

УДК 338.001.36

А. Я. Якимик (Anuta_fire@mail.ru),
ст. преподаватель

А. Д. Пальцева (nastapalceva366@gmail.ru),
студент

Я. Э. Шруб (grabgun72@mail.ru),
студент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРАУДФАНДИНГА В БЕЛАРУСИ

В данной статье были рассмотрены понятие и развитие краудфандинга в мире и в Республике Беларусь. Определены перспективы развития.

This article discusses the concept and development of crowdfunding in the world and in the Republic of Belarus. The prospects of development have been determined.

Ключевые слова: краудфандинг; Улей; краудфандинговая платформа; фандрайзинг; финансирование проектов; краудфандинг в Беларуси.

Key words: crowdfunding; Ulej; crowdfunding platform; fundraising; project funding; crowdfunding in Belarus.

В настоящее время в развитии экономики любой страны привлечение инвестиций в стартапы и развивающийся бизнес играют весомую роль. Со становлением цифровой экономики все большее значение стало придаваться использованию альтернативных механизмов финансирования. Возможностью беспрепятственного привлечения денежных средств для развития малого бизнеса стал такой инструмент как краудфандинг. Краудфандинг – относительно новое направление в развитии механизмов финансирования, которое получило развитие в таких странах как Соединенные Штаты Америки (США), Германия, Китай и Великобритания, а также доказало свою эффективность. Согласно отчету Кембриджского центра альтернативных финансов (ССАФ) объем привлеченных краудфандингом инвестиций вырос в Европе на 22,3% за 2020 г. по сравнению с 2017 г. [1].

В Республике Беларусь краудфандинговые платформы находятся на стадии зарождения. Развитию такого способа финансирования способствовала Государственная программа иннова-

ционного развития Республики Беларусь, которая предусматривает развитие краудфандинга в качестве инструмента соискания инвестиций. В настоящий момент в Беларуси существует 3 краудфандинговые площадки («Улей», «Талака», «Мае сэнс», которая впоследствии превратилась в конкурс социальных проектов «Social Weekend»). Данные платформы направлены на реализацию творческих, социальных, благотворительных проектов и стартапов. Например, посредством использования онлайн-платформы «Улей» удалось получить финансирование в объеме 17,386 р., что на 190% больше изначальной суммы, для развития бургерной BurgerLab [2].

Среди основных преимуществ, характерных для развития краудфандинговых платформ, для Республики Беларусь в качестве самых важных можно выделить следующие:

– Привлечение капитала. Субъектам малого предпринимательства или инициаторам социальных проектов зачастую сложно получить кредит на развитие стартапа. Использование краудфандинга расширяет потенциальные возможности получения финансирования в сравнении с традиционными формами.

– Снижение рыночных рисков. Краудфандинговые инвесторы вносят свои средства на безвозмездной основе.

– Является маркетинговым инструментом. Еще на этапе разработки проекта можно сформировать свою аудиторию, определить перспективы развития посредством «голосования аудитории рублем», получить обратную связь и скорректировать политику. Таким образом, о проекте узнают еще до момента его реализации.

– Широкий круг инвесторов. Для того чтобы инвестировать в интересующий проект, не требуется определенная фиксированная сумма. Это способствует привлечению людей с разной степенью участия, а также охвату аудитории из различных регионов и стран.

Многие в настоящее время употребляют краудфандинг как синоним благотворительности, что является заблуждением. Главное отличие краудфандинга состоит в том, что он предполагает взаимовыгодные условия для всех его участников: авторы проекта получают финансовую поддержку, а спонсоры за перечисленные средства – вознаграждение. В зависимости от того, что именно автор предлагает в качестве поощрения, можно выделить три основных типа краудфандинга:

– Безвозмездный или условно-безвозмездный краудфандинг. В качестве вознаграждения спонсор получает благодарность, упоминание на сайте или на упаковке продукта, возможность принять участие в создании продукта (например, принять участие в съемке фильма в качестве массовки).

– Условно-возмездный краудфандинг. Спонсор в качестве вознаграждения получает сам продукт либо цифровую копию продукта (фильм, книгу, цифровой музыкальный альбом). Именно такой тип краудфандинга позволяет ему реализовать функцию предпродажи еще не реализованного продукта.

– Возвратный краудфандинг предполагает, что в качестве вознаграждения спонсор получает часть собственности компании, акции предприятия, дивиденды либо право участвовать в голосовании на собраниях главных акционеров. Такую схему взаимодействия со спонсорами используют в краудинвестинге. Данный способ финансирования в Республике Беларусь запрещен ввиду отсутствия законодательной и юридической базы.

Аналогично зарубежному краудфандингу на белорусских краудфандинговых площадках изначально запускались проекты лишь из культурных и социальных сфер, однако сегодня это современный инструмент финансирования бизнеса, почти всегда – в сфере потребительского рынка. Данная модель подходит для стартапов, предпринимателей или творческих людей, которым нужны средства для финансирования своих идей, новых продуктов или услуг [3].

