

**Dariusz T. Dziuba**

Uniwersytet Warszawski

## ROZWÓJ SYSTEMÓW *CROWDFUNDINGU* W GLOBALNEJ GOSPODARCE ELEKTRONICZNEJ

### Streszczenie

Artykuł prezentuje koncepcję *crowdfundingu*. Na podstawie zaproponowanej metody i typologii modeli na zbiorze aktywnych platform elektronicznych dokonano wydzielenia segmentu rynkowego *crowdfundingu*. Określono rozmiary tego segmentu według zagregowanych wartości realizowanych transakcji. Wskazano na jego strukturę i podstawowe tendencje rozwoju, w tym w warunkach globalnej gospodarki elektronicznej.

**Słowa kluczowe:** crowdfunding, platformy elektroniczne, segment rynkowy, e-biznes

### Wprowadzenie – istota *crowdfundingu*

Termin crowdfunding jest złączeniem słów *crowd* i *funding* i oznacza gromadzenie środków finansowych z (internetowego) tłumu, co można określić jako „finansowanie społecznościowe”. Środki, zwykle o jednostkowych niewielkich udziałach, uzyskiwane są z relatywnie dużej (sieciowej) populacji. Motywacją takiego działania może być z punktu widzenia donatora – filantropia, sponsora – pozyskiwanie drobnych nagród rzeczowych, a inwestora – uzyskiwanie zysków ze sprzedaży, udziałów i akcji w przedsięwzięciach.

W literaturze przedmiotu spotykamy dziś liczne sposoby definiowania crowdfundingu. Przykładowo, zdaniem T. Lamberta i A. Schwienbachera istotą jest wykorzystanie „mocy” tłumu do finansowania niewielkich przedsięwzięć, dla których pozyskiwanie kapitału tradycyjnymi metodami nie jest możliwe; dla tych potrzeb stosuje się elektroniczne platformy *crowdfundingu* bądź sieci społeczne (Lambert, Schwienbacher, 2010, s. 2).

*Crowdfunding*, podobnie jak *crowdsourcing* (Dziuba, 2012a), jest szeroko rozumianą działalnością e-biznesową. Umożliwia pozyskiwanie środków finan-

sowych (kapitału) dla organizatorów, autorów kampanii, a korzyści uzyskują i inni uczestnicy rynkowi – same platformy elektroniczne, pośrednicząc w realizacji transakcji (biorąc prowizje i opłaty), a także donatorzy/sponsorzy/pożyczkodawcy/inwestorzy. *Crowdfunding* jest zatem „wiązką” różnych strategii, a zakres uzyskiwanych korzyści zależy od stosowanego modelu. I tak, biorąc pod uwagę typologię z pracy (Dziuba, 2012b, s. 86), dokonano jej modyfikacji i poszerzenia, wydzielając następujące modele *crowdfundingu* (platform elektronicznych):

- *crowdfunding* donacyjny, bez nagradzania fundatorów, zwany charytatywnym,
- *crowdfunding* donacyjny z nagradzaniem, zwany sponsorskim, ze specyficznym wariantem przedsprzedaży,
- *crowdfunding* pożyczkowy, w tym mikrokredytów i pożyczek społecznych,
- *crowdfunding* inwestycyjny (w tym między innymi udziałowy i akcyjny),
- *crowdfunding* hybrydowy (systemy integrujące wymienione wyżej rozwiązania),
- spotykamy też platformy – agregatory projektów.

W niniejszym artykule dokonano wydzielenia segmentu rynkowego *crowdfundingu* jako jednej z działalności e-biznesowych. Bazowano na zaproponowanej metodyce i zbiorze co najmniej 1444 aktywnych platform elektronicznych (i ich filii). Pozwoliło to na uzyskanie odpowiedzi między innymi na następujące pytania: jakie są rozmiary tego segmentu, w tym według poszczególnych modeli *crowdfundingu*, mierzone na przykład wartością gromadzonych środków finansowych?; jak kształtuje się przestrzeń geograficzna wdrożeń (według kontynentów i krajów)?; jaka jest struktura podziału globalnej wartości?; jaka jest dynamika rozwoju badanego segmentu?; jak kształtuje się rozwój systemów *crowdfundingu* w Polsce, w tym na tle globalnej gospodarki elektronicznej?

