

После произведенных расчетов, наблюдается рост прибыли предприятия, что привело к росту и налога на прибыль. Стоит отметить, что при проведении данных мероприятий на предприятии наблюдается рост чистой прибыли, что показывает на положительное развитие предприятия.

Таким образом, после проведения мероприятий по аутстаффингу и лизингу персонала, чистая прибыль увеличилась на 31187 и 29900 рублей соответственно, тем самым подтвердив свою эффективность.

В заключение хотелось бы отметить, что применение аутстаффинга и лизинга персонала в качестве механизма оптимизации налогообложения является эффективным инструментом, особенно для крупного бизнеса с соответствующими штатными ресурсами, ведь при их применении наблюдается увеличение чистой прибыли, которую предприятие вправе вложить в приобретение нового оборудования либо разработку новой технологии производства, что будет способствовать их дальнейшему развитию и получению большей прибыли.

#### **Список цитированных источников**

1. Аникин, Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учебное пособие/ Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – ИНФРА-М, 2011.
2. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы / Ф. Котлер, Р. Бергер. – 2012. – 143 с.
3. Сафарова, Е.И. Аутстаффинг, аутсорсинг, лизинг персонала: новые технологии в бизнесе. – М.: ЭКСМО, 2010. – 343 с.
4. Данные аутстаффинговой компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<https://outstaffing-sovetnik.ru/outstaffing>. – Дата доступа: 10.12.2018.
5. Данные консалтинговой компании ООО «ДМ-Консалтинг»[Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dmconsulting.ru>. – Дата доступа: 10.12.2018.
6. Данные бухгалтерской отчетности за 2017 год ОАО «Брестский мясокомбинат».

**УДК 336.648**

**Онанчук А. И**

**Брестский государственный технический университет, Брест**

**Научный руководитель: м.э.н., старший преподаватель Макарук О. Е.**

## **КРАУДФАНДИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕСА**

Развитие технологий влияет на все сферы деятельности человека. В особенности эти изменения заметны в области предпринимательства, где все больше и больше инноваций связаны с интернет-технологиями. В области привлечения финансирования и инвестиций таким инструментом стал краудфандинг.

Краудфандинг – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций [1]. Уникальность краудфандинга заключается в том, что этот инструмент финансирования, используя интернет-технологии, позволяет быстро получить небольшие инвестиции от большого количества людей для поддержания проекта и увеличить тем самым финансирование высокорискованного инновационного бизнеса на ранних этапах развития.

В своей простейшей форме краудфандинг является действенной альтернативой более традиционным путям привлечения капитала с помощью единичных инвесторов, банковских кредитов или займов.

Выделяют следующие виды краудфандинга [2]:

– безвозмездный (donation-based, благотворительный). Предполагает простые пожертвования, сбор средств на некоммерческие проекты, как правило, социальные, благотворительные, культурные проекты. При этом вознаграждение отсутствует.

– кредитование (loan-based, P2P). Средства собираются для финансирования физических и юридических лиц, бизнеса. Это онлайн-процесс заключения финансовой сделки, в котором заемщики и кредиторы связываются друг с другом без участия банковской системы. Часто представляет собой P2P-кредитование, процентные ставки обычно ниже, а инвестор может выбрать степень риска, которую готов принять на себя;

– за вознаграждение (reward-based). Подразумевает сбор средств с последующим получением нефинансового вознаграждения. Жертвователи получают вознаграждение в виде продуктов, работ и произведений искусства. Является наиболее распространенным и простым видом краудфандинга;

– краудинвестинг (equity-based, investment-based). Сбор средств, производимый для дальнейшего инвестирования и участия в деятельности компании в будущем. Инвестиции в компанию привлекаются в обмен на акции этой компании. Инвесторы покупают акции, а их инвестиции направляются на развитие предприятия;

– invoice trading. Онлайн-торговля инвойсами/ факторинг подразумевает, что продавец использует неоплаченные счета в качестве залога, чтобы быстро получить финансирование. Финансирование таким способом дешевле и быстрее бизнес-кредитов, овердрафта или традиционных методов краткосрочного финансирования.

