

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 436

**Rachunkowość na rzecz
zrównoważonego rozwoju.
Gospodarka – etyka – środowisko**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Elżbieta Kożuchowska
Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach:
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-591-9

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Maria Aluchna, Olga Mikołajczyk: Akcjonariusze vs. interesariusze. Przypadek raportowania zintegrowanego / Shareholders vs. stakeholders. The case of integrated reporting	11
Joanna Antczak: Wypadki chemiczne a bezpieczeństwo ekologiczne / Chemical accidents vs. ecological security	21
Anna Balicka: Sprawozdawczość środowiskowa – światowe trendy ujawniania informacji środowiskowych / Environmental reporting – world trends of disclosure of environmental information	30
Aleksandra Banaszekiewicz, Ewa Makowska: Rewizja finansowa a wiarygodność sprawozdań finansowych / Financial audit vs. financial statements credibility	39
Aurelia Bielawska: Realizacja idei społecznej odpowiedzialności biznesu w rzemiośle / The idea of Corporate Social Responsibility (CSR) in craft	48
Ewa Chojnacka, Jolanta Wiśniewska: Raportowanie danych CSR w Polsce / Reporting on CSR data in Poland.....	55
Marlena Ciechan-Kujawa, Katarzyna Goldmann: Analiza komparatywna wykorzystania i oceny przydatności analizy finansowej w praktyce firm audytorskich i jednostek gospodarczych w Polsce / Comparative analysis of the use and evaluation of the usefulness of financial analysis in the practice of auditing companies and business entities in Poland.....	64
Anna Dąbkowska: Wpływ raportu Liikanena na zmiany w regulacjach sektora bankowego w Niemczech / The impact of Liikanen report on changes in regulations of the banking sector in Germany.....	75
Anna Dubel: Analiza porównawcza kosztów adaptacji i zapobiegania zmianom klimatycznym / Comparative analysis of climate mitigation and adaptation costs	84
Justyna Dyduch: Możliwości wykorzystania informacji pochodzących z ewidencji księgowej w środowiskowej analizie finansowej przedsiębiorstwa – wyniki badań ankietowych / Possibility of using information from accounting records in environmental corporate financial analysis – survey research results.....	93
Danuta Dziawgo: Znaczenie raportowania pozafinansowego w opinii indywidualnych inwestorów / Non-financial reporting importance from individual investors' perspective.....	105

Justyna Fijałkowska: Raportowanie informacji niefinansowych zgodnie z nową dyrektywą UE 2014/95/EU jako wyzwanie dla przedsiębiorstw / Non-financial information reporting following UE 2014/95/UE new directive as a challenge for companies	115
Tomasz Gabrusewicz: Wybrane problemy stosowania wyceny w wartości godziwej do wyceny bilansowej / Selected aspects of applying valuation at fair value to balance sheet valuation.....	123
Marzena Hajduk-Stelmachowicz: Pułapki decyzyjne a system zarządzania środowiskowego / Decision-making traps related to the environmental management system.....	133
Dominika Kordela: Crowdfunding w Polsce – koncepcja finansowania społecznościowego / Crowdfunding in Poland – the concept of social financing	143
Angelika Kuligowska, Michał Moszyński, Damian Walczak: Ryzyko oraz jego świadomość w kontekście odpowiedzialności za szkody środowiskowe w Polsce / Risk and its awareness in the context of liability for environmental damages in Poland.....	154
Agnieszka Kurdyś-Kujawska: Ubezpieczenia gospodarcze jako czynnik zapewniający zrównoważony rozwój gospodarstw rolnych / Business insurances as a factor to ensure sustainable economic development of farms ...	163
Małgorzata Kutera: Etyczne aspekty zwalczania nadużyć finansowych / Ethical aspects of combating financial frauds	174
Jan Michalak: Raport strategiczny jako źródło informacji dla inwestorów społecznie odpowiedzialnych w Wielkiej Brytanii. Wyniki badań empirycznych / Strategic report as a source of information for socially responsible investors in UK. Empirical research results.....	186
Joanna Pawłowska-Tyszko: Nowe instrumenty zarządzania ryzykiem w rolnictwie krajów członkowskich UE a rozwój zrównoważony / New instruments of risk management in agriculture of the member states of the EU vs. sustainable development	199
Kamila Prucia: Projekt naukowy jako narzędzie finansowania nauki / A scientific project as a financing tool for science	209
Ksymena Rosiek: Koszty środowiskowe w sektorze wodno-kanalizacyjnym / Environmental costs in water and sewage sector	219
Anna Serwatka: Druk w polskich firmach i na uczelniach oraz jego wpływ na środowisko / Printing in Polish companies and at universities and its impact on the environment	231
Hanna Sikacz: Wpływ CSR na sytuację finansową przedsiębiorstw – przegląd badań / The impact of CSR on the corporate financial performance – a review of research.....	241
Dorota Śładkiewicz, Piotr Wanicki: Istota społecznej odpowiedzialności biznesu w procesie kreowania wartości przedsiębiorstwa / The essence of corporate social responsibility in creating company value.....	253