Ze względów organizacyjnych, pierwotne i pośrednie zbiory danych **nie są** tu prezentowane.

## 1. Uwarunkowania badawcze

Można szacować wielkość rynku *crowdfundingu*, jego strukturę i podstawowe tendencje jego rozwoju, biorąc pod uwagę reprezentatywną grupę systemów. Cennym źródłem informacji o takich przedsięwzięciach jest wi-

tryna [crowdcourcing.org](http://crowdcourcing.org), udostępniająca katalog platform elektronicznych, segregowanych według różnych rodzajów, relatywnie często aktualizowany. Przede wszystkim gromadzone są tam informacje o typowych systemach *crowdsourcingu*, ale również *crowdfundingu*. Punktem wyjścia do rozważań stał się zatem katalog [crowdsourcing.org](http://crowdsourcing.org); dokonano jednak jego aktualizacji, w tym zmian kategorii (modeli) poszczególnych systemów, i znacząco poszerzono zbiór. Na koniec września 2013 roku baza [crowdsourcing.org](http://crowdsourcing.org) udostępniała informacje o 2485 systemach *crowdsourcingu*, w tym o 904 *crowdfundingu*. Dokonano weryfikacji i aktualizacji wymienionych wyżej źródeł. Inne systemy pozyskiwano z baz danych wyszukiwarek [Crowdsurfer.co](http://Crowdsurfer.co), [The CrowdCafe](http://TheCrowdCafe), serwisu [CrowdLanding.com](http://CrowdLanding.com), katalogów [Cool International](http://CoolInternational) i [The Soho Loft](http://TheSohoLoft), a zwłaszcza poprzez własne wyszukiwanie w globalnej sieci. Bazując na autorskich badaniach, ostatecznie listę platform rozwinięto do co najmniej 1444.

Pozyskiwanie danych realizowano w sierpniu i wrześniu 2013 roku, wraz z ich weryfikacją na 30 września, to jest według stanu na koniec III kwartału 2013 roku. W proponowanej metodyce zaproponowano 6 etapów, polegających na:

- a) identyfikacji systemów *crowdfundingu* na podstawie uzyskanego zbioru danych;
- b) klasyfikacji ich do odrębnych modeli, na podstawie typologii modeli;
- c) pozyskaniu statystyk realizowanych transakcji dla poszczególnych systemów, w szczególności zagregowanych wartości transakcji;
- d) wydzieleniu analizowanego segmentu rynkowego *crowdfundingu*, na podstawie wymienionych wyżej danych i agregacji statystyk;
- e) rozdziału platform na grupy względem ich lokalizacji (według krajów i kontynentów) i czasu wdrażania;
- f) dokonaniu analiz porównawczych, w tym w zestawieniu z wcześniejszymi badaniami autorskimi.

Wydzielenia systemów oraz identyfikacji typów modeli dokonano, bazując na pierwotnym zbiorze danych i szczegółowej ocenie informacji z witryn. Lokalizację platform uzyskiwano poprzez analizę zasobów sieciowych, w tym dostępu do bazy [CrunchBase.com](http://CrunchBase.com). Rozpatrywane są systemy funkcjonujące, to jest aktywne. Wykluczamy platformy, które mają charakter archiwalny, bądź które z jakichkolwiek powodów w dłuższym czasie nie funkcjonują; na przykład [YouCapital.it](http://YouCapital.it) wyświetla komunikat: „*site is temporary unavailable*”. Pomijamy nowe, dopiero co awizowane systemy, na przykład

brytyjski Landbay.co.uk (z informacją na witrynie: „*coming soon*”). Ponadto, nie rozpatrujemy:

