

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРАУДФАНДИНГОВОЙ МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ
В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ****Наталья Георгиевна ФИЛИМОНОВА^а, Мария Георгиевна ОЗЕРОВА^б,
Ирина Николаевна ЕРМАКОВА^{с,*}**

^а доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой организации производства, управления и предпринимательства на предприятиях агропромышленного комплекса, Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Российская Федерация
natali_f08@mail.ru

^б кандидат экономических наук, доцент кафедры организации производства, управления и предпринимательства на предприятиях агропромышленного комплекса, Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Российская Федерация
ozerova_m71@mail.ru

^с кандидат экономических наук, доцент кафедры организации производства, управления и предпринимательства на предприятиях агропромышленного комплекса, Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Российская Федерация
irena-erm@rambler.ru

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 27.07.2017

Получена в доработанном
виде 21.09.2017

Одобрена 18.10.2017

Доступна онлайн 15.11.2017

УДК 338.434

JEL: Q14

Аннотация

Предмет. Организационно-экономические аспекты краудфандинга применительно к финансированию проектов в сельском хозяйстве, приводятся методические рекомендации по разработке и осуществлению краудфандинговой схемы привлечения ресурсов на селе.

Цели. Разработка методических рекомендаций по организации краудфандинговой модели финансирования инновационных и инвестиционных проектов с учетом отраслевых особенностей сельского хозяйства.

Методология. Исследование проводилось с применением общенаучных методов анализа и синтеза, использованы статистические и аналитические данные о результатах деятельности краудфандинговых площадок.

Результаты. Раскрыта специфика краудфандинговой модели финансирования применительно к отраслевым особенностям сельского хозяйства, предложены рекомендации по организации краудфандинговой кампании по привлечению средств в бизнес-проекты на селе.

Область применения результатов. Рекомендации могут быть использованы сельскохозяйственными товаропроизводителями и другими предпринимателями на селе при принятии решения о выборе краудфандинговой модели финансирования инвестиционных и инновационных проектов в аграрной сфере.

Выводы. Краудфандинг, являясь перспективным инструментом финансирования инновационных и инвестиционных проектов в аграрной сфере, требует учета отраслевых особенностей сельского хозяйства, обуславливающих выбор конкретной модели краудфандинга и организацию этапов проведения краудфандинговой кампании. Такими особенностями выступают: локальная ограниченность круга лиц, заинтересованных в продукции и результатах проекта; невысокий по сравнению с другими отраслями уровень рентабельности проектов; длительность производственного цикла и большой срок окупаемости.

Ключевые слова: сельское хозяйство, краудфандинг, краудинвестинг, краудфандинговая площадка, краудфандинговая кампания

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2017

Для цитирования: Филимонова Н.Г., Озерова М.Г., Ермакова И.Н. Особенности применения краудфандинговой модели финансирования в сельском хозяйстве // Финансы и кредит. – 2017. – Т. 23, № 42. – С. 2523 – 2537.
<https://doi.org/10.24891/fc.23.42.2523>

Одним из приоритетных направлений является стимулирование инвестиционной экономического механизма аграрного сектора деятельности. В связи с выделением в

Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. подпрограммы «Техническая и технологическая модернизация и инновационное развитие» наметились положительные сдвиги в проведении технического перевооружения предприятий, увеличении числа посевов селекционных сортов, применении современных комплексных технологий производства сельскохозяйственной продукции, финансировании крупных инвестиционных проектов в отрасли животноводства. Однако широкомасштабного развертывания инвестиционных процессов пока не происходит в связи с недостаточной финансовой помощью со стороны государства. Как отмечают И. Ушацев, А. Серков, В. Маслова и В. Чекалин в своем исследовании, объемы инвестиций из бюджетов всех уровней сократились с 9,1 млрд руб. в 2010 г. до 8,7 млрд руб. в 2015 г. [1].

Основными источниками инвестиционных вложений для большинства российских сельскохозяйственных производителей по-прежнему служат прибыль и кредитные ресурсы. Рост объемов привлеченных средств в качестве источников инвестирования в сравнении с 2010 г. составил 12,3%¹. Доступность кредитов вследствие государственного субсидирования процентных ставок привела к изменениям финансового состояния предприятий аграрного сектора, а именно: 1) увеличению доли банковских кредитов в формировании оборотных средств; 2) уменьшению в активах предприятия собственных средств.

Рост привлеченных средств у предприятий аграрного сектора выявил проблему, связанную с отсутствием достаточного количества кредитных институтов. В настоящее время АО «Россельхозбанк» и ПАО «Сбербанк» обслуживают около 78,5% кредитов, взятых аграриями.

Выходом из сложившейся ситуации является поиск альтернативных инструментов финансирования инвестиций. Одним из таких инструментов может выступать «народное финансирование» – краудфандинг².

