимую для издания сумму денег. В системе краудфандинга инициатор проекта выступает «автором» проекта или «реципиентом», а люди, которые добровольно переводят суммы «автору» проекта, – «спонсорами» или «донорами».

В настоящее время в Республике Беларусь существует три краудфандинговых площадки: *ulej.by*, *talaka.by* и *investo.by*.

Краудфандинговая площадка *Ulej.by* («Улей») была создана в 2015 году. В основу своей деятельности «Улей» взял принцип работы одного из самых известных краудфандинговых сайтов *Kickstarter.com* – «Все или ничего». Принцип означает, что проект признается успешным в том случае, если набрана вся заявленная сумма средств. В ином все пожертвованные спонсорами деньги возвращаются им и проект считается состоявшимся. Такой принцип имеет несколько преимуществ:

1. Отсутствие рисков – в случае, если проект не набирает указанную для его реализации сумму, работа не выполняется, а спонсоры, поддержавшие проект, не теряют денежные средства.

2. В случае, если проект не находит отклика у общественности и, следовательно, не набирает достаточное количество заявок на финансирование, авторы могут пересмотреть свои идеи и не обязаны продолжать работу над проектом.

3. Такой принцип финансирования мотивирует авторов к активной работе над проектом, коммуникации и поиску спонсоров, заинтересованных в их идеях [1].

Процесс подготовки кампании на площадке «Улей» включает ряд обязательных элементов. Первоначально создается черновик проекта на сайте. Черновик проверяется менеджером проектов и при необходимости корректируется в процессе взаимодействия

с заявителем. Если проект прошел модерацию, автор подписывает соглашение о размещении проекта в системе (на сайте ulej.by). С этого момента краудкампания считается запущенной и спонсоры могут перечислять деньги автору проекта. Полученные средства аккумулируются на временном счете проекта в банке в течение действия кампании. Если полученная сумма составит более 4947 белорусских рублей, то автору при успешном сборе средств необходимо будет оплатить подоходный налог (13 %), а также учесть общую комиссию «Улей» и банка, которая составляет 10 %.

У каждого проекта есть свои «призы», «лоты», так называемые вознаграждения от авторов за спонсирование их проектов. На странице проекта указываются сумма, которую может пожертвовать спонсор, и что он получит взамен. Это позволяет авторам мотивировать спонсоров.

За четыре года работы на площадке было запущено 737 проектов, большинство из которых относятся к следующим категориям: литература (издание книг, перевод книг на белорусский язык), социальные проекты (помощь детским домам, домам престарелых, помощь бездомным животным и т. д.), музыка (запись песен, музыкальных альбомов). Количество успешных (сбравших всю необходимую сумму) проектов на данный момент – 245. Знаковой для площадки кампанией стал сбор средств для издания сборника книг Светланы Алексиевич «Голоса Утопии» на белорусском языке. Было собрано около 230 тысяч белорусских рублей при изначально объявленной сумме, равной 40 тысячам рублей.

Площадка Talaka.by была запущена в 2013 году. С момента создания площадка Talaka была только краудсорсинговой. Краудсорсинг представляет собой выполнение некой работы сообществом, большим количеством людей. Проект «нарезается» на конкретные задачи для узких специалистов или волонтеров, а те, кто заинтересован в реализации проекта, помогают эти задачи выполнить [2]. На странице проекта отображаются задачи, выполнить которые может вызваться любой желающий пользователь. Это значительно облегчает осуществление проекта для тех авторов, у которых нет команды, поскольку заниматься реализацией, продвижением, установлением связей с общественностью в одиночку бывает довольно трудно. В 2015 году был запущен краудфандинговый сервис «Талакошт» (Talakosht). В отличие от Ulej.by, у данной площадки есть два варианта сбора средств: «Все или ничего» и «Все, что собрал». Принцип «Все, что собрал» состоит в том, что автор получает все средства, что собрал (минимум 25 % от проекта), но при этом он все равно обязуется реализовать проект или ту его часть, на которую собраны средства [2]. На Talaka.by так же, как и у «Улей», есть вознаграждения для спонсоров проектов. Комиссия площадки составляет 7,5 % от собранной суммы, а также уплачивается комиссия банка и подоходный налог. В настоящее время Talaka – это одновременно и краудфандинг, и краудсорсинг.

Третья краудинвестинговая площадка – Investo.by – начала работу в 2015 году. Investo предоставляет инвесторам возможность осуществить инвестиции в стартап, а авторам – возможность собрать необходимый объем инвестиций для реализации стартапа [3]. Если успешный проект собирает сумму средств до 50 000 у. е., то площадке нужно заплатить 7 % от данной суммы. На Investo.by также действует принцип «Все или ничего», принцип «Все, что собрал» не предусмотрен.

На всех площадках срок действия кампании оговаривается с автором проекта, но в основном оптимальным сроком действия краудкампании считается 30 – 60 дней, а максимальный срок, к примеру, у «Улей» – 180 дней.

Развитие краудфандинга в Республике Беларусь сталкивается с рядом проблем.

Отсутствие правового регулирования является одной из самых актуальных проблем в сфере краудфандинга. Поскольку краудфандинг не регулируется законодательством, возникают трудности работы с юридическими лицами. Затруднено также привлечение иностранных инвестиций, а анонимное инвестирование невозможно. Решению этой проблемы может помочь разработка специального законодательства, определяющего

порядок осуществления этой формы инвестирования. Такая мера, на наш взгляд, позволит создать правовые границы данной деятельности, определит порядок ее осуществления, повысит степень осведомленности потенциальных спонсоров и общий уровень доверия к данному виду инвестирования.