- a) systemów, których domeny są oferowane na sprzedaż, między innymi CelebrityShares.com;
- b) portali i źródeł informacyjnych z zakresu *crowdfunding*, na przykład VenReport, CrowdClan.com, czy narzędzi ewaluacji przedsięwzięć, jak Equidam.com;
- c) systemów konsultingowych, jak na przykład Crowdfund Lawyer Group;
- d) narzędzi do tworzenia własnych, *ad hoc* stron *crowdfundingowych*, to jest platform umożliwiających realizację *crowdfunding* na własnych stronach Web (*self-hosted crowdfunding*); są to między innymi Selfstarter.us, Crowdhoster.com, SimplyRaise.com;
- e) „klonów” innych platform *crowdfundingowych*, czy też skryptów do tworzenia takich klonów, jak na przykład FundraisingScript.com;
- f) systemów donacyjnych, które nie gromadzą środków finansowych, a inne dobra; na przykład Haarstichting.nl pośredniczy w uzyskiwaniu ludzkich włosów (na cele onkologiczne);
- g) podmiotów, które jedynie organizują akcje donacyjne, zarządzają nimi lub je promują (na przykład Fundacja Anioły Filantropii);
- h) organizacji, które pozyskują środki inną drogą niż elektroniczną; na przykład Fundacja Hospicjum Onkologicznego św. Krzysztofa (fho.org.pl) organizuje kampanię donacyjną w internecie, ale wpłaty dokonuje się poprzez urzędy pocztowe lub banki;
- i) „tradycyjnych” organizacji charytatywnych (na przykład Caritas, Czerwony Krzyż) uzyskujących środki finansowe przede wszystkim nie drogą elektroniczną;
- j) systemów, które jedynie częściowo realizują funkcje *crowdfunding*, na przykład Porto24.pt to pismo elektroniczne, też pozyskujące fundusze od internautów.

Przedmiotem rozważań są systemy, w których *crowdfunding* jest **funkcją jedyną** bądź **dominującą** (wyraźnie określoną). Klasyfikując modele funkcjonowania platform, kierowano się również zasadą dominacji cech. W przypadku rozwiązań mieszanych bądź trudnych do jednoznacznej identyfikacji brano pod uwagę pierwotne cechy systemu. Na przykład OnDeckCapital.com jest w niektórych źródłach (crowdsourcing.org) katalogowany jako inwestycyjny, jednak w rzeczywistości to platforma pożyczkowa na cele biznesowe.

Wybór jedynie aktualnie funkcjonujących platform (i w dłuższym okresie) skutkuje eliminacją z pola widzenia systemów (1) dopiero co awizowanych do wdrożenia, a także (2) archiwalnych, a zwłaszcza generowanych przez nie zagre-

gowanych transakcji finansowych. Jednym z wielu przykładów systemów archiwalnych jest projekt „Samurai 100”, finansujący produkcję albumów muzycznych japońskiego zespołu *Electric Eel Shock*. W latach 2009–2012 funkcjonował system *Wszystko.net*, gromadzący metodą *crowdfundingu* fundusze na potrzeby filmu fabularnego (krótkometrażowego) w reżyserii Artura Wyrzykowskiego pod tytułem *ChceZobaczycWszystko*, obecnie dostępnego w internecie; grupa około 2000 osób uzyskała kwotę 48 306 zł (wraz z nagrodą PISF).

## 2. Rozmiary rynku i jego struktura

Ogółem zidentyfikowano co najmniej 1444 systemy *crowdfundingu* (ich filie) funkcjonujące według następujących modeli:

- 865 według modelu donacyjnego (w tym bez nagradzania – 386, z nagradzaniem – 445 oraz 34 przedsprzedaży),
- 194 według modelu pożyczkowego (131 pożyczek społecznych, 63 mikro-kredytów),
- 324 według modelu inwestycyjnego,
- 49 według modelu hybrydowego,
- 12 agregatorów projektów, spełniających funkcje mieszane.

Większość wdrożeń stanowią platformy donacyjne (bez nagradzania, z nagradzaniem i przedsprzedaży), stanowiąc niemal 60% pozyskanego zbioru. Z kolei 22,5% systemów bazuje na modelu inwestycyjnym. Systemy pożyczkowe stanowią około 13,5% zbioru, a znacząco mniej liczne są rozwiązania hybrydowe (3,4%). Marginalny udział, około ośmiu promili, tworzą platformy agregacyjne. Natomiast według szczegółowych (pod-)typów, najwięcej implementacji miało miejsce według modelu sponsorskiego (około 31%); jeśli szerzej potraktujemy ten model (wraz z przedsprzedażą), to jest to **co trzecie wdrożenie**. Dodatkowo, kilkadziesiąt systemów zakwalifikowanych jako donacyjne bez nagradzania również (częstkowo) udostępnia model sponsorski (wzięto pod uwagę dominujące funkcje).

