

**КРАУДФАНДИНГ КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ**  
CROWD-FUNDING AS A NEW SOURCE OF FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITY  
IN AGRICULTURE

**Болдарук Д.Ю.\***, аспирант  
Boldaruk D.Y., Post-graduate student  
**Болдарук И.И.**, научный сотрудник  
Boldaruk I.I., Researcher

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**  
Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia  
\*E-mail: [ya\\_stiker@mail.ru](mailto:ya_stiker@mail.ru)

**АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается новый источник финансирования инновационной деятельности в сельском хозяйстве для Российской Федерации. Рассмотрены характеристики краудфандинга, его преимущества и недостатки. Приведены примеры реального использования данного инструмента. Описаны перспективы развития нового источника финансирования на рынке.

**ABSTRACT**

In article the new source of financing of innovative activity in agriculture for the Russian Federation is considered. Characteristics of crowd funding, its advantage and shortcomings are considered. Examples of real use of this tool are given. Prospects of development of a new source of financing in the market are described.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА**

Краудфандинг, открытые инновации, финансирование инновационной деятельности, малые предприятия, институты развития.

**Key words**

Crowd-funding, Open innovation, Financing innovation, Small businesses, Institutions of development.

Финансирование инновационной деятельности можно назвать ключевым моментом переходом от научного исследования, новации в инновацию. Основными источниками финансирования являются конкурсы и гранты по поддержке научно технической деятельности. А так же собственные средства изобретателя или заемные средства.

Получение средств на инновационную деятельность и приобретение инноваций является важным вопросом в сельском хозяйстве. По итогам 2014 года объем кредитных ресурсов, выданных сельхозпроизводителям по России составил 3 609 млрд.рублей, что на 15,56 % ниже показателей 2013 года. Но не стоит забывать, что последние 5 лет объемы кредитования сельского хозяйства росли стабильно в среднем на 13,69 % [9]. Снижение кредитования регионов более существенное, у новосибирских сельхозпроизводителей, общий объем выданных кредитов составил порядка 8 млрд.рублей, что на 25% ниже показателей 2013 года [12]. Вследствие чего сельскохозяйственным предприятиям приходится либо откладывать свою инновационную деятельность на более благоприятные период или же брать на себя риски и увеличивать сроки создания инновации. Выходом из данной ситуации является метод открытых инноваций.

С начала 2000-х годов в мировой практике выведения инноваций на рынок, начала набирать обороты модель открытых инноваций [3] (Краудсорсинг и Краудфандинг) тенденция финансирование проектов за счет средств потребителей – краудфандинг (народное финансирование).

Краудсорсинг – это передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью сети Интернет. [7]

Краудфандинг - это 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). [7]

Цели: Изучить новый вид финансирования инновационной деятельности для сельского хозяйства.

Задачи:

1. Исследовать предпосылки возникновения модели открытых инноваций
2. Дать характеристику краудфандингу.
3. Выделить преимущества и недостатки данного инструмента.
4. Внести дополнения в классификацию источников финансирования инновационной деятельности.
5. Изучить последствия использования данного инструмента в России и зарубежом.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Создание стратегий управление инновациями является неотъемлемой частью большинства предприятий. При повышенной конкуренции, организационное управление компанией эволюционирует, приводя к более эффективным взаимосвязям с окружающей средой. Таким примером является переход от закрытых инноваций к открытым.

Модель «закрытых инноваций» прекрасно работала более столетия. Крупные компании собирали с рынка лучшие научно-технические кадры и запускали у себя полный НИОКР цикл - от фундаментальных исследований до прикладных разработок. Весь путь от идеи до продукта совершался в стенах одной корпорации. Ставкой в гонке расходов на корпоративную науку было технологическое и рыночное лидерство, подкрепляемое внушительной стопкой патентов.

