

КРАУДФАНДИНГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В. А. Заянчковский¹⁾, А. В. Перепелица²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
e-mail: slavazaja@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
e-mail: perepelisa_alexey@mail.ru

Научный руководитель: Е. В. Сошникова

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет,
экономический факультет, г. Минск, Беларусь, e-mail: soshnikova@bsu.by*

В статье озвучены сведения о финансовых технологиях в цифровой экономике. В частности, crowdfunding. Проведен анализ состояния развития краудфандинговых платформ Республики Беларусь на примере платформы Ulej.by.

Ключевые слова: финансовые технологии; crowdfunding; цифровая экономика; платформа; электронная площадка.

CROWDFUNDING IN THE DIGITAL ECONOMY

V. A. Zayanchkovsky¹⁾, A. V. Perepelitsa²⁾

¹⁾ Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: perepelisa_alexey@mail.ru

²⁾ Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: slavazaja@gmail.com

Supervisor: E. V. Soshnikova

*Senior Lecturer, Belarusian State University, Faculty of Economics, Minsk,
Republic of Belarus, e-mail: soshnikova@bsu.by.*

The article provides information about financial technologies in the digital economy. In particular, crowdfunding. The analysis of the state of development of crowdfunding platforms in the Republic of Belarus on the example of the platform Ulej.by.

Keywords: financial technology; crowdfunding; digital economy; platform; electronic platform.

После мирового финансового кризиса 2008 года глубокая интеграция искусственного интеллекта, блокчейна, облачных вычислений и

больших данных с финансами сформировала FinTech, а глубокая интеграция с экономикой сформировала цифровую экономику [2].

В данной работе более подробно будет рассмотрен Crowdfunding как явление финансовых технологий.

Crowdfunding – это способ привлечения денег для финансирования проектов и предприятий. Он позволяет организаторам сбора средств собирать деньги от большого количества людей с помощью онлайн-платформ [3].

Краудфандинговые платформы – это веб-сайты, которые обеспечивают взаимодействие между сборщиками средств (реципиентами) и «толпой», или теми, кто инвестируют средства (донорами) [3].

В Беларуси краудфандинг появился в 2015 году с созданием платформ Ulej (Улей) и Talaka (Талака). Платформа Улей работает по модели краудфандинга за вознаграждение. Платформа Талака дает возможность не только сбора средств, но и поиска новых членов команды проекта или другой помощи в его реализации. Функция сбора средств является на ней второстепенной, и в данный момент платформу нельзя отнести к классическому краудфандингу. С 2015 по 2020 года в Беларуси действовали еще несколько онлайн-платформ, которые давали возможность проектам собирать финансовые средства, но эти площадки либо не стали успешными и распространенными, либо предполагают иную модель сбора средств (например, журнал и платформа Имена). На примере платформы Улей, было описано состояние краудфандинга в Беларуси. На момент 2020 года на платформе Улей было размещено 896 проектов, из которых 866 было завершено [1].

Успешность проектов на Улей растет, для сравнения на мировой платформе Kickstarter – успешность падает. Это говорит о том, что платформы находятся в разных точках жизненного цикла: на мировой площадке все сложнее собрать средства, одновременно популярность и распространение платформы Улей и краудфандинга в Беларуси растет (прежде всего, среди потенциальных спонсоров), а также повышается качество проектов, что приводит к росту доли успешных проектов и значительному росту объема собранных средств (в 2018–2019 собрано в 2.5 раз больше средств, чем в 2016-2017) [1].

Всего на платформе на 2020 года было успешно собрано более 1.7 млн бел. руб., а общий объем внесенных спонсорами средств составил 1.9 млн руб. Всего было совершено 43242 спонсорских взноса, из которых почти 37 тысяч – в успешные проекты.

Среди размещенных проектов за все время наибольшее количество связано с литературой – больше 200 проектов, или 24 % всех проектов. 14 % всех проектов размещены в категории социальных, по 10 % в катего-

риях «Музыка» и «Дизайн». В 2017 году доля социальных проектов была равна доле проектов в сфере литературы – около 18 %, также велика была доля музыкальных и технологических проектов. Доля технологических проектов снизилась с 10 % до 4 % из-за того, что такие проекты не становятся успешными: всего 3 из 33 проектов добились успеха за все время, соответственно, создатели технологических проектов поняли, что краудфандинг на платформе Улей – не лучший путь для финансирования [2].

Подводя итог, можно сказать о том, что классический краудфандинг в Беларуси, представленный прежде всего платформой Ulej, активно развивается. Краудфандинг получает большее распространение среди авторов потенциальных проектов и как способ привлечения финансирования, и как маркетинговый инструмент. Данные показывают, что авторы проектов лучше готовят свои проекты. Популярность краудфандинга в Беларуси растет.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт краудфандинговой площадки «Улей» [Электронный ресурс]. URL: <http://ulej.by> (дата обращения: 05.10.2023).
2. Использование предпринимательскими проектами краудфандинга в качестве маркетингового инструмента / А. О. Пашнин // Молодежь в науке и предпринимательстве [Электронный ресурс]: сборник научных статей VIII международного форума молодых ученых, посвященного 55-летию университета. Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2019. 1 электрон. опт. диск (CD-R). С. 524–527.
3. Lu C. Inferring the impacts of social media on crowdfunding categories and subject descriptors / C. Lu, S. Xie, X. Kong, P. S. Yu // papers of the 7th ACM international conference on Web Search and Data Mining. Proceeding WSDM '14. 014. P. 573–582.