

КРАУДФАНДИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Д.С.Костин¹⁾, Л.М.Гайдукевич²⁾

¹⁾ *Открытое акционерное общество «Газпром трансгаз Беларусь», ул.Некрасова, 9, 220040, г.Минск, Беларусь, dskostin@tut.by*

²⁾ *Белорусский государственный университет, пр.Независимости, 4, 220030, г.Минск, Беларусь, lgaidukevich@mail.ru*

Рассмотрена возможность использования национальных краудфандинговых платформ в рамках государственно- частного партнерства в сфере туризма, повышения деловой инициативы и востребованности выпускников белорусских ВУЗов. Одна из самых динамично развивающихся сфер - краудэкономика - позволяет повысить эффективность использования потенциала молодого поколения, снизить затраты на экспертизу проектов, упростить поиск инвесторов в реализации социально значимых проектов в рамках трансформации национальной экономики. В публикации проведена оценка состояния краудфандинга в Беларуси в преломлении процессов, идущих в мире и соседних странах, выявлена недостаточность использования потенциала краудфандинга в связи с низким уровнем мотивации молодых специалистов.

Ключевые слова: краудфандинг в Беларуси, краудфандинг, краудсорсинг, Улей, Талакошт.

CRAUDFANDING AS AN ELEMENT FOR THE DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF TOURISM

D.Kostin^a, L.Gaidukevich^b

^a *JSC Gazprom transgaz Belarus, Nekrasova st., 9, 220040, Minsk, Belarus*

^b *Belarusian State University, Niezaliežnasci av., 4, 220030, Minsk, Belarus*
Corresponding author: L.Gaidukevich (lgaidukevich@mail.ru)

The National crowdfunding platforms are one of the possible ways for increasing business initiative and the demand for graduates of Belarusian universities develop as an element of the public-private partnership in the tourism. Thecrowdeconomy is one of the most dynamically developing areas. It allows increasing the efficiency of the young generation's potential, reduce the costs of project appraisal, and simplify the search for investors in the implementation of socially significant projects as part of the transformation of the national economy. The publication assesses the state of crowdfunding in Belarus in refracting the processes going on in the world and neighboring countries, reveals the inadequacy of using the potential of crowdfunding due to the low level of motivation of the young specialists.

Keywords: crowdfundinginBelarus, crowdfunding, crowdsourcing, Beehive, Talakosht.

Развитие предпринимательской среды является одним из возможных направлений снижения оттока молодых специалистов за рубеж. В соответствии с мировыми тенденциями миграция молодых специалистов начинается в ситуации, когда молодые энергичные люди не находят применения своих знаний в стране проживания в силу разного рода условий. В условиях глобализации экономики, с одной стороны этот процесс выравнивает региональный рынок труда, с другой – «обезвоживает» страну происхождения специалиста. Эту тенденцию мы отчетливо наблюдаем в соседних с Беларусью странах и, особенно, в Балтии, где из-за оттока молодежи стремительно сокращается население. Профессор Латвийского университета, академик, демограф Петерис Звидриньш сообщает, что «страну

каждый день покидают порядка 55 человек, сокращая за две недели население Латвии на численность маленького городка»[1].

Сокращение работоспособного населения в соседних странах влечет трансграничный переток молодых специалистов из Беларуси. По данным белорусской стороны, в Литве в 2018 году трудоустроилось 1289 наших соотечественников. Национальные статистические агентства Латвии и Эстонии подтверждают трудовую миграцию белорусов в эти страны[2]. Только в 2018 году две небольшие балтийские страны пополнились 2936 белорусскими гражданами[3]. А всего в ушедшем году первый вид на жительство в странах Евросоюза получили 137 тысяч белорусов. Из них 19,5 тысяч по причине трудоустройства, и 4,3 тысячи – для образования. Данные опубликованы Евростатом в октябре 2019 года[4].

Почему же молодые специалисты рассматривают работу за рубежом как перспективную и приоритетную?! Неужели из-за неполной самореализации по причине отсутствия вакансий ли должного уровня оплаты труда? Предположительно, недостаточно четкая перспектива трудоустройства по специальности вкупе с завышенными требованиями по оплате труда и социальной защите и рождает в молодежи желание «искать легкой жизни» за рубежом.

И тут на помощь может прийти предпринимательская среда. Молодежь креативна и мобильна по своей сути. У них есть багаж теоретических знаний, завышенные ожидания от рынка, но не хватает практики, а порой и реализма. Ситуация в творческой сфере еще более сложная. В сфере искусства и культуры Беларуси наблюдается острый дефицит молодых кадров и идей. Отсутствует национальная концепция развития этой нематериальной сферы жизни. Вместе с тем, кризис в этой сфере влечет за собой неминуемую интеллектуальную стагнацию всего общества. В настоящее время негосударственные компании в рамках корпоративной социальной ответственности реализуют проекты по поддержке молодой интеллектуальной элиты белорусского общества. В том числе и с точки зрения получения практических навыков. Лидер мирового IT-рынка с белорусской пропиской компания ЕРАМ подготовил свыше 6000 высококлассных специалистов. Из них только 2200 трудоустроены в компании. Остальные нашли свое место в различных секторах национальной экономики, повысив уровень конкуренции в белорусской IT-индустрии.

