



Crowdfunding jako innowacyjny instrument zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej w sektorze MŚP

MARIAN KRUPA

dr, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. rtm. W. Pileckiego w Oświęcimiu
Instytut Zarządzania i Inżynierii Produkcji
e-mail: mkr4all@gmail.com

SŁOWA KLUCZOWE finansowanie społecznościowe, start-up, płynność finansowa, zarządzanie ryzykiem finansowym, modelowanie symulacyjne, SAP Crystal Presentation Design

ABSTRAKT *Cel* – ocena użyteczności „crowdfundingu” jako innowacyjnego instrument zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej w realizacji przedsięwzięć start-upowych w sektorze MŚP.
Metodologia – analiza literatury przedmiotu oraz metoda modelowania symulacyjnego.
Wynik – „crowdfunding” jest niezwykle skutecznym instrumentem finansowania i zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej przedsięwzięć typu start-up, dostępnym dla każdego nowego przedsiębiorcy bez znaczących ograniczeń formalnych czy też organizacyjnych.
Oryginalność/Wartość – „crowdfunding” w literaturze przedmiotu, jak też w praktyce zarządzania, jest wykorzystywany przede wszystkim w celu pozyskania kapitału inwestycyjnego. Wydaje się, że znacznie ważniejsza funkcja, jaką może dostarczyć ten instrument, dotyczy minimalizacji ryzyka w zakresie utraty płynności finansowej

Crowdfunding as an innovative cash flow risk management tool in small and medium-sized entrepreneurships

KEYWORDS crowdfunding, start-up, cash flow, financial risk management, simulation modeling, SAP crystal presentation design

ABSTRACT *Purpose* – to evaluate the need for crowdfunding as a tool of innovating approach to Cash Flow management.
Research methodology – the literature analyzes and the evaluations of financial data was performed by the method of simulation modelling.
Findings – the small and medium-sized enterprises (SME) require professional management skills especially in area of finance.
Originality/value – crowdfunding can be implemented not only as a tool of financing small businesses activities but also as a Cash Flow risk management tool for start-up ventures.

Wprowadzenie do problematyki finansowania nowych przedsięwzięć gospodarczych typu start-up

Realizacja każdego przedsięwzięcia gospodarczego, szczególnie o innowacyjnym charakterze, wymaga sprawnego finansowania. Z perspektywy zarządzania firmą, w tym działającą w sektorze MŚP, obok zapewnienia efektywnych przepływów materialnych i informacyjnych, niezwykle ważną, być może nawet decydującą o ostatecznym i trwałym jej sukcesie, jest zaplanowanie właściwych źródeł i metod finansowania. W tym zakresie, wydaje się, że dobór odpowiedniego modelu finansowania aktywności inwestycyjnej powinno być ukierunkowane nie tyle na pozyskanie kapitału inwestycyjnego, ile raczej kapitału obrotowego, co stanowi swoisty fundament budowania, od samego początku, trwałego sukcesu każdego przedsiębiorstwa, szczególnie inicjatyw definiowanych jako start-up.

Na podstawie dostępnych wyników badań możemy potwierdzić, że w szczególności sposób, ryzyko związane z utratą płynności finansowej odnosi się właśnie do nowych firm, rozpoczynających swoją działalność. Analitycy *Startup Genome*, portalu społecznościowego integrującego globalnie środowisko młodych przedsiębiorców, po przeanalizowaniu 3200 przypadków, stwierdzili w swoim raporcie, że kluczowym powodem upadku tego typu przedsięwzięć (70% bankructw) jest „prozaiczny brak gotówki” na dalszy rozwój firmy. Autorzy raportu definiują powyższe zjawisko jako „przedwczesne skalowanie działalności” (*Startup Genome*, 2017).

