

*Anna Milewska*  
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*

*Lic. Olga Regulska*  
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*

## **CROWDFUNDING JAKO ALTERNATYWNE ŹRÓDŁO POZYSKANIA KAPITAŁU – ANALIZA PRZYPADKU**

### **CROWDFUNDING AS AN ALTERNATIVE SOURCE FUNDING OF ACTIVITIES – CASE STUDY**

Celem artykułu było przedstawienie alternatywnego rozwiązania problemu pozyskania środków pieniężnych w początkowym etapie organizowania i prowadzenia jednoosobowej działalności gospodarczej. Dokonano tego poprzez symulację finansowania crowdfundingiem, wybranego przedsięwzięcia dotyczącego rynku motoryzacyjnego Aby uwypuklić specyfikę finansowania społecznościowego (zarówno jego mocne jak i słabe strony), zaprezentowano konwencjonalne źródło pozyskania kapitału, do którego zaliczono kredyt bankowy. W artykule zamieszczono także uproszczone porównanie wymagań w odniesieniu do obydwu możliwości pozyskania kapitału na działalność gospodarczą.

Opracowanie to ma formę analizy przypadku i uzyskanych w ten sposób wyników nie należy uogólniać na inne projekty czy profile związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

**Słowa kluczowe:** crowdfunding, działalność gospodarcza, kapitał.

#### **Wstęp**

Jednoosobowa działalność gospodarcza jest dynamicznie rozwijającą się formą prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Motywacje osób rozpoczynających tę działalność skupiają się wokół różnych kategorii decyzyjnych. Należy do nich m.in. chęć wprowadzenia na polski (lub międzynarodowy) rynek własnego innowacyjnego pomysłu na produkt lub usługę. Często powodem jest również chęć uniezależnienia się od pracodawców, czy też zarządzania czasem według własnych potrzeb. Niezależnie od motywacji, zanim zapadnie decyzja o rozpoczęciu prowadzenia działalności, niezbędny jest biznesplan. W nim należy rozważyć pomysł na logo, strukturę przedsiębiorstwa, miejsce zarejestrowania firmy, plan marketingowy i wiele innych. Powstaje wówczas również pytanie, skąd pozyskać wystarczającą pulę środków pieniężnych na jego zrealizowanie i rozwój?

## Konwencjonalne źródło pozyskania kapitału a crowdfunding

Finansowanie kapitałem obcym jakim jest kredyt bankowy, jest jedną z możliwości pozyskania kapitału przez osoby prowadzące działalność gospodarczą. Coraz częściej pojawiają się w katalogu usług bankowych także oferty tzw. kredytu na start. Pomimo wdrożenia tego typu działań, w polskich warunkach nie jest to jednak zjawisko powszechne. Tylko część instytucji podejmuje się ryzyka, jakie niesie ze sobą finansowanie nowo powstających przedsiębiorstw.

Jedną z propozycji dostępnych na rynku był „Kredyt na start” znajdujący się w ofercie mBanku. Na rozpoczęcie prowadzenia działalności maksymalna kwota kredytu wynosiła 10.000 zł, a po upływie 6 miesięcy od jej założenia jego wysokość maksymalna wzrastała do 30.000 zł. Kredyt charakteryzował się zmiennym oprocentowaniem (rozpoczynającym się od 7,9%). Proces wnioskowania o udzielenie kredytu miał ograniczoną liczbę niezbędnych dokumentów. Wszystkie obowiązki możliwe były do wypełnienia i dostarczenia drogą elektroniczną. Jednakże takie działanie dopuszczalne było jedynie po założeniu konta firmowego „mBiznes” na start.<sup>1</sup>

Kolejnym kredytem przeznaczonym dla osób rozpoczynających prowadzenie działalności gospodarczej, był kredyt pod nazwą „na start” w Idea Banku. Instytucja oferowała przedsiębiorcom kredyt w postaci limitu kredytowego rozpoczynającego się od kwoty 5.000 zł na rachunku firmowym lub kredytu ratalnego rozpoczynającego się od wartości 10.000 zł udzielanego maksymalnie do kwoty 350.000 zł (obie oferty z okresem kredytowania do 5 lat). Gwarantowany był szybki i sprawny przebieg każdej operacji, oprocentowanie od 6,5%, gotowość środków, zerowe prowizje a także możliwość wnioskowania za pośrednictwem Internetu. W celu wyróżnienia oferty spośród innych, bank rozszerzył swoją ofertę o oprogramowanie umożliwiające m.in. wystawianie faktur. Na liście usług dodatkowych znalazł się również mobilny wplatomat, czyli nowe rozwiązanie banku umożliwiające wpłacenie gotówki w dowolnym miejscu i o dowolnej godzinie.<sup>2</sup>

Oferty banków zajmują uprzywilejowaną pozycję w zakresie współpracy finansowej z przedsiębiorstwami. Banki są podstawowym elementem ich funkcjonowania, co wynika m.in. z przepisów prawa tj. z obowiązku posiadania rachunku bieżącego przez każdy podmiot gospodarczy, z wyjątkiem mikroprzedsiębiorców.<sup>3</sup> W związku z powyższym, wiele działalności ogranicza się tylko do finansowej współpracy z bankiem, gdyż wymaga to jedynie rozszerzenia jej o dodatkowe usługi. Sytuacja ta ma istotny wpływ na postrzeganie innych form finansowania.<sup>4</sup> Jednak pomimo pewnych trudności, rozwija się wiele nowych niekonwencjonalnych źródeł finansowania. Do danego typu formy finansowania należy crowdfunding, którego proces pozyskania środków finansowych oparty jest głównie o

