

Małgorzata JABŁOŃSKA*

Dorota BURZYŃSKA**

PERSPEKTYWY ROZWOJU CROWDFUNDINGU JAKO INNOWACYJNEJ FORMY FINANSOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

(Streszczenie)

Polscy przedsiębiorcy w ostatnich latach stawiają coraz bardziej na innowacje, co immanentnie związane jest z większym ryzykiem realizacji pomysłu biznesowego. Większe ryzyko przekłada się na mniejsze możliwości pozyskania kapitału z tzw. tradycyjnych źródeł. Crowdfunding stanowi nowe podejście do finansowania projektów, których inicjatorami są najczęściej startupy, jednocześnie jest odpowiedzią na powstałą w okresie kryzysu lukę w finansowaniu tego typu przedsięwzięć, gdzie tradycyjne metody finansowania, takie jak pożyczki bankowe czy aniołowe biznesu okazały się nieosiągalne dla innowacyjnych pomysłów biznesowych. Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, jakie są perspektywy rozwoju crowdfundingu jako innowacyjnej formy finansowania przedsiębiorczości w polskiej rzeczywistości gospodarczej. Dla realizacji celu pracy oraz weryfikacji postawionej hipotezy badawczej przeprowadzono w okresie lipiec–wrzesień 2017 r. badanie ilościowe metodą CAWI na 56 firmach funkcjonujących w parkach technologicznych lub przemysłowo-technologicznych w Polsce. Na podstawie przeprowadzonych badań wysunięto wniosek, iż w opinii respondentów idea finansowania społecznościowego pomysłów biznesowych znajduje się w trakcie ciągłego tworzenia oraz rozwoju, a wartością dodaną skorzystania z tej formy finansowania jest nie tylko pozyskanie niezbędnych środków pieniężnych, ale przede wszystkim zbadanie popytu na rynku lub jego stworzenie.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość; finanse alternatywne; MŚP

Klasyfikacja JEL: L26, G0, R1

* Dr, Uniwersytet Łódzki, Instytut Finansów, Katedra Finansów i Rachunkowości MSP; e-mail: malgorzata.jablonska@uni.lodz.pl

** Dr hab, prof. nadzw. UŁ, Uniwersytet Łódzki, Instytut Finansów, Katedra Finansów i Rachunkowości MSP; e-mail: dorburz@uni.lodz.pl

1. Wstęp

Dostęp do kapitału ma dla MŚP decydujące znaczenie w kwestii pobudzenia i tworzenia miejsc pracy w Europie. Możliwości rozwoju, jakie oferuje przedsiębiorczość, wymagają nowego podejścia do jej finansowania. Dynamiczny rozwój crowdfundingu na przestrzeni ostatniego dziesięciolecia spowodował, że obecnie zalicza się go do najbardziej przyszłościowych narzędzi finansowego wspierania startupy. Łączy bowiem zbiorowy wysiłek wielu osób w celu udzielenia wsparcia inicjatywom, które mają poparcie społeczne, są ważne z punktu widzenia rozwoju lokalnego, przyczyniają się do jego promocji lub są na tyle innowacyjne, że ryzyko ich finansowania może być podjęte tylko za pomocą finansowania alternatywnego, w tym przypadku crowdfundingu.

Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, jakie są perspektywy rozwoju crowdfundingu jako innowacyjnej formy finansowania przedsiębiorczości w polskiej rzeczywistości gospodarczej. Biorąc pod uwagę powyższe, sformułowano następujące hipotezy badawcze, korespondujące bezpośrednio z wyznaczonym celem głównym, które brzmią:

- a) crowdfunding staje się coraz bardziej powszechną formą finansowania innowacyjnych przedsięwzięć wśród młodych przedsiębiorców;
- b) największą zaletą jest promocja pomysłu biznesowego oraz testowanie koncepcji na nowy produkt lub usługę. Na ten ważny aspekt crowdfundingu zwrócił uwagę Lennon, według którego finansowanie społecznościowe to idealna metoda na zareklamowanie produktu oraz zbudowanie własnej bazy konsumentów¹.

Dla realizacji celu pracy oraz weryfikacji postawionej hipotezy badawczej przeprowadzono w okresie lipiec–wrzesień 2017 r. badanie ilościowe metodą CAWI (kwestionariusz ankiety rozdystrybuowany drogą e-mail) na 56 firmach funkcjonujących w parkach technologicznych lub przemysłowo-technologicznych w Polsce. Zdecydowano, że środowisko przedsiębiorców skupionych w parkach technologicznych lub przemysłowo-technologicznych będzie najbardziej odpowiednie dla realizacji założeń badawczych, bowiem to właśnie w tych instytucjach stymulowany oraz wspierany jest rozwój firm innowacyjnych, wdrażających nowatorskie rozwiązania i wykorzystujących nowe technologie. Wnioski z przeprowadzonych analiz Autorki traktują jako przyczynek do dalszych, pogłębionych badań nad perspektywami rozwoju crowdfundingu w polskiej rzeczywistości gospodarczej.

¹ P. Lennon, *The crowdfunding book: a how-to book for entrepreneurs, writers, and inventors*, Difference Press, Washington 2014, s. 9.

2. Crowdfunding jako alternatywne źródło finansowania przedsiębiorczości

Tworzenie przedsiębiorstw zdolnych do przetrwania na rynku, generujących trwałe miejsca pracy stanowi podstawę rozwoju przedsiębiorczości². Umożliwienie szerszego dostępu do finansowania dla młodych i innowacyjnych firm z sektora MŚP jest dodatkową zachętą dla potencjalnego przedsiębiorcy, chcącego wdrożyć swój pomysł biznesowy. Według informacji Komisji Europejskiej przeciętnie około 60% początkujących firm funkcjonuje tylko przez pierwsze trzy lata działalności, generując proporcjonalną liczbę nowych miejsc pracy. Ponadto tylko 41% wszystkich MŚP w UE nie ma problemów w dostępie do finansowania³, przeważają jednak te, które z takimi problemami się borykają, a więc ich rozwój jest ograniczony. Wspieranie firm z sektora MŚP ma kluczowe znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości w Europie. Dostęp do finansowania dla młodych, innowacyjnych firm jest powszechnym problemem nawet w krajach, w których dostęp do finansowania bankowego utrzymywał się przez cały kryzys finansowy. W celu zapewnienia źródeł finansowania innowacyjnych projektów biznesowych wykreowano alternatywne metody finansowania, jedną z nich stanowi crowdfunding. Ponieważ innowacje wiążą się z dużą niepewnością co do ich akceptacji ze strony rynku, innowacyjne przedsięwzięcia są narażone na wyższe koszty kapitału⁴. Crowdfunding reprezentuje unikalną kategorię pozyskiwania funduszy, wspomaganą przez rozwój platform internetowych, które umożliwiają zwiększoną interakcję pomiędzy przedsiębiorcą a potencjalnym klientem⁵.