Inne badania dostarczają odpowiedzi wyjaśniającej przyczyny źródła tego zjawiska. Zgodnie z raportem firmy windykacyjnej Intrum Justitia Polska, opublikowanym w 2016 roku: „36% polskich firm biorących udział w badaniach ankietowych twierdzi, że nieterminowe płatności w średnim lub wysokim stopniu zagrażają ich przetrwaniu” (Intrum Justitia Polska, 2016). Należy dodać, że problemy z obsługą należności są zjawiskiem powszechnym, szczególnie jednak uderzają w nowe firmy, które dopiero uczą się właściwej równowagi pomiędzy rentownością a płynnością.

W literaturze przedmiotu możemy wskazać wiele klasycznych instrumentów, które nowi przedsiębiorcy mogą zastosować w celu pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania oraz zdobycia wiedzy o charakterze bardziej merytorycznym, np. z zakresu zarządzania firmą. Będą to m.in.: kredyty, pożyczki, kredyty handlowe, dłużne papiery wartościowe, leasing, factoring, dotacje i subwencje czy też bardzo atrakcyjne fundusze i inicjatywy pomocowe – programy unijne/regionalne, doradztwo gospodarcze, fundusze załączkowe, fundusze *Venture Capital*, „Anioły biznesu” (Portal Innowacji, 2017). Każda jednak z tych metod, instrumentów finansowych wsparcia nowego projektu biznesowego, obok niewątpliwych zalet, ma wiele luk w zakresie rzeczywistych potrzeb, które mogą prowadzić m.in. do utraty płynności finansowej, na co zresztą wskazują cytowane wyniki badań.

Niezwykle interesującą alternatywą pozyskania kapitału przez firmy sektora MŚP może być, na wskroś innowacyjny instrumentem definiowany jako „crowdfunding”, który jest bardzo szeroko opisany zarówno w literaturze polskiej, jak i anglojęzycznej (zob. m.in.: Mollick, 2014; Spierer, 2014; Steinberg, DeMaria, 2017). Równocześnie crowdfunding cieszy się w skali globalnej dużym zainteresowaniem wśród samych przedsiębiorców. Wydaje się zatem, że tego typu metoda finansowania działalności gospodarczej implikuje konieczność pogłębionej refleksji obejmującej rzeczywistą ocenę użyteczności tego typu przedsięwzięć. Należy zadać wiele

pytań: 1) Czym są start-upy z perspektywy cyklu rozwoju tego typu projektów? 2) Jakie są ich rzeczywiste potrzeby, uwarunkowania dotyczące pozyskania kapitału początkowego (np. inwestycyjnego, obrotowego, rozwojowego)? 3) W jakim zakresie wybór źródła, instrumentu finansowania start-upu przyczynia się do zmniejszenia lub też zwiększenia ryzyka finansowego? 4) W jaki sposób wykorzystanie instrumentu typu crowdfunding może pomóc w obniżeniu ryzyka utraty płynności finansowej?

Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na powyższe pytania przez zastosowanie analizy literatury przedmiotu, odwołanie się do powszechnie dostępnych badań empirycznych oraz metody modelowania symulacyjnego, w ocenie poziomu ryzyka utraty płynności finansowej projektu typu start-up, w porównaniu z klasycznym modelem finansowania, np. za pomocą kredytu bankowego.

1. Charakterystyka przedsięwzięć biznesowych typu start-up i źródła ich finansowania

Start-up nie jest małą wersją dużej firmy.

Steve Blank

W literaturze przedmiotu pojęcie start-upu nie jest jednoznaczne. Możemy wskazać na różne interpretacje tego terminu, np.:

- przedsiębiorstwo w początkowej fazie rozwoju czy też mała firma związana z branżą nowych technologii (Startup Academy, 2017),
- organizacja, która tworzy produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności (Ries, 2012),
- tymczasowa organizacja, która poszukuje rentownego, skalowalnego i powtarzalnego modelu biznesowego (Blank, 2013),
- młoda firma stworzona przez z reguły młodych ludzi (PARP, 2017).