Dla 601 systemów, to jest około 42% zbioru, uzyskano statystyki o realizowanych transakcjach, w tym dla: 417 donacyjnych (179 charytatywnych, 227 sponsorskich i 11 przedsprzedaży), 77 pożyczkowych (48 pożyczek społecznych/biznesowych i 29 mikro-kredytów), 93 inwestycyjnych oraz 15 hybrydowych. Agregatory nie udostępniają takich statystyk; mają jedynie charakter pośredniczący, służąc do wyszukiwania projektów z innych systemów; można powiedzieć, że przenoszą wartość do innych platform. W dalszych rozważaniach ten model pomijamy.

Tabela 1

Zagregowane środki finansowe zgromadzone poprzez systemy *crowdfundingu* (stan na 30 września 2013 roku), dane szacunkowe

Lp.	Wyszczególnienie	Zagregowane środki finansowe (w mln USD)	Udziały procentowe
1.	Model donacyjny, w tym:	21 315,194	54,6
	Model charytatywny	20 275,508	95,1
	Model sponsorski	1 038,666	4,9
	w tym: przedsprzedaży	18,147	0,1
2.	Model pożyczkowy, w tym:	15 250,325	39,0
	Model pożyczek społecznych	7 666,305	50,3
	Mikrokredyty	7 584,020	49,7
3.	Model inwestycyjny	1 984,583	5,1
4.	Model hybrydowy	509,594	1,3
	Łącznie:	39 059,676	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Jak wykazano (tabela 1), segment rynkowy *crowdfundingu* generuje istotne wartości, przekraczające kwotę 39 miliardów USD zagregowanych płatności (uzyskiwanych od czasu wdrożenia poszczególnych platform).

Większość tego strumienia tworzą systemy donacyjne (około 55%). Istotnie mniejsza wartość globalnych płatności (39%) generowana jest poprzez systemy pożyczkowe. Z modelem inwestycyjnym powiązane jest, jak dotąd, tylko ponad 5% światowych płatności, a z modelem najpóźniej wdrażanym – hybrydowym – poniżej 1,5%. Biorąc pod uwagę strukturę modelu donacyjnego, dominującą większość (ponad 95%) zagregowanych płatności, to jest ponad 20 miliardów USD, generują systemy charytatywne (donacyjne, bez nagradzania). Model sponsorski tworzy niecałe 5% tego strumienia wartości (choć takich wdrożeń dokonano najwięcej); tylko jeden promil globalnej wartości przypada na systemy przedsprzedaży. Z kolei według struktury modelu pożyczkowego łączne płatności systemów pożyczek społecznych są niemal zbliżone do wartości generowanych z systemów mikrokredytów.

Liderami generowanych transakcji okazały się między innymi następujące platformy:

- według modelu charytatywnego – WorldVision.org, Piryx.com i JustGiving.com (z łączną zagregowaną kwotą pozyskanych środków przekraczającą 11 miliardów USD),

- według modelu sponsorskiego – Kickstarter.com i Indiegogo.com (około 870 milionów USD),
- według modelu przedsprzedaży – Pozible.com.au (około 15 milionów AUD),
- według modelu mikrokredytowania – Kiva.org i Opportunity.org (6,7 miliardów USD),
- według modelu pożyczek społecznych – LendingClub.com (około 2,3 miliardów USD),
- według modelu inwestycyjnego – KeiretsuForum.com i EquityNet.com (łącznie ponad 607 milionów USD),
- według modelu hybrydowego – FundedByMe.com (ponad 380 milionów EUR).