<sup>1</sup> <https://www.mbank.pl/firmy/kredyty/na-start/kredyty-na-start/>, dostęp z dnia 20 marca 2017

<sup>2</sup> [www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci](http://www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci), dostęp z dnia 6 marca 2017

<sup>3</sup> [www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg](http://www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg) dostęp z dnia 4 grudnia 2017

<sup>4</sup> A. Wolak-Tuzimek, Analiza porównawcza zewnętrznych źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw, [w:] Studia i Materiały Rok 17, Nr 1/2013, Ludzie, zarządzanie, gospodarka, Wydział Zarządzania i Administracji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 2013, s. 243

funkcjonowanie Internetu, a dokładniej platform crowdfundingowych oraz mediów społecznościowych

Kwota dofinansowania zakończonej powodzeniem kampanii crowdfundingowej, przekazywana jest bezzwrotnie jej autorowi, jednakże należy jednorazowo pomniejszyć ją o prowizję dla portalu oraz podatek od spadków i darowizn. Jedne z portali - „Polak Potrafi”, świadczących tego typu usługi pobiera prowizję w wysokości 7,4% dla portalu oraz 2,5% dla operatora płatności. Dla porównania na portalu „Wspieram to” prowizja wynosi 8,5% dla portalu oraz 2,5% dla operatora płatności.<sup>5</sup> W przypadku kredytu bankowego, jeśli wniosek zostanie rozpatrzony pozytywnie, przedsiębiorca otrzyma pełną przyznaną kwotę, która w określonym czasie i zasadach będzie podlegała zwrotowi do banku. Nawet w przypadku niepowodzenia w tworzeniu przedsiębiorstwa pożyczona suma pieniężna podlega zwrotowi. Decyzja o zaciągnięciu kredytu zobowiązuje również do zapłaty odsetek za zwłokę w sytuacji, gdy przedsiębiorca spóźni się ze spłatą raty<sup>6</sup>. Ponadto kredytobiorca związany jest z kredytem, przez okres co najmniej równy długości okresu kredytowania.

Istotną zaletą w prowadzeniu kampanii crowdfundingowej jest kontrola nad wszystkim, co jest związane z projektem, łącznie z kosztami, terminami, dostawą, marketingiem i relacją z klientami. Zdarza się, że opisywany produkt lub usługa cieszy się zainteresowaniem wśród internautów i jest ono na tyle duże, że wyniki finansowania zwiększają się nawet dwukrotnie.<sup>7</sup> Pełen sukces związany jest jednak z zaangażowaniem w rozpowszechnianie kampanii wśród różnych grup społecznych. Przede wszystkim kwestie te dotyczą zachęt do dokonywania wpłat, z wykorzystaniem w tym celu działań marketingowych. W przypadku kredytu największe zaangażowanie niesie ze sobą ubieganie się o otrzymanie kredytu, kolejne etapy wymagają systematycznego i terminowego uregulowania wszystkich rat.

## **Crowdfunding – dotychczasowe doświadczenia w Polsce**

Termin crowdfunding jest połączeniem słów crowd i funding i oznacza gromadzenie środków finansowych z (internetowego) tłumu. 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<sup>8</sup>.

Crowdfunding, to jeden z najszybciej rozwijających się mechanizmów XXI wieku, oparty na ciągłym rozwoju Internetu, systemów płatności oraz serwisów społecznościowych.<sup>9</sup> Definiowany jest także, jako zbieranie za pośrednictwem Internetu

---

<sup>5</sup>F. Majewski, Przegląd polskich platform finansowania społecznościowego, [http://www.pi.gov.pl/parp/chapter\\_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390](http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390) dostęp z dnia 11 marca 2017

<sup>6</sup>M. Zalewska, Bankowość, Wydawnictwo C.H.Beck Warszawa 2013, s. 80-81

<sup>7</sup>S. Steinberg, The Crowdfunding bible - How to raise money for any startup, video game, or project, <http://www.booksabouttechnology.com/>, dostęp z dnia 11 marca 2017

<sup>8</sup>D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu w globalnej gospodarce elektronicznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 798, Studia Informatica Nr 34, Szczecin 2014, s. 19

<sup>9</sup>D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania, [w:] Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 – Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce, [red:] Glinka B., Hensel P., Wydawnictwo Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2012 s.83-84

środków finansowych od wielu osób na określony cel oraz oferowanie w zamian świadczeń zwrotnych, wynikających z realizacji projektu.<sup>10</sup> Jest to zatem proces pozyskania kapitału, w którym prośba o pomoc finansową na realizację własnego projektu kierowana jest do użytkowników Internetu, przy pomocy zaprojektowanych do tego celu platform internetowych. Najbardziej uniwersalnym modelem pozostaje ten oparty na nagrodach: reward-based crowdfunding<sup>11</sup>.