Wydaje się, że decydującym o charakterystyce nowego przedsięwzięcia typu start-up jest zestaw niepowtarzalnych cech, takich jak: bardzo duża innowacyjność produktowa/procesowa, entuzjazm i wysokie emocjonalne zaangażowanie przedsiębiorcy, brak historii kredytowej, sprzedażowej, kooperacyjnej, brak wiedzy w zakresie realnego popytu, specyfiki rynku, duże prawdopodobieństwo porażki, niewielka wiedza i doświadczenie w zarządzaniu w tym obszarze finansów. I właśnie wymiar finansowy, na co wskazują badania, może stanowić najbardziej ryzykowny element nowo tworzącego się organizmu biznesowego (Startup Genome, 2017).

Aby w pełni zrozumieć analizowany model biznesowy, należy zwrócić szczególną uwagę na to, że działalność typu start-up obejmuje specyficzne dla tego typu przedsięwzięć etapy oraz związane z nimi w sposób naturalny, różne potrzeby, priorytety finansowe. Możemy zatem wyróżnić następujące potrzeby/rodzaje finansowania (Gielzak, Krok, 2016):

- *seed* (zasiewu) – koszt opracowania prototypu, dokumentacji technicznej, konsultingu, szkoleń w zakresie zarządzania firmą, wstępnych badań rynkowych,
- *start-up capital* (rozpoczęcia) – rozpoczęcie produkcji, działalności usługowej, koszty marketingu, koszty operacyjne, w tym przede wszystkim koszty obsługi przeterminowanych należności.
- *expansion* (wczesnego rozwoju/ekspansji) – dodatkowe inwestycje w infrastrukturę, zatrudnienie personelu, rozwój struktury organizacyjnej.

Każdy etap jest ważny i wymaga odpowiedniego planowania i zaangażowania środków. W artykule skoncentrowano się na najbardziej krytycznym z punktu widzenia zapewnienia właściwego przepływu środków pieniężnych, czyli na momencie przejścia firmy z fazy rozpoczęcia do fazy wczesnego rozwoju czy też późniejszej ekspansji. Można wskazać pojawiające się bariery, ryzyka, jakimi są: brak wymaganej wiedzy i doświadczenia w zakresie sprawnego zarządzania finansami; problemy z zapewnieniem nie tyle odpowiednich funduszy inwestycyjnych na rozpoczęcie działalności, ile raczej na zapewnieniem płynności finansowej dla jej rozwoju (braki w zakresie kapitału obrotowego); czy też doboru właściwego instrumentu planowanego finansowego przedsięwzięcia (np. poprzez zastosowanie modelowania symulacyjnego), co diagnozuje ostatecznie skalę podejmowanego ryzyka przez przedsiębiorcę (Sobańska, Sieradzan, 2004; Dowżycki, 2010).

Na tle powyższych rozważań pojawia się pytanie o nowy, alternatywny sposób finansowania start-upów, jakim jest crowdfunding.

2. Crowdfunding jako innowacyjny model finansowania i zarządzania przedsięwzięciami wysokiego ryzyka typu start-up

Crowdfunding jest to „rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia w zamian za określone świadczenie zwrotne, który angażuje szerokie grono kapitałodawców, charakteryzuje się wykorzystaniem technologii teleinformatycznych oraz niższą barierą wejścia i lepszymi warunkami transakcyjnymi, niż ogólnodostępne na rynku” (Król, 2011). Crowdfunding jako finansowanie społecznościowe to inaczej: „źródło kapitału dostarczanego przez szeroką społeczność wirtualną, która chce wesprzeć kreatywnego pomysłodawcę” (Crowdfunding.pl, 2017).

Niezwykle ważną kwestią, w odróżnieniu od tradycyjnych instrumentów finansowania tego typu przedsięwzięć, jest zagadnienie emocjonalnego zaangażowania się kapitałodawców, którzy chcą po prostu, często bezinteresownie, wesprzeć kreatywnego i zaangażowanego w realizację społecznie, rynkowo ważnego i akceptowalnego, pomysłu (Sullivan, 2006; Howe, 2006; Rheingold, 1993; crowdfunding.pl, 2017).

