

A közösségi finanszírozás mint külső hozzájáruló

Czigler Enikő

Pécsi Tudományegyetem

<https://doi.org/10.15170/MM.2024.58.04.03>

A TANULMÁNY CÉLJA

A közösségi finanszírozás szerepe egyre fontosabbá válik, ami a forrásbővítés mellett újabb stratégiai lehetőségeket teremt a gazdasági szereplők számára. A cikk célja annak megértése, hogyan segítheti a közösségi finanszírozás a vállalkozásokat az új piacok meghódításában, a termékek és szolgáltatások innovációjában.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A szisztematikus irodalomelemzés során a szerző Davidsson (2020) Külső Hozzájáruló Keretrendszerét alkalmazza. A keretrendszer a külső gazdasági tényezők azonosítására összpontosít, ami lehetővé teszi a közösségi finanszírozás vállalkozásokra gyakorolt komplex hatásainak elemzését.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

A közösségi finanszírozás előnyei számos dimenzióban jelennek meg, és ezek különféle mechanizmusokon keresztül érvényesülnek. A térbeliségi, időbeliségi, szocio-demográfiai és ágazati dimenziók alapján a közösségi finanszírozás olyan mechanizmusokon keresztül fejti ki hatását mint a tömörítés, a redukció, a terjeszkedés, a törvényesítés, a helyettesítés és a bizonytalanságcsökkentés. Ezek lehetővé teszik a vállalkozások számára, hogy rugalmasan alkalmazkodjanak a piaci körülményekhez és maximalizálják erőforrásaikat. A tanulmány a közösségi finanszírozást egy holisztikus perspektívából vizsgálja, figyelembe véve annak számos aspektusát, nem csak a pénzügyi oldalát. A kutatás azonosítja a közösségi finanszírozás egyedi értékteremtő mechanizmusait, amelyek túlmutatnak a hagyományos finanszírozási formákon. Emellett rávilágít arra, hogy a közösségi finanszírozás esetében a finanszírozás mint cél, gyakran csak másodlagos jelentőségű, és más, nem pénzügyi előnyök is hozzájárulnak a vállalkozások sikeréhez.

GYAKORLATI JAVASLATOK

A közösségi finanszírozás kulcsfontosságú szerepet játszik a gazdasági szereplők innovációs képességeinek és versenyképességének előmozdításában, ugyanakkor a vállalkozók számára kiemelkedően fontos, hogy aktívan kiaknázzák ezeket a lehetőségeket. A tanulmány emellett felhívja az ötletgazdák figyelmét arra, milyen addicionális előnyökre tehetnek szert a pénzügyi forrásokon túl, amelyek elősegíthetik a vállalkozásaik sikerességét.

Keywords: közösségi finanszírozás, startup, külső hozzájáruló keretrendszer

BEVEZETÉS INTRODUCTION

A közösségi finanszírozás (crowdfunding, CF) egy online platformon keresztül lehetővé teszi, hogy a vállalkozók innovatív ötleteik megvalósításához a közösségtől pénzügyi forráshoz jussanak. Ugyanakkor a közösségi finanszírozás a pénzügyi forráson túl számos egyéb előnyt teremt az ötletgazdák számára, hiszen lehetővé teszi a gyorsabb termékefejlesztést, valamint a piacszerzés és további marketingtevékenységek helyszínül is szolgálhat (Belleflamme *et al.* 2014, Ferrary & Granovetter 2009).

A tanulmány célja megvizsgálni, hogy alkalmazható-e Davidsson *et al.* (2020) külső hozzájáruló keretrendszere a CF bemutatására. Minde mellett a szerző választ szeretne kapni arra, hogy a közösségi finanszírozás milyen, a szakirodalomban azonosított mechanizmusok révén segíti elő a vállalkozásokat. A külső hozzájáruló keretrendszer (External Enabler Framework, EEF) egy olyan keretrendszer, ami szisztematikus figyelmet fordít az objektív lehetőségekre és hozzájárul azon külső gazdasági környezeti tényezők azonosításához, amelyek segíthetik a piaci szereplőket abban, hogy üzleti értéket teremtsenek és sikeresen vállalkozzanak (Davidsson *et al.* 2020). Mivel egy vállalkozás sosem működik vákuumban, az állandóan változó külső környezeti tényezők hatással vannak az erőforrások, képességek, hálózatok, versenyképesség és innováció természetére, amelyhez a vállalkozásoknak alkalmazkodniuk kell (Chen *et al.* 2020).

A külső hozzájáruló keretrendszer eddig még nem került bemutatásra a magyar szakirodalomban, míg a CF több hazai tanulmányban is szerepet kapott. Ez a munka újító jellegűnek tekinthető, mivel sem a hazai, sem a nemzetközi szakirodalomban nem alkalmazták még a keretrendszert a közösségi finanszírozás részletes, szisztematikus vizsgálatára, csupán néhány előnye került említésre a mechanizmusok között.

A következőkben a tanulmány ismerteti a CF fogalmát, majd áttekinti az EEF elemeit, különös tekintettel a hozzájárulók típusaira, jellemzőire, az általuk kiváltott mechanizmusokra és szerepekre. Ezután a keretrendszer segítségével rendszerezi a közösségi finanszírozás-alapú kutatásokat, amelyek az elmúlt években 2012 óta folyamatosan bővülnek.

A KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS THE CROWDFUNDING

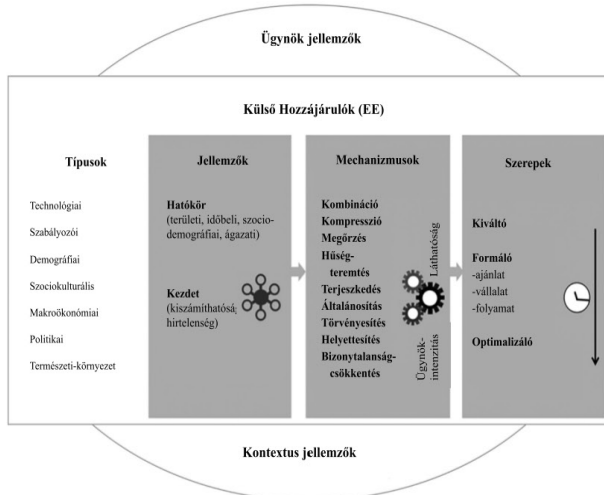
A közösségi finanszírozás egy nyílt felhívás során lehetővé teszi az online forrásgyűjtést, olyan módon, hogy befektetők széles csoportja finanszíroz egy célt egyénenként általában kisebb összeggel, a jövőbeli termékért vagy profitért cserébe (Belleflamme *et al.* 2014, Kleemann *et al.* 2008, Schwienbacher & Larralde 2012). A vállalkozók, induló vállalkozások, és kis- és középvállalkozások alternatív finanszírozási források iránti igénye világszerte növekszik (Tafa 2023). Életképes és hosszú távú megoldásnak bizonyul, ami még kritikusabb lehet az olyan gazdasági sokkok hatásainak kiküszöbölésére, mint a Covid-19 okozta krízis, vagy a Silicon Valley Bank összeomlása 2023-ban, ám az iparág jövőbeni sikerét jelentősen meghatározza, hogy a jogalkotók és a felügyeleti szervek milyen hozzáállást tanúsítanak a közösségi finanszírozáshoz (Bethlendi & Végh 2014). A klasszikusnak mondható üzleti angyal vagy kockázati tőke befektetésekkel szemben, ahol kevés finanszírozó fektet be relatíve magas összeget, a CF esetében a támogatások mértéke általában nem magas, inkább több projektet támogatnak egyenként kis összeggel a befektetők, így ez a támogatói oldalról dezaggregálás, az ötletgazdák részéről viszont aggregálás, mivel a sok kis támogatás összesítve kiteheti az elérendő anyagi célt (Kuti 2017). A közösségi finanszírozási folyamat során a platformokon fedezet és pénzügyi közvetítők nélkül történik a forráshelyezés, mely épp ezért magas kockázattal bír (Kuti és Madarász 2014). A CF platformok üzleti modell szempontból csoportosíthatók befektetés-alapú, valamint a nembefektetés-alapú modell szerint (Shneur & Vik 2020). Előbbi esetében a támogató egyfajta befektetői szerepet ölt magára és elsődlegesen az anyagi előnyök motiválják, míg az utóbbi szerint a támogatók nem várnak az adományaikért cserébe anyagi juttatást, csupán a termék vagy a társadalmi szerepvállalás ösztönzi őket (Belleflamme *et al.* 2015). Ettől függően a befektetés formája lehet tulajdonosi, hitel, adomány vagy éppen ajándék-alapú is. Legnépszerűbb közösségi finanszírozási platformok a Kickstarter, Indiegogo vagy a Seedrs.

A KÜLSŐ HOZZÁJÁRULÓ KERETRENDSZER THE EXTERNAL ENABLER FRAMEWORK

A külső hozzájáruló keretrendszer Per Davidsson nevéhez kötődik. Kezdetben Davidsson (2015) újradefiniálta a vállalkozói lehetőség fogalmát és felhívta a figyelmet a külső tényezők szerepére a vállalkozói folyamatokban. A külső hozzájárulók olyan technológiai, szabályozási, demográfiai, szocio-kulturális, makroökonómiai vagy politikai változások, amik kibillenthetik a gazdaságot az egyensúlyi állapotból új lehetőségeket teremtve ezzel. Ezt

továbbfinomítva Davidsson *et al.* (2017) kifejtették azokat a mechanizmusokat, amelyekkel egy külső hozzájáruló segítheti a vállalkozói értéktérmet. Baker & Welter (2018) rávilágítottak arra, hogy a vállalkozói tevékenységet olyan tényezők befolyásolhatják, mint a kultúra, történelem, politika és társadalmi normák. Mindeközben a külső hozzájárulók vizsgálatára az utóbbi években egyre nagyobb fókusz terelődött (Bennett 2019), végül Davidsson *et al.* (2020) a teljes keretrendszert is megalkották hozzá, mely segítségével a kutatók jobban megérthetik ezeknek a tényezőknek a vállalkozásokra gyakorolt hatását. A külső hozzájárulók komplex modelljét az alábbi 1. ábra mutatja be.

1. ábra: A külső hozzájáruló keretrendszer koncepcionális modellje.
Figure 1. Conceptual Model of the External Enabler Framework.