Исследователи феномена краудфандинга рассматривают его как разновидность краудсорсинга (использование для решения проблем бизнеса, государства или общества способностей широкого круга лиц, привлеченных на добровольных началах и, как правило, с применением информационных технологий). В частности, такой точки зрения придерживаются Дж. Хау, С.Р. Седельников, А.Н. Сивакс [2–4].

По мнению Дж. Хау [2] и Н.А. Ларионова [5], сущность краудфандинга заключается в финансировании проекта или бизнеса за счет привлечения денежных вкладов от большого числа людей, осуществляемого чаще всего через интернет-ресурсы.

О растущей роли «народного финансирования» свидетельствует быстрый рост числа краудфандинговых площадок. По данным исследовательской группы компании Massolution, в 2010 г. в мире существовало около 200 площадок, на которых было профинансировано проектов на общую сумму 854 млн долл. США, через пять лет – в 2015 г. – в интернет-пространстве действовало более 1 250 краудфандинговых площадок с общим объемом сбора финансовых средств 34,4 млрд долл. США. По прогнозам в 2016 г. объем индустрии увеличится еще вдвое и составит 96 млрд долл. США³.

Крупнейшие краудфандинговые площадки расположены в Соединенных Штатах Америки, на них реализовать свои бизнес-интересы могут представители любой страны (самостоятельно либо через посредника) в качестве доноров или реципиентов. Так, крауд-площадка Kikstarter объединяет более 12 млн чел., успешно поддерживающих

¹ Данные Росстата. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096652250

² В переводе с англ. crowd – толпа и funding – финансирование.

³ Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Real Estate Crowdfunding Industry Report. URL: http://reports.crowdsourcing.org/?route=product/product&product_id=52

творческие проекты, число которых превысило 120 тыс., а объемы финансирования около 3 млрд долл. США.

В России первой краудфандинговой платформой стал проект Kroogi, основанный в 2007 г. Сегодня лидерами бизнеса являются Planeta.ru и Boomstarter. Построенные по образу американских платформ они предоставляют своим пользователям большое количество методических пособий, используя которые, даже новичок может добиться успеха в мире народного финансирования.

В последние годы появились специализированные платформы, продвигающие проекты в области сельского хозяйства, основными из них являются американские Barnraiser и AgFunder.

На российском рынке отдельных нишевых платформ для аграриев пока нет, однако интерес к краудфандингу как источнику привлечения средств на стартапы и инновационные проекты, связанные с сельским хозяйством, набирает все большую популярность, что можно проследить по динамике собранных средств на наиболее крупных отечественных краудфандинговых площадках (Boomstarter, Planeta.ru). Так, например, в 2014 г. сборы проектов по сельскому хозяйству в общем объеме сборов платформы Boomstarter составляли 2%, а в 2015 г. уже 4%, при этом возросли и общие сборы данной платформы (с 53 251 515 руб. до 91 134 989 руб.)⁴.

Современная модель краудфандинговой формы финансирования, по описанию таких авторов, как В.А. Тегин, Б.Ф. Усманов, Д.Ю. Болдарук, И.И. Болдарук, включает в себя взаимодействие трех основных субъектов: инициатора проекта, который предлагает идею для финансирования; отдельных лиц или групп, поддерживающих идею (в западной практике их называют бэкерами – от англ. backer – сторонник, поддерживающий); регулирующей организации (краудфандинговой площадки, работающей в

сети Интернет), которая выступает в роли посредника [6, 7].

В соответствии с типом вознаграждения, получаемого бэкерами, К. Венцлав, М. Вальхойзер, а также Д.Е. Гусева и Н. Малыхин выделяют следующие виды краудфандинга, которые могут быть использованы при финансировании проектов в аграрном секторе [8, 9]:

1) благотворительность. Вознаграждения этот вид краудфандинга не подразумевает, либо оно носит символический характер (устная благодарность, упоминание в средствах массовой информации или на сайте). Задача краудфандинговой площадки в данном случае заключается в сборе средств от спонсоров и передача их инициатору проекта. Цель данного типа краудфандинга – поддержка социально значимых проектов (это может быть строительство и ремонт объектов социальной инфраструктуры в сельской местности, поддержка сельских клубов, интернатов, медицинских проектов и т. п.);

2) классический краудфандинг. Самый распространенный вид краудфандинга практически во всех сферах деятельности (от информационных технологий до киноиндустрии). Сельскохозяйственные товаропроизводители за финансовую поддержку обычно предлагают доставку своей продукции (позиционируемой в качестве экологически чистой или уникальной), которая в связи с длительным циклом производства в большинстве случаев предполагает систему предварительных заказов. В качестве вознаграждения также выступают возможность проживания несколько дней на ферме, участие в сборе урожая, сборники рецептов и другое. При осуществлении данного вида краудфандинга интернет-площадки могут брать на себя функции по организации доставки вознаграждения. Особенности вознаграждений в данном виде краудфандинга исследованы в работах Д.А. Ильенкова, А.Ю. Дук, М.Д. Джамалдиновой [10, 11];

⁴ Марищук А. Краудфандинг возродит сельское хозяйство?
URL: <https://rb.ru/opinion/crowd-agro/>