Z perspektywy podejmowanej decyzji przez przedsiębiorcę w wyborze najbardziej dostosowanej do potrzeb projektu formy zbiórki środków finansowych, możemy wskazać na następujące rodzaje działań, tzw. akcji crowdfundingowych (Król, 2011)¹:

- pasywny (sponsorski) – zaangażowanie finansowe w zamian za nagrodę typu: uprzywilejowany zakup produktu/usługi, gadżety firmowe, dostęp do programów lojalnościowych,
- aktywny (inwestycyjny/*equity*) – bezpośrednio zaangażowanie w opracowanie/rozwój produktu/firmy w zamian za korzyści biznesowe/materialne, np. udziały w spółce,
- dotacyjny – wymiar charytatywny; brak zobowiązań,
- oraz cały zestaw rozwiązań m.in. typu: *Crowdlending*, *Sociallending*.

Obok kluczowej funkcji pozyskania kapitału na bardzo atrakcyjnych warunkach (typu *seed*, start-up oraz *expansion*), crowdfunding pełni wiele niefinansowych, aczkolwiek niezwykle

¹ Innym sposobem porządkowania inicjatyw „crowdfundingowych” jest podział na: model donacyjny, pożyczkowy, inwestycyjny czy też mieszany (Kozioł-Nadolna, 2015).

istotnych z punktu widzenia nowego projektu funkcji. Niewątpliwie do najważniejszych zaliczyć należy: 1) możliwość kontaktu z potencjalnymi odbiorcami w celu wspólnego opracowania docelowego produktu (*Wisdom of Crowd, Crowd Voting, Crowd Creation*); 2) możliwość rozwiązania dowolnego problemu, np. technicznego/biznesowego/finansowego, weryfikację rzeczywistych potrzeb/oczekiwań rynku – przez bezpośrednią rejestrację zamówień (realizacja sprzedaży na podstawie zgłoszonych deklaracji); 3) budowę sieci odbiorców, sympatyków, partnerów biznesowych; 4) wykorzystanie internetu w zakresie promocji produktu/usługi; 5) sprawna i stosunkowo bezpieczna możliwość realizacji mikropłatności; 6) tworzenie portali społecznościowych w celu zapewnienia wymiany informacji i opinii.

Najważniejszą jednak cechą, związaną z kampanią crowdfundingową, jest możliwość stworzenia platformy współpracy polegającej na zaufaniu, zgodnie z zasadą *All-or-Nothing*. W ramach tej idei, przedsiębiorca, w sytuacji braku pozyskania odpowiednich środków lub rezygnacji z ostatecznego dostarczenia produktu, jest zobowiązany do zwrotu pozyskanych środków. W tym też szerszym znaczeniu możemy mówić o crowdfundingu jako o outsourcingu społecznościowym, w którym finansowanie przedsięwzięć jest tylko jednym z elementów nowego modelu biznesowego nawiązującego do zaufania i partycypacji w zakresie podejmowanego wspólnie ryzyka, ale też i uzyskania wspólnie potencjalnych korzyści.

Możemy zatem stwierdzić, że crowdfunding jest *de facto* „konceptą zarządzania przedsiębiorstwem, polegającą na wydzieleniu zadań lub procesów i przekazaniu ich do realizacji licznej społeczności za pewien rodzaj wynagrodzenia” (Król, 2011). Tym zadaniem może być pozyskanie środków finansowych lub dostęp do zasobów niefinansowych jak zasoby materialne oraz biznesowe i technologiczne know-how. Wynagrodzeniem dla darczyńców/sponsorów, poza prestiżem i satysfakcją, może być udział o charakterze kapitałowym w przedsięwzięciu lub też każdy inny rodzaj świadczenia ze sprzedażą na preferencyjnych warunkach nowego produktu lub usługi łącznie. I ten właśnie element, dotyczący możliwości pozyskania środków w wyniku przedsprzedaży planowanych towarów, wyznacza niezwykle cenny instrument w zakresie, nie tyle pozyskania kapitału inwestycyjnego, ile raczej kapitału obrotowego, który wpływa bezpośrednio na obniżenie ryzyka utraty płynności finansowej już w początkowym etapie funkcjonowania firmy.