Forrás: Davidsson et al. (2020) alapján saját fordítás

Az EEF négy fő kategóriát tartalmaz, ezek a típusok, a jellemzők, a mechanizmusok és a szerepek. A külső hozzájárulók nem csak egy típusba sorolhatóak (pl. technológiai, szabályozási, demográfiai stb.), illetve különböző mechanizmusokon keresztül is hozzájárulhatnak az értéktérmethez. Ezek a mechanizmusok Davidsson *et al.* (2020) alapján a következők lehetnek:

- **Kombináció:** Az adott vállalkozás termékének vagy szolgáltatásának összekapcsolása külső erőforrásokkal vagy eszközökkel a funkcionalitás biztosítása érdekében.
- **Kompresszió:** Az egy tevékenységhez szükséges idő lerövidítése, időtakarékoság.
- **Megőrzés:** Az egy tevékenységhez szüksé-

ges erőforrás mennyiségének csökkentése, pl. költséghatékonyság.

- **Hűségteremtés:** Egy vállalkozás képességének növelése arra, hogy megragadja a vásárlók hűségét az általa létrehozott értékkel.

- **Terjeszkedés:** A rendelkezésre álló erőforrás kibővítése vagy piacnövelés szektorális, térbeli, időbeli vagy szociodemográfiai szélesítéssel.

- **Létrehozás:** Az adott vállalkozás számára lehetővé teszi új vagy továbbfejlesztett eszközök (termékek/szolgáltatások; funkcionalitás; üzleti modellek) létrehozását.

- **Törvényesítés:** Az adott vállalkozás jogi, pszichológiai és/vagy társadalmi-kulturális elfogadhatóságának növelése.

• *Helyettesítés:* Valamely erőforrás helyettesítése egy olcsóbbal vagy a kereslet növelése helyettesítő termékek révén.

• *Bizonytalanságcsoökkentés:* az adott vállalkozással kapcsolatos észlelt kockázatok csökkenése.

A külső faktorok kiszámíthatósága eltérő, amely befolyásolja azok felismerhetőségét és kihasználását. Nem mindegy például, hogy egy lassan bekövetkező előregedő társadalmat vizsgálunk, vagy a hirtelen érkező, kiszámíthatatlan Covid-19 világjárványt. A jellemzők elemzése segíthet abban, hogy megértsük a változások kiterjedését térbeli, időbeli, szektorális és szociodemográfiai szempontból is.

Az üzleti érték, amely az adott változás hatásaként keletkezik, a szerepek által határozható meg. A kiváltó (triggering) szerep az új vállalkozások létrehozását jelenti, a formáló (shaping) szerep alatt a termékben, vállalkozásban és üzleti folyamatokban eredményezett változást érthetjük, míg az optimalizáló szerep a mechanizmusokon át nagyobb sikerhez vezet a vállalkozókat. A keretrendszer kibővítésre került a vállalkozói és a kontextus jellemzőkkel, ám a hangsúly a belső tényezők helyett a külső faktorokon nyugszik.

A külső hozzájárulók vizsgálata egyelőre nem elterjedt. A korai példák között megemlítendő von Briel *et al.* (2018), akik a digitális technológia jelenlétét vizsgálta az EEF koncepciója segítségével. Bennett (2019) a fizikai infrastruktúrába történő befektetéseket mint külső hozzájárulókat tanulmányozza és javasolja a keretrendszer kibővítését a hozzájáruló mellett hátráltató funkcióval; ugyanis amellet, hogy a hozzájárulók új vállalkozások létrehozását teszik lehetővé, néhány esetben a működő vállalkozások megszűnéséhez járultak hozzá. Chen *et al.* (2020) a kínai gyorsvasutat vizsgálták az EEF segítségével, akik javasolják a külső hozzájárulók csoportosítását az egymást kiegészítő és helyettesítő kategóriákba. Obschonka & Audretsch (2020) a mesterséges intelligencia és a big data elterjedését vizsgálta meg az EEF segítségével. Chalmers *et al.* (2021) tanulmánya a blockchain alapú zeneipari vállalkozói folyamatokat vizsgálja a keretrendszer segítségével, akik felhívják a figyelmet arra, hogy a vállalkozók maguk is jelentős szerepet játszhatnak az általuk kiaknázott külső tényezők befolyásolásában. Ajánlásuk szerint érdekes lehet beépíteni a keretrendszerbe azt a faktort, hogy az új vállalkozások folyamatai maguk miként képesek befolyásolni a külső tényezőket. Davidsson *et al.* (2021) tanulmányában a Covid-19-nek az üzleti lehetőségekre gyakorolt hatásait tárja fel hasonló módon, az eredeti keretrendszert kiegészítve a piacformáló szereppel. Mindemellett Schade és Schuhmacher

(2022) a digitális infrastruktúrát tanulmányozták a keretrendszer segítségével és a szereplőfüggetlen mivoltját kérdőjelezi meg.

A KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS MINT KÜLSŐ HOZZÁJÁRULÓ CROWDFUNDING AS AN EXTERNAL ENABLER

Az előzőek alapján a külső hozzájáruló valamilyen változás(ok) aggregált szintű kimenetele, amely lehetővé teszi új vállalkozások létrehozását (Davidsson 2015, Davidsson *et al.* 2020). A szakirodalom áttekintése során megállapítható, hogy a közösségi finanszírozás az üzleti környezetben végbemenő változások adaptív válaszként jött létre, mely elősegítheti a vállalkozói törekvéseket, ami alátámasztja a közösségi finanszírozás külső hozzájárulóként való vizsgálatát és az elméleti keretrendszer alkalmazhatóságát. Ugyan több szerző is említette ennek relevanciáját (Davidsson *et al.* 2017, 2020; Kimjeon & Davidsson 2022, Nambisan 2017, Obschonka & Audretsch 2020, von Briel *et al.* 2018), a konkrét alkalmazásra azonban még csupán említés szintjén mutatott sor: Davidsson *et al.* (2020) feltételezik, hogy a közösségi finanszírozás a terjeszkedési mechanizmuson keresztül váltja ki külső hozzájáruló hatását. Kimjeon & Davidsson (2022) a közösségi finanszírozást olyan mechanizmusokon keresztül mutatja be, mint a bizonytalanság csökkentése, a piaci elfogadás növelése és a piacnövelés. Hozzáteszik azt is, hogy ezen mechanizmusok hatása időben korlátozott. Továbbá von Briel *et al.* (2018) szerint a közösségi finanszírozási platformok a helyettesítési mechanizmuson keresztül teremtenek értéket, ugyanis a CF platformok az ötletgazdák, támogatók és vásárlók összehozásával lehetővé teszik a finanszírozás és piacutatás költséghatékonny kivitelezését.

A KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS JELLEMZŐI CHARACTERISTICS OF CROWD- FUNDING

Miután a közösségi finanszírozás külső hozzájárulóként való definiálása megalapozott, fontos megvizsgálni a jellemzőit is. Davidsson *et al.* (2020) külső hozzájáruló keretrendszere alapján a CF jellemzői a hatókör (scope) és a kezdet (onset) szempontjából különféle tulajdonságokkal rendelkezhetnek. A hatókör négy dimenzió mentén vizsgálható meg, melyek a térbeli, időbeli, szocio-demográfiai és ágazati aspektusok.

A *térbeliségi dimenzió* szerint a közösségi finanszírozás – ahogyan korábban is említettem – korlátlan hozzáférést biztosít az online platformok révén, amely segít demokratizálni a tőkét (Kim & Hann 2017), ám Agrawal *et al.* (2012) szerint a lokáció mind a CFi platformokon javasolt projekttípusokra, mind a sikeres adománygyűjtés valószínűségére hatással lehet. Ezek alapján CF segít leküzdeni a földrajzi akadályokat, ugyanakkor a szereplők közti kulturális különbségek továbbra is kihívást jelenthetnek (Hornýák & Kuti 2017). Éppen emiatt számos kisebb, lokális platform működik, melyek főleg az adott ország kihívásaira és az azokat célzó kampányaira specializálódtak.

Az *időbeliségi dimenzió* vizsgálatok fontos megemlíteni, hogy az első platformok 2009-ben jelentek meg, azóta ez a szám csak Amerikában elérte az 1478-at (Mazur 2022) és az piacméret szintén növekvő tendenciát követ, ám többen egy újabb lufiként gondolnak rá (Deutsch 2018, Mollick 2014). Mollick (2014) is megemlíti, hogy ugyan rövid életű jelenség is lehet, sok szakértő úgy véli, emelkedik a jelentősége az új vállalkozások számára. Ezen gondolatmenet alapján előre nem látható, hogy meddig fog tartani.

A *szocio-demográfiai dimenzió* szerint a közösségi finanszírozás a gazdasági szereplők kulturális és társadalmi háttérétől függetlenül mindenki számára nyitott, ennek ellenére Pope *et al.* (2017) empirikus bizonyítékot találtak a platformokon tapasztalható megkülönböztetésekre, amik lehetnek bőrszín- vagy épp nem-alapúak.

Az *ágazati dimenzió* szerint a közösségi finanszírozás a vállalkozások és a szolgáltatások széles körét célozza meg, és lehetővé teszi a különböző ágazatokba való tőkebevonást. A CF népszerű módja mindenféle projekt finanszírozásának, a filmektől és zenei albumoktól a tudományos kutatásokon át a jótékonyági célokig. Magánemberek, nonprofit szervezetek és forprofit vállalatok mind

meg tudják találni számításait. Ezt alátámasztva Schwienbacher & Larralde (2012) arra is rámutattak, hogy iparágtól függetlenül csak a termék innovatív jellege a fontos.

A közösségi finanszírozás kezdet (onset) jellemzőjének vizsgálatakor megemlítendő, hogy fokozatosan fejlődött ki, anélkül, hogy váratlanul vagy hirtelen érkezett volna. Története korábban nyúlik vissza – Beethoven vagy Mozart karrierjét patrónusok finanszírozták, míg Magyarországon a mecénások segítették a művészek karrierjét, ám elterjedése csak később volt tapasztalható. A 2008-as kezdetben pénzügyi, majd később tovagyrűző gazdasági válság megrendítette a hitet a hagyományos bankrendszerben. Mindemellett a pénzügyi szolgáltatók a további kockázatokat megfélekezve csökkentették a forráskihelyezéstüket. Az ilyen jellegű instabilitások új, alternatív finanszírozási megoldásokat hívtak életre (Tafa 2023), ide tartozik a CF is.

A KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS MECHANIZMUSAI MECHANISMS OF CROWDFUNDING

A közösségi finanszírozás, mint külső hozzájáruló jellemzőinek áttekintése után a mechanizmusok vizsgálatán a sor. A mechanizmusok vizsgálata segít megérteni a vállalkozás és a külső hozzájárulók közötti kapcsolatrendszert (Chalmers *et al.* 2021). Ezeket két stratégiai jellemzővel jellemezhetjük, melyek a láthatóság, amely meghatározza, hogy milyen egyszerű az adott külső hozzájárulót azonosítani, valamint a szereplőfüggőség, mely arra vonatkozik, hogy a megvalósításuk mennyire függ az adott vállalkozó szerepétől (Kimjeon & Davidsson 2022). Ezt egészítik ki von Briel *et al.* (2018) azzal, hogy némelyik mechanizmus szaktudásigényes is lehet.

Az 1. táblázat foglalja össze a CF szakirodalomban azonosított mechanizmusait a konkrét példákkal.

Összességében a CF számos mechanizmuson keresztül hozzájárulhat a vállalkozások növekedéséhez és fejlődéséhez, ám ezek hatálya és hatékonysága változó lehet, amiket a vállalkozásoknak figyelembe kell venniük döntéseik során. Leginakább a terjeszkedés mechanizmus jelenik meg a közösségi finanszírozás nyújtotta előnyök között. Belleflamme *et al.* (2014) arra a következtetésre jutottak, hogy maga a finanszírozás szerepe a CF támogatói oldaláról csak másodlagos. A táblázat alapján az ötletgazdák oldaláról is hasonló feltételezhető, az azonosított mechanizmusok által teremtett többletelőnyök fontosabbá válhatnak a vállalkozások számára a pusztán finanszírozásánál.

1. táblázat: A közösségi finanszírozás mint külső hozzájáruló mechanizmusai.
Table 1. The Mechanisms of Crowdfunding as External Enabler.

Kompresszió	Lerövidíti a finanszírozási ciklust - a termelés előtt fedezi a felmerült költségeket. (Belleflamme <i>et al.</i> 2014)
Megőrzés	Költséghatékonyabbá teszi a termékfejlesztést a vásárlókkal való folyamatos kommunikáció miatt. (Belleflamme <i>et al.</i> 2014)
Terjeszkedés	Elérhetővé teszi a külső finanszírozást több vállalkozó számára (Belleflamme <i>et al.</i> 2014, Davidsson <i>et al.</i> 2017, Skirnevskiy <i>et al.</i> 2017) ezzel lehetőséget nyújtva a vállalkozások számára, hogy szélesebb körből vonjanak be tőkét.
	A közösségépítéssel az ötletgazdák profitálhatnak a platform láthatóságából, hogy elérjék a potenciális befektetőket és szakértőket. (Belleflamme <i>et al.</i> 2014)
	A márkaismertségre is egy költséghatékony eszköz lehet. (Jung <i>et al.</i> 2012)
	Egyszerűen elérhetővé teszi a nemzetközi piacutatót (Davidsson <i>et al.</i> 2017), így az ötletgazdák megbizonyosodhatnak arról, hogy a kínált termék vagy szolgáltatás valóban megfelel-e a piaci igényeknek.
	Leegyszerűsíti a terméktesztelést -és validálást. (Skirnevskiy <i>et al.</i> 2017, Valančienė & Jegelevičiūtė 2013)
	Csökkenti a térbeli közelség szerepét. (Agrawal <i>et al.</i> 2012)
	Segíti a vállalkozók piacról szerzett ismereteik elmélyítését vagy épp a piaci rés megtalálását, ami lehetővé teszi egy újabb termék vagy szolgáltatás igényének felismerését. (Chemla & Tinn 2020)
Törvényesítés	Megkönnyíti a további finanszírozási lehetőségekhez való hozzáférést. (Colombo & Shafi 2021, Macht & Weatherston 2014, Roma <i>et al.</i> 2017, Sorenson <i>et al.</i> 2016; Strausz, 2017)
	Vállalkozói karrierre gyakorolt pozitív hatás. (Mollick, 2016)
Helyettesítés	Kockázati tőkebefektetés és hagyományos külső finanszírozás helyettesítése a közösségi finanszírozással. (Bouncken <i>et al.</i> 2015; Macht & Weatherston 2014; Mollick 2014)
	Online áruház helyettesítése Indemand ¹ szolgáltatással.
Bizonytalanság-csökkentés	Információs aszimmetria csökkentése a kétoldalú kommunikáció révén. (Kimjeon & Davidsson 2022)
	A közösségi finanszírozás megosztja a kockázatot a támogatók és a vállalkozások között. (Cumming <i>et al.</i> 2020)
	A támogatók több projektet támogatnak egyenként kis összeggel. (Matusik 2014)

