

Spis treści

Wprowadzenie	5
1. Przyczynek do ekonomiki crowdfundingu	9
1.1. Koncepcja crowdfundingu	9
1.2. Crowdsourcing a crowdfunding	11
1.3. Segment rynkowy crowdfundingu	13
1.4. Potrzeba badań w zakresie ekonomiki crowdfundingu	15
1.5. Ekonomia crowdfundingu - cele i obszary badawcze	16
2. Typologia modeli finansowania społecznościowego	18
3. Specyfika segmentu rynkowego	23
3.1. Cecha nietrwałości. Fuzje i przejęcia	23
3.2. Typologia systemów	26
3.3. Ewolucja i specyfika systemów crowdfundingu	29
3.4. Nowe obszary zastosowań	32
4. Segment rynkowy crowdfundingu - metodyka wydziałania i pomiaru	34
4.1. Metodyka badań	34
4.2. Dyskusja o miernikach	37
4.3. Identyfikacja aktywnych systemów crowdfundingu - wyniki badań	39
4.4. Przestrzeń geograficzna systemów	40
4.5. Modyfikacja liczby wdrożeń	43
5. Model donacyjny, bez nagradzania	44
5.1. Istota modelu donacyjnego	44
5.2. Wydziałanie segmentu rynkowego	45
5.3. Analiza struktury rynku	49
5.4. Systemy donacyjne w Polsce	51
6. Model donacyjny, z nagradzaniem	53
6.1. Modele i zakres wynagradzania	54
6.2. Wydziałanie segmentu rynkowego crowdfundingu sponsorskiego	57
6.3. Analiza struktury rynku	63
6.4. Ekonomia crowdfundingu - podstawowe relacje	65

7.	Przedsprzedaż jako forma modelu sponsorskiego	67
8.	Modele pożyczek społecznych	71
8.1.	Istota pożyczek bezpośrednich	72
8.2.	Wydzielanie i analiza segmentu rynkowego	73
8.3.	Crowdfunding jako model finansowania mikrokredytów	78
8.4.	Segment rynkowy mikrokredytowania i jego specyfika	80
9.	Modele inwestycyjne	83
9.1.	Specyfika modeli inwestycyjnych	83
9.2.	Crowdfunding udziałowy i akcyjny	85
9.3.	Inne modele inwestycyjne - <i>community shares</i> , konsolidacja długów, wykup faktur, licencje i model zintegrowany	87
9.4.	Segment rynkowy crowdfundingu inwestycyjnego - jego struktura i rozmiary	89
10.	Specyfika modeli hybrydowych	95
11.	Globalny segment rynkowy crowdfundingu - rozmiary, struktura i tendencje rozwojowe - wyniki badań	99
11.1.	Generowane wartości i ich struktura	99
11.2.	Dynamika rozwoju segmentu rynkowego	101
11.3.	Strumień wartości według przestrzeni geograficznej	102
11.4.	Ocena wdrożeń systemów crowdfundingu w Polsce	104
12.	Ekonomika crowdfundingu - efektywność kampanii	107
12.1.	Kickstarter.com - wskaźniki sukcesu	107
12.2.	Determinanty efektywnej kampanii crowdfundingowej	109
12.3.	Crowdfunding - korzyści ekonomiczne	112
12.4.	Crowdfunding - ryzyka i uwarunkowania rozwoju	113
	Zakończenie	115
	Literatura	117
	Aneks. Zestawienie aktywnych platform crowdfundingu	126