3. Crowdfunding jako instrument zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej – modelowanie symulacyjne

Crowdfunding dostarcza wielu usług, które są bezcenne dla każdego przedsiębiorcy rozpoczynającego działalność. Niewątpliwie, kluczowym instrumentem jest możliwość skuteczniejszego zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej poprzez pozyskanie środków, wpłat przed wytworzeniem planowanego produktu. W celu zbudowania właściwego modelu do przeprowadzenia symulacji konieczna jest jednak właściwa interpretacja terminu płynność finansowa.

Płynność finansowa w niniejszym artykule rozumiana jest klasycznie, jako „zdolność firmy do regulowania swoich zobowiązań” (governica.com, 2017). Zarządzanie płynnością finansową zaś to zespół zadań dotyczących płynności finansowej przedsiębiorstwa, polegające na utrzymywaniu odpowiedniej ilości środków pieniężnych i linii kredytowych w celu zapewnienia terminowej realizacji zobowiązań.

Do podstawowych instrumentów wykorzystywanych do zarządzania tzw. *Cash Flow* zaliczamy: 1) wskaźnikowe metody pomiaru płynności finansowej (wskaźnik płynności bieżącej; wskaźnik płynności szybkiej – przyspieszonej); wskaźnik płynności natychmiastowej (płynności podwyższonej, natychmiastowej wymagalności) oraz 2) modelowanie symulacyjne² w zakresie strumieni przepływów pieniężnych – tzw. rachunek przepływów pieniężnych (governica.com, 2017). Z kolei, celem opracowania sprawozdania typu *Cash Flow* (dane historyczne), jak też stworzenia modelu symulacyjnego (dane planistyczne), jest ustalenie zmian, jakie nastąpią w zakresie dostępnych środków pieniężnych w wyniku prowadzonej działalności operacyjnej, inwestycyjnej czy też finansowej (Jarugowa, Kopczyńska, 1998).

W niniejszym artykule, w celu przeprowadzenia symulacji porównawczej przepływów pieniężnych przyjęto założenia przedstawione w tabeli 1 dla dwóch modeli biznesowych, czyli wariant 1 – finansowanie za pomocą kredytu bankowego oraz wariant 2 – finansowanie za pomocą crowdfundingu. Symulację przeprowadzono za pomocą powszechnie dostępnego arkusza kalkulacyjnego MS Excel³.

W wyniku przeprowadzonych symulacji stwierdzono:

1. Model finansowania bazujący na tradycyjnych instrumentach finansowania start-upów (np. kredyt bankowy), zakładający równocześnie planowaną sprzedaż z płatnością odroczoną, stwarza bardzo duże ryzyko utraty płynności finansowej już w fazie początkowej projektu (pierwsze trzy miesiące projektu!).
2. Ryzyko wystąpienia dodatkowych opóźnień rozliczeń należności praktycznie, w sposób trwały, wprowadza firmę w stan chronicznego braku płynności, pomimo uzyskania w tym samym analizowanym okresie wymaganej rentowności operacyjnej.
3. Skuteczną strategią zarządzania tym ryzykiem jest konieczność tworzenia rezerw gotówkowych (min. 30% planowanej sprzedaży), pozyskanie usługi faktoringu lub zapewnienie znacznie wyższego kredytu na znacznie dłuższy termin – w konsekwencji obniżenie rentowności przedsięwzięcia.
4. Paradoksalnie, znaczne zwiększenie sprzedaży w początkowym okresie działalności firmy niż zakładał pierwotny plan, jeszcze bardziej pogłębia w krótkim okresie problem ryzyka utraty płynności finansowej.
5. Jedynym gwarantem całkowitej likwidacji ryzyka utraty płynności finansowej (*Cash Flow*) przy zapewnieniu wymaganej rentowności (BEP) jest zdefiniowanie celu dla akcji crowdfundingowej na poziomie planowanej sprzedaży w analizowanym okresie – wariant II.

