



Фандрайзинг для социально-культурных проектов

Модуль 3. Краудфандинг для социально-культурных проектов

Конспект лекции 3.1

Обзор основных платформ: налоги и стратегии для беларусских проектов в ЕС

Лектор: Дмитрий Егоров

Содержание:

1. Почему проваливаются краудфандинговые кампании.....	2
2. Три модели краудфандинга	2
3. Обзор основных платформ.....	3
4. Комиссии и реальный расчёт	4
5. Налоги и легализация	4
6. Пассивное финансирование: механизмы 1,5% и 1,2%	5
7. Алгоритм выбора платформы.....	5
8. Тренды.....	6

1. Почему проваливаются краудфандинговые кампании

Три частых ответа — плохая идея, слабая аудитория, мало продвижения. Но есть причина, которую называют редко: неправильно выбранная площадка и инструменты. Выбор платформы — не техническая деталь, а решение, которое определяет сразу три вещи:

- Кто сможет заплатить — география, доступные способы оплаты, язык интерфейса.
- Сколько реально останется — комиссия платформы плюс комиссия платёжного оператора; вместе от 1,5% до 15% от собранной суммы.
- Какие обязанности возникают перед налоговой — считаются ли деньги darowizna (подарком) или коммерческим доходом, требуется ли регистрация.

2. Три модели краудфандинга

Модель определяет не только технику сбора, но и психологию донора: почему он даёт деньги и вернётся ли повторно.

	Donation — Пожертвован ие	Reward — Предзаказ/Вознагражде ние	Membership — Подписка/Сообщест во
Логика	Разовая эмоция, вера в проект.	Донор = покупатель. Деньги сейчас, продукт позже.	Ежемесячный платёж за эксклюзив / принадлежность.
Обязательст во	Только благодарность (имя в титрах).	Конкретный материальный результат.	Регулярный контент и коммуникация.
Сильная сторона	Быстрый запуск в кризисной ситуации.	Оценка спроса до создания продукта.	Стабильный доход для планирования бюджета.
Слабость	Разовость — деньги останавливают ся вместе с эмоцией.	Высокий риск потери доверия при срыве сроков.	Требует наибольших ресурсов на поддержание.

Модели комбинируются: медиапроекты часто начинают с donation, чтобы выжить, а потом переходят на membership, чтобы стабилизироваться.

3. Обзор основных платформ

Платформа	Модель	Аудитория / порог	Особенности
Patreon https://www.patreon.com/	Подписка	Глобальная / НКО и медиа	Минусы: комиссия ~15%, слабый поиск. Плюсы: привычное к регулярным донатам сообщество.
Zrzutka.pl https://zrzutka.pl/	Пожертвование	Польша / физлица (BLIK)	Минусы: разовая логика. Плюсы: 0% комиссии платформы, лёгкий старт, без юридической регистрации.
Patronite.pl https://patronite.pl/	Подписка	Польша / беларусская диаспора	Минусы: требует системы наград. Плюсы: польскоязычный интерфейс, аналог Patreon.
Kickstarter https://www.kickstarter.com/	Вознаграждение	Глобальная / высокий порог	Всё-или-ничего. Работает только для резидентов Польши (не для Литвы).
Gronka.org https://gronka.org/	Вознаграждение / пожертвование	Беларусы	Минусы: политический риск (была признана «экстремистской»). Плюсы: беларусский интерфейс и аудитория.
GlobalGiving https://www.globalgiving.org/	Пожертвование	Международная / западные доноры	Минусы: сложная верификация НКО, комиссия 12–15%. Плюсы: доступ к корпоративным донорам.

Stripe <https://stripe.com/> — не платформа, а платёжный инструмент для сбора через собственный сайт: комиссия ~2,9% плюс фиксированная сумма за транзакцию, полный контроль над дизайном и данными доноров, но требует технических знаний и собственного трафика.