Слабости у закрытой модели тоже были. Огромные НИОКР бюджеты технологических грандов не защищали от появления «новичков», которые, не обладая сопоставимыми ресурсами, временами могли забирать заметную долю рынка. Срок жизни продукта на рынке становится все короче, поэтому решающую роль начинает играть скорость вывода новых продуктов на рынок. Стало быть, небольшие мобильные технологические компании получают преимущество перед лабораториями крупных корпораций. [2]

Радикальный поворот в сторону открытых инноваций заложила Procter & Gamble еще в 2000 году. Обнаружив, что на каждого ее сотрудника в мире приходится, по крайней мере, по двести ученых и инженеров, которые ничем не хуже. А значит, это разумно будет дополнить 7,5 тысяч исследователей внутри корпорации полутора миллионами внешних. В итоге сейчас половина инновационных продуктов Procter & Gamble создается внешними изобретателями. [3]

«Невозможно сделать так, чтобы все умные парни работали на вас, - а значит, нужно научиться работать с умными парнями как внутри, так и вне вашей компании!» - такой вывод сделал Генри Чесбро, профессор Калифорнийского университета (Беркли), в своем исследовании [4] в 2003 году. С его легкой руки в корпоративной среде вошло в обиход новое понятие - «модель открытых инноваций». Модель предполагает, что компания при разработке новых технологий и продуктов не только рассчитывает на собственные внутрикорпоративные НИОКР, но и активно привлекает инновации и компетенции извне. Не то чтобы американский профессор придумал эту модель - он просто первым подробно описал то, что происходило с крупными корпорациями в США с середины 1990-х годов: все большая доля инноваций рождается не в «секретных» корпоративных лабораториях, а берется ими тем или

иным способом с рынка. Почти 40% новых разработок в США делается малыми и средними компаниями. Причем оставшиеся 60% - это не только целиком собственные разработки крупных корпораций, но и купленные ими ранее с рынка малых стартапов и доведенные до конечного продукта [3]. Данные предпосылки привели к созданию открытой инновационной модели.

Создание модели открытых инноваций - в значительной мере вопрос коммуникаций корпорации с внешней средой. Западные компании, например, давно научились разговаривать с нею посредством технологических дорожных карт (roadmaps). Это своего рода технологическая интерпретация маркетингового плана компании на очень далекую перспективу - двадцать лет и далее. С помощью карты можно увидеть, какие тренды способны убить компанию, скажем, через пять лет, как этого избежать и где спрятаны точки роста. Этим документом, с которым может ознакомиться любой желающий, компания показывает, какого рода продукты, с какими приблизительно характеристиками и в каком примерно году она собирается вывести на рынок, какие технологии ей для этого необходимы. Это как ненавязчивое приглашение внешним разработчикам подключиться к процессу и помочь с решением какой-нибудь отдельной «подзадачи».

«Когда компания называет какие-то свои технологические проблемы, рынок на это откликается. У корпоративной науки может не хватить кругозора, чтобы подумать обо всех аспектах: она будет решать проблему «в лоб», хотя, возможно, существуют десятки обходных вариантов. Ведь основные достижения в науке и технике совершаются за счет пересечения технологий в процессе конкурентной борьбы. Обзор инноваций Великобритании показывает, что 54% исходных знаний и информации для инновации, получается, от конкурентов [5].

Однако модель не стоит идеализировать. Ее запуск и поддержка - сами по себе нетривиальные управленческие задачи. От того, кто возьмется руководить этим направлением внутри компании, потребуется особая квалификация. Ведь ему придется распределять задачи и управлять большими коллективами, часть из которых ему организационно не подчинена, а иногда и вовсе находится за пределами его страновой юрисдикции. Не случайно бизнес одним из главных изъянов модели называет именно управленческий риск. Что станет серьезной проблемой для сельского хозяйства, так как с подобной деятельностью оно не сталкивалось.

Что же до малых предприятий, они активно используют модель открытых инноваций и такие инструменты, как аутсорсинг и краудсорсинг. Передача организацией на основании договора определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании и передача определённых производственных функций неопределённому кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора.[7]

Малые сельскохозяйственные предприятия постепенно начинают использоваться метод привлечения финансирования краудфандинг. Эти средства идут на приобретения оборудования или закупки ресурсов для производства продукции. Что дает им возможность не прибегать к использованию заемных средств, а так же облегчает управление привлеченными средствами и дополнительно расширяет клиентскую базу и проводит рекламу предприятия и его продукции.

Краудфандинг — деятельность по поиску и привлечению финансирования от большой группы лиц посредством сети Интернет. Термин бытует с 2006 года и образован по аналогии с «краудсорсингом» (коллективный труд посредством сети Интернет) [15]. За исключением новейших технологических особенностей, деятельность по сбору средств с широкого круга лиц не нова и существует, по-видимому, столько же, сколько существуют деньги и другие оборотные ресурсы.