Monika Sobczyk: W poszukiwaniu wpływu dokonań CSR na wyniki finansowe / Searching the impact of corporate social performance on corporate financial performance	261
Anna Spoz: Wpływ finansyzacji na działalność i sprawozdawczość przedsiębiorstw / The impact of financialization on the model business of enterprises and their financial reporting	270
Lidia Włodarska-Zoła: Venture capital jako źródło finansowania przedsięwzięć innowacyjnych w świetle polityki wspierania innowacyjności / Venture capital as a source of financing innovative undertakings in the light of the policy of supporting innovativeness.....	278
Aleksander Zawadzki, Marlena Rybacka: Falszowanie sprawozdań finansowych w opinii biegłych rewidentów / Financial statements fraud in the opinion of auditors	287
Katarzyna Ziętek-Kwaśniewska: Terminowość płatności w transakcjach między przedsiębiorstwami w Polsce / Punctuality of payments in transactions between businesses in Poland.....	296
Beata Zyznarska-Dworczak: Determinanty rozwoju sprawozdawczości niefinansowej w świetle pozytywnej i normatywnej teorii rachunkowości / Factors development of non-financial reporting in the light of positive and normative accounting theory	307

Wstęp

Idea zrównoważonego rozwoju wzbudza uzasadnioną uwagę zarówno w społeczeństwie, jak i w gospodarce oraz w nauce. Poszukujemy bowiem sposobu na racjonalne funkcjonowanie w złożonej rzeczywistości. Konieczne jest nie tylko naukowe opracowanie zasad zrównoważonego rozwoju, lecz także ich efektywna implementacja w praktyce gospodarczej. Nie bez znaczenia jest przy tym również społeczne poparcie dla idei zrównoważonego rozwoju.

Niewątpliwie problemy w zakresie ochrony środowiska oraz etyki prowadzonego biznesu stanowią ogromne wyzwanie rozwojowe. Nie możemy dopuścić, by stały się one barierą rozwoju naszej cywilizacji. Stąd też obecne koncepcje teoretyczne coraz częściej podkreślają konieczność ograniczania negatywnego wpływu prowadzonej działalności na interesariuszy oraz budowania wartości dodanej – rozumianej dużo szerzej niż dotychczas.

Współczesny świat spogląda na ideę zrównoważonego rozwoju z ogromną nadzieją, ponieważ oznacza ona szansę na zmianę filozofii gospodarowania z poszanowaniem zasad gospodarki rynkowej. Nie możemy tej szansy zmarnować. Ta wspaśniała idea wymaga jednak jeszcze wiele pracy, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i empirycznym.

Tematów badawczych więc nie brakuje. Środowisko ekonomistów z dyscypliny „finanse”, a w tym „rachunkowość”, od dawna zaangażowane jest naukowo w prace badawcze dotyczące zrównoważonego rozwoju. Jednym z przykładów aktywności i profesjonalizmu naszego środowiska naukowego jest niniejsza publikacja.

W opracowaniu opublikowano wybrane artykuły dotyczące idei zrównoważonego rozwoju w zakresie rachunkowości, których autorami są osoby z uznanych ośrodków naukowych w Polsce. Podkreślam wagę inspirujących treści poszczególnych opracowań. Istotny wkład w naukową jakość publikacji wnieśli także recenzenci. Zgłoszone przez nich uwagi i sugestie podniosły jeszcze wartość naukową opracowania.

Niniejsza publikacja jest naszym wspólnym sukcesem: autorów i recenzentów.

