

одним из наиболее востребованных и развитых видов банковских услуг. На степень развития и особенности кредитного процесса, прежде всего, влияет уровень экономического развития страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/> – Дата доступа: 17.04.2019.
2. Кредитование в банках США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://visasam.ru/emigration/canadausa/kredit-v-bankah-ssha.html> – Дата доступа: 17.04.2019.

УДК 334.732.2:655.4/.5

Студ. И.А. Сороко

Науч. рук. доц. Л.Ю. Пшебельская

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

КРАУДФАНДИНГ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Термин «краудфандинг» (англ. crowdfunding) дословно означает «финансирование толпой» или «народное финансирование». Это направление интересно тем, что инвестором в данной ситуации является совокупность людей, не составляющих организацию, в строгом смысле не связанных между собой ни идеологически, ни психологически, ни каким-либо другим образом [1].

Краудфандинг – это, по сути, продажа еще не существующего продукта, например, еще не изданной книги. Также это необычное маркетинговое средство, позволяющее определить точность подбора аудитории для того или иного проекта.

Интерес интернет-пользователей к этой теме возрос в 2013 году. Сегодня на одной из самых известных краудфандинговых площадок «Boomstarter» имеют аккаунты 116 120 спонсоров, которые готовы дать деньги на проекты, а также отмечено 300 литературных проектов как успешные. Такого рода проекты можно найти и на площадке «Planeta».

Среди белорусских краудфандинговых платформ следует выделить *Ulej.by*. За основу создатели *Ulej.by* взяли знаменитую площадку *Kickstarter*, работающую по схеме «Все-или-Ничего», которая подразумевает полный возврат средств дарителям при недоборе нужной суммы. Деньги, накопленные на проекты *Ulej.by*, – это деньги, полученные по договорам дарения, сумма которых при превышении 4 947 рублей облагается подоходным налогом 13%. Комиссия (10%) берется только с успешно профинансированных проектов [2]. По сведениям, предоставленным на сайте, на сегодняшний день отмечено 70 проектов, связанных с издательской деятельностью, которые достигли успеха.

Другое крупное белорусское краудфандинговое пространство – *Talaka.by*. Создатель проекта дает описание того, что он хочет сделать или реализовать, и указывает, в какой помощи он нуждается. Заинтересованные люди содействуют в выполнении задач или принимают участие в спонсировании проекта через сервис Талакошт. Очень важно, чтобы авторы предоставляли информацию о ходе проекта, не утаивая того, что может повлиять на желание донора делать инвестиции.

В Республике Беларусь также существует краудинвестинговая площадка *Investo.by*, увидевшая свет в январе 2015 года. Это финансируемая универсальная краудфандинговая платформа для реализации разного рода проектов: от творческих (фильмов, игр, музыки, дизайна и пр.) до технологических. *Investo* дает спонсорам возможность внести свой вклад в запуск стартапа, а авторам – средство для сбора необходимого объема инвестиций для его реализации. Однако по неизвестным причинам работа этой платформы приостановлена.

Активно осуществляют свою деятельность и западные краудфандинговые издательства – специализированные компании, в которые может обратиться автор с любым проектом. Издательство также проводит рекламную кампанию и привлекает спонсоров. На данный момент там наблюдаются два ключевых направления. Первое – полный отказ от комиссии. В Канаде работает платформа, где авторы не платят комиссию, а деньги для работы сайта поставляются донорами. Второй вектор – развитие нишевых ресурсов: сайтов, на которых спонсируются, например, только музыкальные, только дизайнерские или только спортивные проекты.

Анализ обнаруженных на этих ресурсах данных и, конечно, книжных проектов, предлагаемых для народного финансирования, дал возможность отметить пункты, которые издателям необходимо учитывать.

1. *Народная экспертиза*, или тестирование издательского проекта на жизнеспособность. Краудфандинг дает хороший шанс исследовать спрос на свой продукт, и вместе с тем собственные способности к продаже, убеждению, грамотной презентации и пиару своих идей.

2. *Поддержка интереса к проекту со стороны пользователей*. Для автора это значит, что нужно нанять специалиста, который выполняет определенный комплекс действий: модерацию проекта; своевременное обновление информации; рассылку новостей, связанных с проектом, в социальных сетях и их размещение на официальном сайте издательства; взаимодействие с целевой аудиторией и партнерами; создание фото- и видеоряда с последующим его опубликованием на краудфандинговой площадке и в социальных сетях; организацию и проведение оффлайн-мероприятий для стимуляции активности пользователей; привлечение и отбор волонтеров, в том числе чтобы

запустить «сарафанное радио».

Также издателю следует продумать систему вознаграждения, т.е. того, что партнер заработает за инвестирование той или иной суммы средств. Д. А. Ильенков заметил, что «система вознаграждения прекрасно зарекомендовала себя как эффективный инструмент сбора средств на любые проекты, начиная от креативных и заканчивая сложными технологическими продуктами. Вознаграждение является своего рода стимулом, вызывающим интерес спонсоров и побуждающим их поддерживать авторские идеи. Размер награды зависит от объема перечисленных средств» [3]. Кроме самого продукта, т.е. печатного варианта книги, как вознаграждение могут выступать электронное приложение, возможность поучаствовать в презентации издания или посетить экскурсию по местам, описанным в тексте и т.д.

Создателями литературных проектов могут являться и издательства, и лично сами авторы. Каждый из них старается достичь своих целей. Например, для издательств система краудфандинга – готовый механизм распространения книги еще до ее выпуска. Также можно заметить, какие проекты пользуются спросом и имеют высокий уровень финансирования для составления плана по созданию книжных проектов на будущее.

Для авторов целью является возможность привлечь максимальное внимание к своему творчеству и собрать средства на выпуск книги. По этой причине краудфандинговые площадки в данный момент становятся практически единственным путем для неизвестного автора, чтобы издать свое произведение.

Книжный краудфандинг, предоставляя издательствам реальные возможности издания книг, выход которых был бы невозможен в другой ситуации, приводит к изменению традиционного понимания издательством контакта с целевой (и более широкой) аудиторией читателей и ставит цель найти новые инструменты поддержания интереса к книжным проектам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Краудфандинг: новые возможности книгоиздания [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/35818/1/kd_2015_06.pdf. – Дата доступа: 01.12.2018.

2. Краудфандинг-платформы в Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fcti.by/2017/02/10/9059>. – Дата доступа: 01.12.2018.

3. Ильенков, Д.А. Краудфандинг: модели вознаграждения участников // Экономика и менеджмент инновационных технологий [Электронный ресурс] – 2014. – № 11. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6144>. – Дата доступа: 01.12.2018.