

Popolarnonaukowe streszczenie projektu

W ostatnich latach obserwuje się zmiany modelu funkcjonowania systemu finansowego oraz zmianę relacji między uczestnikami tego rynku. Rosnący udział finansów alternatywnych w strukturze obrotów oraz nowe rodzaje usług, w tym pojawienie się crowdfundingu, powodują nasilenie konkurencyjności finansowania alternatywnego w stosunku do sektora bankowego. Stwarza to szanse, ale również zagrożenia, dla sektora bankowego oraz MŚP pozyskujących środki na finansowanie działalności z tego źródła. Badania przeprowadzone przez Allen&Overy¹ w krajach europejskich wśród 200 przedstawicieli *finance executives* w średnich i dużych przedsiębiorstwach pokazują, że alternatywne formy finansowania są coraz bardziej istotnym sposobem na pozyskanie kapitału. W 2009 roku kredyty bankowe stanowiły 44%, alternatywne formy finansowania 39%, a pozostałe 17% w strukturze finansowania badanych przedsiębiorstw. Pięć lat później, w 2014 roku, kredyty bankowe i alternatywne formy finansowania miały zbliżone wartości udziału, tj. odpowiednio 43%, 41%, a pozostałe 16%, zaś w 2015 roku było to odpowiednio 48%, 30% i 22%. Ponadto ok. 47% dyrektorów finansowych badanych przedsiębiorstw spodziewało się, że w najbliższych pięciu latach czyli do 2019 roku zapotrzebowanie na finansowanie z alternatywnych źródeł, takich jak crowdfunding, będzie rosło. Natomiast wzrostu finansowania z sektora bankowego spodziewało się jedynie 28% respondentów². W związku z tym pojawiają się następujące pytania: **jakie są perspektywy rozwoju finansów alternatywnych w Polsce? Jakie szanse i zagrożenia dla MŚP stwarza rozwój finansów alternatywnych, głównie crowdfundingu?**

W jaki sposób zmiany na rynkach finansowych obserwowane po kryzysie 2008 roku wpływają na kształtowanie się nowego modelu rynku finansowego w Polsce?

W jaki sposób zachodzące zmiany na rynkach finansowych w Europie i w Polsce wpływają na potrzeby finansowe sektora MŚP?

Udzielenie odpowiedzi na te pytania jest istotne, gdyż w praktyce w ten sposób pozyskiwane są już duże środki. Na produkcję inteligentnego zegarka Pebble pomysłodawcy zebrali 10,2 mln USD wobec oczekiwanych 100 tys. USD. Podobnie pozytywne przykłady można znaleźć w Polsce. Środki na finansowanie działalności pozyskali poprzez kampanię crowdfundingową właściciele znanego polskiego start-upu Migam.org. Firma dostarcza rozwiązania technologiczne wspierające komunikację z osobami posługującymi się językiem migowym. Inne przykłady to Akcja Browar, gdzie na zgłoszone zapotrzebowanie 400 tys. zł i pozyskano wymaganą kwotę³. Wskaźniki projektów zrealizowanych z sukcesem wynoszą w odpowiednio dla platform: Ebole.fr – 47%, Massivemov.com – 52%, CrowdAboutNow.com – 69%, Hatchfund.org – 75%⁴. Jak można przypuszczać, skuteczność tego rynku w pozyskiwaniu środków na inwestycje (mimo znaczącego ryzyka dla inwestora) wobec małej dostępności tradycyjnych form finansowania jest jedną z istotnych przyczyn dużej dynamiki wzrostowej.

Badania przeprowadzone w ramach projektu pozwolą: usystematyzować wiedzę na temat zagrożeń i znaczenia finansowania alternatywnego dla MŚP w szczególności rynku crowdfundingu w Polsce na tle rynku europejskiego, przedstawić modele biznesowe jego funkcjonowania oraz określić relacje między sferą realną a gospodarką elektroniczną oraz miejsce crowdfundingu w systemie finansowym w Polsce. Badania empiryczne pozwolą także określić aktualną sytuację prawną-ekonomiczną funkcjonowania crowdfundingu w Polsce oraz zmiany, które są pożądane dla uregulowania jego funkcjonowania. Zbadanie możliwości i uwarunkowań funkcjonowania crowdfundingu pozwoli zidentyfikować i ocenić rodzaje ryzyka związane z rozwojem, crowdfundingu i finansowania alternatywnego. Ponadto pozwoli to wypracować propozycje konkretnych działań i rozwiązań dla MŚP w zakresie korzystania z tej formy finansowania oraz jej możliwych scenariuszy rozwoju w Polsce.

¹ Allen&Overy jest jedną z największych i najbardziej innowacyjnych międzynarodowych kancelarii prawnych działającą w środowisku biznesowym i finansów.

² Allen&Overy, 2015, *Funding European business. Harnessing alternatives?*, http://www.allenoverly.com/SiteCollectionDocuments/Funding_European_business_2015_report_vFINAL.PDF, [dostęp 30.11.2016 r.]

³ Ziobrowska J. M., 2016, *Crowdfunding jako nowoczesna forma wsparcia przedsięwzięć społecznych, kulturowych i biznesowych*, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 3/2016 (81), s. 292.

⁴ Dziuba D.T., 2015, *Przesłanki badań w zakresie ekonomiki crowdfundingu*, w: „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych”, zeszyt 36/2015, UWM &SGH, Warszawa, s. 184–185.