Forrás: saját szerkesztés Davidsson et al. (2020) alapján

A KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS SZEREPEI

ROLES OF CROWDFUNDING

A jellemzők és mechanizmusok áttekintése után célszerű azt is megvizsgálni, hogy a közösségi finanszírozás milyen módon fejti ki a hatását. Az EEF szerinti szerepek – kiváltó, formáló és optimalizáló – közül mindhárom azonosítható a CF esetében. A kiváltó szerep abban jelenik meg, hogy olyan hatásokat képes kiváltani, amelyek nélküle nem jönnének létre. A CF éppen azt a célt szolgálja, hogy egy – többnyire – korai fázisban lévő projekt bevétel- és ügyfélszerzési folyamatát leegyszerűsítse (Belleflamme *et al.* 2014). Magánszemélyek is indíthatnak közösségi finanszírozási kampányt számos platformon és amint az ötlet validálásra kerül a potenciális támogatók által, úgy megéri erre a célra vállalkozást alapítani. A terjeszkedő és bizonytalanságsökkentő mechanizmusok, mint az ötletvalidálás és forráskeresés a kiváltó szerepről tanúskodnak. A kiváltó szerepének köszönhetően a közösségi finanszírozás alternatív forrást nyújt a vállalkozásoknak, amelyeket a hagyományos finanszírozási lehetőségek nem tudnak vagy nem akarnak finanszírozni (Belleflamme *et al.* 2015). A formáló szerep azt jelenti, hogy a CF formálja a gazdasági szereplők közötti kapcsolatokat. A közösségi finanszírozás általában közvetlen kapcsolatot teremt az ötletgazdák és a befektetők között (Belleflamme *et al.* 2014, Davidsson *et al.* 2017), így a vállalkozók közvetlen visszajelzést kaphatnak az értékesítés során, milyen irányba is fejlesszék tovább a terméket. Az optimalizáló szerep alapján a CF lehetővé teszi a vállalkozások számára, hogy jobban kihasználják az erőforrásaikat és hatékonyabban működjenek, mint amilyen az egyszerű és gyors piackutatás lehetősége is. A szakirodalom ugyan nem jelenti ki egyértelműen ezen három szerep – kiváltó, formáló és optimalizáló – meglétét, az azonosított mechanizmusok alapján mindegyik megléte igazolható. Fontos hozzátenni, hogy a projekt természete és az ötletgazda céljának függvénye, hogy az adott kampány esetében a közösségi finanszírozás melyik szerepét hívja elő.

KONKLÚZIÓ

CONCLUSION

A közösségi finanszírozás növekvő szerepet játszik a gazdaságban, új stratégiai lehetőségeket teremtve az üzleti szereplők számára. Davidsson *et al.* (2020) EEF koncepciója hasznos eszköz a CF

vállalkozásokban betöltött szerepének elemzésére, mindemellett megfelelő elméleti keretet jelent a közösségi finanszírozással kapcsolatos kutatások rendszerbe foglalására. A CF számos mechanizmuson keresztül nyújt lehetőséget a vállalkozók számára a vállalkozói értékteremtésre. A tanulmányban hat ilyen, szakirodalmi példával alátámasztott mechanizmus került bemutatásra, amelyek a tömörítés, a megőrzés, a terjeszkedés, a törvényesítés, a helyettesítés és a bizonytalanságsökkentés. Ezek a mechanizmusok lehetővé teszik a vállalkozások számára, hogy rugalmasan alkalmazkodjanak a piaci feltételekhez és maximalizálják erőforrásait. Ezek után kifejtésre kerültek a közösségi finanszírozás mint külső hozzájáruló jellemzői és szerepei. Annak ellenére, hogy általában a közösségi finanszírozást az új vállalkozások létrehozásának egyik eszközeként említik, az azonosított szerepek között megtalálható mind a kiváltó mellett a formáló és az optimalizáló szerep is: a CF a mechanizmusai révén nem csak vállalkozások létrehozását segíti, de hozzájárulhat a folyamatok és a termék optimalizálásához is már meglévő vállalkozások esetében. A keretrendszer alkalmazásával bebizonyosodott, hogy a közösségi finanszírozás szempontjából a finanszírozás mint cél gyakran másodlagos jelentőségű, és más nem pénzügyi előnyök is hozzájárulnak a vállalkozások sikeréhez. Egyre inkább fókuszba kerülnek az olyan marketingfunkciók is mint a piackutatás, piacszerzés, vagy a márkaismertség. Mindemellett fontos hozzátenni, hogy ezeket a CF által nyújtott előnyöket a vállalkozóknak le kell hívni, ehhez az ő aktív részvételükre van szükség.

Összességében megállapítható, hogy bár az EEF nem feltétlenül alkalmas arra, hogy teljeskörűen leírja a vállalkozások értékteremtési folyamatát, mégis kiváló tudományos keretet nyújt a közösségi finanszírozás vizsgálatához. Ebből adódóan a külső hozzájáruló keretrendszer hatékony eszközt jelenthet a peer-to-peer pénzügyi megoldások működésének bemutatására, és emellett rávilágít a pusztá finanszírozáson túlmutató előnyökre is mint amilyen a marketing.

Lábjegyzet:

¹ Az Indemand az Indiegogo nevű crowdfunding platform szolgáltatása, amely lehetővé teszi az ötletgazdáknak, hogy a sikeres kampányt követően is értékesítsék termékeiket vagy szolgáltatásaikat, így további eladásokat és bevételt generálhatnak, miközben az Indiegogo platformján maradnak, ahelyett, hogy saját webshopjukon tennék ezt.