Danuta Dziawgo

Dominika Kordela

Uniwersytet Szczeciński
e-mail: dominika.kordela@wzieu.pl

CROWDFUNDING W POLSCE – KONCEPCJA FINANSOWANIA SPOŁECZNOŚCIOWEGO

CROWDFUNDING IN POLAND – THE CONCEPT OF SOCIAL FINANCING

DOI: 10.15611/pn.2016.436.15

JEL Classification: G21, G23

Streszczenie: Nowe technologie związane z rozwojem sieci Internet zmieniają wiele obszarów życia społecznego i gospodarczego. Również finanse ulegają przeobrażeniu, co w ostatnich latach przejawiało się między innymi powstawaniem internetowych rachunków bankowych, przeniesieniem wielu transakcji kupna-sprzedaży instrumentów finansowych do internetowych rachunków inwestycyjnych czy powstawaniem internetowych platform handlu instrumentami finansowymi. Od kilku lat obserwuje się zjawisko powstawania portali internetowych pośredniczących w finansowaniu różnorodnych projektów. Cele, rodzaje i istota zbiórek są różne, istotą jest pozyskiwanie finansowania w zasadzie bez udziału instytucji finansowych. W praktyce wykształciło się kilka modeli crowdfundingu, w Polsce zwanego również finansowaniem społecznościowym. Celem opracowania jest przedstawienie problematyki dotyczącej – wciąż relatywnie nowego – źródła finansowania oraz ocena rozwoju crowdfundingu w Polsce. Przygotowując artykuł, wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczna analiza literatury przedmiotu zagranicznej i polskiej, metoda opisowa oraz porównawcza. Przeprowadzono badanie serwisów finansowania społecznościowego w Polsce, wskazując m.in. na: modele finansowania, koszty, rodzaje wspieranych projektów oraz wielkość kwot pozyskanych za ich pośrednictwem. Przeprowadzone analizy wskazują na dominację modelu donacyjnego wśród polskich portali.

Słowa kluczowe: finanse, finansowanie społecznościowe, crowdfunding.

Summary: New technologies related to the development of the Internet have been changing many areas of social and economic life. In recent years finances have been changing, which has manifested in opening online bank accounts, online investment accounts or Internet trading platforms of financial instruments. A relatively new phenomenon of Internet are crowdfunding services that focus on intermediation in financing various projects. Aims, types and nature of projects are different, but the key point is to collect small amounts of money from a large number of individuals or organizations. The aim of the study is to present the issues concerning crowdfunding and its models, as well as the development of crowdfunding in Poland.

The following methods have been used: an analysis of literature on the subject, descriptive and comparative method. A study of crowdfunding in Poland indicates a model of financing, costs, types of projects supported, and the size of financing.

Keywords: finance, social financing, crowdfunding.

1. Wstęp

Etymologicznie *crowdfunding* wywodzi się – jak większość neologizmów znaczeniowo powiązanych z nowymi technologiami – z języka angielskiego, ze złączenia słów *crowd* (tłum) i *funding* (finansowanie). Określa gromadzenie środków finansowych z (internetowego) tłumu [Dziuba 2012]. Cele, rodzaje i istota zbiórek są różne, w praktyce wykształciło się kilka rodzajów crowdfundingu. Ta forma finansowania przedsięwzięć, przedsiębiorstw, projektów oraz wspierania charytatywnego akcji rozwija się na świecie niezwykle dynamicznie.

Tematyka artykułu dotyczy crowdfundingu jako nowego – wciąż w wielu aspektach prawnie nieuregulowanego – sposobu finansowania. W treści przedstawiono definicje i systematykę crowdfundingu, a także cechy wyróżniające poszczególne jego rodzaje oraz podjęto próbę wyszczególnienia cech charakteryzujących to źródło finansowania. Następnie dokonano analizy i oceny crowdfundingu w Polsce. Celem opracowania jest przedstawienie problematyki dotyczącej źródła finansowania za pośrednictwem portali internetowych oraz ocena rozwoju crowdfundingu w Polsce. Przygotowując artykuł, wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczna analiza literatury przedmiotu zagranicznej i polskiej, metoda opisowa oraz porównawcza. Bazę źródłową do analiz rozwoju crowdfundingu w Polsce stanowiły dane wtórne ze stron wyspecjalizowanych platform internetowych.

2. Definicje i systematyka pojęć

Zastosowanie crowdfundingu po raz pierwszy miało miejsce zanim powstał ten termin. Pierwsza internetowa zbiórka środków finansowych została przeprowadzona przez fanów grupy rockowej Marillion [www.bbc.com (15.01.2016)] w 1997 roku w celu sfinansowania trasy koncertowej w Stanach Zjednoczonych. Zebrano wówczas 60 000 USD. Nie tylko kwota jest istotna, ale również fakt, że w roku 1997, kiedy dokonano pierwszej internetowej zbiórki, dostęp pod sieci miało mniej niż 100 000 osób – dla porównania, według danych w 2015 roku było ponad 3,3 mld użytkowników internetu na świecie [www.internetworldstats.com (10.01.2016)].

Pierwsze odnotowane użycie terminu *crowdfunding* miało miejsce dopiero dziewięć lat po pierwszej zbiórce, tj. w 2006 roku, autorstwo przypisuje się M. Sullivanowi [Burkett 2011, s. 70]. Od tego czasu *crowdfunding* nie tylko został rozpowszechniony, ale również wykształciło się kilka rodzajów gromadzenia środków za pośrednictwem sieci Internet.