Ранее единственным способом добиться финансирования бизнеса или проектной идеи был поиск инвестора. Взамен предоставленных финансовых средств инвестор получал долю в уставном капитале или становился совладельцем компании или проекта. В финансовых терминах речь в этом случае идет об инвестициях.

Краудфандинг на основе вознаграждения обходится без традиционных инвесторов и не требуется отчуждать в чью-либо пользу некую долю капитала или права собственности на компанию (проект). Кампания краудфандинга, основанного на вознаграждении, выстраивается вокруг поиска спонсоров (backers) – обычных людей, оказывающих финансовую поддержку бизнесу, проекту или товару в обмен на нечто, представляющее для них определенную ценность.

Таким образом, спонсоры не инвестируют средства в традиционном смысле и не осуществляют денежное пожертвование. Принимая решение о поддержке проекта, в некоторых случаях люди совершают предварительную покупку продукта.

Мировой тенденцией является преобладание краудлендинга – «peer to peer» кредитования, т. е. онлайн-процесс заключения финансовой сделки, в котором заемщики и кредиторы связываются друг с другом без участия банковской системы.



*Рисунок 1 – Объем краудфандинговых сделок по видам финансирования в мире в 2017г., млрд долл. США [4]*

Кампания краудфандинга проводится на специализированном онлайн-сервисе. Kickstarter и Indiegogo считаются самыми популярными платформами основанного на вознаграждении краудфандинга. Такие платформы могут быть построены на различных принципах финансирования: «все или ничего», «все что есть» или «донорство».

1. «Все или ничего»: вся заявленная в описании проекта сумма, если она собрана в течение отведенного для сбора средств срока, передается автору проекта, иначе средства возвращаются инвесторам и проект считается провалившимся.

2. «Все, что есть»: денежные средства, независимо от того, была ли собрана вся заявленная в описании проекта сумма или только часть, передаются автору проекта, который сам решает, принять ли их в качестве частичного финансирования (в этом случае он будет обязан отчитаться перед инвесторами о результатах проекта) или вернуть вкладчикам.

3. «Донорство»: автор проекта получает все переведенные деньги, не дожидаясь завершения кампании.

В Республике Беларусь краудфандинг представлен такими платформами, как Ulej, Talaka, Maesens, Bysmile и Investo. За два с половиной года на Улье успешно реализовано 136 проектов и около 20 еще собирают свое финансирование. На 29 января 2018 года по успешным проектам собрано 572 тыс. белорусских рублей [3]. Остальные площадки являются некоммерческими и направлены исключительно на социальные и благотворительные проекты.

«Улей» – белорусская Краудфандинговая платформа, позволяющая авторам находить средства на реализацию своих идей. Зарегистрировавшись в «Улье», любой резидент Беларуси старше 18 лет может создать проект и собрать средства на любой коммерческий, образовательный, социальный или благотворительный проект, который может принести пользу и заинтересовать других. Для запуска или финансирования проекта необходим счет в любом белорусском банке [3]. К участию допускаются только те проекты, которые имеют четко сформулированную цель и конкретные временные рамки, а также прототип или эскизы продукта.

В «Улье» действует модель финансирования «все или ничего». Если проект не соберет нужную сумму к определенному сроку, деньги возвращаются бекерам. При этом предлагается следующая схема проведения краудфандинговой кампании [3]:

- автор описывает цель кампании, указывает сумму средств, необходимую для ее реализации, и устанавливает срок финансирования;

- проект проходит обязательную процедуру модерации в течение 3 рабочих дней;

- бекеры, заинтересованные в проекте, перечисляют средства на реализацию проекта. Анонимного участия платформа не предусматривает. Автор проекта может отменить сбор средств до наступления даты завершения кампании, если у проекта нет спонсоров;

- деньги, собранные в «Улье», автор получает на основе договора дарения;

- проект, размещенный в «Улье», не может быть одновременно размещен на других ресурсах по сбору средств.

Если проект собрал необходимое количество денег, то автору необходимо выполнить заявленные обязательства, так как это бизнес-контракт. Если автор не в состоянии сделать этого, то должен вернуть деньги инвесторам.