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2012), "The Geography of Crowdfunding." *SSRN Electronic Journal*, NET Institute Working Paper No. 10-08. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1692661>
- Baker, T., & Welter, F. (2018), "Contextual Entrepreneurship: An Interdisciplinary Perspective." *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(4), 357–426. <https://doi.org/10.1561/03000000078>
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014), "Crowdfunding: Tapping the right crowd." *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>
- Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015), "The economics of crowdfunding platforms." *Information Economics and Policy*, 33, 11–28. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2015.08.003>
- Bennett, D. L. (2019), "Infrastructure investments and entrepreneurial dynamism in the U.S." *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105907. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.10.005>
- Bethlendi, A., & Végh, R. (2014), „Közösségi finanszírozás – valós lehetőség-e a hazai kisvállalatok számára?”, *Hitelintézetek Szemle*, 13(4), 102–126.
- Bouncken, R. B., Komorek, M., & Kraus, S. (2015), "Crowdfunding: The Current State Of Research", *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 14(3), 407. <https://doi.org/10.19030/iber.v14i3.9206>
- Chalmers, D., Matthews, R., & Hyslop, A. (2021), "Blockchain as an external enabler of new venture ideas: Digital entrepreneurs and the disintermediation of the global music industry". *Journal of Business Research*, 125, 577–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.002>
- Chemla, G., & Tinn, K. (2020), "Learning through crowdfunding". *Management Science*, 66(5), 1783–1801. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3278>
- Chen, J. J., Cui, C., Hunt, R. A., & Li, L. S.-Z. (2020), "External enablement of new venture creation: An exploratory, query-driven assessment of China's high-speed rail expansion". *Journal of Business Venturing*, 35(6), 106046. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106046>
- Cojoianu, T. F., Clark, G. L., Hoepfner, A. G. F., Pažitka, V., & Wójcik, D. (2021), "Fin vs. tech: Are trust and knowledge creation key ingredients in fintech start-up emergence and financing?" *Small Business Economics*, 57(4), 1715–1731. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00367-3>
- Colombo, M. G., & Shafi, K. (2021), "Receiving external equity following successfully crowdfunded technological projects: An informational mechanism", *Small Business Economics*, 56(4), 1507–1529. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00259-1>
- Cumming, D. J., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2020), "Crowdfunding models: Keep It All vs. All Or Nothing". *Financial Management*, 49(2), 331–360. <https://doi.org/10.1111/fima.12262>
- Davidsson, P. (2015), "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization". *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674–695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Davidsson, P., Recker, J., & Von Briel, F. (2017), "Characteristics, roles and mechanisms of external enablers in new venture creation processes: A framework". *2017 Annual Meeting of the Academy of Management*, AOM 2017, 2017–August. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.12>
- Davidsson, P., Recker, J., & von Briel, F. (2020), "External enablement of new venture creation: A framework". *Academy of Management Perspectives*, 34(3), 311–332. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0163>
- Davidsson, P., Recker, J., & von Briel, F. (2021), "COVID-19 as External Enabler of entrepreneurship practice and research". *BRQ Business Research Quarterly*, 24(3), 214–223. <https://doi.org/10.1177/23409444211008902>
- Deutsch, W. (2018), Equity Crowdfunding Is Inflating a Bubble. <https://www.chicagobooth.edu/review/equity-crowdfunding-inflating-bubble>
- Ferrary, M., & Granovetter, M. (2009), "The role of venture capital firms in Silicon Valley's complex innovation network". *Economy and Society*, 38(2), 326–359. <https://doi.org/10.1080/03085140902786827>
- Hornýák M., & Kuti M. (2017), „A technológiai közösségi finanszírozás trendjei”. *Külgazdaság*, 61(5–6), 28–45. <https://doi.org/10.47630/KULG.2017.61.5-6.28>
- Jung, E.-Y., Baek, C., & Lee, J.-D. (2012), "Product survival analysis for the App Store". *Marketing Letters*, 23(4), 929–941. <https://doi.org/10.1007/s11002-012-9207-0>
- Kim, K., & Hann, I.-H. (2017), "Housing Prices, Collateral, and Online Crowdfunding". Robert H. Smith School Research Paper

