

«Цифровое сельское хозяйство».

На перспективу рассматривается возможность расширения мер оказываемой государственной поддержки в форме субсидирования расходов сельхозтоваропроизводителей, направляемых на приобретение высокотехнологичного оборудования и интегрированных систем управления в сфере молочного и мясного животноводства.

Таким образом, на федеральном и региональном уровнях ведется активная работа, направленная на внедрение цифровых технологий в сельское хозяйство.

В ходе данного исследования была проведена конкретизация понятия «цифровая трансформация АПК», выделены ключевые черты, а также рассмотрены используемые цифровые технологии не только на рынке России, но и в частности в Самарской области.

Список использованных источников

1. АПК России: тенденции развития 2022 // <https://agri-news.ru/novosti/apk-rossii-tendentsii-razvitiya-2022/>
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия // <https://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/25>
3. Ведомственный проект «Цифровое сельское хозяйство» // <https://mcx.gov.ru/upload/iblock/900/900863fae06c026826a9ee43e124d058.pdf>
4. Стратегическое направление в области цифровой трансформации отраслей агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года // <http://government.ru/docs/all/138637/>
5. Салтанова Т.А., Митина И.А. Цифровая трансформация агропромышленного комплекса российской экономики // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2022. №1 (77). С. 45-50
6. Алтухов А.И., Дудин М.Н., Анищенко А.Н. Цифровая трансформация как технологический прорыв и переход на новый уровень развития агропромышленного сектора России // Продовольственная политика и безопасность. 2020. Том 7. № 2. С. 81-96.
7. Названы лидеры в области цифровизации сельского хозяйства // <https://glavagronom.ru/news/Nazvany--lidery-v-oblasti-cifrovizacii-selskogo-hozyajstva>

ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА В БИЗНЕСЕ

Кретов М.В., Дегтярева А.В., Шляпина М.Д.

Научный руководитель Ю.И. Ряжева

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

В современном обществе огромную роль играют инновации. Сейчас можно наблюдать, что увеличивается число открытых инноваций, скорость

оборачиваемости капитала, создается система открытого образования, происходят изменения в структуре потребностей и т.д. В результате происходящих изменений неизбежно появляются и новые инструменты, одним из таких является краудфандинг. Это способ денежной поддержки проектов теми, кто желает оказать им помощь.

В литературе присутствуют различные трактовки «краудфандинг». Дословно термин переводится как «финансирование толпой». Инициатора проекта называют фаундером, а участников – бэкерами. Собранные средства автор проекта тратит на его запуск. При краудфандинге участники сбора вносят средства безвозмездно, либо за нефинансовое вознаграждение [1].

В 2006 году корреспондент Джефф Хау предложил понятие «краудфандинг». Несмотря на то, что сейчас такой метод сбора средств популярен в интернет-среде, он существовал уже достаточно давно. С начала 20 века жители села Турнаева и примыкающих поселений объединили средства для строительства Серафимовского храма, первого в то время в Сибири. Всего им получилось собрать приблизительно 12 тысяч царских рублей. Сегодня краудфандинг реализуется чаще всего через интернет, другими словами средства собираются через особые online-площадки. Первым в истории примером этой операции считается «финансовая поддержка» гастролей рок-группы Marillion в 1997 году. Американские фанаты производили акцию на территории всего государства и собрали свыше 60 тысяч долларов [2].

С точки зрения Мотовилова О.В. «краудфандинг» представляет собой способ привлечения средств для финансирования проектов частных лиц и организаций на безвозвратной, долговой либо акционерной основе в рамках инвестиционной или неинвестиционной модели от неограниченного круга частных лиц и организаций при посредстве специальных интернет-площадок [3].

Компании, которые решили использовать краудфандинг для реализации своих проектов, должны выполнить следующую последовательность действий:

1. компания генерирует бизнес-идею. Проект должен понравиться бэкерам;
2. команда, которая работает над идеей, выбирает пригодную для краудфандинга площадку;
3. команда составляет план по ведению кампании. Выводится сумма, которая требуется для запуска проекта;
4. компания, либо бизнесмен открывает сбор на краудфандинговой площадке;
5. команда, ведущая проект, выбирает метод вознаграждения инвесторов;
6. компания реализует идею на практике;
7. при успешном окончании проекта компания уплачивает налоговые платежи; если средства были собраны на определенной площадке, её администраторы получают от компании комиссию.