Idea crowdfundingu w literaturze zagranicznej jest opisywana poprzez jego cel, tj. zebranie środków finansowych na inwestycje/projekt wśród internetowej społeczności jako alternatywa dla pozyskiwania kapitału od małych grup doświadczonych, profesjonalnych inwestorów (np. Aniołów Biznesu – przyp. D.K.). *Crowdfunding* trafia do nieograniczonej grupy inwestorów/donatorów, a każdy z nich przekazuje sumy pieniężne o relatywnie niskiej wartości [Belleflamme, Lambert, Schwienbacher 2013, s. 588]. W innej publikacji Agrawal, Catalini i Goldfarb piszą, że *crowdfunding* umożliwia dokonywanie inwestycji (często o niskiej wartości pojedynczych kwot) w różne projekty i przedsięwzięcia, poza regulowanym rynkiem wymiany kapitału, z wykorzystaniem internetowych platform społecznościowych [Agrawal, Catalini, Goldfarb 2011, s. 4]. W kolejnej pracy *crowdfunding* definiowany jest jako „parasolowy” termin obejmujący znaczeniowo użycie małych kwot pieniędzy, pozyskiwanych od dużej liczby osób indywidualnych lub organizacji za pośrednictwem internetowych platform, do sfinansowania projektu, przedsięwzięcia lub pożyczki, jak również innych potrzeb [Kirby, Worner 2014, s. 4].

W polskiej literaturze przedmiotu Dziuba definiuje *crowdfunding* jako dowolną formę gromadzenia środków finansowych poprzez sieć komputerową (ujęcie szersze), wskazuje również węższe ujęcie definicyjne, określając tym terminem proces zbierania środków przez przedsiębiorstwa, artystów lub organizacje non profit na potrzeby realizacji projektów, organizacji przedsięwzięć, a także na inwestycje [Dziuba 2012, s. 84]. Natomiast K. Król definiuje finansowanie społecznościowe jako „rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia w zamian za określone świadczenie zwrotne, które angażuje szerokie grono kapitałodawców, charakteryzuje się wykorzystaniem technologii teleinformatycznych oraz niższą barierę wejścia i lepszymi warunkami transakcyjnymi niż dostępne na rynku” [Król 2013].

Powyższa definicja nie wyczerpuje jednak wszystkich rodzajów crowdfundingu, ponieważ gromadzenie środków finansowych na określony cel może mieć miejsce również bez świadczenia zwrotnego. Praktyka wykształciła kilka typów finansowania społecznościowego, w raporcie UKIE wyróżniono trzy modele:

Model donacyjny (*The Donation Model*) – jest to najpowszechniejszy model funkcjonowania platform finansowania społecznościowego, wspierane są akcje pomocy chorym, ale również projekty artystyczne, sportowe, wydarzenia kulturalne czy akcje społeczne. W tradycyjnym modelu osoby przekazujące środki finansowe nie otrzymują gratyfikacji. Wyróżnia się również model zmodyfikowany (zwany sponsorskim) [Dziuba 2012, s. 86–87], w którym darczyńcy otrzymują drobne niefinansowe wynagrodzenia za przekazane środki finansowe, np.: zdjęcia, pocztówki, egzemplarz płyty, książki lub inną rzecz związaną z projektem.

Model pożyczkowy (*The Lending Model*) – przekazywane środki finansowe mają charakter pożyczki, która w określonym terminie powinna zostać spłacona wraz z odsetkami.

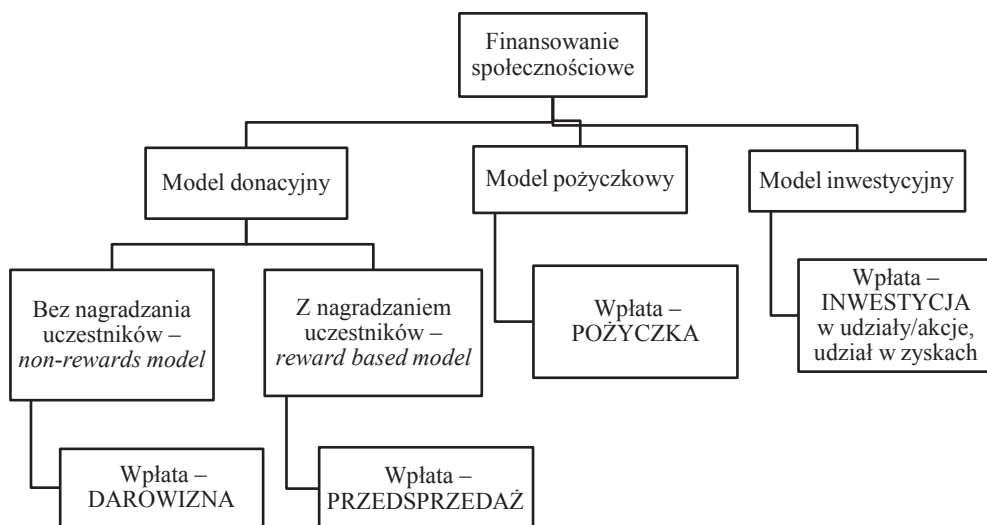
Model inwestycyjny (*The Investment Model*) – w tym modelu środki przekazywane są w zamian za obietnicę udziału w przedsiębiorstwie lub w zyskach. W ramach tego modelu wyróżnić można: a) model inwestycja za udział, zwany również crowdfundingiem udziałowym lub equity crowdfundingiem, inwestor przekazujący środki otrzymuje akcje lub udziały w przedsiębiorstwie realizującym finansowany projekt; b) model zbiorowego (kolektywnego) inwestowania, inwestor otrzymuje prawo do udziału w zyskach lub przychodach generowanych przez finansowany projekt, natomiast nie otrzymuje udziałów (akcji) w przedsiębiorstwie realizującym projekt [UKIE... 2012].