Преимущества краудфандинга в том, что он позволяет получить финансирование без участия банков, венчурных фондов. С появлением краудфандинговых платформ этот процесс стал намного проще и демократичнее. Для автора проекта – это возможность собрать средства на свой проект без кредитов и передачи авторских прав. Это еще и отличный PR-повод, возможность рассказать о проекте без значительных отчислений на рекламную кампанию.

Что может дать проект на краудфандинговой площадке? Чем он отличается от альтернативных способов поиска инвестиций?

Во-первых, это способ тестирования товара на спрос. Будет ли он интересен целевой аудитории, получит ли отклик и желание поддержать производителя? Используя возможности краудфандинговых площадок, стартапы могут получать ценную информацию о потребительских свойствах и желаемых характеристиках товара или услуги еще до того, как он попадет к потребителям или будет оказана услуга. При этом первоначальные капитальные затраты минимальны. Нет необходимости вкладывать значительные средства в производство продукта, ко-

торый потом не найдет покупателя и не будет реализован. В краудфандинге необходим лишь прототип (модель), а основное производство будет начато при получении определенного числа заказов от конечных потребителей. Механизм такой обратной связи действует очень эффективно, потому что даритель изначально участвует в тех проектах, которые ему нравятся.

Во-вторых, производитель получает объем заказов, который будет достаточен для организации массового производства (в противном случае перечисленные средства возвращаются лицам, оформившим заявку, а проект может быть доработан), а также получение возможности снижения себестоимости изделия за счет эффекта масштаба.

В-третьих, выход на новую аудиторию, в том числе международную, так как ограничения по получению зарубежных заявок нет. Краудфандинговые площадки посещают миллионы пользователей. Так «Kickstarter» и «Indiegogo» в день посещают 3,5 и 1,5 млн чел. соответственно. Шанс найти поддержку среди такого большого количества людей значительно выше.

Более того, существует практика выхода на продукты из краудкампании розничных сетей и ретейлеров.

Даже при неуспешном завершении кампании конверсия от проведенной рекламной кампании дает значительные результаты. Люди, узнавшие о производителе и его уникальном предложении, обращаются напрямую и оформляют заказ. В прошлом году на площадке был запущен проект «Первая в Беларуси сверчковая ферма». Автор ставил цель собрать 50 000 р. (после деноминации), чего достичь не удалось. Тем не менее, это привлекло интерес со стороны журналистов, которые в свою очередь опубликовали статьи о проекте. После выхода первых материалов автору начали поступать предложения от инвесторов.

Таким образом, проектом на краудфандинговой площадке и получением средств для бизнес-идеи ничего не заканчивается, а лишь начинается. Производители получают стартовый толчок для развития своего бизнеса, объем предзаказов на свой продукт, признание своей деятельности, выход на более широкую международную аудиторию.

Уже более 40 производителей начали сотрудничество с площадкой. Среди них есть как молодые дизайнеры и небольшие мануфактуры, так и крупные игроки. Основным преимуществом площадки является возможность запуска проектов не только от физических, но и от юридических лиц, что позволяет напрямую получать средства на поддержку и развитие своего бизнеса. Теперь краудфандинг помогает дизайнерам и мануфактурам вывести свои разработки на массовый рынок и снизить цену на них, а большим и средним производствам – отойти от привычной «штамповки» и начать экспериментировать.

На сайте Ulej.by белорусские производители выставляют свои разработки и продукты, готовые к массовому производству. Любой человек, заинтересованный конкретным предложением, может оставить предзаказ на его создание прямо на площадке. Если спрос окажется достаточным, продукт поступит в массовое производство. Если спрос на продукт окажется низким, то все предзаказы аннулируются, а у авторов появится возможность изменить свой продукт, предложив рынку что-то по-настоящему ценное.

Краудфандинг открывает для Беларуси перспективы совершить стремительный скачок в развитии. Беларуси еще далеко до уровня крупнейших мировых краудфандинговых площадок, где десятки миллионов долларов собираются с легкостью. Успешность работы данного направления в Беларуси является спорным вопросом, который во многом зависит от поддержки средств массовой информации. Если о проектах будут говорить повсюду, то они принесут успех. Масштабы финансирования белорусских проектов будут скромнее, чем в США. Тем не менее, краудфандинг будет отличным стимулом для предпринимательской инициативы и имеет все шансы на дальнейшее развитие.

Список использованной литературы

1. **Электронный** портал «Про бизнес» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://probusiness.by/experience/2614-u-parnya-est-vse-chtoby-otkryt-sverchkovuyu-fermu-i-nakormit-rynok-nasekomye-opyt-investor-no-eta-vechnaya-problema.html>. – Дата доступа : 28.02.2023.
2. **Пашнин, А. О.** Использование предпринимательскими проектами краудфандинга в качестве маркетингового инструмента / А. О. Пашнин // Молодежь в науке и предпринимательстве [Электронный ресурс] : сб. науч. ст. VIII междунар. форума молодых ученых, посвящ. 55-летию ун-та. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2019. – С. 524–527.
3. **Государственный** комитет по науке и технологиям Республики Беларусь / Государственная программа инновационного развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gknt.gov.by/devyatnost/innovatsionnaya-politika/gpir/>. – Дата доступа : 28.02.2023.