Проанализировав работу бизнеса с краудфандингом, можно выделить следующие преимущества:

1. допускается открытие сбора на любые цели. Метод используется при отсутствии своего капитала, невозможности получения займа, либо привлечения инвесторов;

2. создатели проекта напрямую взаимодействуют с благотворителями, за счет чего могут изучить потребности будущих клиентов, увеличивать лояльность мотивированной аудитории;

3. при помощи краудфандинга часто продвигают разрабатываемые товары.

Но также у этого инструмента есть и недостатки, такие как:

1. мошенничество. Получает прибыль только автор «проекта», спонсоры остаются ни с чем. Никакой бизнес не ведется, выпуск продукта не осуществляется;

2. возможность использования данных о проекте соперниками. Нерадивые компании и бизнесмены заимствуют и реализуют чужие мысли;

3. маленькая возможность сбора всей суммы. В Российской Федерации все еще распространено недоверие к валютным сборам.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, в чем заключается полезность краудфандинга для бизнеса:

1. возникает возможность получить финансовую поддержку в кризисные периоды;

2. приходят новые клиенты. При размещении информации на площадках о компании выяснит больше и больше человек;

3. бэкеры оказывают помощь в накоплении первоначального капитала[4].

Теперь рассмотрим существующие в России краудфандинговые площадки.

Лучшая в России площадка для привлечения спонсоров – это Boomstarter. Здесь приветствуются идеи для развлечения: онлайн-игры, настольные игры, фильмы, мобильные приложения [5].

Rounds — это платформа для поиска финансирования стартапов. Для привлечения внимания спонсоров, нужно создавать прибыльные проекты. Считается опасной зоной. Его создатели советуют инвесторам вкладывать деньги только в то, с чем они знакомы. За весь период работы было собрано более 1 млрд рублей [6].

CrowdFunder платформа, на которой распространены крупные долгосрочные проекты. Платформа объединяет около 200.000 предпринимателей. Круг участников на платформе довольно широкий: от новичков до опытных людей. 12.000 венчурных капиталистов аккредитованы и инвестировали более 150.000 долларов США за время существования платформы [7].

Правильный дизайн страницы играет важную роль. Инвесторам требуется около 2 минут, чтобы просмотреть его. Описание должно быть кратким, но информативным. На страницу нужно вставить мотивационное

видео с информацией о команде и продукте. Цели должны быть точными. Обязательное участие в тематических мероприятиях, распространение информации в СМИ и социальных сетях, продвижение сайтов[4].

Краудфандинг постепенно становится повседневным и повсеместным явлением. Все большее число интернет-пользователей участвуют в сборе средств на проекты на краудфандинговых площадках. Несмотря на то, что Банк России признал, что сегмент краудфандинга в России находится на начальной стадии, центральный банк уже рассматривает варианты регулирования. Мониторинг краудфандинговых площадок очень важен, чтобы учитывать риски, которые существуют на этом рынке, но не препятствовать развитию эффективной бизнес-модели краудфандинга.

Таким образом, в ходе исследования была определена сущность понятия «краудфандинг», представлены шаги, которые необходимо сделать при использовании краудфандинга, выявлены основные преимущества и недостатки использования данного инструмента в бизнесе, проведен обзор популярных действующих в России краудфандинговых площадок.

Список использованных источников

1. Строкова А. А. Краудфандинг в России: сущность и перспективы развития // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). Санкт-Петербург : Свое издательство, 2016. С. 58-61.

2. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса = Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 288 с.

3. Мотовилов О.В. Феномен краудфандинга: исследование особенностей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2018. Т. 34. Вып. 2. С. 298–316

4. Что такое краудфандинг и чем он полезен бизнесу // <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1311>

5. Краудфандинговая платформа Boomstarter // <https://boomstarter.ru>

6. Краудфандинговая платформа Rounds // <https://rounds.ru>

7. Краудфандинговая платформа CrowdFunder // <https://www.crowdfunder.ru>