Portal „Wspieram.to” od momentu powstania przeprowadził już wiele kampanii a ich liczba z roku na rok systematycznie wzrasta. W 2013 r. było to zaledwie 101 zgłoszonych projektów, natomiast w roku 2015 odnotowano ich 843. Powodzeniem zakończyły się 57 % z nich (483 kampanie). Rosnące zainteresowanie przyciągnęło ponad 71 tys. osób wspierających, którzy obdarowali pomysłodawców łączną kwotą równą 6 300 tys. zł.<sup>12</sup>

Portal „polak potrafi”, powstały w 2011 roku, umożliwił uzyskanie środków pieniężnych 2 839 projektom. Sukces w kampanii osiągnęła połowa z nich. Z pomocą 176 709 wspierających, na jeden projekt przypadło średnio 129% docelowych kwot. Rekord ustanowiony przez jeden z projektów to 385 615 zł uzyskany w 3 688 wpłatach [stan na 11.03.2017]. Projekt związany był z wybudowaniem Pomnika Armii Krajowej „Wstęgi Wolności” w Krakowie. Twórcy pomysłu potrzebowali 300 tys. zł na jego zrealizowanie, a więc osiągnęli wynik o 28% wyższy niż przewidywany.<sup>13</sup>

Projektem obsługiwanym przez portal „polak potrafi”, była także „Kocia kawiarnia”, czyli miejsce łączące ze sobą zwykłą kawiarnię oraz tymczasowy dom dla kotów ze schroniska, dzięki któremu mogłyby znaleźć swojego przyszłego właściciela. Autorka tego pomysłu potrzebowała na jego realizację 50 000. zł. W ramach budżetu miały zostać pokryte koszty zakupu akcesoriów dla kotów, wyposażenia baru (meble, lodówki, stoły czy krzesła) i przystosowanie go przede wszystkim do wymogów sanitarnych. W celu zainteresowania społeczności projektem, obok właściwie opracowanego opisu powstał także film promujący. Ponadto autorka kampanii zapewniła szeroki wachlarz nagród dla wspierających. Najbardziej dostępnym był bon na darmową kawę przy niewielkiej kwocie wsparcia. Kolejnymi były: torby, kubki z logo firmy, płyty, aż po ofertę tytułu „Głównego Sponsora” i związanymi z nim korzyściami, przy wpłacie wynoszącej, co najmniej 10 000 zł. Pomysł udało się zrealizować z nadwyżką, ponieważ łączna zebrana kwota to 57 967 zł<sup>14</sup>. Kawiarnia ta spowodowała tak duże zainteresowanie społeczeństwa, że powstają nowe placówki tego typu w innych dużych miastach Polski, również przy wykorzystaniu tej samej formy finansowania.

## Charakterystyka założeń przedsiębiorstwa

Analizowany pomysł na biznes jest planem przedsiębiorstwa osoby fizycznej prowadzącej działalność na terenie aglomeracji warszawskiej. Głównym celem

---

<sup>10</sup> K. Król, Crowdfunding od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności, Wydawnictwo Croudfoing.pl, Warszawa 2013, s. 25

<sup>11</sup> B. F. Makowski, M. Gielzak, Crowdfunding, zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015, s. 76

<sup>12</sup> <https://wspieram.to/landing/trzeciok/index.html#kolarz>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

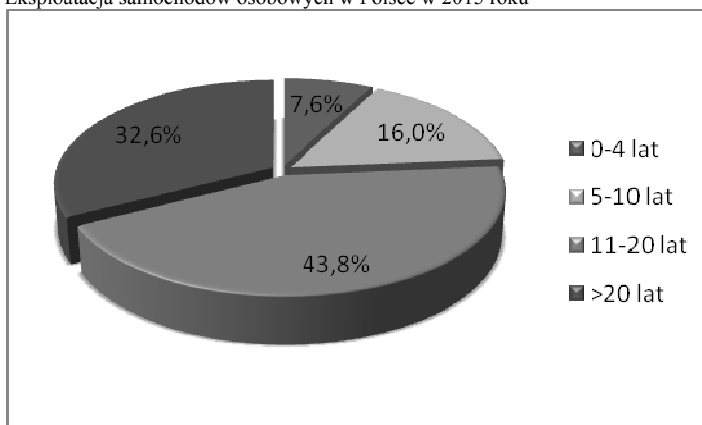
<sup>13</sup> <https://polakpotrafi.pl/projekty/?cat=&typ=udane>, dostęp z dnia 22 marca 2017

<sup>14</sup> <https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia>, dostęp z dnia 11 marca 2017

funkcjonowania przedsiębiorstwa jest poprawa stanu technicznego samochodów osobowych w zakresie mocy silnika i ilości wydzielanych spalin oraz jego ogólnego stanu w celu poprawy bezpieczeństwa. Firma będzie realizowała te cele poprzez chip tuning oraz pomiar mocy silników pojazdów mechanicznych z naciskiem na samochody osobowe. Chip tuning polega jedynie na niewielkiej modyfikacji<sup>15</sup>, natomiast w ofercie przedsiębiorstwa będzie również indywidualna usługa strojenia samochodu uzależniona od potrzeb klienta i specyfiki jego pojazdu.

Najważniejszym z celów przedsiębiorstwa jest zmniejszenie emisji spalin wydzielanych przez samochody osobowe w związku z podwyższonym poziomem indeksu jakości powietrza w 6 polskich miastach (w tym Warszawie i okolicach). Według Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska w mieście stołecznym Warszawa oraz w wielu innych miastach województwa mazowieckiego, jedną z głównych przyczyn przekroczenia dopuszczalnych norm zanieczyszczenia powietrza była tzw. emisja liniowa, czyli związane z ruchem komunikacji samochodowej spalanie paliw<sup>16</sup>. Tak duży wpływ komunikacji samochodowej ma swoje podłoże w „starzejącym się” parku samochodowym. Średni czas eksploatacji samochodu osobowego w Polsce w 2015 roku przekraczał 15 lat. Zaledwie 7,6% stanowiły samochody w przedziale do 4 lat (wykres 1), natomiast 32,6% samochodów osobowych to auta poruszające się po drogach dłużej niż 20 lat.