3) краудинвестинг. В качестве вознаграждения здесь выступают акции предприятия, доля в собственности или участие в прибыли компании. Данный вид краудфандинга наиболее близок к традиционным инструментам инвестирования. Он был легализован и получил развитие после подписания Президентом США Б. Обамой законодательного акта JOBS (Jumpstart Our Business Startups Act) в апреле 2012 г., который сделал юридически возможным на территории США участие небольших инвесторов в финансировании стартапов и инновационных проектов [12]. Первой площадкой, работающей по принципу краудинвестинга в сельском хозяйстве, стала американская платформа AgFunder;

4) краудлендинг (народное кредитование). Вознаграждением в данной форме краудфандинга выступают проценты, выплачиваемые на предоставленный заем, а также, как отмечает М.К. Санин, могут применяться и частные беспроцентные кредиты (в основном для социально значимых проектов) [13].

Разнообразие технологий, продукции и видов деятельности делают возможным и приемлемым использование всех форм краудфандинга в сельском хозяйстве. Однако при принятии решения в пользу той или иной формы следует учитывать отраслевые особенности сельскохозяйственного производства, которые, по мнению Ю.В. Давыдовой [14] и Б.И. Смагина [15], оказывают существенное влияние на эффективность хозяйственной деятельности аграрного бизнеса в целом.

На *рис. 1* представлены факторы, выступающие основными критериями выбора формы краудфандинга, и отраслевые особенности сельского хозяйства, которыми, на наш взгляд, они обусловлены.

Социальный эффект. Если проект имеет достаточно понятный социальный эффект (продукция или услуги, нужные обществу, создание рабочих мест в «умирающей» деревне и т.п.), то благотворительность и

классический краудфандинг будут лучшими вариантами даже в случае наличия некой коммерческой выгоды для инициаторов проекта.

Масштаб проекта. Принцип «с миру по нитке», лежащий в основе краудфандинга, может помочь собрать достаточно большие суммы от мелких инвесторов, однако, как показывает практика, работает он в основном для проектов в наиболее раскрученных и интересных для массового потребителя сферах (музыка, кино, книги, цифровые технологии). В сельском хозяйстве дела обстоят несколько иначе – производство и потребление продукции в данной отрасли имеет чаще всего локализованный характер и вызывает интерес у тех потребителей, которые в силу географической близости могут в полной мере воспользоваться предлагаемым вознаграждением (свежей продукцией), а также лично увидеть социальный эффект от реализации проекта. По этой причине инициатору-аграрию вряд ли удастся собрать внушительные суммы средств для реализации крупных инвестиционных проектов, опираясь лишь на классический краудфандинг или даже краудлендинг. В случае крупных проектов лучше всего обратиться к краудинвестингу, и в качестве целевой аудитории, помимо толпы мелких спонсоров, постараться привлечь профессиональных инвесторов.

Рентабельность и окупаемость проекта. Это еще один показатель, который, на наш взгляд, обязательно должен учитываться при выборе формы краудфандинга в сельском хозяйстве. Если прогнозируемая рентабельность бизнеса является ниже среднеотраслевой, то вряд ли авторы проекта смогут рассчитывать на внимание крупных инвесторов, ожидающих получения дивидендов или участия в прибыли. В данном случае подходящим вариантом остается классический краудфандинг с неденежными вознаграждениями или в случае среднего уровня прибыли (по сравнению с конкурентными видами бизнеса) можно воспользоваться краудлендингом.

Таким образом, выбирая вид краудфандингового финансирования, аграрий должен тщательно сопоставить характеристики проекта с

основными критериями выбора и рекомендуемой сферой применения (рис. 2).

Помимо выбора наиболее подходящего вида краудфандинга, предпринимателю – инициатору проекта следует решить еще одну не менее важную задачу – определиться с интернет-платформой, через которую будет производиться сбор средств. В этом вопросе необходимо учитывать не только популярность той или иной краудфандинговой площадки, но и модель финансирования, предлагаемую каждой из них.

На сегодняшний день основными моделями финансирования, используемыми краудфандинговыми платформами, являются: «все или ничего» – инициатор проекта получает собранные средства только в случае, если заявленная сумма достигнута в установленный срок, в противном случае деньги возвращаются бэкерам; «оставь все себе» – инициаторы проекта могут забрать средства (за вычетом комиссионных платформе), независимо от того, была достигнута финансовая цель или нет. Некоторые платформы практикуют сочетание данных моделей, в этом случае инициаторы проекта имеют право выбора между двумя основными моделями, а краудфандинговая площадка корректирует комиссию в зависимости от степени достижения финансовой цели (табл. 1).

Разные модели финансирования позволяют участникам крауд-бизнеса сделать свой выбор в пользу той или иной площадки путем оценки выгоды.