Crowdfunding jest definiowany jako zbiorowy wysiłek wielu osób, które łączą swoje zasoby i wspierają działania podejmowane przez inne osoby lub organizacje. Zwykle odbywa się to za pośrednictwem Internetu. Poszczególne projekty są finansowane z niewielkich wkładów wielu osób⁶, umożliwiając innowatorom, przedsiębiorcom i właścicielom firm wdrożenie pomysłu na rynek,

² **M. Ziemia, K. Świeszczak**, *Tworzenie przedsiębiorstwa w kontekście rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, w: **M. Matejun, K. Szymańska** (red.), *Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w warunkach niepewności i ryzyka*, Łódź 2013, s. 121.

³ *Crowdfunding in the EU Capital Markets Union*, European Commission, Brusel 2016, s. 3.

⁴ **A. Hyttinen, O. Toivanen**, *Do financial constraints hold back innovation and growth? Evidence on the role of public policy*, Research Policy 2005/34, s. 1835–1403.

⁵ **E. Mollick**, *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, Journal of Business Venturing 2013/29 (1), s. 1–16.

⁶ **K. Buysere, O. Gajda, R. Kleverlaan, D. Marom**, *A Framework for European Crowdfunding*, Runtinx 2012, s. 9.

a tym samym pokonanie niebezpiecznej pułapki luki kapitałowej. T. Lambert i A. Schwienbacher rozszerzają definicję crowdfundingu, stwierdzając, iż jest to „otwarte zaproszenie, głównie za pośrednictwem Internetu, na udostępnienie środków finansowych w formie darowizny lub w zamian za jakąś formę nagród i/lub praw głosu w celu wspierania inicjatyw w określonych celach”⁷.

M. Wicks, natomiast, definiuje crowdfunding jako miejsce, w którym duża liczba osób (tłum) finansowo wspiera projekt poprzez przyznanie stosunkowo niewielkiej ilości pieniędzy albo w zamian za nagrodę, jako darowiznę lub potencjalnie w zamian za kapitał własny. Jest to forma kontaktów społecznościowych, która wykorzystuje moc Internetu i społeczności online do rozpowszechniania informacji o projekcie lub produkcji⁸. Szerzej crowdfunding definiuje Burkett, według którego jest to dowolnie prowadzona forma gromadzenia środków pieniężnych za pomocą sieci komputerowej lub z wykorzystaniem serwisów społecznościowych⁹. Sam termin crowdfunding stanowi połączenie słów: *crown* (tłum) oraz *funding* (finansowanie), co w połączeniu oznacza gromadzenie środków finansowych z „tłumu”¹⁰.

Podstawowym celem crowdfundingu jest zapewnienie przedsiębiorstwom i ich innowacyjnym pomysłom biznesowym środków finansowych do realizacji. Idea crowdfundingu opiera się na chęci pomocy innym ludziom, którzy chcą wesprzeć pomysły, które lubią bądź które są im z pewnych powodów bliskie emocjonalnie lub geograficznie. Niektórzy ludzie są zainteresowani inwestowaniem w projekty, które lokalnie kreują miejsca pracy. Bezpośrednim miejscem spotkań pomysłodawców i funduszo dawców są platformy crowdfundingowe. Na całym świecie jest obecnie ponad 510 platform crowdfundingowych¹¹.

⁷ T. Lambert, A. Schwienbacher, *An Empirical Analysis of Crowdfunding*, s. 30, <http://ssrn.com/abstract=1578175>

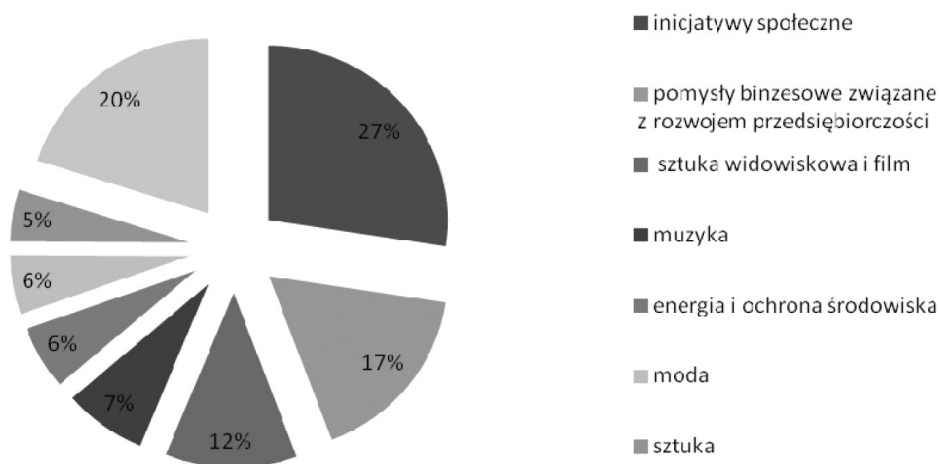
⁸ M. Wicks, *Crowdfunding-an introduction*. Published as an eBook original by Blue Beetle Books, Retrieved 2013, s. 5, http://www.smallbusinesssuccess.ca/ebooks/prince_albert/pdfs/2013_CrowdFunding.pdf

⁹ E. Burkett, *A Crowdfunding Exemption? Online Investment Crowdfunding and U.S. Securities Regulation*, Transactions: The Tennessee Journal of Business Law 2011, s. 66.