Проекты “АРТ – Беларусь” и “ТЕАРТ”, более 5 лет реализуемые Группой Газпром в Республике Беларусь, позволили значительно изменить ситуацию в сфере культуры и искусства. Молодые режиссеры, актеры, живописцы, скульпторы получили возможность реализовать свои идеи в проектах, поддерживаемых спонсорами. О востребованности проектов частной инициативы свидетельствуют некоторые цифры. В 2015 году на “Осеннем салоне с Белгазпромбанком” выставилось 288 работ от 90 авторов в возрасте от 20 до 40 лет. В 2018 уже 124 автора представили свои работы. В текущем 2019 году на пятой экспозиции в столичном Дворце искусства представлено 462 произведения от 152 молодых белорусских художников. И эта выставка по признанию критиков значительно превосходит минувшие по качественному уровню.[5].

В соседней России в рамках концепции развития национальной культуры организуются выставки – продажи работ молодых художников. В ходе ежегодного фестиваля Cosmospow, аналога “Осеннего салона с Белгазпромбанком” ведется закупка работ молодых российских художников в фонды Московского музея современного искусства. Количество работ и общая стоимость составляет коммерческую тайну. Однако, по оценкам экспертов, объем сделок превышает 150 - 200 000 евро. Аналогичную работу ведет и Фонд

российского кино, предоставляя молодым кинорежиссерам возможность качественного дебюта.

В нашей стране поддержка молодых предпринимателей не носит системный характер. В этом направлении схема государственно-частного партнерства была бы наиболее целесообразна. Государственно – частное партнерство направлено на реализацию социально значимых проектов там, где привлечение бизнеса приносит наибольшую эффективность: строительство автомагистрали М-10, поддержка молодых художников специальными стипендиями на создание новых произведений, проекты по сохранению исторического наследия или создание новых объектов МІСЕ - туризма.

Молодые специалисты как наиболее чувствительная и подвижная часть общества могла бы сгенерировать наиболее эффективные идеи. Но, часто они так и остаются сырыми идеями, поскольку они либо не являются сформированными в конкретные бизнес-предложения и проекты, либо не учитывают актуальность и испытывают недостаток средств для их реализации или, хотя бы, экспертной оценки. В ходе опроса, проведенного осенью 2018 г. в Беларуси, России и Украине выяснилось, что почти 60% молодых людей хотели бы эмигрировать. Это гораздо больше, чем в Украине и России [6]. Основными мотивами для отъезда они назвали высокое качество жизни за рубежом и желание обеспечить своим детям достойное будущее. Это подтверждает высказанное выше мнение об идеализированном представлении жизни и низком уровне социальной интеграции молодежи. Каким образом помочь молодым специалистам социализироваться в существующих условиях, найти свои ниши приложения труда и знаний в белорусском обществе.

Одним из элементов адаптации инициативной молодежи с багажом теоретических знаний к работе в реальных секторах национальной экономики, реализации их творческих идей могут служить бизнес-инкубаторы и фонды развития предпринимательства. Развитие технологий позволяет создавать новые формы аккумуляции средств для реализации проектов. И самым трендовым в этом направлении является краудэкономика, более известная нам по старобелорусскому понятию «талака».

Действующее законодательство не содержит определения понятия краудфандинга. В Указе Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 краудфандинг рассматривается как интернет-платформа для взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг, инвесторов и соискателей инвестиций [7].

Известный портал энциклопедических данных приводит следующую формулировку понятия. Краудфáндинг (от англ. crowdfunding, crowd - «толпа», funding - «финансирование») - коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) [8].

В широком обиходе краудфандинг определяется лаконично – народное финансирование, от англ. crowd – «толпа», funding – «финансирование».

Отцом современного краудфандинга называют Махаммада Юнуса, основателя GrameenBank. Его банк объединил под своей крышей более 30 000 человек и открыл возможность для людей с низкими доходами получать стартовый капитал на развитие бизнеса. На текущий момент услугами GrameenBank воспользовались 6 000 000 человек. Сам Мохаммед Юнус удостоен Нобелевской премии мира за вклад в борьбу с бедностью и экономическое развитие человечества.