В эпоху до Интернета аналогом «краудфандинга» было понятие «сбора средств по подписке». Общим принципом краудфандинга является прямое взаимодействие лица-получателя финансирования (реципиента) с лицами, предоставляющими финансирование (донорами). Обеспечивающий это взаимодействие интернет-посредник между сторонами (оператор) выполняет ограниченную роль, начиная от

передачи информации между сторонами и заканчивая предоставлением средств расчетов и учета финансирования и обязательств сторон, как правило, не выступая стороной по сделке. Это принципиально отличает краудфандинг от таких сходных явлений, как, например, микрофинансирование, где финансовым донором является кредитное учреждение-оператор схемы.

С технологической точки зрения, краудфандинг является разновидностью электронной коммерции, где предметом покупки выступают не товары и услуги, а обязательства продавца употребить средства так, как он заявляет.

Краудфандингу, как правило, свойственно отсутствие ограничений или крайне низкие ограничения по минимальному количеству вкладываемых денег и по кругу лиц, которые могут участвовать в финансировании. Как правило, права донора являются неотчуждаемыми за исключением ситуаций, предусмотренным общими нормами гражданского права.

К краудфандингу относят все виды финансирования:

1. Безусловно-возвратное (долговое и акционерное)
2. Условно-возвратное (производные ценные бумаги, предоплата товара)
3. Безвозмездное (грантовое) финансирование.

В настоящее время существует свыше 450 организаций-операторов [14], организующих финансирование по модели краудфандинга. Пример крауд-платформа для сельскохозяйственных проектов и технологий. Бета-версия сайта AgFunder [8] принимает предложения от «наиболее многообещающих» сельскохозяйственных и технологических (при этом связанных с сельским хозяйством) стартапов по всему миру.

На территории России специализированной платформы для сельского хозяйства нет, но зато есть реализованные проекты. Работающие две краудфандинговые платформы Boomstarter и Planeta.ru имеют опыт финансирования сельскохозяйственного проекта «Сладкая кукуруза в початках. Семена и оборудование.» [11]. В Орловской области Верховского района в селе Нижний Жерновец, требовалось собрать 150000 рублей на закупку семян к сезону и оборудование для варки початков и упаковки их в вакуумную упаковку. За 90 дней они собрали 151950 рублей для реализации своего проекта. Инвесторы же получали поощрение в виде 1 початка кукурузы за 10 инвестированных в проект рублей. Так же проект обеспечил местных жителей сезонной работой.

Второй более успешный проект «Крем-мед с ягодками. Оборудование для пасеки» [10] собрал 454848 рублей за 90 дней из необходимых 150000 рублей. Данная сумма требовалась на закупку оборудования из Германии для приготовления готовой продукции. Поощрением в виде готовой продукции люди получали инвестировавшие в проект от 500 рублей.

Такой результат привлеченных средств на закупку оборудования, будет благоприятно сказываться на использование данного метода в сельскохозяйственных предприятиях в условиях, когда Российский рубль упал почти в два раза по отношению к Американскому доллару и евро.

На конец 2014 года цена новой сельскохозяйственной техники, на некоторые виды цена уже поднялась на 15-20% [12]. К тому же, традиционно перед сезоном полевых работ растут цены на горючее. При этом, нужно учитывать возможную не урожайность, пример в 2014 году примерно в трети районов области был недобор урожая зерна. В таких условиях актуальность использование модели открытых инноваций становится все актуальнее для сельскохозяйственных предприятий.

Преимущества краудфандинга для сельского хозяйства [13]:

1. Скорость привлечения средств. За короткие сроки, зачастую это 90 дней, можно получить полное финансирование проекта.

2. Позволяет оценить общественный интерес до запуска нового продукта. С точки зрения бизнеса в сельском хозяйстве трудно оспорить это преимущество. Обычно предприниматели могут лишь строить догадки по поводу успеха нового товара, основываясь на интуиции или маркетинговых исследованиях. С помощью

краудфандинга можно проверить жизнеспособность продукта и обоснованность своих концепций, не вкладывая в это деньги.

3. Позволяет найти людей заинтересованных в проекте. Которые в дальнейшем могут предоставить большие инвестиции или же внести вклад интеллектуальным трудом.

4. Сохраняет долю в уставном капитале. Инвесторы обычно требуют отказаться от части компании или акций продукта, в обмен на свою поддержку и часто ожидают быстрого возврата инвестиций. Краудфандинг, же предоставляет вам полную творческую и коммерческую независимость.