¹⁰ J.M. Zbiorowska, *Crowdfunding jako nowoczesna forma wsparcia przedsięwzięć społecznych, kulturowych i biznesowych*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia* nr 3/2016 (81), Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 286.

¹¹ *Crowdfunding in Europe. Introduction and state of play*, European Union, 2017, s. 5.

WYKRES 1: Kategorie projektów finansowanych z crowdfundingu



Źródło: opracowanie własne na podstawie: S. Dresner, *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*, John Wiley & Sons, 2014, s. 38.

Najbardziej powszechną kategorią projektów, które w ostatnich latach zostały finansowane z crowdfundingu, były różnego rodzaju inicjatywy społeczne (27%). Znaczącą pozycję stanowiły również pomysły biznesowe (17%) oferowane tłumowi przez młodych i innowacyjnych przedsiębiorców, którzy nie mają możliwości pozyskania środków finansowych w sposób tradycyjny (kredyt, pożyczka *etc.*). Biorąc pod uwagę fakt, iż finansowanie biznesu stanowi tak duży odsetek, można stwierdzić, iż crowdfunding staje się coraz bardziej powszechny, a w najbliższych latach ma szansę stać się jednym z najbardziej konkurencyjnych dla kredytów i środków unijnych, źródeł finansowania przedsiębiorczości. Giudici i in.¹² twierdzą jednak, że projekty z kategorii sztuki lub technologii prawdopodobnie odniosą większy sukces poprzez korzystanie z tej formy finansowania, ponieważ zwolennicy otrzymują nagrody, które są bardzo nowatorskie i unikatowe. Crowdfunding kreuje nowe możliwości inwestycyjne dla osób fizycznych i inwestorów korporacyjnych, ale co ważne, umożliwia również dywersyfikację źródeł finansowania przedsięwzięć, stąd też stanowi tak atrakcyjne źródło pozyskania kapitału dla innowacyjnych pomysłów biz-

¹² G. Giudici, R. Nava, C. Rossi Lamastra, C. Verecondo, *Crowdfunding: The New Frontier for Financing Entrepreneurship?*, SSRN Electronic Journal – October 2012, s. 5.

nesowych, zmniejsza to dodatkowo ryzyko finansowania¹³. S. Husain i A. Root podkreślają, że crowdfunding jest najlepiej wykorzystywany jako narzędzie uzupełniające bardziej tradycyjne metody finansowania¹⁴.

Narzędziem łączącym projektodawcę z inwestorem są platformy crowdfundingowe. Działają one w ten sposób, że administrator zbiera pomysły na biznes i po wstępnej analizie wykonalności projektu zamieszcza je do publicznej wiadomości. Następnie pomysłodawca projektu za pośrednictwem np. filmu prezentuje swój pomysł potencjalnym fundatorom. W ustalonym przedziale czasu (przeciętna kampania crowdfundingowa trwa trzy tygodnie) zainteresowani wdrożeniem projektu mogą przekazywać środki finansowe i w sytuacji gdy zostanie zebrana ustalona kwota pieniędzy, projekt zostaje wdrożony do realizacji.

Crowdfunding może przybrać postać:

- *darowizny*, w ramach której darczyńcy przekazują fundusze głównie organizacjom charytatywnym i organizacjom non-profit,
- *nagrody*, dzięki której darczyńcy przekazują projektodawcom środki jako uznanie za swój wkład w rozwój,
- *przedsprzedaży lub wstępnego zamówienia*, w ramach których inwestorzy finansują pomoc w produkcji niektórych produktów lub usług, a w zamian otrzymują wczesną wersję produktu lub produkt po niższej cenie,
- *pożyczki*, w ramach której inwestorzy otrzymują odsetki i kapitał na koniec okresu kredytowania. Istnieją również formy udzielania pożyczek opartych na zasadzie podziału dochodów,
- *kapitału własnego*, prywatna firma oferuje papiery wartościowe dla ogółu społeczeństwa, za pośrednictwem platformy internetowej¹⁵.

Wykorzystanie innowacyjnych form finansowania jest podstawą regionalnej przedsiębiorczości w kontekście Strategii *Europa 2020*. Jednym z głównych filarów Strategii *Europa 2020* jest Unia Innowacji, której celem jest stymulowanie wzrostu gospodarczego poprzez m.in. prowadzenie polityki sprzyjającej powstawaniu nowych przedsiębiorstw poprzez wykorzystanie innowacyjnych form finansowania, w wyniku której zostanie wzmocniona przyszła konkurencyjność i dobrobyt lokalnej gospodarki¹⁶.

¹³ *New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments*, OECD, Istanbul 2015, s. 54.

¹⁴ **S. Husain, A. Root**, *Crowdfunding for Entrepreneurship*, Retrieved 2015, s. 10, <http://allied-crowds.com/assets/Entrepreneurship-2015.pdf>

¹⁵ **J. Helmer**, *A snapshot on crowdfunding*, Working papers firms and regions, No. R2/2011, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI, Karlsruhe 2011, s. 1–10.

¹⁶ **R. Dziuba**, *Rola innowacyjności i konkurencyjności w rozwoju regionu Bałkanów Zachodnich na przykładzie Czarnogóry* Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania US,