² Modelowanie symulacyjne jest niezwykle użyteczną metodą weryfikacji hipotez definiowanych w ramach tzw. problemów badawczych. Do niewątpliwych zalet tej metody, zarówno w wymiarze prowadzonych badań naukowych, jak i praktyki menedżerskiej należą: duży realizm modelu i danych, możliwość diagnozy rozwiązań/strategii jeszcze nieistniejących, możliwość uwzględnienia parametru czasu/sezonowości, elastyczny dobór kryteriów optymalizacyjnych/priorytetów/celów biznesowych, automatyzacja w zakresie testowania wielu różnych wariantów/scenariuszy biznesowych, minimalizacja wiedzy i umiejętności matematycznych, niski koszt i stosunkowo krótki czas pozyskania wymaganej wiedzy biznesowej (Balcerak, Kwaśnicki, 2005).

³ Bardziej zaawansowanym narzędziem symulacyjnym jest SAP Crystal Presentation Design, który umożliwia opracowanie dedykowanych kokpitów menedżerskich z zestawem dynamicznych wskaźników i alertów. Źródło: www.sap.com/products/crystal-presentation-design.html.

6. Realizacja strategii „mieszanej”, tj. pozyskanie środków z akcji crowdfundingowej oraz prowadzenie sprzedaży w klasyczny sposób (przedpłaty/odroczone płatności) uruchamia automatycznie ryzyko utraty płynności.
7. W sytuacji przyjęcia strategii „mieszanej” występuje następująca zależność – im większy udział finansowania/sprzedaży w formie crowdfundingu, tym mniejsze ryzyko utraty płynności (zalecany poziom – min. 80% finansowania w formie crowdfundingu).
8. Innym krytycznym warunkiem dla przedsiębiorcy w zakresie płynnego przejścia z fazy start-upu do fazy rozwoju jest realizacja sprzedaży powyżej BEP – brak spełnienia tego warunku uniemożliwia osiągnięcie też wymaganej płynności finansowej.

Tabela 1. Zestawienie danych wykorzystanych do przeprowadzenia symulacji⁴

Wariant 1 Finansowanie za pomocą kredytu bankowego	Wariant 2 Finansowanie za pomocą crowdfundingu
Planowana sprzedaż: 550 tys. zł/12 miesięcy	Planowana sprzedaż (cel akcji crowdfundingowej): 550 tys. zł (100%)
Poziom przychodów (miesięcznie): 50 tys. zł	Poziom przychodów (miesięcznie): N/D
Koszt stały prowadzenia działalności: 10 tys. zł/miesiąc	Koszt stały prowadzenia działalności: 10 tys. zł/miesiąc
Koszt zmienny: 50%	Koszt zmienny: 50%
Kredyt Bankowy „0%”: 150 tys. zł	Kredyt Bankowy „0%”: N/D
Liczba miesięcy (spłata kredytu): 12	Liczba miesięcy (spłata kredytu): N/D
Wartość inwestycji początkowej: 100 tys. zł	Wartość inwestycji początkowej: 100 tys. zł
Średnia wartość należności (dni): 30	Średnia wartość należności (dni): 30
Średnia wartość zobowiązania (dni): 0 (płatność gotówką)	Średnia wartość zobowiązania (dni): 0 (płatność gotówką)

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując, zastosowanie instrumentu crowdfundingu w zakresie finansowania start-upu wymusza na przedsiębiorcy zmianę tradycyjnego modelu biznesowego, w tym roli przedsiębiorcy, wpisującego się w klasyczny cykl życia organizacji. Wymaga również pozyskania minimalnej wiedzy w obszarze zarządzania firmą, w tym przede wszystkim, w zakresie ryzyka utraty płynności finansowej. Zastosowanie modelowania symulacyjnego pozwala z bardzo dużym prawdopodobieństwem przewidzieć na osi czasu punkty krytyczne dla projektu

