



Danuta Kozłowska-Makós

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,
Katedra Finansów Przedsiębiorstw
i Ubezpieczeń Gospodarczych
Katowice, Polska
e-mail: danuta.kozlowska-makos@ue.katowice.pl

Kamil Gomulski

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,
Katowice, Polska
e-mail: kamil.gomulski@edu.uekat.pl

ALTERNATYWNE METODY FINANSOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW Z BRANŻY ALKOHOLI RZEMIEŚLNICZYCH W POLSCE

ALTERNATIVE METHODS OF FINANCING ENTERPRISES FROM THE CRAFT ALCOHOL INDUSTRY IN POLAND

Słowa kluczowe: alternatywne formy finansowania, crowdfunding, alkohole rzemieślnicze

Keywords: alternative forms of financing, crowdfunding, craft alcohol

Streszczenie

Finansowanie społecznościowe jako nowoczesną formą finansowania jest coraz częściej wykorzystywana na świecie, a w ostatnich latach nawet w Polsce. Wraz z rosnącą liczbą projektów finansowanych ze środków społecznościowych ważne jest, aby zrozumieć, co skłania do tworzenia lub finansowania tych projektów. Głównym celem artykułu jest identyfikacja podstawowych cech akcji crowdfundingowych przeprowadzanych przez polskie browary rzemieślnicze w latach 2016–2022. Zwrócono przy tym uwagę na czynniki ryzyka i niepewności w czasie okresu pandemicznego oraz wskazano na potencjalne szanse i zagrożenia dla inwestorów.

Abstract

Crowdfunding as a modern form of financing is increasingly used in the world, and in recent years even in Poland. With the growing number of community funded projects, it is important to understand what prompts the creation or funding of these projects. The main goal of the article is to identify the basic features of crowdfunding campaigns carried out by Polish craft breweries in 2016–2022. The attention was paid to the risk factors and uncertainties during the pandemic period, and the potential opportunities and threats for investors were indicated.

WPROWADZENIE

Każde przedsiębiorstwo potrzebuje do swojego funkcjonowania odpowiednich zasobów kapitałowych, które mogą pochodzić z różnych źródeł. Nowoczesne podmioty gospodarcze często poszukują alternatywnych źródeł finansowania. Wiąże się to z większym ryzykiem oraz niepewnością związaną z wprowadzaniem w życie innowacyjnych projektów. Taka niepewność znacząco utrudnia ocenę efektywności przedsięwzięć i pozyskiwanie kapitału w tradycyjny sposób [Kerr, Nanda, 2014].

Jedną z nowoczesnych sektorów gospodarki, rozwijającym się w ostatnich latach na świecie jest rzemieślnicza produkcja alkoholu. Początki rozwoju wiążą się z tzw. „piwną rewolucją”, związaną z powstawaniem wielu nowych browarów, produkujących ciekawe i nowoczesne piwa. Od lat 80-tych XX

wieku dotyczyła ona przede wszystkim Stanów Zjednoczonych, następnie rozszerzyła się na kolejne kraje, w tym Polskę [Garavaglia, Swinnen, 2017]. W Polsce za symboliczny początek „piwnej rewolucji” uznaje się premierę piwa *Atak Chmielu* z browaru Pinta w 2011 roku [Kopyra, 2016]. W literaturze przedmiotu nie ma jednorodnej definicji piwa rzemieślniczego. Z pewnością jednak produkcja takiego alkoholu nie może być masowa. Wytwórcy powinni produkować trunki wysokiej jakości, w stylu tradycyjnym lub nowoczesnym. Sam koszt wytworzenia produktu nie powinien być jak najniższy, w odróżnieniu od przemysłowej produkcji piwa [Morgan, Lane, Styles, 2022].

Obecnie jednak rozwija się rynek wszystkich alkoholi wysokiej jakości produkowanych przez niezależnych wytwórców, również takich jak wina, nalewki, destylaty, cydr czy miód pitny. Za alkohol rzemieślniczy uznać zatem można wysokiej jakości alkohol produkowany najczęściej z naturalnych składników metodami tradycyjnymi lub innowacyjnymi przez małą i niezależną wytwórnę [Gomulski, 2021a]. Mimo, iż wciąż zdecydowanie największe udziały w rynku mają wielkie międzynarodowe koncerny piwowarskie i gorzelnicze, to coraz więcej małych producentów alkoholu również odnosi sukces [Chlebicka, Fałkowski, Lichota, 2018]. Liderami rynku alkoholi rzemieślniczych na świecie są browary rzemieślnicze. Podobnie sytuacja wygląda w Polsce, ale istotnie rozwijają się producenci innych alkoholi, a w szczególności destylatów rzemieślniczych. Również nowopowstające polskie winnice produkują wino o charakterze rzemieślniczym [Pink, 2015].