Wykres 1. Eksploatacja samochodów osobowych w Polsce w 2015 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie Branża motoryzacyjna. Raport 2016, Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, Warszawa 2016.

Kolejnym celem jest umożliwienie świadczenia kompletnej usługi w jednym miejscu, poprzez zakup i montaż hamowni w siedzibie firmy. Większość jednostek nieposiadających takiej pracowni, wykonuje usługę na drogach publicznych wśród innych uczestników ruchu. Jest to szczególnie niebezpieczne ze względu na fakt, że

<sup>15</sup> <http://bezpiecznapodroz.org/tuning-zgodny-z-prawem> dostęp z dnia 17 września 2017 oraz <http://www.gazetaprawna.pl/amp/831730,tuningowane-auto-musi-przejsc-przeklad-techniczny.html> dostęp z dnia 29 września 2017

<sup>16</sup> [http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz\\_artykul/pl/front/raport\\_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza](http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_artykul/pl/front/raport_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza) dostęp z dnia 10 maja 2017

samochód podczas strojenie powinien pracować pod pełnym obciążeniem, oznacza to osiąganie wysokich prędkości, często niedozwolonych w miejscach wykonywania usługi. Tego typu niebezpieczeństwa można uniknąć korzystając z hamowni, która jest stacjonarnym stanowiskiem pomiarowym dającym możliwość dokonywania pomiarów parametrów technicznych pojazdu takich jak zużycie paliwa, moc silnika czy prędkość obrotowej bez konieczności przemieszczania się po drogach. Dodatkowo, w czasie takiego pomiaru, silnik ma mniejsze zapotrzebowanie na paliwo. Ponadto cały przebieg usługi byłby możliwy do obserwacji przez klienta.

## Propozycje finansowe

Podstawowym celem finansowym jest wyposażenie warsztatu w niezbędne do wykonania usługi, narzędzia takie jak: klucze, śrubokręty, narzędzia pomiarowe, elektronarzędzia np. narzędzia do spawania, wiertarka, szlifierka, kompresor powietrza. Ponadto, podstawowymi urządzeniami do wykonywania zmiany parametrów silnika samochodu są komputery stacjonarne oraz mobilne. Wymienione sprzęty komputerowe obowiązkowo muszą być wyposażone w zakupione indywidualnie oprogramowanie stworzone do chip tuningu.

Natomiast jednym z głównych elementów kampanii jest zakup środka trwałego w postaci hamowni produkowanej przez firmę „Świątek”. Byłaby to hamownia QWD-MAXI obciążeniowa jednoosiowa<sup>17</sup>. Oznacza to, że pomiar dokonywany jest wyłącznie na jednej osi samochodu (dwóch kołach) z obciążeniem pozwalającym na uzyskanie warunków zbliżonych do tych panujących na drodze. Wraz z montażem hamowni w placówce firmy, niezbędne będzie wyposażenie warsztatu w wyciąg spalin zaopatrzone w filtr powietrza.

**Tabela 1.** Planowane koszty związane z założeniem działalności

Przeznaczenie	Kwota brutto	
	(w zł)	(w %)
Narzędzia (np. klucze, śrubokręty itp.)	5 500,0	4,3
Elektronarzędzia (np. wiertarka, szlifierka itp.)	6 000,0	4,6
Sprzęt informatyczny - komputery:	6 000,0	4,6
2 komputery stacjonarne	2 000,0	1,5
2 komputery mobilne	4 000,0	3,1
Oprogramowanie	10 000,0	7,7
Hamownia QWD-MAXI Świątek	97 170,0	75,2
Wyciąg spalin	4 500,0	3,5
SUMA:	<b>129 170,0</b>	<b>100,0</b>

Źródło: Opracowanie własne.

<sup>17</sup> <http://www.swiatek.com.pl/hamownie> dostęp z dnia 28 kwietnia 2017

Całkowity koszt jest równy wartości 129 170 zł, z czego największą część stanowi zakup hamowni (tabela 1). Jej koszt wynosi 97 170 zł brutto i stanowi 75,2% wszystkich planowanych kosztów. Pozostałe wydatki wynoszą około 32 000 zł. Właściciel jest w posiadaniu oszczędności własnych w wysokości 60 000 zł. W ramach tych środków pokryte zostaną koszty wyposażenia warsztatu z pominięciem kwoty netto środka trwałego najbardziej obciążającego rachunek kosztów. Możliwe jest jedynie opłacenie wartości podatku VAT w kwocie 18 170 zł. Dodatkowo, w ramach środków własnych zostaną pokryte koszty, nieuwzględnione w tabeli 1, związane z wyposażeniem biura. Ich wartość szacuje się na kwotę około 4 000 zł. Na pokrycie pozostałych kosztów związanych z zakupem hamowni w wysokości 79 000 zł niezbędne będzie finansowanie obce.