В то же время отметим, что не все проекты, представленные на площадках, имеют успех. Одна из причин видится в том, что, опираясь на классическую технологию проектирования, разработчики не учитывают особенности построения этапов краудфандинговой кампании. Обобщая рекомендации ведущих мировых и отечественных краудфандинговых площадок, выделим эти особенности.

Определение цели проекта. Цель должна быть не только ясной для самого разработчика, но и понятна аудитории. Довольно часто цели

неточны, расплывчаты: восстановление крестьянского хозяйства, возрождение села, развитие экологического производства и т.д.

В цели должно быть отражено то, на что собираются деньги: создание нового продукта, строительство объекта, организация события и т.д. Поскольку сбор денежных средств обеспечивается толпой, формулировка цели должна быть оригинальной, привлекающей внимание и вызывающей интерес. Цель должна быть ориентирована не только на личные и бизнес-интересы, но и на интересы общества. При большой стоимости проекта целесообразно использовать прием «отложенные цели», когда проект представляется как поэтапный и на начальном этапе задается цель, без которой проект не может быть осуществлен.

Определение финансовых средств достижения цели. Итоговая заявляемая сумма обычно включает четыре составляющие: стоимость проекта, комиссию краудфандинговой платформы и платежных систем, затраты на создание и отправку вознаграждений, налоги.

Стоимость проекта должна учитывать все затраты, связанные с реализацией идеи. При этом основной финансовой задачей является минимизация бюджета. В 2016 г. средняя стоимость первичного проекта в сельскохозяйственной деятельности на российской краудфандинговой платформе Boomstarter составила 440 тыс. руб., на платформе Planeta – 309 тыс. руб. Максимальный сбор по первичному проекту на платформе Boomstarter превысил 1 млн руб. (проект FoxWood), на платформе Planeta – 690 тыс. руб. (проект LavkaLavka). Согласно рекомендациям краудфандинговых площадок большие финансовые цели оправданы в случае, если проект сочетает не менее двух из указанных далее пунктов:

- проект актуальный и резонансный, вызывающий интерес общества и имеющий мощную информационную поддержку;
- автор проекта имеет большое количество лояльных поклонников (инвесторов), заинтересованных в реализации проекта;

– вторичный проект, автор которого в первой краудфандинговой кампании (крауд-кампании) показал компетентность, умение грамотно распорядиться собранными средствами и вызывает доверие инвесторов⁵.

При успешном финансировании проекта краудфандинговые площадки берут комиссию (*табл. 1*). Самой сложной стадией на данном этапе является определение затрат на вознаграждения инвесторам. Для этого формируется самостоятельная смета, в которой учитывается количество вознаграждений и их стоимость. Вознаграждения, заинтересовывая инвесторов, не должны утяжелять проект, так как главная цель – это сбор средств на проект. Чтобы избежать непредвиденных расходов, многие авторы ограничивают количество вознаграждений, тем самым придавая им ценность. В смете вознаграждений следует также учитывать затраты на их доставку, если она осуществляется авторами проекта.

Средства, перечисляемые авторам по итогам крауд-кампании, считаются доходом и облагаются налогом. Физическое лицо, гражданин РФ, платит налог на доходы физических лиц в размере 13%, физическое лицо, не являющееся налоговым резидентом Российской Федерации, облагается налогом по ставке 30%. Если проект представляют индивидуальные предприниматели или юридические лица, то расчет налоговых платежей происходит согласно системе налогообложения, утвержденной в организации или выбранной индивидуальным предпринимателем.

Итоговая сумма включает средства, требуемые для реализации проекта, комиссию краудфандинговых площадок и платежных систем, затраты на вознаграждения и налоги. Итоговая сумма является финансовой целью проекта. По мнению Р.А. Долженко, В.В. Иванова, Н.Б. Сашенковой, эффективность краудфандингового проекта может быть определена как соотношение между достигнутой целью проекта и затратами на организацию крауд-кампании [16, 17].

⁵ Гороя В.В. Практическое пособие по краудфандингу / под ред. Ф.В. Мурачковского. М., 2016. 125 с.

Срок проекта. В краудфандинге следует различать два вида сроков. Первый – это период, в течение которого планируется материализация идеи. Поскольку у инвесторов должно быть понимание, как используются собранные деньги, краудфандинговые проекты краткосрочны (6–12 мес.). В случае если проект большой, он должен быть разбит на этапы с самостоятельным бюджетом. Второй срок – это период, в течение которого проводится крауд-кампания. По рекомендациям ведущих краудфандинговых платформ оптимальная длительность срока сбора средств – 30–60 дней⁶. Растянутые по времени кампании (больше 50 дней) являются менее успешными, чем кампании с меньшей длительностью.

Продвижение проекта начинается с его презентации на краудфандинговой площадке, которое включает текстовое описание и видеообращение. Определяя круг потенциальных спонсоров, организаторы формируют коммуникационные инструменты, специфичные для каждой группы. По мнению М.С. Калининой [18] и С.В. Поздняковой [19], данные инструменты могут быть разными: работа со средствами массовой информации, обращение за поддержкой к лидерам отрасли, известным людям, рассылка электронной почты, участие в форумах, выставках и конференциях и т.д. Однако акцент делается на создание сообществ проекта в социальных сетях.