### 3. Przestrzeń geograficzna systemów

Analizowaną grupę platform wdrożono w 76 krajach i terytoriach na różnych kontynentach, zatem w skali globalnej. Strukturę implementacji według kontynentów zestawiono tabelarycznie. Najwięcej implementacji dokonano w Ameryce Północnej (636), co stanowi 44% globalnych, z kolei w Europie niemalże 40% (576 implementacji). Łącznie na obu tych kontynentach stwierdzono około 84% globalnej liczby systemów, to jest **dominującą większość**. Na innych obszarach wdrożeń było znacząco mniej: w Azji około 8% globalnej liczby, w Ameryce Południowej/Łacińskiej 3,7%, w Australii i Oceanii niecałe 3%, zaś w Afryce jedynie około 1,4%.

Tabela 2

Wdrożenia systemów *crowdfundingu* według kontynentów, dane szacunkowe

Wyszczególnienie	Liczba wdrożeń	Udziały procentowe
Ameryka Północna	636	44,0
Europa	576	39,9
Azja	118	8,2
Ameryka Południowa/Łacińska	53	3,7
Australia i Oceania	41	2,8
Afryka	20	1,4
Ogółem świat:	1444	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Według poszczególnych krajów (tabela 3), najwięcej systemów *crowdfundingu* – jak można było przypuszczać – zlokalizowano w USA, niemal dwie piąte badanej światowej populacji i ponad trzykrotnie więcej niż w kolejnym rankin-gowanym kraju, to jest Wielkiej Brytanii (11% światowych wdrożeń). Natomiast w USA wraz z Wielką Brytanią łącznie dokonano więcej niż połowę globalnych wdrożeń (około 51%). Agregując dane w inny sposób, można stwierdzić, że w USA i Europie miało miejsce 1143 implementacji, czyli ponad 79% światowych. Wyróżniona w tabeli grupa 8 krajów o największej liczbie wdrożeń reprezentuje niemalże 75% globalnej liczby implementacji; oznacza to, że co czwarte wdrożenie dokonywane jest (zwykle jednostkowo) w pozostałej grupie 68 krajów.

Tabela 3

Wdrożenia systemów *crowdfundingu* według krajów, dane szacunkowe

Lp.	Wyszczególnienie	Liczba wdrożeń	Udział globalny (%)
1.	USA	567	39,3
2.	Wielka Brytania	165	11,4
3.	Niemcy	73	5,1
4.	Kanada	69	4,8
5.	Hiszpania	59	4,1
6.	Francja	57	3,9
7.	Holandia	43	3,0
8.	Włochy	36	2,5
9.	Pozostała grupa krajów	375	25,9
Łącznie:		1444	100,0

Źródło: opracowanie własne.

W przypadku Wielkiej Brytanii stwierdzono 165 systemów *crowdfundingu*, w Niemczech 73, Kanadzie 69, a w Hiszpanii 59 platform, w tym odrębne dla Katalonii. Kolejne lokaty zajmują: Francja (57 systemów), Holandia (43), Włochy (36), Australia (32), **Polska (27)**, następnie Chiny (co najmniej 24), dalej Brazylia (20), Indie (19), Japonia (18), Belgia (12), Szwajcaria i Szwecja (po 11), Korea Południowa (10), Nowa Zelandia, Dania i Rosja (po 9), dalej Finlandia, RPA, Austria i Argentyna (po 8), Chile i Irlandia (po 7), Singapur, Czechy, Hongkong oraz Izrael (po 6). Na kolejnych lokatach uplasowały się: Turcja, Meksyk, Kolumbia, Filipiny i Rumunia (po 5), Węgry i Zjednoczone Emiraty Arabskie (po 4), Estonia, Tajwan, Malezja,



Norwegia i Grecja (po 3), Luksemburg, Portugalia, Indonezja, Liban, Tajlandia, na Jamajka, Wenezuela, Egipt, Kenia, Nigeria, Bułgaria, Monako i Ukraina (po 2). Jednostkowe implementacje stwierdzono w: Chorwacji, Mołdowie, Kosowie, Słowacji, na Łotwie, Cyprze, Islandii, w Arabii Saudyjskiej, Katarze, Wietnamie, Peru, Portoryko, na Haiti, Kubie, w Tunezji, Zambii, Ghanie, Ugandzie i Kongo, także na terytorium zależnym od Wlk. Brytanii – Wyspie Wniebowstąpienia (system Start.ac).