### **Symulacja procesu pozyskania środków finansowych**

Symulacji została przeprowadzona na przykładzie oferty portalu polakpotrafi.pl ze względu na jego najdłuższy okres funkcjonowania na rynku polskim. Początek stworzenia kampanii na portalu polega na wstępnym opisanie pomysłu oraz jego głównej idei. Następnie jest on weryfikowany i poddany ocenie przez operatorów serwisu. W momencie, gdy weryfikacja zakończy się wynikiem pozytywnym, kolejnym etapem jest stworzenie kampanii. Składa na nią opis, film promujący, poziom wsparcia oraz system gratyfikacji osób finansujących projekt. Opis projektu będzie pokrywał się z opracowaną w artykule charakterystyką przedsiębiorstwa, celami, a w tym głównymi klientami oraz założeniami finansowanymi. W tej części zamieszczony zostanie również krótkometrażowy film promujący specyfikę przedsiębiorstwa, cel kampanii oraz uzasadnienie słuszności owego celu. Jego stworzenie jest procesem czasochłonnym i kapitałochłonnym, gdyż produkcja wizytówki trwającej od 15 sekund do 3 minut może kosztować 3 000 zł<sup>18</sup>. Cena ta może ulec podwyższeniu nawet do 5 000 zł<sup>19</sup> w zależności od miejsca, czasu oraz rodzaju sprzętu niezbędnego do jego realizacji.<sup>20</sup>

Kolejnym etapem jest określenie poziomu wsparcia wraz z obowiązkowym opracowaniem systemu gratyfikacji osób finansujących projekt. System gratyfikacji, to określenie, nagrody możliwej do uzyskania przez osobę finansującą projekt w zależności od wysokości wkładu, jaki zdecyduje się wpłacić na ten cel. Powstał on w oparciu o nagrody oferowane przez inne zrealizowane już kampanie oraz o dostępność, do niektórych z nich przez jej twórcę (tabela 2). Kolumna „a” przedstawia kwotę, możliwą do zaoferowania za przypisany do niej upominek, kolumna „b” natomiast przedstawia potencjalną liczbę tych nagród możliwą do zaproponowania finansującym projekt. Ostatnia z kolumn jest iloczynem kolumny „a” i „b”, przedstawiającą możliwą do uzyskania, z jednego rodzaju wsparcia, wysokość finansowania.

<sup>18</sup> [http://starnetmedia.pl/?page\\_id=211](http://starnetmedia.pl/?page_id=211) dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<sup>19</sup> <http://film.kastelnik.pl/portfolio/filmy-reportaze-wydarzen-3000-pln/> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<sup>20</sup> <http://www.advertsplace.pl/co-wplywa-na-cene-filmu.html> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

**Tabela 2.** System gratyfikacji osób finansujących projekt

Lp.	Specyfikacja nagrody	Kwota (zł)	Ilość	Łączna kwota(zł)
		a	b	c = a * b
1	Wsparcie bez nagrody	5	∞	250
2	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook	10	∞	200
3	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook + statuetka z napisem "Strefa Super Pomocy"	20	50	1000
4	Zestaw 1: podziękowanie na stronie + choinka zapachowa do samochodu z logo firmy	30	∞	1400
5	Zestaw 2: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat firmy ( format A4)	50	40	2000
6	Zestaw 3: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat (format A2)	75	40	3000
7	T-shirt z logo firmy + zapach do samochodu z logo firmy	100	40	4 000
8	Ładowarka samochodowa do telefonu + mocowanie samochodowe na telefon	150	20	3 000
9	Bluza z logo firmy	200	15	3 000
10	Sprawdzenie kondycji samochodu	250	30	7 500
11	Pomiar mocy samochodu na hamowni	300	30	9 000
12	BIG BOX - bluza z logo firmy + zestaw środków czystości do samochodu + naklejki firmowe (3szt.)	500	32	10 000
13	Przejazd na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy	750	4	3 000
14	Komplet narzędzi	1000	20	20 000
15	Usługa strojenia samochodu	1500	4	6 000
16	Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego	3000	2	6 000
<b>SUMA :</b>				<b>79 350</b>

**Źródło:** opracowanie własne.

Wsparcie bez nagrody oraz podziękowanie umieszczane na stronie internetowej lub profilu internetowym Facebook w postaci listy osób wspierających kampanię są pozycjami, których kwota pomocy jest relatywnie niska. Liczba wygenerowanych nagród tego typu została oznaczona w tabeli 2, jako znak nieskończoności „∞”, gdyż tę formę podziękowania można wygenerować w nieograniczonej ilości. Jednakże na potrzeby obliczeń, na podstawie wyników innych kampanii crowdfundingowych, przyjęto dla pierwszej z nich pulę 50 sztuk<sup>21</sup>, dla drugiej 20<sup>22</sup>. Innymi formami podziękowania za pomoc są: odzież, akcesoria samochodowe i inne gadzety z logo firmy. Pozycja 10, 11 i 15 oferuje wykonanie kompletnej usługi w ramach działalności

<sup>21</sup> [https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm\\_source=projects](https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm_source=projects) dostęp z dnia 30 maja 2017

<sup>22</sup> [https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm\\_source=projects](https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm_source=projects) dostęp z dnia 30 maja 2017



firmy. Dodatkowo pozycja 13 jest jedną z form prezentacji efektów strojenia samochodów przez firmę. Lista nagród stworzona została pod kątem osiągnięcia wyniku 79 000 zł przy zrealizowaniu potencjalnych ilości wszystkich oferowanych nagród.

W celu uruchomienia projektu obowiązkowe jest określenie terminu jej zakończenia oraz terminu, w jakim zostanie zrealizowane świadczenie wzajemne. Dolną granicą terminu realizacji projektu jest 21 dni od jej uruchomienia, natomiast górna granica nie została określona. Wykonanie świadczenia wzajemnego odbywa się już po zrealizowaniu kampanii. Wynika to z obowiązującego regulaminu, gdyż projekty, które nie osiągną określonego wyniku, są zamykane, a zebrana dotąd kwota na koncie operatora serwisu zwracana jest do osób finansujących. Ponadto, pomysłodawca nie może już udostępnić tego samego projektu na stronie serwisu. W sytuacji powodzenia kampanii, określa się ją jako zrealizowaną i środki trafiają do twórcy projektu. Kampanii nie można także zakończyć wcześniej niż w momencie upływu ustalonego terminu. Nie podlega on także skróceniu w sytuacji, kiedy pożądana kwota została osiągnięta. Dzięki takim założeniom możliwe jest uzyskanie kwoty o wiele od niej wyższej.

