

# Spis treści

<b>Wprowadzenie</b>	7
<b>1. Przyczynek do ekonomiki crowdfundingu</b>	9
1.1. Koncepcja crowdfundingu	9
1.2. Segment rynkowy crowdfundingu i jego specyfika	13
1.3. Crowdfunding – wielość zastosowań gospodarczych	16
1.4. Ekonomia crowdfundingu – potrzeba badań	17
1.5. Cele i obszary badawcze ekonomiki szczegółowej	19
<b>2. Modele finansowania społecznościowego, strategie nagradzania i motywacje</b>	22
2.1. Typologia modeli crowdfundingu	22
2.2. Strategie wynagradzania	27
2.3. Motywacje uczestników	29
<b>3. Segment rynkowy crowdfundingu – wydzielenie i pomiar – wyniki badań</b>	32
3.1. Metodyka badań	32
3.2. Wydzielenie segmentu rynkowego – struktura modelowa	34
3.3. Statystyki wdrożeń według kontynentów i krajów	35
3.4. Rozmiary i struktura globalnej wartości	38
3.5. Segment rynkowy w perspektywie ewolucyjnej	41
<b>4. Modele donacyjne</b>	43
4.1. Model donacyjny bez nagradzania – analiza struktury rynku	43
4.2. Model donacyjny z nagradzaniem niefinansowym	46
4.3. Analiza struktury rynku crowdfundingu sponsorskiego	48
4.4. Przesprzedaż jako wariant modelu sponsorskiego	50

<b>5. Modele pożyczek społecznych</b>	54
5.1. Istota pożyczek bezpośrednich	55
5.2. Wydzielanie i analiza segmentu rynkowego	57
5.3. Crowdfunding jako model finansowania mikrokredytów	60
5.4. Segment rynkowy mikrokredytowania i jego specyfika	61
5.5. Mikrokredyty w rysie historycznym	63
<b>6. Modele inwestycyjne i hybrydowe</b>	66
6.1. Crowdfunding udziałowy i akcyjny	66
6.2. Equity-based crowdfunding. Etapy procesu inwestycyjnego	68
6.3. Community shares i crowdbonds	71
6.4. Crowdfunding jako metoda inwestowania w nieruchomości	72
6.5. Inne modele inwestycyjne	73
6.6. Segment rynkowy crowdinvestingu – struktura i rozmiary	74
6.7. Modele hybrydowe	78
<b>7. Ekonomia crowdfundingu – efektywność kampanii</b>	81
7.1. Ekonomia crowdfundingu – podstawowe relacje	81
7.2. Statystyki platformy Ulule.com	84
7.3. Badanie wskaźników sukcesu na zbiorze platform	86
7.4. Determinanty efektywnej kampanii crowdfundingowej	89
7.5. Sukces w kampanii a jej tematyka i lokalizacja, z uwzględnieniem kryterium czasu. Wspieram.to jako studium przypadku	92
7.6. Efekty owczego pędu, gapowicza i mediów społecznościowych	98
<b>8. Crowdfunding – implikacje ekonomiczne</b>	100
8.1. Crowdfunding w kreowaniu nowych miejsc pracy	100
8.2. Crowdfunding – implikacje dla firm	102
8.3. Crowdfunding – korzyści ekonomiczne i ryzyka	103
<b>Zakończenie</b>	106
<b>Bibliografia</b>	108
<b>Aneks 1.</b> Identyfikacja aktywnych platform crowdfundingu	114
<b>Aneks 2.</b> Statystyki platform modelu donacyjnego bez nagradzania	186
<b>Aneks 3.</b> Statystyki platform modelu donacyjnego z nagradzaniem	191
<b>Aneks 4.</b> Statystyki platform modelu pożyczek społecznych	199
<b>Aneks 5.</b> Statystyki platform modelu mikrokredytów	204
<b>Aneks 6.</b> Statystyki platform modelu inwestycyjnego	206
<b>Aneks 7.</b> Statystyki platform modelu hybrydowego	211