3. Perspektywy rozwoju crowdfundingu w polskiej rzeczywistości gospodarczej. Wyniki badań własnych

W ostatniej dekadzie liczba osób prowadzących działalność na własny rachunek gwałtownie wzrosła, a w ślad za tym wzrosło zapotrzebowanie na „kapitał startowy”, który jest wymagany do realizacji różnego typu inwestycji i przedsięwzięć. Poza tradycyjnymi źródłami finansowania, takimi jak pożyczki, *Venture Capital* (VC) czy granty, platformy crowdfundingowe coraz częściej oferują alternatywne lub uzupełniające się rodzaje finansowania. W szczególności stanowią atrakcyjne źródło pozyskania kapitału dla początkujących polskich przedsiębiorców. W Polsce crowdfunding jest stosunkowo nowym i młodym podejściem do finansowania innowacyjnych projektów. Pierwsza polska platforma crowdfundingowa rozpoczęła funkcjonowanie w 2007 r., co więcej, polskie określenie „finansowanie społecznościowe” zostało zaproponowane dopiero w 2010 r.¹⁷ Prawdziwy rozwój finansowania społecznościowego w Polsce przypada na 2012 r., kiedy powstały takie platformy, jak: polakpotrafi.pl, fundamental.org.pl oraz gobeez.neta. Pod koniec 2015 r. odnotowano ich już 18, plasując Polskę na 7 miejscu wśród krajów europejskich¹⁸. W każdym roku powstają jednak nowe platformy crowdfundingowe, co świadczy o zainteresowaniu tą formą finansowania. W 2017 r. na polskim rynku funkcjonowało ich już 25. Na rozwój tego rynku na świecie bez wątpienia wpłynął postęp technologii internetowych i aplikacji mobilnych, ale i kryzys finansowy, w wyniku którego pojawiły się niekorzystne pożyczki bankowe, zmuszające kredytobiorców do poszukiwania tańszych źródeł finansowania. Kryzys finansowy ograniczył możliwości kredytowania przez MŚP inwestycji, w związku z czym na rynku kredytów powstała luka¹⁹, którą w pewnym sensie wypełnił crowdfunding.

O rozwoju crowdfundingu w Polsce świadczy również fakt, iż w 2012 r. zostało powołane Polskie Towarzystwo Crowdfundingu, którego celem jest promowanie idei crowdfundingu i kreowanie dogodnych warunków dla jego rozwoju. Inicjatywa ta wspiera również drobnych pomysłodawców projektów poprzez dążenie do poprawy legislacji w obrębie zbiórek publicznych oraz roz-

Gospodarka Regionalna i Międzynarodowa 2014/37/2, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 227–228.

¹⁷ K. Król, *Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności*, Crowdfunding.pl, Warszawa 2013, s. 102.

¹⁸ D. Grodzka, *Finansowanie społecznościowe*, Biuro Analiz Sejmowych 2016/7 (211), Warszawa, s. 3.

¹⁹ Y. Pierrakis, L. Collins, *Banking on each other: peer-to-peer lending to business: evidence from funding circle, (Project Report)*, NESTA, London 2013, s. 7–10.

powszechniania informacji odnośnie do finansowania inicjatyw charytatywnych, społecznych i biznesowych²⁰. Warto również zwrócić uwagę na aspekty prawne tej formy finansowania pomysłu biznesowego. Zasady opodatkowania konkretnej formy pozyskiwania kapitału nie są jednolicie sformułowane, a jedynie opierają się na rozwiązaniach wykorzystywanych dla podobnego typu umów (sprzedaży, darowizny, pożyczki bądź przedsprzedaży). Pomysłodawca, fundator czy platforma crowdfundingowa są zobligowane do przestrzegania art. 353 (1) Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeksu cywilnego²¹.

O tym, że rynek crowdfundingu w Polsce jest na etapie wczesnego rozwoju świadczy fakt, iż zajmuje przedostatnią pozycję wśród innych dostępnych źródeł finansowania startupów. W 2015 r., według raportu Deloitte, z crowdfundingu sfinansowano 5,17% nowych przedsięwzięć²². Z raportu Polskie Startupy 2016 wynika natomiast, iż perspektywy jego rozwoju w polskiej rzeczywistości gospodarczej są obiecujące. Respondenci biorący udział w badaniu zwracali uwagę na zalety tej formy finansowania pomysłów biznesowych, jednocześnie aż 11% z nich zadeklarowało wykorzystanie w przyszłości tego narzędzia do pozyskania kapitału. Ponad połowa z nich zamierza sięgnąć po środki z funduszy *Venture Capital* i dotacje UE (odpowiednio: 59% i 56%), natomiast co trzeci liczy na finansowanie przez aniołów biznesu²³. W odróżnieniu jednak od tradycyjnych form finansowania, crowdfunding może stanowić pewnego rodzaju wartość dodaną dla przedsiębiorcy w postaci:

- możliwości przetestowania rynku w zakresie zapotrzebowania na dany produkt lub usługę,
- możliwości uzyskania informacji zwrotnej dotyczącej udoskonalenia produktu lub usługi,
- możliwości pozyskania informacji o zapotrzebowaniu na produkt lub usługę,
- promocji produktu lub usługi,
- zbudowania bazy potencjalnych klientów.

²⁰ www.stowarzyszenie.crowdfunding.pl

²¹ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r., nr 16, poz. 93 z późn. zm.), Art. 353 (1), stan prawny na: 31.01.2017 r.

²² *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce*, Deloitte, Warszawa 2016, s. 78.

²³ *Polskie Startupy, Raport 2016*, Fundacja Startup Poland, s. 34, <http://startuppoland.org/wp-content/uploads/2016/09/Startup-Poland-Raport-2016-16.pdf>; stan na 01.06.2017 r.

3.1. Metodyka badań i charakterystyka próby badawczej

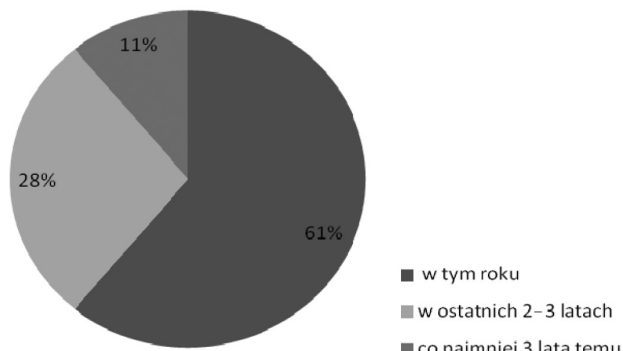
W celu zdiagnozowania perspektyw rozwoju crowdfundingu jako innowacyjnej formy finansowania przedsiębiorczości w polskiej rzeczywistości gospodarczej oraz zweryfikowania na wstępie postawionej hipotezy badawczej przeprowadzono badanie ankietowe (za pomocą elektronicznego kwestionariusza) skierowane do przedsiębiorców – lokatorów polskich parków technologicznych oraz przemysłowo-technologicznych. Ankieta była dostępna do wypełnienia dla respondentów w okresie od lipca do września 2017 r. Prośbę o uzupełnienie kwestionariusza ankiety skierowano do wszystkich parków technologicznych i przemysłowo-technologicznych znajdujących się na stronie Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. Po zweryfikowaniu profili sektorowych przedsiębiorców – lokatorów stwierdzono, że najczęściej są to przedsiębiorstwa reprezentujące: BPO, technologie informacyjne (IT), odnawialne źródła energii (OZE), medycynę uzdrowską, biotechnologię, biomedycynę, ICT, energetykę, motoryzację, meble, przemysł spożywczy, maszynowy, chemiczny, metalowy, elektroniczny, elektrotechniczny, szkoleniowy. Ostatecznie kwestionariusz ankiety został wypełniony przez 56 przedsiębiorców – lokatorów.