Za obsługę takiego przedsięwzięcia serwis Polak Potrafi pobiera prowizję określoną stawką procentową, dla której podstawą jest pozyskana pula środków finansowych. Prowizja wynosi 9,9% i pobierana jest wyłącznie od projektów, których kampanie zakończyły się sukcesem. Koszt obsługi tych, w których nie osiągnięto wsparcia, w pełni pokrywa serwis. W przypadku osiągnięcia planowanej kwoty 79 000 zł, prowizja ta wynosiłaby 7 821 zł, z czego 6 241 zł zasiliby konto serwisu, a pozostałe 1 975 zł wpłynęłoby na konto operatora płatności. Po odciążeniu prowizji operator przekazuje pozostałe zgromadzone środki finansowe, czyli 71 179 zł. Pomijając koszt prowizji, po otrzymaniu środków pieniężnych w wybranych przypadkach należy uiścić podatek spadków i darowizn<sup>23</sup>. Warto nadmienić w tym miejscu, że jeśli dokonywane przez darczyńców wpłaty środków finansowych na realizację projektu nie przekroczą 4.902 zł od jednego darczyńcy, nie ma obowiązku realizacji tej daniny. Jednakże dla potrzeb tego artykułu przyjęto, że algorytm dla kwoty 71 179 zł wygląda następująco: 2 887 zł 90 gr i 20% nadwyżki ponad 20 556 zł.<sup>24</sup> Po dokonaniu obliczeń potencjalny podatek wynosi w sumie 13 012,5 (13 013) zł.

Kolejnym zobowiązaniem finansowym jest podziękowanie osobom finansującym. System gratyfikacji przedstawiony został w tabeli 3.

---

<sup>23</sup> Ustawa dnia 28 lipca 1983 r. o podatku od spadków i darowizn (Dz. U. 1983 Nr 45 poz. 207)

<sup>24</sup> Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 5 kwietnia 2017r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o podatku od spadków i darowizn, (Dz.U.1983 nr 45 poz. 2017), art. 14.1

**Tabela 3.** Koszty realizacji systemu gratyfikacji dla osób finansujących projekt

Lp.	Specyfikacja nagrody	Ilość	Koszt (zł/szt.)	Łączny koszt (zł)
		a	b	c = a * b
1	Podziękowanie email	∞	0	0
2	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook	∞	0	0
3	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook + statuetka z napisem "Strefa Super Pomocy" <sup>25</sup>	50	8	700
4	Zestaw 1: podziękowanie na stronie + choinka zapachowa do samochodu z logo firmy <sup>26</sup>	∞	0,15	11
5	Zestaw 2: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat firmy (format A3)	40	12	480
6	Zestaw 3: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat (format A3)	40	13	520
7	T-shirt z logo firmy <sup>27</sup> + zapach do samochodu z logo firmy	40	26	1 040
8	Ładowarka samochodowa do telefonu + mocowanie samochodowe na telefon	20	20	400
9	Bluza z logo firmy	15	90	1 350
10	Sprawdzenie kondycji samochodu	30	0	0
11	Pomiar mocy samochodu na hamowni	30	0	0
12	BIG BOX - bluza z logo firmy + zestaw środków czystości do samochodu + naklejki firmowe (3szt.)	20	149	2 980
13	Przejazd na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy	4	140	560
14	Komplet narzędzi	20	200	4 000
15	Usługa strojenia samochodu	4	0	0
16	Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego	2	100	200
			<b>SUMA:</b>	<b>12 241</b>

**Źródło:** opracowanie własne.

Nagrody mogą przybierać różne formy, w zależności od możliwości twórcy. W analizowanym przypadku obserwuje się, że tylko 5 na 16 nagród nie wymaga żadnego dodatkowego wkładu na etapie procesu finansowania. Pozycja 1 i 2 w tabeli 3 jest nieodpłatną formą gratyfikacji, natomiast pozycje 10, oraz 15 są usługami w przyszłości świadczonymi przez firmę. Dlatego też, w procesie finansowania przedsiębiorstwa koszty z tego tytułu nie zostaną poniesione, a dopiero po jego zrealizowaniu i utworzeniu firmy. Nagrody uwzględnione w pozycjach 13 i 16 wymagają od pomysłodawcy pokrycia tylko części kosztów. W przypadku „przejazdu na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy” wymagane jest pokrycie opłaty upoważniającej do

<sup>25</sup> <http://www.calino.pl/oferta/produkt/statuetki/statuetki-z-tworzywa/1017/d485>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<sup>26</sup> <http://imakk.pl/cennik/>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<sup>27</sup> <http://www.nadruki.pl/koszulki.html>, dostęp z dnia 18 maja 2017

skorzystania z toru<sup>28</sup> oraz potencjalnego kosztu wykorzystania paliwa w tym czasie. Koszt pozycji „Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego” uwzględnia natomiast jedynie cenę elementów uzupełniających takich jak np. szkło<sup>29</sup>. Główna część składowa produktu, czyli silnik, nie jest uwzględniona w kosztach ponieważ pomysłodawca jest w posiadaniu kilku egzemplarzy na cele inne niż eksploatacyjne. Zmniejszyło to znacząco koszty gratyfikacji. W przypadku pozostałych pozycji, na cele symulacji, w obliczeniach uwzględnione zostały średnie ceny rynkowe wymienionych produktów. Łączna wartość, przy założeniach zrealizowania powyższego kosztorysu, to 12 241 zł. Przyjmując, że uzyskana kwota wsparcia wyniesie dokładnie 79 000 zł, koszty związane z jej uzyskaniem, wyniosą łącznie 36 469,5 zł (tabela 4).