5. Возможность получить большее количество средств, чем нужно для реализации проекта.

6. Снижение рыночных рисков. При неудачной компании по сбору средств, вы ничего не теряете. Издержки могут касаться только имиджа, и всегда можно попробовать заново с улучшенной презентацией и усовершенствованной концепцией. Что важно для сельскохозяйственных предприятий так, как имеют много не контролируемых рисков (к примеру, погодных).

7. Дает возможность расширить клиентскую базу и получить конечных потребителей продукта.

Недостатки краудфандинга для сельского хозяйства [13]:

1. Управленческие риски. Работа с большой группой лиц. Так как проект представляется не профессиональным инвесторам, а более широкой аудитории - конечным потребителям, то для успешного взаимодействия с ними требуется широкий спектр знаний от маркетинга до пиара.

2. Полная открытость и предоставление прототипа на обозрение публики, чем могут воспользоваться конкуренты и попробовать реализовать инновацию собственными средствами.

3. Краудфандинг, как и ускоряет вывод инноваций на рынок, так и увеличивают шансы на появления схожих проектов, которые раньше вас могут выйти на рынок. Как упоминалось выше, в современной ситуации с уменьшением заемных средств для сельскохозяйственных предприятий, увеличиться время на создание инноваций, что приведет к тому, что инновацию может реализовать конкурирующее предприятие.

4. Так как проект предоставляется широкой публики, она не всегда сможет компетентно оценить возможности предприятия перед поставленными им задачами для реализации проекта. Может потребоваться больше времени, денег и усилий, чем предполагалось изначально. Вследствие чего может пострадать ваша репутация. А так же вы будете нести ответственность, за не исполнение условий публичной оферты.

Раскрывая характеристику нового метода привлечения средств для сельского хозяйства. Стоит так же дополнить существующие уже классификации. За основу была взята классификацию источников финансирования инновационной деятельности [1].

Классификация источников финансирования инновационной деятельности в сельском хозяйстве:

1. Собственные средства.

а. Нераспределенная прибыль.

б. Эмиссия прав собственности (Эмиссия привилегированных акций; Эмиссия обыкновенных акций; Доли и паи).

2. Привлеченные средства.

а. Заемные средства

-Займы.

-Банковские кредиты (Инвестиционные ссуды; Лизинг; Форфейтинг; Гарантии).

-Коммерческие кредиты.

б. Благотворительность.

в. Гранты.

г. Субсидии.

д. Краудфандинг.

## ВЫВОДЫ

Краткосрочным последствием станет резкий рост доступного капитала для стартапов. По странам Европы проходят реформы нацеленные на упрощение работы с моделью открытых инноваций и в течение ближайших 3–4 лет, они будут завершены в Великобритании.

Где краудфандинг будет урегулирован окончательно, можно будет наблюдать резкий рост инновационной активности и уход инновационного потенциала региона на другие рынки. Что заставит другие страны провести у себя аналогичные реформы, чтобы создать механизм против ухода своих стартапов (в настоящее время такие планы разрабатываются в Италии, Франции, Голландии и обсуждаются в Германии) [6].

По мнению аналитического центра при правительстве Российской Федерации, к 2020 году объём денежных средств, инвестируемых квалифицированными инвесторами — физическими лицами в стартапы через механизмы краудфандинга в США и Великобритании, превзойдет текущие объёмы прямых инвестиций в стартапы через механизмы ангельского инвестирования в 4–6 раз. Практически весь объём новых денег поступит от инвесторов, которые в настоящий момент не инвестируют в стартапы из-за отсутствия удобного для них механизма инвестирования и доступа к информации о стартапах. Популяризация сбора средств для сельхоз предприятий уже замечена на Российских краудфандинговых платформах.

Так же аналитический центр делает прогноз по миру, что к 2020 году среднее время, необходимое стартапу для привлечения инвестиций до 500000 долларов, сократится до 21 дня с момента начала размещения [6]. Такая доступность капитала для сельского хозяйства, в частности малого и среднего предпринимательства, возможно, станет основным способом привлечения средств.

Последствия для России, выделяют два направления влияния краудфандинга. Первый — это доступность капитала для стартапов.

Второй, влияя на деятельность институтов развития Российской Федерации. Те институты развития, которые предлагают сельскохозяйственным предприятиям инвестиции (Россельхозбанк, фонды грантовой деятельности, сельскохозяйственные технопарки и другие региональные институты развития), окажутся в ситуации, когда стартапы будут предпочитать быстрые краудфандинговые деньги без дополнительных условий, деньгам полугосударственных организаций, которые очень долго выдаются и тянут за собой массу ограничений.