Что же необходимо для реализации новомодного краудфандингового проекта? Должны быть выполнены следующие условия:

- а) чёткая значимая идея;
- б) финальная сумма денег период сбора ограничиваются четкими рамками;
- в) сфера деятельности не ограничена: искусство, история, туризм, инклюзив, политика;
- г) авторы проектов не гарантируют возврата инвестиций. Бекер может рассчитывать на бонус или благодарность;
- д) конкретный результат или возврат полученных на реализацию проекта деньги.

Следует отметить, что мировой рынок краудфандинга по данным Crowdfunding Industry Report в 2013 году оценивался в 5.1 млрд, то уже в 2015 – превысил 35 млрд долларов. В соседней России рынок краудфандинга за 2017-18 год вырос на 83%. А к 2025 году мировой рынок краудэкономики превысит \$300 млрд [9].

На сегодняшний день известно о существовании в Беларуси трех краудфандинговых площадок. Но работоспособными являются только две: ulej.by, tala-ka.org, что недостаточно для бизнес-сферы страны. Еще два года назад в рамках цифровой трансформации национальной экономики Государственной программой инновационного развития на 2016 – 2020 гг. предусматривалось развитие краудфандинга в качестве интернет- платформ, обеспечивающих развитие бизнес-среды [10]. Государство создало условия для расширения современных методов ведения бизнеса. Но, количество площадок не выросло. Из этого можно сделать вывод о низком уровне знаний соискателей и инвесторов о действующих краудфандинговых платформах в Беларуси и их различиях. К примеру, В зависимости от модели вознаграждения для инвестора можно выделить несколько видов краудфандинга:

- а) без вознаграждения. Предусматривает возможность выражения благодарности инвестируемого в адрес своего инвестора или упоминания инвестора;
- б) с нефинансовым вознаграждением. Так реализована модель англоязычной краудфандинговой площадки Kickstarter;
- с) с финансовым вознаграждением после реализации проекта. Это, так называемый, краудинвестинг.

Чаще всего встречается вторая форма краудфандинга. В этом случае неограниченное количество инвесторов финансирует исполнителя для получения конкретного товара или услуги. [11]. Какие варианты краудфандинга стали возможными в Беларуси, благодаря условиям созданным государством и частной инициативой.

"Улей" - коммерческий проект, близкий к ведущему негосударственному банку страны – ОАО «Белгазпромбанк». Проект реализуется с 2015 года и напоминает национальную локализацию Kickstarter. Принцип прост: авторы идей размещают заявку. Далее ведется сбор средств по принципу Allornothing (Всё или ничего). Таким образом проекты, не набравшие нужную сумму, признаются несостоятельными и средства возвращаются на карты доноров. В интервью автору статьи директор по развитию «Улья» Эдуард Бабарико сказал, что *«краудфандинг - это не только инструмент привлечения средств. Это еще и возможность верификации и тестирования идей»*.

За первый год своего существования через «Улей» собрано почти 100 000 рублей (в денонмированных рублях). К сегодняшнему дню 14 проектов в сферах, связанных с развитием въездного туризма, получили финансовую поддержку. Из наиболее интересных и результативных туристических проектов следует отметить фестиваль истории и культуры "UlmuS" к 1000-летию г.Бреста и идею восстановления улиц Кляшторной и Замковой в Гродно. Историк Мечислав Супрон и проектировщик Сергей Щукин смогли всего за 20 дней собрать через

краудфандинг необходимую сумму для создания проекта реконструкции довоенного микрорайона.

Второй проект "Талакошт" появился незадолго до презентации «Улья», как некоммерческая инициатива. «Талакошт» предлагает выбрать один из двух вариантов финансирования идеи: «Все или ничего» или «Все, что собрано». Первый вариант аналогичен «Улью». Второй вариант заключается в том, что претендент получит деньги, если набирается хотя бы ¼ требуемой суммы. Авторы «Талакошта» акцентируют внимание на некоммерческой составляющей проекта. Главное условие размещения заявок - *«проект должен быть социально значимым, претендент должен обязательно указать, какую проблему он решает.»* - говорит Иван Веденин, креативный директор проекта.

По состоянию на октябрь 2019 года на «Талакоште» размещено 2190 открытых проектов. И только 12 из них - в разделе «Спорт и туризм». Два связаны с реставрацией исторических памятников в Мозыре, которые могут быть привлекательны для религиозного туризма. Еще один связан с ежемесячной поддержкой информационно – туристического портала braslaw.by. Остальные - спортивной направленности.

«Талакошт» не является краудфандинговой площадкой в классическом виде. Главный позитивный момент платформы - сбор команд для реализации проекта. По этой причине «Талакошт» можно отнести к краудсорсинговой площадке.

Краудсорсинг позволяет привлекать к решению инновационных задач широкого круга специалистов, их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий.