3.2. Wnioski z przeprowadzonych badań

Pierwszym z obszarów badawczych było zweryfikowanie znajomości terminu „crowdfunding” wśród respondentów. Opinia wśród przedsiębiorców – lokatorów w tym zakresie była jednoznaczna. Wszyscy badani (pytanie było dostępne dla wszystkich ankietowanych) zgodnie odpowiedzieli, że termin „crowdfunding” jest im znany. Na tej podstawie, co prawda, nie można jednoznacznie stwierdzić, czy znana jest im również koncepcja tej formy finansowania, bowiem często przedsiębiorcy dysponują ogólnymi i nieprecyzyjnymi informacjami odnośnie do istnienia funkcjonujących platform. Kolejne pytanie dotyczyło określenia, kiedy pierwszy raz usłyszeli termin „crowdfunding”.

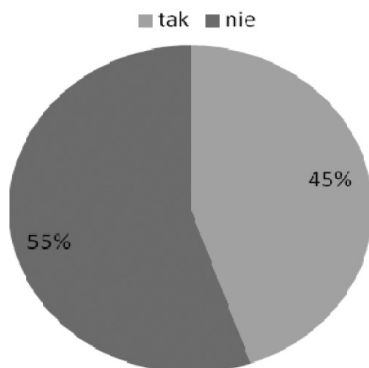
Odpowiedzi w tym zakresie były zróżnicowane. Ponad połowa respondentów stwierdziła, że spotkała się z tym terminem przynajmniej trzy lata temu, natomiast niespełna 30%, że w ciągu ostatnich trzech lat. Można zatem jednoznacznie stwierdzić, iż omawiane źródło finansowania znajduje się w trakcie ciągłego tworzenia oraz rozwoju wśród polskich przedsiębiorców i jest terminem stosunkowo młodym.

WYKRES 2: Kiedy pierwszy raz Pan/Pani usłyszała o crowdfundingu?



Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

WYKRES 3: Czy rozważał/a Pan/Pani finansowanie własnego pomysłu biznesowego za pomocą crowdfundingu lub korzystał/a z tej formy finansowania?

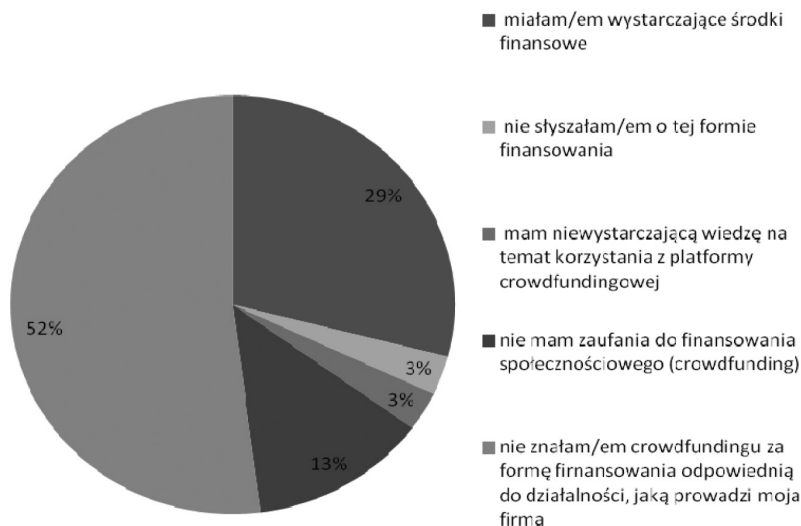


Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Kolejne pytanie, które zostało zadane przedsiębiorcom – lokatorom, dotyczyło tego, czy rozważali kiedykolwiek finansowanie własnego pomysłu biznesowego za pomocą crowdfundingu. Przeszło połowa ankietowanych zaznaczyła, że nigdy nie rozważała, a zatem i nie korzystała z tej formy finansowania przedsiębiorczości, natomiast aż 45% odpowiedziało, że rozważało, a być może i korzystało w przeszłości z tej formy alternatywnego pozyskania kapitału. Na tym etapie respondenci, którzy zanegowali odpowiedź, zostali przekierowani do pytania: *Dlaczego nie zdecydował/a się Pan/Pani na wykorzystanie crowdfundingu w finansowaniu swojego biznesu?*

Wyniki wskazują, iż głosy badanych w tej kwestii są podzielone. Ponad połowa respondentów zadeklarowała, że crowdfunding nie był odpowiednią formą finansowania pomysłu biznesowego, zatem uznali, że podejmowanie

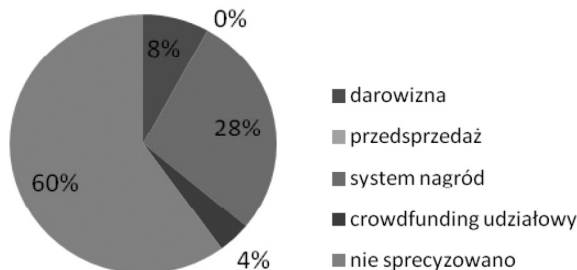
WYKRES 4: Dlaczego nie zdecydował/a się Pan/Pani na wykorzystanie crowdfundingu w finansowaniu swojego biznesu?



Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

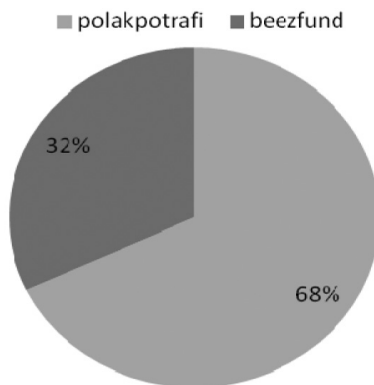
wysiłków ukierunkowanych na pozyskanie kapitału tą metodą nie przyniesie zakładanego rezultatu. Niespełna 30% badanych odpowiedziało, że miało wystarczające środki na uruchomienie własnego biznesu (np. pozyskało je w drodze kredytów, czyli tradycyjnych źródeł finansowania przedsiębiorczości), w związku z czym nie poszukiwali alternatywnych metod finansowania swojej działalności. Na uwagę zasługuje również fakt, że 13% badanych nie ma zaufania do finansowania społecznościowego, co może wynikać również z braku wiedzy w tej kwestii.

Respondenci, którzy odpowiedzieli pozytywnie na pytanie: *Czy rozważał/a Pan/Pani finansowanie własnego pomysłu biznesowego za pomocą crowdfundingu lub korzystał/a z tej formy finansowania?* zostali następnie poproszeni o ustosunkowanie się do kolejnych pytań. Skoro rozważali skorzystanie z finansowania społecznościowego, to może zdecydowali się również na rodzaj przeprowadzonej kampanii crowdfundingowej.

WYKRES 5: *Jaki rodzaj kampanii to był lub miał być?*

Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Analiza zebranych danych wskazuje, że 60% respondentów nie dokonała wyboru co do rodzaju przeprowadzonej kampanii crowdfundingowej, zatem można uznać, że proces poszukiwania alternatywnych źródeł finansowania dla swojej działalności zakończono na etapie „rozważań”. Pozostała część badanych wskazała rodzaj kampanii crowdfundingowej, wśród których dominował system nagród. Ta sama grupa respondentów została poproszona następnie o wskazanie nazwy platformy, z której korzystał/a Pan/Pani lub miał/a korzystać.

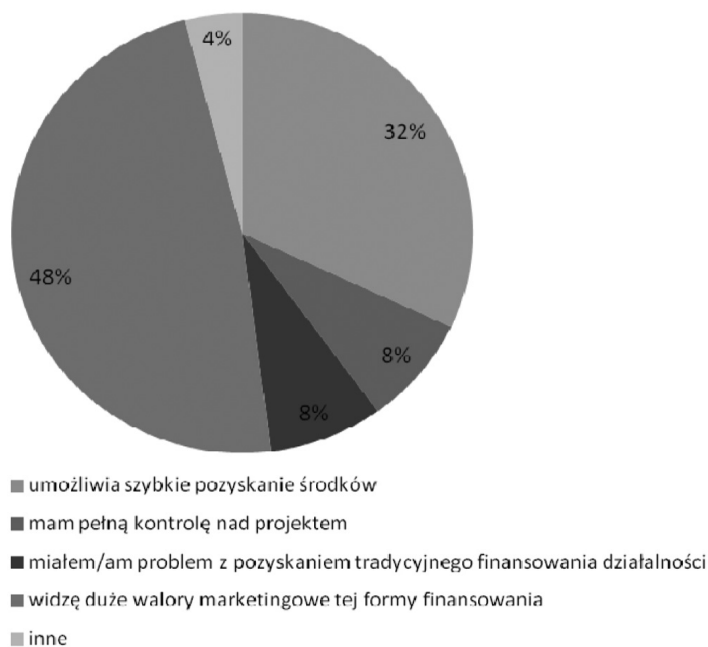
WYKRES 6: *Nazwa platformy, z której korzystał/a Pan/Pani lub miał/a korzystać to?*

Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Ankietowani wskazali tylko dwa portale crowdfundingowe, z których opcjonalnie skorzystaliby lub korzystali. Aż 68% podmiotów odpowiedziało, że adekwatnym dla niego był lub byłby portal polakpotrafi.

Kolejnym istotnym zagadnieniem, które podjęto w przeprowadzonych badaniach, było uzyskanie opinii respondentów, dlaczego rozważali wykorzystanie crowdfundingu jako źródła finansowania ich pomysłu biznesowego.

WYKRES 7: Dlaczego rozważał Pan/Pani wykorzystanie crowdfundingu jako źródło finansowania swojej działalności?

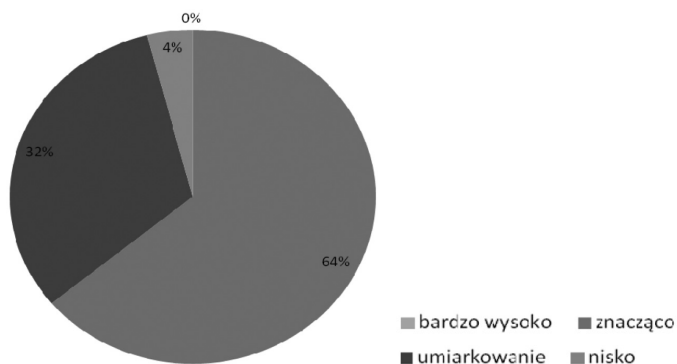


Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Wśród badanych dominowała odpowiedź dotycząca walorów marketingowych tej formy finansowania (48%). Można zatem uznać, iż polscy przedsiębiorcy – lokatorzy upatrują w crowdfundingu szansy nie tyle na pozyskanie środków pieniężnych (w badaniu cechę tę wybrało 32%), co na pewnego rodzaju zareklamowanie produktu lub usługi oraz miarodajne badanie rynku.

Kolejnym istotnym zagadnieniem, o które zapytano przedsiębiorców – lokatorów, była ocena możliwości rozwoju crowdfundingu w Polsce jako alternatywnej formy pozyskiwania środków na realizację projektów biznesowych.