**Tabela 4.** Koszty związane z prowadzeniem kampanii crowdfundingowej

Przeznaczenie	Kwota	
	(w zł)	(w %)
Film promujący	3 000,0	8,2
Koszty gratyfikacji osób finansujących	12 300,0	33,6
Prowizja serwisu	6 241,0	17,1
Prowizja od operatora płatności	1 975,0	5,4
Potencjalny podatek od darowizny	13 012,50	35,7
<b>SUMA:</b>	<b>36 469,50</b>	<b>100,0</b>

Źródło: opracowanie własne.

Po odliczeniu kosztów od kwoty finansowanej, ta uzyskana do dyspozycji właściciela na cele realizacji inwestycji wyniesie 42 530,50 zł. Pokryje to zakup hamowni jedynie w ok. 54%. Obciążenia stałe takie jak prowizja i podatek, w łącznej kwocie 21 228,5 zł muszą być zaprojektowane, a te związane z prowizją poniesione. Jediną możliwością na tym etapie jest ograniczenie kosztów związanych z realizacją systemu gratyfikacji i filmu, które przy obecnych założeniach łącznie stanowią 41,4% wszystkich kosztów. Wyłączając je, pozostała kwota do dyspozycji wynosi 57 771,5 zł i pozwoliłaby pokryć inwestycję w 73%. Nawet gdyby nie zaistniał obowiązek podatkowy i można byłoby z kosztorysu usunąć pozycję 13 012,50 zł, to nadal kwota do dyspozycji byłaby niższa od zakładanej (70 784 zł). Środki finansowe według regulaminu przekazywane są pomysłodawcy w ciągu 14 dni od zakończenia kampanii.

## Podsumowanie

Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodarczej dla osób rozpoczynających jej prowadzenie, pomimo wielu potencjalnych możliwości, wydaje się być nadal utrudniony. Kwestią, która może stać się głównym powodem rezygnacji

<sup>28</sup> <http://www.tor-lodz.pl/cennik> dostęp z dnia 18 maja 2017

<sup>29</sup> <http://www.twojszklarz.pl/?dispatch=kreator.przygotuj&code=szklofloat&loc=13> dostęp z dnia 18 maja 2017

z wyboru tej formy jaką są kampanie społecznościowe, jest opracowanie optymalnego systemu gratyfikacji osób finansujących. Zgodnie bowiem z założeniem regulaminu pomoc ta nie może być bezinteresowna. Kolejnym znaczącym wydatkiem są koszty prowizji, gdyż angażują one blisko jedną dziesiątą planowanej kwoty finansowania a także potencjalny podatek od darowizny. Oznaczać to może, że cel finansowy, który twórca kampanii pragnie zdobyć, po odliczeniu opłat i kosztów może ulec zmniejszeniu nawet o około 20%, już w pierwszym etapie po pozytywnym zakończeniu kampanii crowdfundingowej. Warto podkreślić, że operatorzy takich serwisów nie promują samego powstania działalności, z czym wiąże się np. pokrycie składek na ubezpieczenia społeczne. Serwis wspiera jedynie określone projekty na zrealizowanie nowych i innowacyjnych pomysłów. Nie oznacza to jednak, że nie mogą być prowadzone w imieniu firmy, co więcej, kampania może także w konsekwencji prowadzić do jej powstania. Taka też sytuacja miałaby miejsce w opracowanej próbie symulacji. Proponowany biznesplan działalności zajmującej się chip tuningiem nie jest jednak innowacyjnym pomysłem. Czynniki ten może utrudnić poszukiwania potencjalnych finansujących gdyż chętniej wspierane są niespotykane dotąd rozwiązania. Wnioskuje się więc, że finansowanie społecznościowe nie jest źródłem środków pieniężnych dla każdego przyszłego przedsiębiorcy. Najważniejszą bowiem rolę w tych działaniach spełnia innowacyjna forma świadczenia danej usługi lub wytwarzania produktu. Darczyńcą środków pieniężnych jest każdy użytkownik portalu, dysponujący ograniczonymi środkami pieniężnymi, a więc do zrealizowania kampanii trzeba zainteresować swoim pomysłem, na przykładzie przytoczonego wydarzenia, około 400 osób. Wszystkie te czynniki powodują, że finansowanie społecznościowe nie może być traktowane jest pewne źródło finansowania, gdyż zaangażowanie i odpowiednie przygotowanie kampanii nie gwarantują osiągnięcia celu.