Деятельность институтов развития по поддержке механизмов развития рынка, так или иначе связанная с обменом информацией (конкурсы, конференции, семинары, и так далее), также будет все менее востребована за счет роста общей информационной прозрачности и деловой грамотности предпринимателей. Эта тенденция в России обозначается уже сейчас. Возможно, что единственной полезной деятельностью институтов развития в этих условиях будет предоставление стартапам инфраструктурных ресурсов (дорогостоящего оборудования, помещений и так далее), поскольку все остальные услуги будут неконкурентоспособны [6].

Использование краудфандинга в сельскохозяйственных предприятиях снизит производственные риски при создании, выводе или приобретении инноваций, и позволит иметь быстрые деньги без дополнительных условий. Косвенными эффектами будут являться: расширение клиентской базы и рекламирование своей продукции.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. А.А. Голубев. Экономика и управление инновационной деятельностью: Учебное пособие. — СПб : СПбГУ ИТМО, 2012. — С. 26.
2. Болдарук Д.Ю., Михалев Г.С. Интеграция бизнеса с внешней средой на основе модели открытых инноваций [Текст] / Болдарук Д.Ю., Михалев Г.С. – материалы X межрегиональной научно-практической конференции студентов, аспирантов и

- молодых ученых «Актуальные проблемы развития потребительского рынка» - КГТЭИ - Красноярск, 2012. – С. 165-169
3. Денисов Д. Вход для посторонних // Бизнес-журнал. - Москва, 2011. - С. 50-55.
  4. Chesbrough H. W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. - Cambridge, MA: Harvard Business School Publishing, 2003
  5. Dodgson, Mark, David Gann, and Ammon Salter. Think, Play, Do: Technology, Innovation, and Organization. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 2005, p. 171.
  6. Аналитический доклад - Четыре мобильности: вызовы России в 2015–2030 [Электронный ресурс] <http://ac.gov.ru/files/publication/a/1711.pdf>
  7. Википедия - свободная общедоступная мультязычная универсальная интернет-энциклопедия [Электронный ресурс] <http://ru.wikipedia.org>
  8. Краудинвестинговая платформа для агропроектов [Электронный ресурс] <http://agfunder.com/>
  9. Общие объемы кредитования юридических лиц-резидентов и индивидуальных предпринимателей в рублях по видам экономической деятельности и отдельным направлениям использования средств (всего по Российской Федерации) [Электронный ресурс] [http://cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TbIID=302-01&pid=sors&sid=ITM\\_27910](http://cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TbIID=302-01&pid=sors&sid=ITM_27910)
  11. Проект. Крем-мед с ягодами. Оборудование для пасеки [Электронный ресурс] [http://boomstarter.ru/projects/85183/krem-med\\_s\\_yagodkami\\_oborudovanie\\_dlya\\_paseki](http://boomstarter.ru/projects/85183/krem-med_s_yagodkami_oborudovanie_dlya_paseki)
  12. Проект. Сладкая кукуруза в початках. Семена и оборудование. [Электронный ресурс] [http://boomstarter.ru/projects/120791/sladkaya\\_kukuruza\\_v\\_pochatkah\\_semena\\_i\\_oborudovanie](http://boomstarter.ru/projects/120791/sladkaya_kukuruza_v_pochatkah_semena_i_oborudovanie)
  13. РосБизнесКонсалтинг, Новосибирские аграрии почувствовали нехватку кредитов [Электронный ресурс] [http://nsk.rbc.ru/nsk\\_topnews/13/01/2015/960878.shtml](http://nsk.rbc.ru/nsk_topnews/13/01/2015/960878.shtml)
  14. Российский сервис краудфандинга - Planeta [Электронный ресурс] <http://planeta.ru/planetarium/blog/107296>
  15. Ryan Caldbeck. Crowdfunding Trends: Which Crowdfunding Sites Will Survive. [Электронный ресурс] <http://www.forbes.com/sites/ryancaldbeck/2013/06/23/crowdfunding-trends-which-crowdfunding-sites-will-survive/>
  16. WordSpy. Crowdfunding. Earliest Citation. [Электронный ресурс] <http://www.wordspy.com/words/crowdfunding.asp>