4 Przyjęte założenia mogą budzić zastrzeżenia typu, że nie uwzględniają one kosztów pozyskania kapitału, możliwej konieczności zwrotu części środków, ryzyka nieuzyskania finansowania itd., oraz to, że zawsze będzie gorsza płynność finansowa przy kredycie bankowym niż w przypadku crowdfundingu, który nie wymaga bieżących spłat kapitału i odsetek. Należy jednak pamiętać, że metoda modelowania symulacyjnego zakłada możliwość przeprowadzenia eksperymentu na podstawie zdefiniowanego modelu, który w każdym przypadku odwołuje się do klauzuli „ceteris paribus”. Ponieważ celem eksperymentu było porównanie wrażliwości nowego przedsięwzięcia w zakresie ryzyka utraty płynności finansowej jako kluczowego problemu prowadzącego do niepowodzenia, przyjęto, że zagadnienie rentowności, optymalizacji kosztów, dynamika przychodów itd. jest właśnie „ceteris paribus”. Zastosowany model umożliwia również ocenę wrażliwości w zakresie płynności finansowej również w modelach mieszanych, tj., część środków pozyskujemy w formie kredytu bankowego a część poprzez crowdfunding. Przy takim założeniu, bez zastosowania modelowania symulacyjnego będzie bardzo trudno ocenić poziom ryzyka w badanym przez nas obszarze. Wykorzystany w eksperymencie model umożliwia również przeprowadzenie analizy porównawczej biorąc równocześnie pod uwagę takie zmienne jak: koszt stały, zmienny przedsięwzięcia, zakres czasowy wymaganego finansowania, planowany/ zmienny poziom przychodów, średnie wartości planowanych należności i zobowiązań itd.

z perspektywy zapewnienia płynności finansowej, jak też sprawdzić skuteczność planowanych działań zaradczych, w tym właściwe wykorzystanie akcji crowdfundingowej.

4. Zalety i wady crowdfundingu – podsumowanie

Na podstawie analizy literatury przedmiotu oraz przeprowadzonej symulacji finansowania typowego startupu zdiagnozowano zalety i wady crowdfundingu. Do niewątpliwych zalet możemy zaliczyć:

- minimalizację ryzyka finansowego po stronie przedsiębiorcy przy „kredytowaniu” przedsięwzięcia przez społeczność wirtualną,
- skuteczną weryfikację rynkową – równoległe do działań marketingowych (opinie, deklaracje),
- możliwość uruchomienia procesu sprzedaży (zamówienia/przedpłaty), co praktycznie obniża ryzyko utraty płynności finansowej,
- stosunkowo prosty i szybki czas pozyskania środków (ok. 2–3 miesiące dla małych projektów),
- niższe koszty transakcyjne w relacji do klasycznych instrumentów – zazwyczaj jest to wynegocjowana prowizja dla firmy udostępniającej platformy w internecie,
- wysoki poziom skuteczności pozyskania środków (ok. 50% – platforma Kickstarter),
- możliwość pozyskania kapitału dla każdego etapu rozwoju produktu/firmy,
- pozyskanie wiedzy specjalistycznej o charakterze branżowym i z zakresu zarządzania,
- tworzenie trwałych relacji, środowiska, społeczności biznesowej/konsumenckiej opartej na partycypacji i zaufaniu.

Możemy wskazać również na potencjalne wady i zagrożenia wdrożenia strategii finansowania nowego pomysłu biznesowego bazującego na crowdfundingu:

- limity dotyczące celu finansowego – nie każdy zatem projekt będzie mógł skorzystać z kampanii crowdfundingowej,
- limity dotyczące czasu trwania czy też liczby fundatorów,
- realne ryzyko kopiowania pomysłów,
- ograniczony zasięg oddziaływania – grupy internautów,
- ograniczenia przedmiotowe – sprawdzona i znana branża,
- ryzyko prawne – restrykcje, bariery legislacyjne, luki prawne, brak precedensów (Dziuba, 2012).