WYKRES 8: *Jak ocenia Pan/Pani możliwości rozwoju crowdfundingu w Polsce jako alternatywnej formy pozyskiwania środków na realizację projektów biznesowych?*

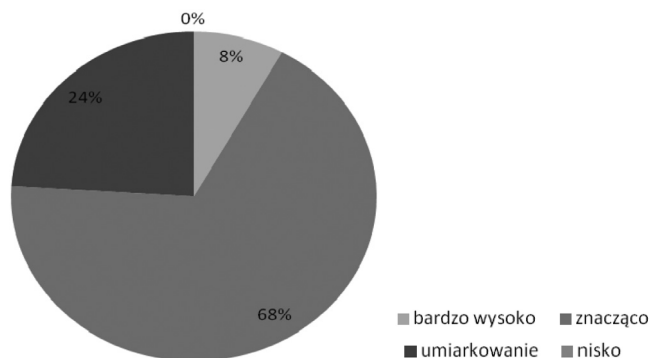


Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Respondenci na postawione pytanie odpowiedzieli, że według nich crowdfunding jako alternatywne źródło finansowania pomysłów biznesowych ma znaczne możliwości rozwoju (64%) i umiarkowane (32%), tylko 4% badanych opowiedziało się za tym, że crowdfunding nie będzie stanowił znaczącego udziału wśród źródeł finansowania przedsiębiorczości.

Na kolejne pytanie *Jak ocenia Pan/Pani perspektywę rozwoju crowdfundingu w zakresie wspierania przedsiębiorczości w Polsce?* odpowiedzi przedsiębiorców były zbliżone. Niemal 70% respondentów opowiedziało się, że crowdfunding ma doniosłe znaczenie w rozwoju przedsiębiorczości, a 24%, że umiarkowane.

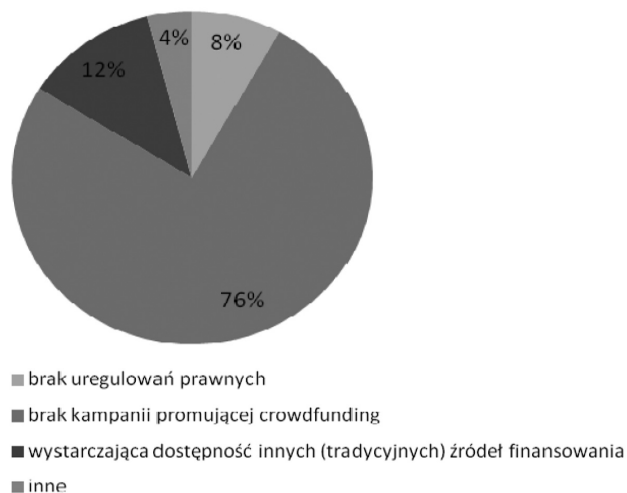
WYKRES 9: *Jak ocenia Pan/Pani perspektywę rozwoju crowdfundingu w zakresie wspierania przedsiębiorczości w Polsce?*



Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Ważnym zagadnieniem poruszonym w niniejszym badaniu była ocena wiedzy przedsiębiorców – lokatorów na temat ograniczeń rozwoju crowdfundingu w Polsce.

WYKRES 10: Co Pana/Pani zdaniem najbardziej ogranicza rozwój crowdfundingu w Polsce?



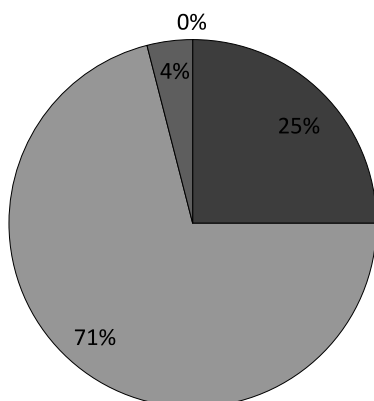
Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

Według badanych przedsiębiorców największym ograniczeniem dla rozwoju tego źródła finansowania jest brak kampanii, które promowałyby crowdfunding (76%). Można zatem uznać, że przedsiębiorcy nie korzystają z finansowania społecznościowego w celu pozyskania środków finansowych na realizację pomysłu biznesowego, gdyż nie zawsze mają świadomość kosztów i korzyści oraz szans i zagrożeń, które wiążą się z crowdfundingiem.

Wśród ankietowanych zdecydowanie dominowały osoby młode, między 20–30 r.ż. (25%) oraz 31–40 r.ż. (71%). Można zatem przyjąć, iż zainteresowanie crowdfundingiem największe jest wśród młodych osób, które poszukują ciągle nowych rozwiązań dla wdrożenia swojego pomysłu biznesowego. Co więcej, w 93% przypadków były to osoby z wykształceniem wyższym, a 8% respondentów zadeklarowało uzyskanie stopnia naukowego doktora.

WYKRES 11: *Wiek ankietowanych*

■ od 20–30 lat ■ od 31–40 lat ■ od 41–50 lat ■ powyżej 51 roku życia



Źródło: opracowanie własne na podstawie odpowiedzi respondentów.

4. Zakończenie

W artykule podjęto próbę opisanego i przeanalizowania zjawiska crowdfundingu w Polsce oraz na świecie jak również zwrócono uwagę na perspektywę rozwoju tej formy finansowania w polskiej rzeczywistości gospodarczej. Przeprowadzone badanie przyczyniło się zarówno do wysnucia kilku ważnych wniosków, jak i do pozytywnego zweryfikowania wstępnie założonych hipotez badawczych.

Wyniki przeprowadzonego badania wskazują, iż crowdfunding to relatywnie nowe pojęcie, która ciągle się rozwija, a w ostatnich latach nastąpił rozwój świadomości przedsiębiorców w zakresie korzyści i kosztów płynących z wykorzystania tej formy finansowania pomysłów biznesowych, choć w dalszym ciągu przedsiębiorcy nie mają wystarczającego zaufania do tej formy finansowania działalności gospodarczej. Warto może w tym miejscu zastanowić się nad formami promowania crowdfundingu i rozbudowania świadomości niedoświadczonych przedsiębiorców w tym zakresie, zważywszy że zainteresowani crowdfundingiem są przede wszystkim młodzi przedsiębiorcy, poszukujący nowych rozwiązań i proinnowacyjni.

Badania pokazały również, że ważnym aspektem idei crowdfundingu jest nie tylko potrzeba i konieczność zakończenia kampanii z sukcesem, ale i promocja firmy, co w sposób pośredni przekłada się na rozwój przedsiębiorczości.

Perspektywy rozwoju crowdfundingu w Polsce, zdaniem przedsiębiorców, są zatem znaczące, zwłaszcza że w ostatnich latach znacząco przybywa nowych platform crowdfundingowych.