W publikacjach polskich często stosuje się wymiennie terminy *crowdfunding* i „finansowanie społecznościowe”, traktując je jako synonimy. Jednak w definicji zawartej w komunikacie Komisji Europejskiej z 27.03.2014 r. *Uwolnienie potencjału finansowania społecznościowego* do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów termin „finansowanie społecznościowe” jest nieco szerszy niż rozumienie crowdfundingu, według KE finansowanie społecznościowe „[...] odnosi się do otwartego zaproszenia skierowanego do społeczeństwa, którego celem jest pozyskanie środków finansowych na realizację określonego projektu. Często takie zaproszenia są publikowane i rozpowszechniane za pośrednictwem internetu i z pomocą mediów społecznościowych oraz są aktualne tylko w określonym przedziale czasowym. Środki finansowe są zwykle pozyskiwane od znacznej liczby uczestników w postaci stosunkowo niewielkich wkładów, ale istnieją wyjątki”, tzn. pośrednictwo sieci Internet nie jest warunkiem *sine qua non*, by finansowanie nazwać społecznościowym. Jednakże, biorąc pod uwagę, że aktualne publikacje i statystyki dotyczą głównie finansowania społecznościowego z wykorzystaniem portali internetowych, w niniejszym opracowaniu uznano bliskoznaczność terminów *crowdfunding* oraz „finansowanie społecznościowe”, więc są one używane zamiennie.

3. Crowdfunding – modele i schemat finansowania

W praktyce istniejące modele finansowania społecznościowego, mimo że mają wspólną cechę (zbiórka środków finansowych na określony cel za pośrednictwem wyspecjalizowanych portali internetowych), różnią się od siebie m.in. motywem zbiórki (charytatywny, inwestycyjny, pożyczkowy), a także klasyfikacją wpłaty. Typologię finansowania społecznościowego oraz klasyfikację wpłat przedstawiono na rys. 1.

Przedstawiony schemat nie wyczerpuje wszystkich spotykanych w praktyce typów finansowania społecznościowego. Poza wymienionymi wyżej wyróżnia się modele mieszane, zwane też hybrydowymi, które są połączeniem głównych typów finansowania, np. połączenie przedsprzedaży i inwestycji [Król 2015, s. 4].



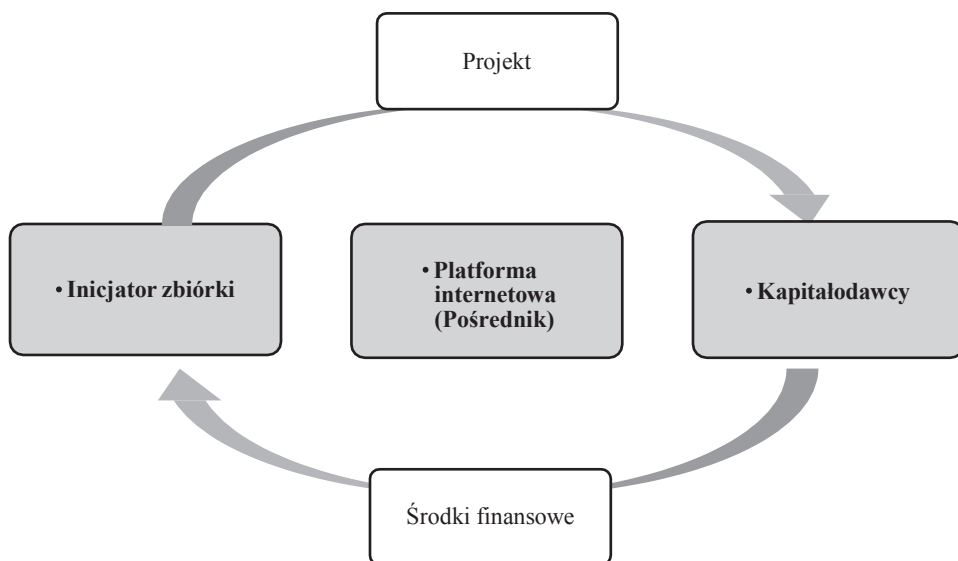
Rys. 1. Typologia finansowania społecznościowego i klasyfikacja wpłat

Źródło: opracowanie własne na podstawie cytowanej literatury.