Краудфандинговые площадки обостряют конкуренцию на кредитном рынке. Однако рынок краудфандинга остается относительно небольшим по сравнению с традиционными финансовыми рынками. Кроме того, краудплощадки часто ориентируются на клиентов, которые по каким-либо причинам не очень интересны банкам. Например, если у человека нет кредитной истории, он иностранец или его проект имеет высокие риски, то, скорее всего, банки вряд ли предоставят ему кредит.

Сами краудплощадки не могут обойтись без банковских сервисов. Дело в том, что средства, собранные для проектов на краудплощадках, аккумулируются на специальном счете в банке-партнере. В случае успешной краудкампании вся собранная сумма перечисляется на персональные счета авторов проекта. Если же необходимые средства собрать не удалось, то они возвращаются инвесторам. Таким образом, банк как посредник полностью не исчезает. Напротив, он является хранителем денег и получает за свои услуги определенную плату. Например, белорусская краудплощадка «Улей» работает с «Белгазпромбанком», которому перечисляет определенную плату за банковское обслуживание проектов.

В международной практике краудфандинг все чаще рассматривается малым и средним бизнесом как способ дополнительного финансирования проектов, не исключая банковс-

кого кредитования. Другими словами, некоторые предприниматели предпочитают привлечь часть необходимых средств на краудплощадках для увеличения степени устойчивости и обеспеченности проекта, а оставшиеся ресурсы получают за счет банковских кредитов. Такие клиенты выгодны банкам, поскольку велика вероятность того, что их проекты действительно интересны общественности. Кроме того, авторы проектов достаточно инициативны, чтобы перейти от идеи к ее реализации.

Таким образом, сотрудничество краудплатформ и банков является примером тесного взаимодействия финтех с традиционными банковскими структурами. Подобное сотрудничество позволяет конечному потребителю получить зачастую более дешевый и одновременно качественный финансовый продукт. В этой связи развитие краудплощадок в Беларуси может формировать не только рынок альтернативного финансирования и обострять конкуренцию, но и создавать условия для внедрения новых банковских продуктов, а также новые формы и варианты взаимодействия субъектов финансового рынка.

#### **Список цитированных источников**

1. Как краудфандинг может стать новым видом предпринимательства в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/kak-kraudfanding-mozhet-stat-novym-vidom-predprinimatelstva-v-belarusi/?mobile=Y>
2. Краудфандинг: тренд глобального масштаба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.plusworld.ru/daily/tehnologii/kraudfanding-trend-globalnogo-masshtaba-2/>
3. Улей – белорусская Краудфандинговая платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ulej.by/>
4. Massolution Crowdfunding Industry 2015 Report <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

**УДК 33**

*Драган М. А.*

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург  
Научный руководитель: к.э.н., доцент Драган Т. М.*

### **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Социальное предпринимательство в Республике Беларусь начинает развиваться в тренде общемировых тенденций, но занимает пока менее 1% (до 300 единиц) от числа предприятий малого и среднего бизнеса в стране (всего 109971 единиц) в 2018 году [1].

В мировой практике социальное предприятие - это предприятие, имеющее социальную миссию и направленное на решение значимых для общества задач.

В Российской Федерации 26.12.2018 года был одобрен законопроект о социальном предпринимательстве, которым предлагается выделить социальное предпринимательство в отдельную область деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства и закрепить понятие «социального предприятия». Также законопроектом определяются критерии отнесения субъектов МСП к социальным предприятиям, специальные формы и виды поддержки социальных предприятий. Предполагается, что принятие законопроекта позволит оказывать адресную государственную поддержку социальным предприятиям [2].

Республика Беларусь декларируется как социально ориентированное государство, и социальные предприятия могли бы разгрузить государственный бюджет в части поддержки социально уязвимых групп населения, но социальных предприятий насчитывается немногим больше 200 и порядок их создания и регистрации аналогичен коммерческим.

Развитию социального предпринимательства как частной инициативы препятствует ряд проблем.

Сегодня в Беларуси отсутствует специальное законодательство, регулирующее деятельность социальных предприятий, в нормативно-правовых документах нет понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» и «социальный предприниматель».