

W Polsce zauważalna jest stymulacja wzrostu innowacyjności w wielu dziedzinach oraz branżach jako czynnika rozwoju i wzrostu gospodarczego. Aby stymulować ten wzrost niezbędne jest pozyskanie kapitału, które pomoże jednostką rozwijać swoje innowacyjne projekty na najwyższym poziomie. Choć wiele przedsiębiorstw decyduje się na finansowanie swoich idei to nadal brakuje wśród nich wiedzy dotyczącej alternatywnych form finansowania. Dostarczenie i popularyzowanie wiedzy na temat innowacyjnych form finansowania jakim na przykład jest finansowanie społecznościowe daje szersze pole wyboru. Zdecydowanie to forma łatwego pozyskania kapitału, z którą wiąże się brak ryzyka finansowego. W Polsce finansowanie społecznościowe uchodzi za jeszcze mało popularną formę pozyskania kapitału, która niezwykle się rozwinęła przez ostatnie lata. Choć daleko nam do USA czy Wielkiej Brytanii jako wzorcowych państw w rozwoju platform crowdfundingowych to coraz skuteczniej zbliżamy się do nich.

Realizacja projektu przez platformę crowdfundingową wiąże się z opublikowaniem jego za pomocą kampanii crowdfundingowej. Kampania ta zakłada przedstawienie za pomocą tekstu, obrazu oraz video swojego pomysłu biznesowego. Elementy te są oceniane i wartościowane, a następnie porównywane przez wspierających, którzy dokonują finalnie wpłaty na wybraną kampanię. Należy zwrócić uwagę, że to przez informacje podane w kampaniach wspierający kreuje swoją wizję o projekcie, które zdecydowanie muszą być na najwyższym poziomie. Wówczas wybierają dany projekt i wpłacają kwotę na niego. Dlatego wysoka jakość tych komunikatów ma kluczowe znaczenie dla sukcesu transakcji na rynkach internetowych.

Projekt badawczy zakłada identyfikację i ocenę czynników sukcesu finansowania społecznościowego ze szczególnym zwróceniem uwagi na treść i formę innowacyjnych komunikatów tworzonych przez „aplikantów”. Przygotowana koncepcja ogólnego planu badań składa się z czterech głównych etapów. W trakcie całego projektu badawczego prowadzone będą studia literaturowe z badanej tematyki. W pierwszym etapie przeprowadzona zostanie analiza dorobku literaturowego z zakresu crowdfundingu. W drugim etapie zostanie przeprowadzona analiza ofert na platformach finansowania społecznościowego. Badania obejmą wpływ innowacyjnych kampanii, w procesie pozyskiwania inwestorów zarówno na platformach crowdfundingowych oraz w mediach społecznościowych, na sukces w realizacji projektu. W trzecim etapie zostaną przeprowadzone badania ankietowe aplikantów, a następnie wspierających. W czwartym etapie zostaną przeprowadzone badania w oparciu o wywiady.

Wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu dostarczą istotnej wiedzy na temat struktury i budowy kampanii. Wiedza ta pozwoli zrozumieć działalność kampanii crowdfundingowych na podstawie danych z platform krajowych oraz międzynarodowych. Z kolei sformułowanie nowych wniosków związanych z działalnością platform crowdfundingowych będzie wkładem do obecnego stanu wiedzy z tego zakresu.