Сегодня социальные сети – это интерактивные многопользовательские порталы, не только позволяющие быть средством просто обмена сообщениями, но и ставшие площадкой объединения пользователей по интересам и потребностям, что и позволяет быстро найти потенциальных спонсоров. Как отмечает Е. Mollick в своем исследовании, важным является не только количество друзей у автора проекта в социальных сетях, но и их готовность поддержать проект с помощью перепостов [20]. В *табл. 2* представлены

⁶ Краудфандинг на базе нефинансового вознаграждения: Kickstarter vs Indiegogo. URL: http://crowdsourcing.ru/article/kraudfanding_na_baze_nefinansovogo_voznagrazhdeniya_kickstarter_vs_indiegogo

основные параметры социальной активности, влияющие на успех краудфандинговой кампании.

Завершение крауд-кампании. Итоговая оценка проекта позволяет определить соответствие полученного результата первоначальному замыслу, выявить положительные и отрицательные аспекты, при необходимости внести коррективы. Успешное завершение крауд-кампании является начальной стадией непосредственно реализации проекта. На этом этапе проявляется еще одна особенность краудфандинга – это информирование о ходе реализации проекта теперь уже на личных

страницах в социальных сетях, на сайтах проекта, что позволяет сохранить доверие спонсоров, заручиться поддержкой по будущим проектам.

В заключение следует отметить, что краудфандинг может быть успешным инструментом реализации различных проектов на селе (инновационных, экологических, социальных и др.), однако, как и любой другой метод финансирования, он не лишен недостатков и проблемных вопросов, поэтому требует тщательного планирования и детальной проработки всех этапов его применения.

Таблица 1

Характеристика наиболее популярных зарубежных и отечественных краудфандинговых площадок

Table 1

Characteristic of the most popular foreign and Russian crowdfunding platforms

Название площадки и месторасположение	Начало работы	Проектная область	Общий объем финансирования	Модель финансирования
Kikstarter (США)	2009	Искусство, игры, журналистика, технологии	Более 3 млрд долл. США	Финансирование по схеме «все или ничего». В платежи включаются: плата за платформу (5% от суммы проекта), комиссия платежной системы. Проекты проходят модерацию. Сохраняется право собственности разработчика на проект. Приоритет экологическим бизнес-идеям и проектам. Запрет на проекты по производству генетически модифицированных организмов
Indiegogo (США)	2008	Искусство, игры, образование, политика, технологии, здоровье, путешествия, мода, благотворительность	Более 1 млрд долл. США	Гибкая модель финансирования: возможность выбора «все или ничего» или «оставь себе все». Не существует географических ограничений для финансирования. В платежи включается: 5% плата за платформу; 3–5% гонорар системы Pay Pal; 25 долл. США плата за перевод по счетам за пределами США. Не существует ограничений по типам проектов
Crowdfunder (Великобритания)	2010	Искусство, спорт, образование, технологии, бизнес, политика, благотворительность	Более 33 млн фунтов стерлингов	Финансирование по схеме «все или ничего». В платежи включаются: комиссия (5%); налог на добавленную стоимость (20% от сборов); плата за платформу, гонорар системе Pay Pal (3,4%); плата за перевод (20 фунтов стерлингов). Имеются ограничения по проектам. Разработчик проекта предлагает вознаграждение спонсорам в обмен на деньги
Planeta (Россия)	2012	Искусство, литература, мода, игры, журналистика, наука, общество, социальное предпринимательство, технологии, благотворительность	Около 600 млн руб.	Гибкая модель финансирования: возможность выбора «все или ничего» или «оставь себе все». Платежи по модели «все или ничего» предполагают плату за платформу в размере 10% от суммы проекта, по модели «оставь себе все» – 15% при условии, что проект собрал от 50 до 99 % заявленной суммы. Обязательно материальное или нематериальное вознаграждение спонсорам проекта
Boomstarter (Россия)	2012	Искусство, спорт, технологии, игры, дизайн, мода, благотворительность	Около 300 млн руб.	Финансирование по схеме «все или ничего», «до цели». Платежи включают: плату за платформу в размере 5% от суммы проекта; комиссию платежных систем (5%); налог на доходы физических лиц. Сохраняется право собственности разработчика на проект. Спонсорам проекта предоставляется вознаграждение
Agfunder (США)	2013	Сельское хозяйство	Более 34 млн долл. США	Компании подвергаются проверке. Предпочтение отдается технологичным проектам с высокой добавленной стоимостью. Под каждый проект формируется специальный фонд (AgFund), Минимальный размер инвестиций 10 тыс. долл. США

Примечание. Объем финансирования указан по состоянию на 01.02.2017.

Источник: составлено авторами на основе обзора краудфандинговых площадок

Note. The amount of financing is specified as of February 1, 2017.