Bazując na definicjach, a także przykładach praktycznego wykorzystania crowdfundingu, można wyróżnić kilka cech charakteryzujących to źródło finansowania bez względu na rodzaj modelu:

- nieograniczona liczba potencjalnych inwestorów/donorów/pożyczkodawców,
- relatywnie niskie kwoty inwestycji/darowizny/pożyczki,
- sukces finansowania zależny nie tylko od promocji i atrakcyjności projektu, ale również stosunku emocjonalnego w relacji twórca projektu – potencjalny kapitałodawca.
- w zasadzie brak pośrednictwa instytucji finansowych (lub ograniczenie ich roli w porównaniu z innymi źródłami finansowania),
- zasięg terytorialny zbiórki: globalny (możliwy dzięki sieci Internet, bankowości elektronicznej/internetowej, międzynarodowym transferom),
- rozproszenie geograficzne inwestorów/donorów,
- zróżnicowany, w zasadzie nieograniczony cel zbiórki.

Istotę finansowania społecznościowego można przedstawić graficznie (rys. 2) – w transakcji biorą udział inicjator zbiórki (może nim być osoba fizyczna, nieformalna grupa osób, przedsiębiorstwo, stowarzyszenie lub inna organizacja non profit), pośrednik (społecznościowy portal internetowy lub wyspecjalizowany portal internetowy), kapitałodawcy (nieograniczona grupa potencjalnych inwestorów, darczyńców lub pożyczkodawców, głównie osoby fizyczne, ale również mogą być nimi przedsiębiorstwa lub inne organizacje).



Rys. 2. Schemat finansowania społecznościowego

Źródło: opracowanie własne na podstawie cytowanej literatury.

Kapitałodawca w zależności od modelu crowdfundingu może pełnić funkcję donatora, pożyczkodawcy i inwestora. Potencjalnym kapitałodawcą jest cała wirtualna społeczność, a więc osoby fizyczne oraz osoby prawne, nie ma ograniczeń narodowych, wiekowych, wymogów dotyczących doświadczenia zawodowego czy wykształcenia.

Projekty są różne, m.in.: projekty innowacyjne przedsiębiorstw, wydarzenia kulturalne, sportowe, wydawnictwa muzyczne, książkowe, akcje charytatywne mające na celu pomoc chorym lub osobom potrzebującym oraz akcje społeczne.

Platformy pośredniczące w finansowaniu są ogólne lub wyspecjalizowane. Sprofilowanie platformy może dotyczyć modelu finansowania (np. tylko donacyjne lub inwestycyjne), ale również rodzaju projektu (strony wspierające artystów, muzyków, sportowców, podróżników etc.). Portale będące pośrednikami między kapitałodawcami a podmiotami potrzebującymi finansowania pobierają opłaty w postaci prowizji. Niektóre oferują – poza pośrednictwem i promocją projektu – płatne usługi dodatkowe, np.:

- obsługę prawną,
- zakładanie spółek kapitałowych,
- usługi marketingowe,
- usługi PR,
- copywriting i projektowanie nagród,
- tworzenie specjalistycznych serwisów internetowych,

- pisanie uproszczonych biznesplanów,
- tworzenie animacji promocyjnych.

4. Crowdfunding w Polsce

Badanie dotyczące analizy i oceny finansowania społecznościowego w Polsce przeprowadzono według stanu na styczeń 2016 roku. Korzystając ze źródeł internetowych, sklasyfikowano działające platformy crowdfundingowe ze względu na model finansowania, rodzaje finansowanych projektów, pobierane opłaty, a także wartość zrealizowanego finansowania oraz liczbę sfinansowanych projektów.

Wyodrębniono 18 platform finansowania społecznościowego, z czego 12 to portale działające w modelu donacyjnym, dwie w modelu pożyczkowym, a cztery oferują *crowdfunding* udziałowy (model inwestycyjny), inwestycje w przedsiębiorstwo lub w projekt przedsiębiorstwa w zamian za udziały w spółce z o.o. lub akcje spółek akcyjnych. Nie istnieją zbiorcze źródła danych dotyczące wartości środków finansowych pozyskanych za pośrednictwem platform finansowania społecznościowego w Polsce. Prezentowane w tabeli 1 dane pochodzą z informacji udostępnianych publicznie na stronach poszczególnych portali.