## Literatura

- Branża motoryzacyjna. Raport kwartalny PZPM i KPMG, Edycja Q1/2017, PZPM i KPMG, Warszawa 2017, str. 30, 68 i 71
- Branża motoryzacyjna. Raport 2016, Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, Warszawa 2016
- D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu w globalnej gospodarce elektronicznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 798, Studia Informatica Nr 34, Szczecin 2014, s. 19
- D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania, [w:] Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 – Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce, [red:] Glinka B., Hensel P., Wydawnictwo Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012 s. 83-84
- K. Król, Crowdfunding od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności, Wydawnictwo Croudfunding.pl, Warszawa 2013, s. 25
- F. Majewski, Przegląd polskich platform finansowania społecznościowego, [http://www.pi.gov.pl/parp/chapter\\_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390](http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390) dostęp z dnia 11 marca 2017
- B. F. Makowski, M. Gielzak, Crowdfunding, zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015, s. 76
- Najlepszy rok na polskim rynku motoryzacyjnym od kilkunastu lat , <https://home.kpmg.com/pl/pl/home/media/press-releases/2017/02/najlepszy-rok-na-polskim-rynku-motoryzacyjnym-od-kilkunastu-lat.html>, dostęp z dnia 9 maja 2017
- Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 5 kwietnia 2017r. W sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o podatku od spadków i darowizn, (Dz.U.1983 nr 45 poz. 2017), art.14.1
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2012-2016,GUS, informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2016
- Transport Wyniki działalności w 2015 r., GUS, Informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2015

S. Steinberg, The Croudfunding bible - How to raise money for any startup, video game, or project, <http://www.booksabouttechnology.com/>, dostęp z dnia 11 marca 2017

Ustawa dnia 28 lipca 1983 r. o podatku od spadków i darowizn (Dz. U. 1983 Nr 45 poz. 207)

A. Wolak-Tuzimek, Analiza porównawcza zewnętrznych źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw, [w:] Studia i Materiały Rok 17, Nr 1/2013, Ludzie, zarządzanie, gospodarka, Wydział Zarządzania i Administracji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 2013, s. 243

R. Wolny, Internet jako źródło informacji e-konsumentów o ofercie handlowej i usługowej przedsiębiorstw, <http://bibliotekacyfrowa.wsb.wroclaw.pl:8080/dlibra/docmetadata?id=516&from=publication>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

M. Zalewska, Bankowość, Wydawnictwo C.H.Beck Warszawa 2013, s. 80 - 81

<http://www.advertsplace.pl/co-wplywa-na-cene-filmu.html> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<http://www.baza-firm.com.pl/vsk/warsztaty-samochodowe/warszawa/strona-7/> dostęp z dnia 6 maja 2017

<http://bezpiecznapodroz.org/tuning-zgodny-z-prawem> dostęp z dnia 17 września 2017

[www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg](http://www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg) dostęp z dnia 4 grudnia 2017

<http://www.calino.pl/oferta/produkt/statuetki/statuetki-z-tworzywa/1017/d485>, dostęp z dnia 18 maja 2017

[http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz\\_artikul/pl/front/raport\\_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza](http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_artikul/pl/front/raport_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza) dostęp z dnia 10 maja 2017

<sup>1</sup>[www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci](http://www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci), dostęp z dnia 6 marca 2017

<http://imakk.pl/cennik/>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.gazetaprawna.pl/amp/831730,tuningowane-auto-musi-przejsc-przeklad-techniczny.html> dostęp z dnia 29 września 2017

<http://film.kastelnik.pl/portfolio/filmy-reportaze-wydarzen-3000-pln/> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<https://www.mbank.pl/firmy/kredyty/na-start/kredyty-na-start/>, dostęp z dnia 20 marca 2017

<http://www.nadruki.pl/koszulki.html>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.newsweek.pl/styl-zycia/liczba-samochodow-w-polsce-europie-i-na-swiecie-statystyki-artykuly,394554,1.html> dostęp z dnia 11 maja 2017

<https://polakpotrafi.pl/projekty/?cat=&typ=udane>, dostęp z dnia 22 marca 2017

<https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia>, dostęp z dnia 11 marca 2017

[https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm\\_source=projects](https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm_source=projects) dostęp z dnia 30 maja 2017

[https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm\\_source=projects](https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm_source=projects) dostęp z dnia 30 maja 2017

<http://sjp.pwn.pl/slowniki/tuning.html> dostęp 10 maja 2017

[http://starnetmedia.pl/?page\\_id=211](http://starnetmedia.pl/?page_id=211) dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<http://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/rankingi-statystyczne/miasta-najwieksze-pod-wzglem-liczby-ludnosci/> dostęp z dnia 9 maja 2017

<http://www.swiatek.com.pl/hamownie> dostęp z dnia 28 kwietnia 2017

<http://www.tor-lodz.pl/cennik> dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.twojszklarz.pl/?dispatch=kreator.przygotuj&code=szklofloat&loc=13> dostęp z dnia 18 maja 2017

<https://wspieram.to/landing/trzeciok/index.html#kolarz>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

## Summary

The purpose of this article is to present the reader an alternative method of resolving the issue of acquiring funds in the preliminary stage of establishing and running a sole proprietorship. It has been achieved through the simulation of crowdfunding an exemplary automotive market venture. To underline the specifics of this particular type of funding, both favourable and adverse, the author presents it together with another source of finance – a bank loan. The article compares requirements of both methods of funding a business venture.

This paper has been presented as a case study therefore any conclusions should not be generalised and used as a basis for any other project or profile of a business venture.

**Key words:** business activity, finance sources, crowdfunding.

Informacje o autorach:

**Dr inż. Anna Milewska**

Katedra Finansów

Wydział Nauk Ekonomicznych

e-mail: [anna\\_milewska1@sggw.pl](mailto:anna_milewska1@sggw.pl)

Lic. Olga Regulska

Wydział Nauk Ekonomicznych