Rozwój crowdfundingu zależy również od zakresu wprowadzonych uregulowań prawnych. Takie działania są konieczne przede wszystkim z uwagi na ryzyko nadużyć finansowych. W przeciwieństwie do *Venture Capital* lub aniołów biznesu, fundatorzy nie mają osobistego kontaktu z pomysłodawcą. Nie zawsze też dysponują prawdziwą i zweryfikowaną wiedzą o przedstawionej im idei biznesowej. Wprowadzenie regulacji mogłoby znacznie poprawić rozwój crowdfundingu i przyczynić się do wzrostu gospodarczego dzięki innowacjom i działaniom związanym z przedsiębiorczością, bowiem przyczyniłoby się to w pewnym stopniu do zwiększenia zaufania przedsiębiorców do korzystania z tej formy pozyskania kapitału. Warto nadmienić, iż w Stanach Zjednoczonych i Europie funkcjonuje szereg instytucji, które zajmują się edukacją i promocją idei crowdfundingu, ochroną stron transakcji crowdfundingowych czy opracowaniem dobrych praktyk. Najbardziej znane to: *European Crowdfunding Network*, *Crowdfunding Professional Association*, *Crowdfunding Intermediary Regulatory Advocates*, *National Crowdfunding Association*.

Bibliografia

- Burkett Edan**, *A Crowdfunding Exemption? Online Investment Crowdfunding and U.S. Securities Regulation*, Transactions: The Tennessee Journal of Business Law 2011.
- Buysere Kristof, Gajda Oliver, Kleverlaan Ronald, Marom Dan**, *A Framework for European Crowdfunding*, Runtinx 2012.
- Crowdfunding in Europe. Introduction and state of play*, European Union 2017.
- Crowdfunding in the EU Capital Markets Union*, European Commission, Brusel 2016.
- Crowdfunding's Potential for the Developing World*, The World Bank, Washington 2013.
- Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce*, Deloitte, Warszawa 2016.
- Dresner Steven**, *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*, John Wiley & Sons, 2014.
- Dziuba Radosław**, *Rola innowacyjności i konkurencyjności w rozwoju regionu Balkanów Zachodnich na przykładzie Czarnogóry*, Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania US, Gospodarka Regionalna i Międzynarodowa 2014/37/2, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Giudici Giancarlo, Nava Riccardo, Lamastra Cristina R., Verecondo Chiara**, *Crowdfunding: The New Frontier for Financing Entrepreneurship?*, SSRN Electronic Journal – October 2012.
- Grodzka Dorota**, *Finansowanie społecznościowe*, Biuro Analiz Sejmowych, nr 7 (211), Warszawa 2016.
- Helmer William J.**, *A snapshot on crowdfunding*, Working papers firms and regions, No. R2/2011, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI, Karlsruhe 2011.

- Husain Shareg, Root Anton**, *Crowdfunding for Entrepreneurship*. Retrieved 2015, <http://allied-crowds.com/assets/Entrepreneurship-2015.pdf>; stan na 25.06.2017 r.
- Hyytinen Ari, Toivanen Otto**, *Do financial constraints hold back innovation and growth? Evidence on the role of public policy*, Research Policy 2005/34.
- Król Karol**, *Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności*, Crowdfunding.pl, Warszawa 2013.
- Lambert Thomas, Schwienbacher Armin**, *An Empirical Analysis of Crowdfunding*, <http://ssrn.com/abstract=1578175>; stan na 15.06.2017 r.
- Lennon Patty**, *The crowdfunding book: a how-to book for entrepreneurs, writers, and inventors*, Difference Press, Washington 2014.
- Mollick Ethan**, *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, Journal of Business Venturing 2013/29 (1).
- New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments*, OECD, Istanbul 2015.
- Pierrakis Yannis, Collins Liam**, *Banking on each other: peer-to-peer lending to business: evidence from funding circle (Project Report)*, NESTA, London 2013.
- Polskie Startupy, Raport 2016*, Fundacja Startup Poland, s. 34, <http://startuppoland.org/wp-content/uploads/2016/09/Startup-Poland-Raport-2016-16.pdf>, stan na 01.06.2017 r.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r., nr 16, poz. 93 z późn. zm.), art. 353 (1), stan prawny na 31.01.2017 r.
- Wicks Mike**, *Crowdfunding-an introduction. Published as an eBook original by Blue Beetle Books*, Retrieved 2013, http://www.smallbusinesssuccess.ca/ebooks/prince_albert/pdfs/2013_CrowdFunding.pdf, stan na 15.06.2017 r.
- www.stowarzyszenie.crowdfunding.pl; stan na 15.06.2017 r.
- Zbiorowska Justyna M.**, *Crowdfunding jako nowoczesna forma wsparcia przedsięwzięć społecznych, kulturowych i biznesowych*, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia 2016/3 (81), Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Ziemia M., Świeszczak K.**, *Tworzenie przedsiębiorstwa w kontekście rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, w: Marek Matejun, Katarzyna Szymańska (red.), *Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w warunkach niepewności i ryzyka*, Łódź 2013.

Małgorzata JABŁOŃSKA
Dorota BURZYŃSKA

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CROWDFUNDING AS AN INNOVATIVE FORM OF FINANCING ENTREPRENEURSHIP

(Summary)

Polish entrepreneurs in recent years put more and more on innovation, which immanently is associated with a greater risk of implementation of a business idea. Higher risk translates into smaller opportunities to raise capital from the so-called traditional sources. Crowdfunding is a new approach to financing projects whose initiators are mostly startups, at the same time being a response to the gap in financing such ventures during the crisis, where traditional financing methods, such as bank loans or business angels, have proved unattainable for innovative business ideas. The aim of this article is to try to answer the question of what are the prospects for crowdfunding development as an innovative form of financing entrepreneurship in the Polish economic realm. For the purpose of the work and the verification of the research hypothesis, conducted in July–September 2017, a CAWI quantitative survey was conducted on 56 companies operating in technology parks or industrial and technological parks in Poland. Based on the research conducted, it was concluded that, in the opinion of respondents, the idea of social financing of business ideas is in the process of continuous development and development, and the added value of using this form of financing is not only the acquisition of the necessary cash, but primarily the examination of market demand or its creation.

Keywords: entrepreneurship; alternative finance; SME