Tabela 1. Platformy finansowania społecznościowego w Polsce – modele, opłaty, wartość finansowania

Nazwa platformy	Rodzaj finansowania	Kategorie projektów	Opłaty	Wartość zebranych środków (PLN)	Liczba finansowanych projektów
1	2	3	4	5	6
Beesfund.pl	model inwestycyjny	biznesowe	prowizja platformy: 6,9% zebranej kwoty, prowizje od wpłaty: do 3,5% wpłacanej kwoty	573 200	4
Crowdcube.pl	model inwestycyjny	biznesowe	opłata administracyjna 499 zł prowizja platformy: 8% zebranej kwoty netto	0	0
Crowdangels.pl	model inwestycyjny	biznesowe, głównie z nowoczesnych sektorów	6% prowizji od zebranej kwoty	152 500	2
Fundujesz.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	społeczne, tworzone przez organizacje pozarządowe	prowizja platformy: 5,5% zebranej kwoty prowizje od wpłaty: 2,5% zebranej kwot	175 373	34
Fans4club.pl	model donacyjny	sportowe, projekty	prowizja platformy: 5% od zebranej	1 345 797	16

Tabela 1, cd.

1	2	3	4	5	6
	z nagradzaniem uczestników	inicjowane przez kluby sportowe lub związki sportowe	kwoty, plus prowizja operatora płatności		
Ideowi.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników, model inwestycyjny	społeczne, udziałowe (biznesowe)	prowizja platformy: 5% zebranej kwoty	28 721	7
Kokos.pl	model pożyczkowy	różne	od 3% wartości pożyczki	133 898 350	118 302
Lendico.pl	model pożyczkowy	różne	od 2,25 do 5%	brak danych	brak danych
Megatotal.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	projekty muzyczne oraz inne kulturalne (książki, filmy), a także projekty informatyczne	brak danych	brak danych	112
Mintu.me	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	produkty i usługi ekologiczne, związane ze zdrowym trybem życia, sprzedaż produktów	prowizja platformy: 7,5% od zebranej kwoty prowizje od wpłaty: 2,5% od każdego przelewu na rzecz operatora płatności online	50 588	9
Odpalprojekt.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	projekty o charakterze gospodarczym, społecznym, kulturalnym lub sportowym	prowizja platformy 4,9% lub 6,9% od zebranej kwoty	202 721	12
Polakpotrafi.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	różne projekty: finansowanie podróży, realizacji filmu, muzyki, sportu, edukacji, design i inne	prowizja platformy: 7,4% od zebranej kwoty prowizje od wpłaty: 2,5% od zebranej kwoty na rzecz operatora płatności online	10 848 202	2082
Siepomaga.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	charytatywne	prowizja platformy: do 6,0% od zebranej kwoty	56 163 404	2 853

1	2	3	4	5	6
Wspieram.to	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	różne: muzyka, sport, wyprawy, nowe technologie, książki, fotografia, design, gry i inne	prowizja platformy: 8,5% od zebranej kwoty prowizje od wpłaty: 2,5% od zebranej kwoty	4 889 645	364
Wspiermakulture.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	projekty twórcze: film, muzyka, rękodzieło, nowe media, wydawnictwa i inne	prowizja platformy: 11% od zebranej kwoty	1 236 407	176
Wspolnicy.pl	model inwestycyjny	biznesowe	350 zł netto za publikacje oferty	0	0
Wspolnyprojekt.pl	model donacyjny z nagradzaniem uczestników	różne	prowizja dla administratora 7% netto	14 017	3
Zrzutka.pl	model donacyjny	różne	opłaty za przelewy i reklamę	7 756 007	12 646

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zamieszczonych na stronach wyszczególnionych platform crowdfundingowych (według stanu na 25.01.2016).

Dominacja modelu donacyjnego na polskim rynku jest wyraźna, co wyrażone jest przede wszystkim liczbą portali, ale również wartością pozyskanego za ich pośrednictwem finansowania. Najwięcej środków pozyskano na cele charytatywne na portalu Siepomaga.pl, kwotą ponad 56 mln PLN zasilono 2853 projekty. Natomiast najwięcej projektów niemających charakteru pomocy osobom potrzebującym, lecz nakierowanych na realizację przedsięwzięć indywidualnych, społecznych i gospodarczych, zrealizowano za pośrednictwem portalu Polakpotrafi.pl (2082 projekty), na które pozyskano blisko 11 mln zł. W obszarze crowdfundingu udziałowego liderem jest serwis Beesfund.pl, z którego usług skorzystały cztery przedsiębiorstwa na łączną sumę 573 tys. PLN.

Najwięcej kapitału przekazano w formie pożyczek za pośrednictwem portalu Kocos.pl, kwota podawana przez portal wynosi ponad 133 mln PLN, co świadczy o dużym zainteresowaniu pożyczkami społecznościowymi.

Dwa serwisy nie wsparły jeszcze żadnego projektu, w tym Crowdcube.pl należący do pierwszej na świecie, stworzonej w 2010 roku w Wielkiej Brytanii platformy crowdfundingu udziałowego – w Polsce nie sfinansowano żadnego projektu, natomiast według prezentowanych danych na świecie za pośrednictwem portalu 357

przedsiębiorstw zdobyło finansowanie na łączną kwotę 136,7 mln GBP [crowdcube.pl (15.01.2016)].