Source: Authoring, based on the overview of crowdfunding platforms

Таблица 2

Параметры социальной активности, влияющие на успех краудфандинговой кампании

Table 2

Social activity factors influencing the crowdfunding campaign success

Показатель	Средние параметры тройки лидеров, представляющих сельскохозяйственные проекты на российских краудфандинговых площадках за 2016 г.	
	Planeta	Boomstarter
Количество подписчиков в социальных сетях у автора проекта:		
Facebook	1 056	425
ВКонтакте	633	272
Количество новостей на странице краудфандинговой кампании	3	13
Число комментариев на странице краудфандинговой кампании	12	32
Поделились информацией на Facebook	35	1 427
ВКонтакте	–	318
Число спонсоров	72	282
Собранные средства, тыс. руб.	439	1 490

Источник: составлено авторами на основе обзора краудфандинговых площадок

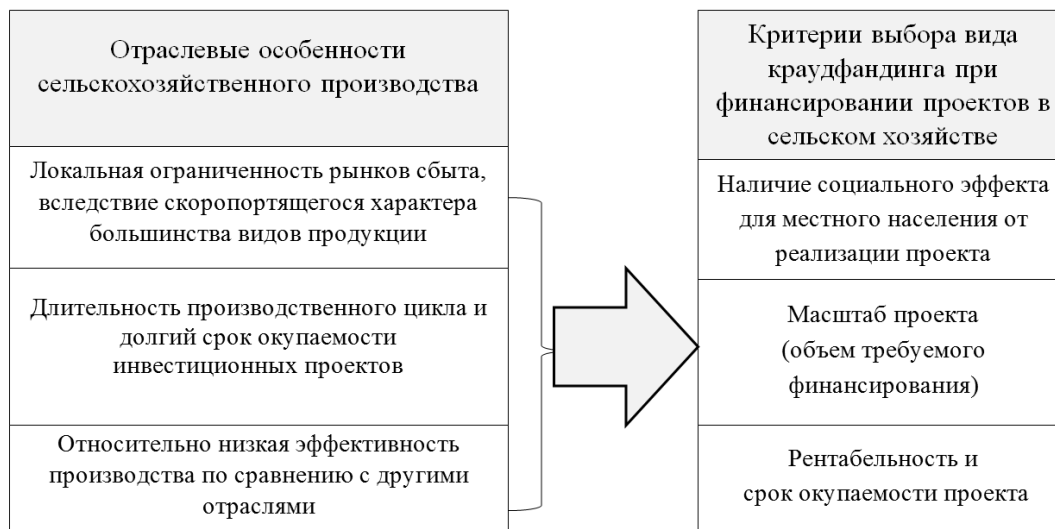
Source: Authoring, based on the overview of crowdfunding platforms

Рисунок 1

Отраслевые особенности и основные критерии выбора формы краудфандинга в сельском хозяйстве

Figure 1

The industry characteristics and main criteria of crowdfunding type choice in agriculture



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2

Сравнительная характеристика видов краудфандинга в соответствии с основными критериями выбора

Figure 2

The comparative characteristic of crowdfunding types according to the main criteria of choice

		Вид краудфандинга			
		Благотворительность	Классический	Краудлендинг	Краудинвестинг
Критерии выбора	Социальная составляющая	Высокая социальная значимость, проект решает острые социальные проблемы села	Проект имеет как коммерческую составляющую, так и социальный эффект	Проект является коммерческим, но может иметь и социальную составляющую	Социальная составляющая может отсутствовать
	Масштаб проекта	Масштаб проекта может быть любым, но предпочтительнее небольшие проекты и проекты среднего масштаба	Проекты малого и среднего бизнеса	Средние и крупные проекты	Крупные проекты с привлечением научно-исследовательских организаций
	Рентабельность проекта	Нулевой или низкий уровень рентабельности	Невысокий и средний уровень рентабельности	Средний и высокий уровень рентабельности	Высокий уровень рентабельности
		Социальные и инфраструктурные проекты в сельской местности	Производство экологически чистой, уникальной продукции, продуктовые инновации	Проекты по строительству и модернизации ферм, расширению производства, замещающие инновации	Технологические инновации, проекты в области селекции, генной инженерии, точного земледелия, «умных ферм»
		Сфера применения			