Нежелание быть обманутым в своих добрых побуждениях часто служит сдерживающим фактором для участия в краудфандинговых кампаниях. Из-за того, что пользователи не имеют информации о том, куда конкретно направляются собранные средства, у спонсоров возникает чувство неудовлетворенности. В особенности это касается случаев, когда сумма собранных средств превышает изначально запрашиваемую. Поскольку нет требования обязательности публичного отчета о направлении средств, у доноров могут возникнуть подозрения относительно целевого использования избыточной суммы денег. Отсутствие прозрачности распределения потоков средств усугубляется опасениями спонсоров попасть в мошеннические схемы, которые в изобилии присутствуют в интернете. В определенной мере этот вопрос сглаживается системой подарков спонсорам, а также использованием принципа «Все или ничего», благодаря которому деньги будут возвращены всем спонсорам в случае неуспеха краудкампании. Вместе с тем четкие требования по раскрытию информации создали бы более комфортные условия для спонсоров проектов.

Вопреки правилу постоянного размещения заявителями информации на сайте о ходе реализации проекта, условия возврата средств и других важных обстоятельствах сбора и использования средств, не все авторы это делают. Такая необязательность порождает чувство недоверия и гасит желание в дальнейшем участвовать в подобных мероприятиях. В результате краудплощадки теряют лояльных и потенциальных спонсоров, готовых поддержать будущие проекты. Поэтому отсутствие оживленных обсуждений вопросов реализации проектов на сайтах белорусских краудплощадок в отличие от такового, например, на Kickstarter, говорит о явной недооценке значения коммуникационной составляющей этой формы коллективного инвестирования.

Отсутствие широко доступной и достоверной информации о таком способе финансирования проектов сужает круг потенциальных авторов-разработчиков проектов и их спонсоров. Поэтому возникает потребность в популяризации деятельности краудфандинговых площадок среди различных слоев населения. Знание того, что краудфандинг доступен широкому кругу пользователей, гибок и подвижен в своей организации и позволяет спрогнозировать жизнеспособность бизнеса/продукта еще до начала открытия/производства, может оказаться решающим для выбора именно этого способа финансирования инновационных проектов. Площадка информирует гораздо большее число потенциальных инвесторов, чем это удастся сделать путем последовательного обращения к инвесторам. Кроме того, краудфандинг помогает авторам избежать провала своего бизнеса/продажи продукта в будущем, помогает оценить спрос, откорректировать идею, позволяет получить обратную связь.

Фактором, препятствующим развитию краудфандинга, выступает низкая платежеспособность населения. Не у всех людей есть свободные деньги, чтобы поддержать проект. Нивелировать действие этого фактора позволяет снижение минимальной суммы взноса. Введение такой меры потребует более дифференцированного подхода к определению размера вознаграждения активных спонсоров.

На краудплощадках Республики Беларусь спонсоры могут поддержать проект только путем перевода денег с белорусской банковской карты. Необходимо подумать о возможности других способах перевода, к примеру с телефона путем СМС или использования специально разработанных приложений.

Общей для всех белорусских площадок проблемой является то, что зачастую авторы воспринимают краудфандинг как что-то быстрое, легкое и не требующее усилий и поэтому не готовы к серьезной систематической работе. В реальности чтобы разместить свою идею, недостаточно подписать договор и открыть счет в сотрудничающем с площадкой банке или

определенный электронный кошелек. Нельзя надеяться на успех компании, просто разместив проект на сайте. Для того, чтобы запустить проект на любой из площадок, автору нужно тщательно подготовиться, конечно, менеджеры проектов окажут помощь, но во многом автор должен сам просчитать и продумать многие детали: бюджет проекта (учитывая налог и комиссию), каналы продвижения (лидеры мнений, составление медиаплана) и т. д. Нужно разработать концепцию проекта, продумать пути продвижения продукта, составить четкий медиаплан, тщательно разработать лоты и их цену, посчитать себестоимость продукта, изучить целевую аудиторию. Одним из факторов успешности продвижения является оформление проекта. Перегруженность предлагаемого читателям текста с детальной информацией снижает шансы того, что потенциальный спонсор заинтересуется проектом. Поэтому необходима визуализация информации, представление ее в виде инфографики и видеороликов. Способность довести идею в доступной для восприятия форме является важным фактором конкурентоспособности предложения. Необходимо поддерживать интерес к проекту на протяжении всего времени действия кампании путем активного распространения информации о своем проекте в социальных сетях, новостных порталах, задействовать все возможные каналы.

Имеются специфические проблемы конкретных площадок. Так, на Ulej.by проект могут запустить только резиденты Республики Беларусь. В связи с этим площадка теряет потенциальных авторов из других стран, которые также могли бы запустить свои кампании на сайте. Если «Улей» хочет расширить зону деятельности, составить конкуренцию, к примеру, российским краудплощадкам, то необходимо предоставить возможность авторам проектов из других стран размещать свои проекты в системе.

Несмотря на имеющиеся проблемы в данной области, перспективы развития краудфандинга в Беларуси есть. Для успешного и эффективного развития краудфандинга у нас в стране нужны как серьезные регулирующие воздействия, так и точечные изменения в работе отдельных краудплощадок.

#### **Список использованных источников:**

1. Как работает Улей? [Электронный ресурс] // Улей. – Режим доступа: <https://ulej.by/work>. – Дата доступа: 01.05.2019.
2. Термины краудфандинга [Электронный ресурс] // Талака. – Режим доступа: <https://www.talaka.org/about-crowdfunding>. – Дата доступа: 01.05.2019.
3. Краудфандинговая платформа коллективных инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investo.by/kto-my.html>. – Дата доступа: 01.05.2019.