Nieco odmienną formułę działania wśród analizowanych portali ma jedna z pierwszych platform finansowania społecznościowego w Europie, utworzony w 2007 roku Megatotal.pl. Finansowanie odbywa się na zasadach konkursu z dziedziny twórczości, którego celem jest promocja twórców oraz twórczości przedstawianej w postaci projektów, użytkownicy serwisu głosują na wybrane projekty za pomocą punktów, tzw. Megacentów, które po zakończeniu głosowania przeliczane są na środki finansowe.

W roku 2015 miały miejsce rekordowe zbiórki środków finansowych. Wiosną projekt, którego celem jest walka z „hejtem”, czyli agresywną i często nieuzasadnioną krytyką w internecie, pozyskał ponad 600 tys. PLN. Inicjator tej zbiórki, ogłoszonej na portalu Wspieram.to, zamierzał pozyskać 33 tys. PLN; w ciągu 45 dni trwania zbiórki blisko 1400 osób i trzy przedsiębiorstwa wsparły projekt kwotą niemal 20 razy większą. Kolejna rekordowa suma została zebrana jesienią na portalu Fans4club.pl – 12 849 kibiców Wisły Kraków przekazało łącznie ponad 823 tys. PLN na spłatę zobowiązań klubu oraz jego rozwój.

Według danych na koniec stycznia 2016 roku za pośrednictwem 18 działających w Polsce platform sfinansowano 136 622 projekty (z czego 118 302 stanowiły pożyczki udzielane za pośrednictwem portalu Kokos.pl, reszta projektów to głównie projekty charytatywne), wartość pozyskanych środków wyniosła ponad 217 mln PLN (zdecydowaną większość tej kwoty – 62% – stanowiły pożyczki społecznościowe).

5. Zakończenie

Crowdfunding w Polsce i na świecie rozwija się bardzo dynamicznie, na co wskazują kolejne rekordy wartości pozyskanego finansowania. Wzrost wartości oraz liczby finansowanych projektów dowodzi, że ta forma finansowania wypełnia niszę rynku finansowego, umożliwiając realizację wizji, projektów, często marzeń w relatywnie krótkim czasie, przy bardzo niskich kosztach (prowizje pobierane są z zebranej kwoty, więc na początku inicjator zbiórki inwestuje tylko w wizualną stronę projektu).

Przeprowadzone analizy wskazują na dominację modelu donacyjnego wśród polskich portali. Ze względu na prawne bariery oraz kwestie związane z nadzorem finansowym [*Crowdfunding...*] *crowdfunding* udziałowy rozwija się w Polsce wolniej. Jednak uregulowania prawne w Stanach Zjednoczonych czy trwające prace Komisji Europejskiej wskazują na konieczność stworzenia ram prawnych, dzięki którym wzrośnie bezpieczeństwo kapitałodawców i jak należy oczekiwać również rozwój equity crowdfundingu.

Literatura

- Agrawal A., Catalini C., Goldfarb A., 2011, *The geography of crowdfunding*, NBER Working Paper Series, no. 16820.
- Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A., 2013, *Crowdfunding: Tapping the right crowd*, Journal of Business Venturing, vol. 29(5).
- Burckett E., 2011, *A crowdfunding exemption? Online investment crowdfunding and U.S. securities regulation*, The Tennessee Journal of Business Law, vol. 1(12).
- Crowdfunding Raport 2014*, Wardyński i Wspólnicy, www.wardynski.com.pl.
- Dziuba D.T., 2012, *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, Problemy Zarządzania, vol. 10, nr 3(38).
- Król K., 2013, *Finansowanie społecznościowe jako źródło finansowania przedsięwzięć w Polsce*, Warszawa.
- Król K., 2015, *Finansowanie społecznościowe. Kapitał dla MSP*, Biuletyn Euro Info dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw, nr 159, listopad.
- UKIE *Crowd Funding Report: A Proposal to Facilitate Crowd Funding in the UK* (2012), UKIE.
- Kirby E., Worner S., 2014, *Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast*, Staff Working Paper of the IOSCO Research Department, DWP3/2014.

Źródła internetowe

- www.bbc.com
www.beesfund.pl
www.crowdcube.pl
www.crowdangles.pl
www.fundujesz.pl
www.fans4club.pl
www.ideowi.pl
www.internetworldstats.com
www.kokos.pl
www.lendico.pl
www.megatotal.pl
www.mintu.me
www.odpalprojekt.pl
www.polakpotrafi.pl
www.siepomaga.pl
www.wardynski.com.pl
www.wspieram.to
www.wspieramkulture.pl
www.wspolnicy.pl
www.wspolnyprojekt.pl
www.zrzutka.pl