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Ушаев, И.Г., Серков А.Ф., Маслова В.В., Чекалин В.С. Росту и развитию агропромышленного производства необходим комплексный подход // АПК: Экономика, управление. 2016. № 4. С. 1–15.
URL: http://www.vniiesh.ru/documents/document_20740_Ushachev.pdf
2. Хау Д. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.
3. Седельников С.Р. Инвестирование инновационной деятельности стартапов с помощью краудфандинга // Инновационное развитие экономики. 2016. № 1. С. 82–87.
URL: http://ineconomic.ru/sites/default/files/field_print_version/zhurnal_no_1_31.pdf
4. Сивакс А.Н. Краудфандинг как специфический вид краудсорсинга // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 11. С. 30–34.
5. Ларионов Н.А. Особенности финансового поведения инвесторов в краудфандинговой модели финансирования инноваций // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. № 2. С. 77–80.
URL: http://www.seun.ru/content/nauka/5/4/doc/2_56_15.pdf
6. Тегин В.А., Усманов Б.Ф. Краудфандинг как стратегия инвестирования в инновации // Мир транспорта. 2014. Т. 12. № 4. С. 98–106.
7. Болдарук Д.Ю., Болдарук И.И. Краудфандинг как новый источник финансирования инновационной деятельности в сельском хозяйстве // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. 2015. Т. 42. № 6. С. 22–28. URL: https://rjoas.com/issue-2015-06/article_03.pdf
8. Венцлав К., Вальххойзер М. Вкладчину // Новое сельское хозяйство. 2015. № 3. С. 44–47.
9. Гусева Д.Е., Малыхин Н. Краудфандинг: сущность, преимущества и риски // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2014. № 9–10. С. 30–34. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep14-09/1278-a>
10. Ильенков Д.А. Краудфандинг: модели вознаграждения участников // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 11. С. 58–61.
URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6144>
11. Дук А.Ю., Джамалдинова М.Д. Краудфандинг как новая форма инновации в инвестировании // Вопросы региональной экономики. 2016. Т. 26. № 1. С. 27–33.
12. Котенко Д.А. Краудфандинг – инновационный инструмент инвестирования // Закон. 2014. № 5. С. 140–145.
13. Санин М.К. История развития краудфандинга. Классификация видов. Анализ перспектив развития и преимуществ // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2015. № 4. С. 57–63.
URL: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/14199.pdf>
14. Давыдова Ю.В. Особенности сельского хозяйства, влияющие на эффективность сельскохозяйственного производства // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 6–1. С. 26–28. URL: <https://research-journal.org/wp-content/uploads/2011/10/6-1-48.pdf>
15. Смагин Б.И. Экономический анализ и статистическое моделирование аграрного производства: монография. Мичуринск: МичГАУ, 2007. 153 с.

16. Долженко Р.А. Некоторые вопросы оценки эффективности краудфандинга на отечественной краудфандинговой платформе «Планета» // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 4. С. 75–84.
17. Иванов В.В., Сашенкова Н.Б. Финансирование внедрения инновационных продуктов с использованием технологий краудфандинга // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 8. С. 72–81. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/E002B18F8/\\$file/72-81.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/E002B18F8/$file/72-81.pdf)
18. Калинина М.С. Развитие краудфандинга как инструмента поддержки социально-предпринимательских проектов // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2013. № 3. С. 104–110.
19. Позднякова С.В. Краудфандинг в социальном предпринимательстве // Ученые записки Тамбовского отделения РoCМУ. 2015. № 4. С. 204–209.
20. Mollick E. The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, iss. 1, pp. 1–16. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

A CROWDFUNDING MODEL FOR AGRICULTURAL FINANCING: APPLICATION FEATURES**Natal'ya G. FILIMONOVA^a, Mariya G. OZEROVA^b, Irina N. ERMAKOVA^{c,*}**^a Krasnoyarsk State Agrarian University (KrasSAU), Krasnoyarsk, Russian Federation
natali_f08@mail.ru^b Krasnoyarsk State Agrarian University (KrasSAU), Krasnoyarsk, Russian Federation
ozerova_m71@mail.ru^c Krasnoyarsk State Agrarian University (KrasSAU), Krasnoyarsk, Russian Federation
irena-erm@rambler.ru

* Corresponding author

Article history:

Received 27 July 2017

Received in revised form

21 September 2017

Accepted 18 October 2017

Available online

15 November 2017

JEL classification: Q14**Keywords:** crowdfunding,
crowdinvesting, crowdfunding
platform, crowdfunding
campaign, farming industry**Abstract****Importance** The article deals with the issues of crowdfunding as a modern financing instrument to attract resources and finance projects in the agricultural sector of economy.**Objectives** The article aims to develop methodological recommendations for setting up a crowdfunding model for financing innovation and investment projects, taking into account the sectoral characteristics of agriculture.**Methods** For the study, we used general scientific methods of analysis and synthesis, considering various statistical and analytical data from the crowdfunding platforms.**Results** The article reveals the specificity of the crowdfunding model of financing in relation to the sectoral characteristics of agriculture and provides specific recommendations for the crowdfunding campaign to attract funds to rural-area business projects.**Conclusions and Relevance** Crowdfunding, as a promising tool for financing innovation and investment projects in the agrarian field, requires consideration of sectoral characteristics of agriculture that condition the selection of a specific crowdfunding model and the crowdfunding campaign stages. The recommendations offered can be used by agricultural producers and other agrarian entrepreneurs when deciding on the choice of a crowdfunding model for financing investment and innovation projects.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