Według szacunkowych danych z raportu *China's P2P Industry White Paper* (CreditEase, 2013), na rynku chińskim funkcjonowało w roku 2012 ponad 200 platform pożyczkowych. Do dalszych rozważań przyjęto zatem łączną liczbę chińskich platform *crowdfundingu* na co najmniej 212 (to jest pomniejszoną o zidentyfikowane systemy pożyczkowe i powiększoną o 10 donacyjnych, po jednym inwestycyjnym i hybrydowym), co modyfikuje globalną liczbę implementacji.

Tabela 4

Zmodyfikowana liczba wdrożeń systemów *crowdfundingu* według wybranych krajów, dane szacunkowe

Lp.	Wyszczególnienie	Liczba wdrożeń	Udział globalny (%)
1.	USA	567	34,7
2.	Chiny	min. 212	13,0
3.	Wielka Brytania	165	10,1
4.	Pozostała grupa krajów	688	42,2
Zmodyfikowana łączna globalna liczba wdrożeń:		1 632	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Z uwzględnieniem zmodyfikowanych wartości w USA i Wielkiej Brytanii dokonano niemal 45% implementacji, a wyróżniona grupa trzech krajów jest lokalizacją większości (około 58%) globalnych wdrożeń platform *crowdfundingu*. Zatem pozostałe 73 kraje tworzy 42% światowych implementacji, w tym Polska około 1,7%.

#### 4. Strumień wartości według krajów

Dla potrzeb niniejszej pracy analizie poddano również strukturę podziału globalnej wartości rynku *crowdfundingu* według przestrzeni geograficznej, według stanu na koniec września 2013 roku (dla systemów, z których pozyskano

statystyki). Dominujący udział mają Stany Zjednoczone, około 69% wartości globalnej, a biorąc pod uwagę wspólne, międzynarodowe wdrożenia, przekraczający 72%. Platformy brytyjskie wygenerowały około 19% wartości globalnej. Dużym światowym rynkiem *crowdfundingu* są również Chiny, z udziałem co najmniej 4,2% (w tym przypadku dysponowano jedynie wybranymi statystykami).

Tabela 5

Wartość transakcji systemów *crowdfundingu* według krajów

Lp.	Kraje	Zagregowane środki finansowe (mln USD)	Udział globalny (%)
1.	USA	27 041,469	69,2
2.	Wielka Brytania	7 322,925	18,7
3.	Chiny	min. 1 643,401	4,2
4.	Kanada	868,689	2,2
5.	Holandia	263,612	0,7
6.	Francja	227,468	0,6
7.	Niemcy	189,921	0,5
8.	Australia	170,542	0,4
9.	Korea Południowa	165,060	0,4
10.	Pozostałe kraje	1 166,574	3,1
Łącznie:		39 059,676	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Grupa kilkudziesięciu krajów tworzy kategorię „pozostałe”; łącznie pozyskała ona kwotę przekraczającą 1 miliard USD, co stanowi niecałe 3% wartości globalnej.

W Polsce zgromadzono kwotę 87,440 miliona USD (głównie poprzez systemy pożyczkowe), co stanowi mniej niż jedną czwartą część procenta globalnych transakcji. W badanym okresie (koniec III kwartału 2013 roku) zidentyfikowano łącznie co najmniej 27 takich krajowych platform, w tym cztery charytatywne – Siepomaga.pl, ChcePomagac.org, Adoptujpszczole.pl, Szlachetnapaczka.pl, także siedem platform sponsorskich: Clipontheroad.com (teledyski), Megatotal.pl, MySeed.pl, Wspieramkulture.pl, PolakPotrafi.pl, Wspieram.to oraz system Mises.pl Fundacji Instytutu Ludwiga von Misesa. Funkcjonuje również 11 systemów pożyczkowych: Kokos.pl, Finansowo.pl, Pozycz.pl (pożyczki społeczne i chwilówki), Zakra.pl (pożyczki długoterminowe – społeczne, gotówkowe i na zakup

samochodu), Zakramini.pl (chwilówki), Sekrata.pl, Ducatto.pl, a także Zopa.com.pl (filia systemu brytyjskiego) i Trustbuddy.com.pl (filia platformy szwedzkiej); nowo tworzone podmioty to Bilonko.pl oraz SzybkoPewnie.pl, choć z marginalnym udziałem rynkowym. Od roku 2013 wdrażane są krajowe systemy *crowdfundingu* inwestycyjnego (udziałowego), jako pierwszy – CrowdAngels.pl, potem Crowdfunders.pl, a następnie BlazeFund.com, będący filią międzynarodowego systemu. Z kolei system Beesfund.com sklasyfikowano jako model hybrydowy (sponsorski i inwestycyjny), natomiast Dobroczynnosc.com jako agregator organizacji dobroczynnych.