Z uwagi na innowacyjny charakter działalności producentów oraz niewielkie rozmiary prowadzonych działalności alkoholi rzemieślniczych chętnie poszukują oni alternatywnych źródeł kapitału. Najpopularniejszym alternatywnym źródłem finansowania wśród polskich przedsiębiorstw tego sektora, a w szczególności wśród browarów rzemieślniczych jest emisja akcji w ramach crowdfundingu udziałowego [Gomulski, 2021b]. Z takiej metody finansowania korzystają również producenci innych alkoholi rzemieślniczych. W ostatnich latach do finansowania wykorzystywane są tokeny oparte na technologii blockchain i inne alternatywne metody pozyskiwania kapitału.

Celem artykułu jest identyfikacja alternatywnych metod finansowania wykorzystywanych przez polskich producentów różnych alkoholi rzemieślniczych. Badania w szczególności dotyczą crowdfundingu udziałowego jako metody finansowania polskich przedsiębiorstw z całej branży alkoholi rzemieślniczych. Jest to rozszerzenie badań dotyczących takiej metody finansowania browarów rzemieślniczych o producentów innych alkoholi rzemieślniczych [Gomulski, 2021b]. Analizie poza crowdfundingiem udziałowym poddano również inne nowoczesne metody finansowania stosowane przez ww. producentów, takie jak tokenizacja czy sprzedaż produktów przed ukończeniem ich cyklu produkcyjnego.

Badania oparte zostały na danych udostępnianych przez analizowane podmioty w Internecie, w tym w dokumentach ofertowych emisji akcji. Badaniem objęto okres od pierwszej emisji akcji w 2016 r. przez podmiot z tego sektora do końca 2021 r., a także niektóre nowatorskie akcje odbywające się na początku 2022 r. Znacząca część badanych przedsięwzięć miała miejsce w czasie trwania kryzysu związanego z pandemią COVID-19. Badanie poprzedzone zostało krytyczną analizą literatury przedmiotu. Dokonano podstawowej analizy statystycznej danych finansowych akcji w podziale według rodzaju innowacji finansowej. Zidentyfikowano najistotniejsze czynniki ryzyka inwestycyjnego, w tym dotyczącego sytuacji kryzysowych w Polsce i na świecie, oraz zachęty dla potencjalnych nabywców.

ALTERNATYWNE METODY FINANSOWANIA

Crowdfunding rozumiany może być jako dowolna forma gromadzenia środków finansowych za pomocą Internetu. W szczególności jest to zbieranie środków na realizację przedsięwzięć i projektów przy wsparciu wielu osób („tłumu”), [Dziuba, 2015]. Sam termin „crowdfunding” używany jest od 2006 roku. Można go definiować jako współfinansowanie indywidualnych projektów przez internautów [Pluszyńska, 2018]. Z kolei skupiając się na roli „tłumu” crowdfunding jest demokratyczną i cyfrową metodą finansowania projektów, polegającą na udzielaniu „wotum zaufania” w zamian za oczekiwaną korzyść (finansową bądź niefinansową) [Malinowski, Giełzak, 2015].

Crowdfunding pełni rolę alternatywnego źródła finansowania, w tym przeznaczonego dla podmiotów nie mających możliwości sfinansowania swojej działalności w tradycyjny sposób. Nie wyklucza jednakże jednoczesnego pozyskiwania funduszy w inny sposób. Jest to również rodzaj narzędzia mar-

ketingowego, a także sposób na weryfikację pomysłów przed ich ewentualnym wdrożeniem na rynek. Odpowiednio przeprowadzona akcja crowdfundingowa może nie tylko być pomocna do zbadania potencjału popytowego na rynku, ale również za jej pomocą, można nawet stworzyć popyt na dany produkt [Malinowski, Giełzak, 2015]. Taki rodzaj finansowania ma jednak swoje ograniczenia. Przede wszystkim, relatywnie niewielki odsetek przedsięwzięć odnosi sukces. Sama organizacja zbiórki wymaga poniesienia nakładów, nawet bez gwarancji pozyskania kapitału. Opublikowanie szczegółów planowanego projektu stwarza również ryzyko jego powielenia przez konkurencję [Dziuba, 2015].

Crowdfunding może być klasyfikowany według wielu modeli, wśród których można wyróżnić najważniejsze, a mianowicie:

- model udziałowy (equity) – oparty na nabywaniu udziałów w firmie,
- model pożyczkowy (lending) – oparty na udzielaniu oprocentowanych pożyczek,
- model donacyjny (donation) – oparty na finansowaniu charytatywnym, najczęściej zbiórki niskich kwot od społeczności,
- model z nagradzaniem (reward) – oparty na niefinansowym wynagradzaniu fundatorów,
- model handlu fakturami (invoice trading) – oparty na sprzedaży faktur za pośrednictwem platform internetowych, [Shneor, 2020].

