

Spis treści:

Wprowadzenie

1. Przyczynek do ekonomiki crowdfundingu

- 1.1. Koncepcja crowdfundingu
- 1.2. Segment rynkowy crowdfundingu i jego specyfika
- 1.3. Crowdfunding – wielość zastosowań gospodarczych
- 1.4. Ekonomia crowdfundingu – potrzeba badań
- 1.5. Cele i obszary badawcze ekonomiki szczegółowej

2. Modele finansowania społecznościowego, strategie nagradzania i motywacje

- 2.1. Typologia modeli crowdfundingu
- 2.2. Strategie wynagradzania
- 2.3. Motywacje uczestników

3. Segment rynkowy crowdfundingu – wydzielanie i pomiar – wyniki badań

- 3.1. Metodyka badań
- 3.2. Wydzielenie segmentu rynkowego – struktura modelowa
- 3.3. Statystyki wdrożeń według kontynentów i krajów
- 3.4. Rozmiary i struktura globalnej wartości
- 3.5. Segment rynkowy w perspektywie ewolucyjnej

4. Modele donacyjne

- 4.1. Model donacyjny bez nagradzania – analiza struktury rynku
- 4.2. Model donacyjny z nagradzaniem niefinansowym
- 4.3. Analiza struktury rynku crowdfundingu sponsorskiego
- 4.4. Przedsprzedaż jako wariant modelu sponsorskiego

5. Modele pożyczek społecznych

- 5.1. Istota pożyczek bezpośrednich
- 5.2. Wydzielanie i analiza segmentu rynkowego
- 5.3. Crowdfunding jako model finansowania mikrokredytów
- 5.4. Segment rynkowy mikrokredytowania i jego specyfika
- 5.5. Mikrokredyty w rysie historycznym

6. Modele inwestycyjne i hybrydowe

- 6.1. Crowdfunding udziałowy i akcyjny
- 6.2. Equity-based crowdfunding. Etapy procesu inwestycyjnego
- 6.3. Community shares i crowdbonds
- 6.4. Crowdfunding jako metoda inwestowania w nieruchomości
- 6.5. Inne modele inwestycyjne
- 6.6. Segment rynkowy crowdinwestingu – struktura i rozmiary
- 6.7. Modele hybrydowe

7. Ekonomia crowdfundingu – efektywność kampanii

- 7.1. Ekonomia crowdfundingu – podstawowe relacje
- 7.2. Statystyki platformy Ulule.com
- 7.3. Badanie wskaźników sukcesu na zbiorze platform
- 7.4. Determinanty efektywnej kampanii crowdfundingowej
- 7.5. Sukces w kampanii a jej tematyka i lokalizacja, z uwzględnieniem kryterium czasu. Wspieram.to jako studium przypadku
- 7.6. Efekty owczego pędu, gapowicza i mediów społecznościowych

8. Crowdfunding – implikacje ekonomiczne

- 8.1. Crowdfunding w kreowaniu nowych miejsc pracy
- 8.2. Crowdfunding – implikacje dla firm
- 8.3. Crowdfunding – korzyści ekonomiczne i ryzyka

Zakończenie

Bibliografia

- Aneks 1. Identyfikacja aktywnych platform crowdfundingu
- Aneks 2. Statystyki platform modelu donacyjnego bez nagradzania
- Aneks 3. Statystyki platform modelu donacyjnego z nagradzaniem
- Aneks 4. Statystyki platform modelu pożyczek społecznych
- Aneks 5. Statystyki platform modelu mikrokredytów
- Aneks 6. Statystyki platform modelu inwestycyjnego