W późniejszym okresie zaczęły w Polsce powstawać i inne platformy, między innymi RockMelon.pl, bazujące na modelu sponsorskim.

## 5. Dynamika rozwoju segmentu rynkowego

Zauważalny jest dynamiczny rozwój *crowdfundingu* jako segmentu rynku elektronicznego. Dla porównania, na 30 kwietnia 2012 roku dokonano wstępnych autorskich badań rynku *crowdfundingu*. Bazując na mniejszej grupie systemów, oszacowano wartość tego segmentu na około 6,4 miliarda USD (Dziuba, 2012b, s. 90).

O tej dynamice świadczą też wyniki innych wcześniejszych badań tego segmentu rynkowego. W styczniu i lutym 2012 roku na platformie Pleasefund.us dokonano analizy lokalizacji 336 systemów (dobranych z katalogu crowdsourcing.org). Systemy *crowdfundingu* były wówczas realizowane **w 34 krajach świata**. Wykazano (Pleasefund, 2012), że większość miała swoje lokalizacje w USA – 138, to jest około 41% analizowanej grupy. Wdrożenia w innych krajach były znacząco mniejsze, na przykład w Wielkiej Brytanii – 32 systemy (9,5%), Holandii – 24 (7,1%), Francji – 22 (6,5%), Brazylii – 21 (6,3%), Niemczech – 16 (4,8%), Hiszpanii – 13 (3,9%), Kanadzie – 12 (3,6%), Australii – 7 (2,1%), Szwajcarii – 4 (1,2%). W siedmiu lokalizacjach wskazano po 3 wdrożenia, we Włoszech, **Polsce**, Portugalii, Szwecji, Indiach, Japonii, Nowej Zelandii (udziały po 0,9%). Po dwa wdrożenia miały miejsce w: Belgii, Czechach, Danii, Irlandii, Chinach i RPA (udziały po około 0,6%), a po jednym (po około 0,3%) stwierdzono w: Argentynie, Chile, Zambii, Izraelu, Filipinach, Hongkongu, Rosji, Austrii, Estonii, Finlandii, Rumunii i na Łotwie (Dziuba, 2012b, s. 91).

Wynika z tego, że w pierwszych miesiącach roku 2012 niemal 85% wdrożeń w skali globalnej miało miejsce w USA i Europie (traktowanych łącznie),

a 15% w „reszcie świata”. Systemy *crowdfundingu* były dostępne w 34 krajach świata, a obecnie (według badania autorskiego z końca września 2013 roku) w 74 krajach i terytoriach, to jest liczba krajów dokonujących takich implementacji wzrosła ponad dwukrotnie, co świadczy o „**demokratyzacji**” tego **segmentu e-biznesu**.

Obserwowany jest wzrost strumienia wartości, a także liczby wdrożeń i liczby lokalizacji rynków systemów. Coraz więcej krajów wdraża platformy *crowdsourcingu*, zatem – w kilku ostatnich latach – o kilka punktów procentowych zmniejsza się łączny udział USA (także wraz z Europą) w globalnej liczbie implementacji.

Ponadto, większości wdrożeń platform *crowdfundingu* w skali świata dokonano w kilku ostatnich latach, co świadczy o bardzo dynamicznym rozwoju analizowanej koncepcji i perspektywach jej rozwoju. Tylko w roku 2013 (do października) dokonano 526 wdrożeń, to jest ponad trzeciej części ogółu. Wraz z implementacjami z roku 2012 to ponad 60% światowych, a w latach 2011–2013 łącznie wdrożono niemal cztery piąte globalnych. W latach poprzednich, to jest 2008–2010, miało miejsce 14% implementacji, z kolei w latach 2005–2007 ponad 5%, zaś w latach 1997–2004 były to tylko jednostkowe wdrożenia. Ostatnio wdrażane systemy *crowdfundingu* nie generują jednakże największych wartości.