4. Комиссии и реальный расчёт

Реальная стоимость всегда больше номинальной комиссии платформы: к ней добавляется комиссия платёжного оператора. При планировании цели сбора стоит закладывать эту разницу — например, для сбора 5 000 евро нужно ставить сумму больше с учётом комиссий. **(См. дополнительный материал.)**

5. Налоги и легализация

Где проходит юридическая граница

	Подарок (darowizna)	Продажа (коммерческий доход)
Условие	Донор не получает ничего материального взамен.	Конкретный продукт или услуга в обмен на деньги.
Примеры	Благодарность, имя в титрах, публичное упоминание, ранний доступ к общедоступному контенту.	Книга с автографом, кружка с логотипом, эксклюзивный контент только для подписчиков.
Налог	Не возникает (в пределах лимитов страны).	Может трактоваться как коммерческая деятельность.

Польша и Литва

	Польша	Литва
Лимит для физлиц	5 733 зл от одного донора за 5 лет без налога. При превышении — декларация SD-3 в течение месяца.	24 NPD (необлагаемый минимум доходов) в календарный год без налога.
НКО	Donations на уставные цели свободны от налога.	Тот же принцип: без вознаграждения — donation без налога.
Главный риск	Серая зона: считается ли благодарность (кружка, книга с автографом) продажей.	При регулярных сборах налоговая может переквалифицировать donations в доход — регулярность и объём имеют значение.

*Лайфхак: если есть сомнения насчёт благодарности-вознаграждения, в Польше можно обратиться за индивидуальной налоговой интерпретацией — это стоит 40 зл и защищает от санкций, если действовать согласно полученному ответу, даже если позже выяснится нарушение. **(См. дополнительный материал с инструкцией по подаче.)***

6. Пассивное финансирование: механизмы 1,5% и 1,2%

	Польша — 1,5% (OPP)	Литва — 1,2%
Механизм	Налогоплательщик перенаправляет 1,5% подоходного налога организации со статусом OPP.	Перенаправление 1,2% подоходного налога.
Барьер	Требуется статуса OPP, которого нет у большинства белорусских НКО.	С 2025 года доступно только организациям с официальным статусом NVO.
Решение	Fundacja Fanimani выступает посредником для организаций без статуса OPP (комиссия — 10% от собранного).	Требуется предварительной регистрации и выполнения условий статуса NVO.

Эти механизмы не заменяют краудфандинг, но могут стать стабильным финансовым фоном для него.

7. Алгоритм выбора платформы

Прежде чем открывать страницу любой платформы, стоит ответить на четыре вопроса:

- **Юридический статус?**

Физлицо в Польше — Zrzutka, Patronite, Kickstarter.

НКО в Польше — все платформы + Fanimani.

НКО в Литве — механизм 1,2%.

- **Формат сбора?**

Разовый сбор — Zrzutka или Kickstarter.

Постоянная поддержка и сообщество — Patronite или Patreon.

- **Где аудитория?**

Польско-беларусская диаспора — Zrzutka, Patronite, Gronka, BYSOL.

Западные доноры/корпорации — GlobalGiving, Patreon.

Собственный трафик и сайт — Stripe.

- **Есть ли материальное вознаграждение?**

Да (книга, альбом) — Kickstarter, Gronka, Patronite (reward-модель).

Нет (идея, миссия) — Zrzutka, BYSOL (donation-модель).

Для начала стоит выбрать одну платформу: лучше сделать одну кампанию хорошо, чем три — провалить. При росте можно комбинировать, например, разовый сбор на Zrzutka плюс постоянная поддержка на Patreon.

8. Тренды

- **Мейнстрим** — краудфандинг перестал быть маргинальным, особенно быстро растёт среди молодой аудитории.
- **Личный бренд побеждает институциональный** — люди донатят тому, кому доверяют лично, а не организации.
- **Membership** — недоиспользуемый инструмент: готовность давать регулярно есть, но пользуется ею пока небольшая доля.
- **Прозрачность как конкурентное преимущество** — доноры всё чаще хотят знать не только зачем собираются деньги, но и куда они пошли.

Модель важнее платформы: одна хорошо сделанная кампания лучше трёх провальных. В следующей лекции — коммуникация в краудфандинге: как формулировать посыл, строить страницу кампании и писать апдейты донорам.