

УДК 330.332.12:004.738.5

КРАУДФАНДИНГ С БЕЛОРУССКИМ КОЛОРИТОМ

Студентка гр. 10302114 Банковская Е.А.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Сахнович Т.А.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Краудфандинг и краудфандинговые платформы успешно развиваются во многих странах мира, предоставляя возможность для реализации стартап проектов, осуществляют финансирование малого и среднего бизнеса.

Существует более пятисот краудфандинговых платформ для сбора денежных средств в шестнадцати странах мира, в том числе и в Беларуси. Самыми известными и популярными стартап площадками являются Kickstarter, IndieGoGo и RocketHub. Люди по собственному желанию вкладывают свои деньги или другие ресурсы через Интернет для развития бизнес идей, стартап проектов или новых изобретений организаций. Интересен тот факт, что сооснователями двух из этих трех крупнейших платформ являются люди, для которых Беларусь не чужая страна. К примеру, сооснователь компании Indiegogo Слава Рубин родился в Минске, а предки сооснователя и финансового директора RocketHub Алона Хиллел-Тука были выходцами из Беларуси.

В настоящее время юридическая модель белорусского краудфандинга существенно отличается от мировой: участие в кампаниях могут принимать только физлица, что накладывает существенный отпечаток на срез представляемых проектов. Только Ulej предоставляет возможность компаниям спонсировать и курировать проекты. Так же инвестор предоставляет деньги на основании договора дарения, сумма которых не должна превышать 4300 рублей. В случае превышения, сумма будет облагаться подоходным налогом по ставке 13%. Тем не менее, это не мешает собрать необходимую сумму и успешно реализовать проект. Наиболее яркие проекты в сфере образования, культуры и искусства, социальной помощи размещаются на известных белорусских сайтах Investo.by, Ulej.by и Talaka.by.

На недавней международной конференции по краудэкономике и технологиям соучредитель Indiegogo Слава Рубин назвал 5 причин, по которым стоит использовать краудфандинг:

- 1) тестирование спроса в формате обратной связи от рынка;
- 2) проверка на прочность маркетинговых планов;
- 3) сверхреклама;
- 4) формирование базы лояльных потребителей;
- 5) получение денег как инструмента для дальнейшего роста.

Литература

1. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт [Электронный ресурс]. Режим доступа: «<https://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadk-i-perspektivu-mirovoj-opyt>», свободный.

2. У истоков мирового краудфандинга стояли выходцы из Беларуси [Электронный ресурс]. Режим доступа: «<https://probusiness.by/press/1377-u-istokov-mirovogo-kraudfandinga-stoyali-vykhodcy-iz-belarusi.html>», свободный.