Reasumując, crowdfunding pozwala start-upom nie tylko pozyskać na niezwykle atrakcyjnych warunkach kapitał obrotowy czy też inwestycyjny niezbędny na rozpoczęcie działalności gospodarczej, ale również stwarza i wymusza wiele pozytywnych zachowań przedsiębiorcy, wpływających na obniżenie ryzyka finansowego, w tym przede wszystkim w zakresie zapewnienia wymaganej płynności finansowej.

Biorąc pod uwagę zarówno zalety, jak i wady crowdfundingu możemy stwierdzić, że jest on niezwykle użytecznym instrumentem finansowania przedsięwzięć typu start-up, dostępnym dla każdego nowego przedsiębiorcy bez znaczących ograniczeń formalnych czy też organizacyjnych.

Literatura

- Balcerak, A., Kwaśnicki, W. (2005). Modelowanie symulacyjne systemów społeczno-gospodarczych: różnorodność podejść i problemów. W: A. Balcerak, W. Kwaśnicki (red.), *Symulacja Systemów Społeczno-Gospodarczych*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.
- Blank, S. (2013). *Podręcznik Startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*. Gliwice: Helion.
- Dowżycki, A. (2010). Analiza płynności oraz siły finansowej przedsiębiorstwa. Wprowadzenie teoretyczne. W: M. Hamrol (red.), *Analiza Finansowa Przedsiębiorstwa. Ujęcie sytuacyjne*. Poznań: Wydawnictwo UE w Poznaniu.
- Dziuba, D.T. (2012). Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania. *Problemy Zarządzania*, 10.
- Jarugowa, A., Kopczyńska, L. (1998). *Finanse*. W: B. Piasecki (red.), *Ekonomika i zarządzania małą firmą*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Konieczny, Z., Mikołajczyk, B. (1998). *Finanse*. W: B. Piasecki (red.), *Ekonomika i zarządzania małą firmą*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kozioł-Nadolna, K. (2015). Crowdfunding jako źródło finansowania innowacyjnych projektów. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 854. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 73.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 1 (29).
- Ries, E. (2012). *Metoda Lean Startup. Wykorzystaj innowacyjne narzędzia i stwórz firmę, która zdobędzie rynek*. Gliwice: Helion.
- Sobańska, K., Sieradzan, P. (2004). *Inwestycje private equity/venture capital*. Warszawa: Wydawnictwo Key Test.
- Spirer, G. (2014). *Crowdfunding: The Next Big Thing*. SouthCarolina, USA: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Steinberg, S., DeMaria, R. (2017). *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project*. USA: ReadMe.

Netografia

- Crowdfunding.pl, <http://crowdfunding.pl> (22.03.2017).
- Gielzak, M., Krok, M. (2016). *Źródła finansowania startupów. Wprowadzenie*. Pobrane z: <http://mamstartup.pl> (22.05.2017).
- www.governica.com (6.05.2017).
- Intrium Justitia Polska. Pobrane z: www.windykacja.pl (22.03.2017).
- Król, K. (2011). *Finansowanie społecznościowe jako źródło finansowania przedsięwzięć w Polsce, UE w Poznaniu*. Pobrane z: <https://issuu.com> (22.03.2017).
- PARP, *Co to jest start-up?* Pobrane z: <http://www.web.gov.pl> (22.03.2017).
- Papiński, Z. *Oto główna przyczyna upadku startupów*. Pobrane z: <http://biztok.money.pl> (22.03.2017).
- Portal Innowacji, *Źródła finansowania startupów*. Pobrane z: <http://www.pi.gov.pl> (22.05.2017).
- SAP Crystal Presentation Design. Pobrane z: www.sap.com/products/crystal-presentation-design.html (30.05.2017).
- Startup Genome*. Pobrane z: <https://startupgenome.com> (22.03.2017).
- Strzelczyk, D. *Słownik startupowca*. Startup Academy. Pobrane z: <http://startupacademy.pl> (22.05.2017).

Cytowanie

- Krupa, M. (2017). Crowdfunding jako innowacyjny instrument zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej w sektorze MŚP. *Współczesne Finanse. Teoria i Praktyka*, 1 (2), 25–33. DOI: 10.18276/wf.2017.1-03.