Please cite this article as: Filimonova N.G., Ozerova M.G., Ermakova I.N. A Crowdfunding Model for Agricultural Financing: Application Features. *Finance and Credit*, 2017, vol. 23, iss. 42, pp. 2523–2537.
<https://doi.org/10.24891/fc.23.42.2523>**References**

1. Ushachev I.G., Serkov A.F., Maslova V.V. et al. [Growth and development of agroindustrial production requires complex approach]. *APK: Ekonomika, upravlenie = APC: Economics, Management*, 2016, no. 4, pp. 1–15.
URL: http://www.vniiesh.ru/documents/document_20740_Ushachev.pdf (In Russ.)
2. Howe J. *Kraudsorsing: Kollektivnyi razum kak instrument razvitiya biznesa* [Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2012, 288 p.
3. Sedel'nikov S.R. [Investing innovation startups with the help of crowdfunding]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki = Innovative Development of Economy*, 2016, no. 1, pp. 82–87.
URL: http://ineconomic.ru/sites/default/files/field_print_version/zhurnal_no_1_31.pdf (In Russ.)
4. Sivaks A.N. [Crowdfunding as a special type of crowdsourcing]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Samara State University of Economics*, 2015, no. 11, pp. 30–34. (In Russ.)

5. Larionov N.A. [Financial investor behavior in a crowd-funding model of innovation funding]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Saratov State Socio-Economic University*, 2015, no. 2, pp. 77–80.
URL: http://www.seun.ru/content/nauka/5/4/doc/2_56_15.pdf (In Russ.)
6. Tegin V.A., Usmanov B.F. [Crowdfunding as a strategy of investment in innovation]. *Mir transporta*, 2014, vol. 12, no. 4, pp. 98–106. (In Russ.)
7. Boldaruk D.Yu., Boldaruk I.I. [Crowd-funding as a new source of financing of innovative activity in agriculture]. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 2015, vol. 42, iss. 6, pp. 22–28. URL: https://rjoas.com/issue-2015-06/article_03.pdf (In Russ.)
8. Ventslav K., Vall'khoizer M. [Pooling]. *Novoe Sel'skoe Khozyaistvo*, 2015, no. 3, pp. 44–47. (In Russ.)
9. Guseva D.E., Malykhin N. [Crowdfunding: Essence, the benefits and risks]. *Sovremennaya nauka: Aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Ekonomika i parvo = Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice. Series: Economics and Law*, 2014, no. 9-10, pp. 30–34.
URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep14-09/1278-a> (In Russ.)
10. Il'enkov D.A. [Crowdfunding: backers' reward models]. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii = Economics and Innovations Management*, 2014, no. 11, pp. 58–61.
URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6144> (In Russ.)
11. Duk A.Yu., Dzhamaldinova M.D. [Crowdfunding as an investment in innovation process]. *Voprosy regional'noi ekonomiki = Problems of Regional Economy*, 2016, vol. 26, iss. 1, pp. 27–33.
URL: http://unitech-mo.ru/upload/files/science/problems-of-regional-economy/file/2016_1.pdf (In Russ.)
12. Kotenko D.A. [Crowdfunding – an innovative investment tool]. *Zakon*, 2014, no. 5, pp. 140–145. (In Russ.)
13. Sanin M.K. [The history of crowdfunding. The classification of species. Analysis of development prospects and benefits]. *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskii menedzhment = Scientific Journal NRU ITMO. Series: Economics and Environmental Management*, 2015, no. 4, pp. 57–63. URL: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/14199.pdf> (In Russ.)
14. Davydova Yu.V. [The features of agriculture influencing efficiency of agricultural production]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal = International Research Journal*, 2016, no. 6-1, pp. 26–28. URL: <https://research-journal.org/wp-content/uploads/2011/10/6-1-48.pdf> (In Russ.)
15. Smagin B.I. *Ekonomicheskii analiz i statisticheskoe modelirovanie agrarnogo proizvodstva. Monografiya* [Economic analysis and statistical modeling of agricultural production: a monograph]. Michurinsk, MichSAU, 2007, 153 p.
16. Dolzhenko R.A. [Some issues of assessing the effectiveness of crowdfunding in the domestic crowdfunding platform "Planeta"]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Bulletin of Omsk University. Series: Economics*, 2016, no. 4, pp. 75–84. (In Russ.)
17. Ivanov V.V., Sashenkova N.B. [Financing introduction of innovative products with crowdfunding technology]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Bulletin*, 2015, no. 8, pp. 72–81. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/E002B18F8/\\$file/72-81.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/E002B18F8/$file/72-81.pdf) (In Russ.)

18. Kalinina M.S. [Crowdfunding development as an instrument of social enterprise projects support]. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2013, no. 3, pp. 104–110. (In Russ.)
19. Pozdnyakova S.V. [Crowd funding in social business]. *Uchenye zapiski Tambovskogo otdeleniya RoSMU*, 2015, no. 4, pp. 204–209. (In Russ.)
20. Mollick E. The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, iss. 1, pp. 1–16. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.