Примерные группы самых популярных краудфандинговых проектов белорусских платформ туристической направленности – это организация мероприятий и проектов в сфере событийного туризма. Представлены проекты по организации фестивалей, выставок, экскурсий. Далее идут проекты по сохранению исторического наследия. Именно такой расстановкой приоритетов белорусский краудфандинг кардинально отличается от российского. На on-line платформах России доминируют travelprojects (проекты путешествий) и инфраструктурные. Последние связаны с попытками сбора средств (как правило, частично) на строительство турбаз, кемпингов, скейт-парков, сноуборд-парков, детских площадок. Есть проекты по созданию фильмов и видеороликов о каких-либо дестинациях, путеводителей, аудио- и видео-гидов, сайтов и приложений по бронированию и других технологических новинок, которые можно применить в туризме. И здесь наибольшую заинтересованность в реализации проектов высказывают российские регионы.

В нашей стране такие проекты могли бы оказать существенную помощь в развитии событийного и въездного туризма. Однако, это требует от молодежи инициативы и определенной настойчивости в продвижении проекта. Краудфандинговая платформа всего лишь аккумулирует средства, а вот грамотное продвижение идеи, завоевание симпатии инвестора – все это усилия будущего получателя финансирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Демограф подсчитал, через сколько лет в Латвии не останется латышей// - Рубалтик.ру [Электронный ресурс]. – 2017. Режим доступа: <https://www.rubaltic.ru/news/15052017-demograf-latyshy/>. Дата доступа 06.10.2019.

2. Украинцы ринулись на заработки в Эстонию: число гастарбайтеров выросло в разы// - Информационный портал TVNET (Эстония) [Электронный ресурс]. – 2019. Режим

доступа: <https://rus.tvnet.lv/6495381/ukraincy-rinulis-na-zarabotki-v-estoniyu-chislo-gastarbay-terov-vyroslo-v-razy>. Дата доступа 07.10.2019.

3. Белорусы рванули на заработки в страны Балтии. Кем трудоустраиваются наши соотечественники // - Информационный портал tut.by [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <https://finance.tut.by/news625406.html>. Дата доступа 07.10.2019.

4. First residence permits issued in the EU Member States remain above 3 million in 2018 // - сайт Европейского статистического бюро Eurostat [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10189082/3-25102019-AP-EN.pdf/95e08bc8-476d-1f7d-a519-300bdec438cb>. Дата доступа 28.10.2019

5. Пятая выставка-продажа работ молодых белорусских художников «Осенний салон с Белгазпромбанком» подвела итоги // - сайт проекта «АРТ – Беларусь» [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <https://artbelarus.by/ru/news/463.html>. Дата доступа 29.10.2019.

6. Мурина И. Белорусская молодежь не интересуется политикой и хочет эмигрировать из страны /И.Мурина // - Информационный портал tut.by [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <https://news.tut.by/society/618149.html>. Дата доступа 07.10.2019.

7. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы: Указ Президента Респ. Беларусь, 31 янв 2017 г. № 31 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

8. Что такое краудфандинг // - энциклопедический портал wikipedia [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/краудфандинг>. Дата доступа 10.10.2019.

9. Алексеевских А. Рынок краудфандинга вырос на 83%/А.Алексеевских // - газета «Известия» [Электронный ресурс]. – 2018. Режим доступа: <https://iz.ru/724772/anastasiia-alekseevskikh/rynok-kraudfandinga-vyros-na-83>. Дата доступа 07.10.2019.

10. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. // - портал Совета министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. Режим доступа: http://www.government.by/upload/docs/program_ek2016-2020.pdf. Дата доступа 10.10.2019.

11. Бандык О. Профессионально об актуальном. Краудфандинг: понятие и перспективы применения / О.Бандык // - pravo.by [Электронный ресурс]. – 2019. Режим доступа: <http://www.pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2019/february/32656/>. Дата доступа 07.10.2019.

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ ДЛЯ РАБОТЫ НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ

С.А. Кулеш¹⁾, Е.А. Боровская²⁾

*¹⁾ Белорусский государственный университет,
пр-т Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, e-mail: kuleshsa@bsu.by*

*²⁾ Белорусский государственный университет,
пр-т Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, e-mail: e.borovskaya@tut.by*

С учетом комплексности и неоднородности такого массового событийного мероприятия как выставка, проведен анализ структурной модели формирования выставочной команды компании-экспонента с учетом ряда аспектов. Рассмотрены этапы работы с персоналом на различных этапах (pre-event, event и post-event). Новизна работы заключается в выделении аспектов, влияющих на результативность команды в условиях работы на выставочном павильоне (функциональный, технический и психологический). Выдвинуты рекомендации по адаптации и снижению рисков в работе персонала.

Ключевые слова: выставка; работа на стенде, стендисты, выставочный павильон, планирование.