## Podsumowanie

Szacunki Massolution wskazują, że w roku 2010 platformy *crowdfundingu* zgromadziły w skali świata fundusze rzędu 900 milionów USD, a rok później około 1,47 miliarda USD. Z kolei w roku 2012 wartość globalnego *crowdfundingu* wzrosła o 81% i oszacowano ją na 2,67 miliarda USD, co między innymi wiązało się z finalizacją ponad miliona kampanii. Prognozowano (Massolution, 2013) z kolei wzrost rozmiarów globalnego *crowdfundingu* na rok 2013 do 5,1 miliarda USD, ze stopą wzrostu 92%, czyli niemal dwukrotne zwiększenie generowanych wartości w relacji do roku ubiegłego. Szacowano, że liczba wdrożeń takich systemów przekroczy tysiąc w roku 2014.

Według autorskich badań za III kwartał 2013 roku liczba wdrożeń przekroczyła już kilka miesięcy wcześniej granicę tysiąca (1444). *Crowdfunding* generuje łączne zagregowane wartości (to jest od czasu wdrożenia platform) przekraczające 39 miliardów USD. Co istotne, jest to dziś segment globalny, implikujący istotne zmiany w gospodarce elektronicznej.

## **Bibliografia**

- Cool International (2013), *Directory of Crowdfunding Platforms*, <http://coolintl.com/> (30.09.2013).
- CreditEase (2013), *China's First P2P Industry White Paper Released, Indicating Fast Development of Internet Finance*, <http://english.creditease.cn/pressroom/PressRelease/2013/0719/84.html> (19.06.2013).
- The CrowdCafe (2013a), *Crowdfunding Platforms, Global Database of investment crowdfunding platforms*, <http://www.thecrowdcafe.com/> (30.09.2013).
- The CrowdCafe (2013b), *A list of accredited crowdfunding platforms in the U.S.*, <http://o.thecrowdcafe.com/> (30.09.2013).
- CrowdLanding (2013), Baza danych CrowdLanding.com, <http://www.crowdlanding.com/> (30.09.2013).
- Crowdsourcing (2013), Crowdsourcing Industry Webside, [www.crowdsourcing.org](http://www.crowdsourcing.org) (30.09.2013).
- Dziuba D.T. (2012a), *Crowdsourcing w kształtowaniu elektronicznych rynków pracy*, Wydawnictwo Nowy Dziennik, Warszawa.
- Dziuba D.T. (2012b), *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, „Problemy Zarządzania”, vol. 10, nr 3(38), s. 83–103.
- Lambert T., Schwienbacher A. (2010), *An Empirical Analysis of Crowdfunding*, Université catholique de Louvain & University of Amsterdam, Business School, <http://ssrn.com/abstract=1578175/> (24.03.2010).
- Massolution (2013), *2013CF The Crowdfunding Industry Report*, Massolution, <http://www.massolution.com/> (30.09.2013).
- Pleasefund (2012), *A Very Short Introduction to Crowdfunding With PleaseFund.us*, <http://www.thenerdologist.com/2012/06/10/> (10.06.2012).
- The Soho Loft (2013), *Global List of Crowdfunding Sites*, <http://thesoholoft.com/> (30.09.2013).

## **CROWDFUNDING SYSTEMS DEVELOPMENT IN THE GLOBAL E-ECONOMY**

### **Summary**

The article presents the concept of internet crowdfunding. Based on proposed method, and typology of models, we distinguish the crowdfunding market segment, using the

set of active electronic platforms. We indicate its aggregate value, its structure, and basic tendencies of development, especially in the context of the global e-economy.

*Translated by Dariusz T. Dziuba*

**Keywords:** crowdfunding, electronic platforms, market segment, e-business

**Informacja o autorze:**

Dariusz Tadeusz Dziuba, prof. dr hab., Uniwersytet Warszawski, Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Informatyki Gospodarczej i Analiz Ekonomicznych, dziubadt@wne.uw.edu.pl.