- Kimjeon, J., & Davidsson, P. (2022), External Enablers of Entrepreneurship: A Review and Agenda for Accumulation of Strategically Actionable Knowledge, (Köt. 46, Szám 3, 643–687).
- Kleemann, F., Voß, G. G., & Rieder, K. (2008), „Un(der)paid Innovators”. *Science, Technology & Innovation Studies*, 4(1), 5-26. <https://doi.org/10.17877/DE290R-12790>
- Kuti M. (2017), „A vállalati likviditási, beruházási és finanszírozási döntéseinek interakciói”. PADS
- Kuti M. – Madarász G. (2014), „A közösségi finanszírozás”. *Pénzügyi Szemle*, 2014/3. 374-385.
- Macht, S. A., & Weatherston, J. (2014), “The Benefits of Online Crowdfunding for Fund-Seeking Business Ventures: The Benefits of Online Crowdfunding”. *Strategic Change*, 23(1–2), 1–14. <https://doi.org/10.1002/jsc.1955>
- Matusik, S. F. (2014), “A Theoretical Disaggregation and Integration of Crowdfunding: Crowd Motives and Engagement and Their Consequences”, *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2613517>
- Mazur, C. (2022), 25 Critical Crowdfunding Statistics (2022): How many Crowdfunding Platforms are there. <https://www.zippia.com/advice/crowdfunding-statistics/>
- Mollick, E. (2014), “The dynamics of crowdfunding: An exploratory study”. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Mollick, E. R. (2016), “Containing Multitudes: The Many Impacts of Kickstarter Funding”. *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.2808000>
- Nambisan, S. (2017), “Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2020), “Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: A new era has begun”, *Small Business Economics*, 55(3), 529–539. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00202-4>
- Pope, D. G., Sydnor, J. R., Pope, D. G., & Sydnor, J. R. (2017). What’s in a Picture?: Evidence of Discrimination from Prosper. Com What’s in a Picture? Evidence of Discrimination from Prosper. Com. 46(1), 53–92. <https://ssrn.com/abstract=1220902>
- Roma, P., Messeni Petruzzelli, A., & Perrone, G. (2017), “From the crowd to the market: The role of reward-based crowdfunding performance in attracting professional investors”. *Research Policy*, 46(9), 1606–1628. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.07.012>
- Schade, P., & Schuhmacher, M. C. (2022), “Digital infrastructure and entrepreneurial action-formation: A multilevel study”. *Journal of Business Venturing*, 37(5), 106232. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106232>
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2012), “Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures”. In D. Cumming, *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance* (o. 936). Oxford Univ. Press.
- Shneor, R., & Vik, A. A. (2020), “Crowdfunding success: A systematic literature review 2010–2017”, *Baltic Journal of Management*, 15(2), 149–182. <https://doi.org/10.1108/BJM-04-2019-0148>
- Skirnevskiy, V., Bendig, D., & Brettel, M. (2017). The Influence of Internal Social Capital on Serial Creators’ Success in Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 209–236. <https://doi.org/10.1111/etap.12272>
- Sorenson, O., Assenova, V., Li, G.-C., Boada, J., & Fleming, L. (2016), “Expand innovation finance via crowdfunding”. *Science*, 354(6319), 1526–1528. <https://doi.org/10.1126/science.aaf6989>
- Strausz, R. (2017), “A Theory of Crowdfunding: A Mechanism Design Approach with Demand Uncertainty and Moral Hazard”. *American Economic Review*, 107(6), 1430–1476. <https://doi.org/10.1257/aer.20151700>
- Tafa, B. (2023), “Alternative finance. It is time to redefine capitalism”. *CRJ*, 15–17. <https://doi.org/10.59380/crj.v1i1.638>
- Talonen, A., Pasanen, J., & Ruuskanen, O.-P. (2021), “Exploring the Co-operative Form’s Potential in Crowdfunding: A Non-monetary Perspective”. *FIIB Business Review*, 10(4), 339–351. <https://doi.org/10.1177/2319714520920798>
- Valančienė, L., & Jelelevičiūtė, S. (2013). Valuation of Crowdfunding: Benefits and drawbacks. *Economics and Management*, 18(1), 39–48. <https://doi.org/10.5755/j01.em.18.1.3713>
- von Briel, F., Davidsson, P., & Recker, J. (2018), “Digital Technologies as External Enablers of New Venture Creation in the IT Hardware Sector”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 47–69. <https://doi.org/10.1177/1042258717732779>

Czigler Enikő, PhD hallgató
czigler.eniko@ktk.pte.hu

Pécsi Tudományegyetem

Community funding as external enabler

THE AIM OF THE PAPER

The role of crowdfunding is becoming increasingly important, creating new strategic opportunities for economic operators as well as increasing resources. This article aims to understand how CF can help businesses enter new markets and innovate in products and services.

METHODOLOGY

For the systematic literature review, the author applies Davidsson's (2020) External Enabler Framework (EEF). The framework focuses on the identification of external economic enablers, which allows for the analysis of the complex effects of crowdfunding on entrepreneurship.

MOST IMPORTANT RESULTS

The benefits of CF appear in several dimensions, and these advantages are realized through various mechanisms. Based on spatial, temporal, socio-demographic, and sectoral dimensions, CF affects through mechanisms such as compression, reduction, expansion, legitimization, substitution, and uncertainty reduction. These mechanisms enable businesses to flexibly adapt to market conditions and maximize their resources.

The study examines CF from a holistic perspective, considering its many aspects, not just the financial side. The research identifies the unique value-creating mechanisms of CF, which go beyond traditional forms of financing. It also highlights the fact that in CF, financing as a goal is often of secondary importance, and other non-financial advantages also contribute to the success of businesses.

RECOMMENDATIONS

CF plays a key role in promoting the innovation capabilities and competitiveness of economic actors, but it is also vitally important for entrepreneurs to actively exploit these opportunities. The study also draws the attention of idea owners to the additional benefits they can gain beyond financial resources, which can help them achieve success in their ventures.

Keywords: crowdfunding, startup, External Enabler Framework