Przeprowadzone badanie dotyczy crowdfundingu udziałowego. Definiowany jest on jako innowacyjna metoda finansowania przedsięwzięć, bazująca na nabywaniu udziałów bądź akcji w spółkach za pomocą nowoczesnych technologii [Glanc, 2020]. W praktyce kapitał jest gromadzony za pośrednictwem specjalnych platform internetowych, w ramach trwających przez wyznaczony czas akcji [Dziuba, 2015]. Crowdfunding udziałowy jest częścią crowdfundingu inwestycyjnego. Najczęściej jest on używany do finansowania średniej wielkości projektów inwestycyjnych, wpadających w tzw. lukę finansową (projekty zbyt duże do sfinansowania za pomocą zbiórek donacyjnych, a zbyt małych do finansowania przez np. fundusze venture capital) [Glanc, 2020, s.29–30].

Crowdfunding udziałowy charakteryzuje się zazwyczaj znacznie wyższym celem kampanii niż akcje w modelu donacyjnym. Ważna jest również odpowiednia wycena projektu i formułowanie jasnych celów biznesowych. Mają one zapewnić finansowy sukces działalności spółki przekładający się na zysk inwestorów [Vulkan, Åstebro, Sierra, 2016]. Crowdfunding udziałowy uznawany jest za bardziej demokratyczną metodę finansowania inwestycji w porównaniu do standardowej emisji akcji. Jest to forma inwestycji przeznaczona najczęściej dla małych inwestorów, dla których istotna jest relacja z emitentem [Cumming, Meoli, Vismara, 2021].

Crowdfunding udziałowy w Polsce rozwija się szybko w ostatnich latach, choć w 2014 roku taki model zbiórki zajmował jedynie 2% rynku crowdfundingowego [Kędzierska-Szczepaniak, 2017]. Wszystkie tego typu zbiórki podlegają ustawie o ofercie publicznej. Od 2018 roku oferty publiczne emitentów zakładających przychody nieprzekraczające 1 mln euro nie wymagają udostępnienia prospektu emisyjnego (wcześniej taki limit wynosił 100 tys. euro), [Gemra, 2019]. Umożliwiło to dostęp do crowdfundingu udziałowego dla szerszego grona podmiotów. Taki rodzaj crowdfundingu przeznaczony jest dla spółek zarówno w fazie rozwoju, jak i dla tych już rozwiniętych. Inwestycyjny charakter przedsięwzięć powoduje, iż motywem fundatorów jest chęć zarobku. Duże znaczenie ma również jednak związek emocjonalny inwestora z emitentem [Gemra, 2019].

WYNIKI I DYSKUSJA

Badaniem objęto 20 akcji crowdfundingu udziałowego realizowanych przez podmioty z sektora alkoholi rzemieślniczych. Przedsiębiorstwa z tego sektora odpowiadają za 9% wartości ogółu emisji akcji w ramach crowdfundingu udziałowego [Trzebiński, 2022]. Podstawowe informacje o przeprowadzonych emisjach zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1. Podstawowe informacje o przeprowadzonych emisjach akcji w ramach crowdfundingu udziałowego

Table 1. Basic information on the conducted share issues as part of equity crowdfunding

Nazwa przedsiębiorstwa Name of enterprise	Rodzaj przedsiębiorstwa Type of enterprise	Data akcji Action date	Planowany kapitał Planned capital	Zebrany kapitał Raised capital	Liczba inwestorów Number of investor
Inne Beczki SA	Browar rzemieślniczy	2016	400 000,00 zł	400 000,00 zł	757
Pinta Barrel Brewing SA	Browar rzemieślniczy	2019	4 149 846,00 zł	4 149 846,00 zł	1329
Doctor Brew SA	Browar rzemieślniczy	2019	2 000 000,00 zł	3 240 000,00 zł	363
Browar Jastrzębie SA	Browar rzemieślniczy	2019	4 002 000,00 zł	3 877 275,83 zł	4343
Browar Brokreacja SA	Browar rzemieślniczy	2019	4 200 000,00 zł	1 687 929,60 zł	1135
Brodacz SA	Browar rzemieślniczy	2019	4 000 020,00 zł	1 273 980,00 zł	1104
Browar Górmiczno-Hutniczy SA	Browar rzemieślniczy	2019	2 500 000,00 zł	2 500 000,00 zł	454
Tenczynska Okovita SA	Destylarnia rzemieślnicza, producent piwa leżakowanego	2019	4 180 000,00 zł	4 180 000,00 zł	1339
Mazurska Manufaktura SA	Destylarnia rzemieślnicza	2019	4 249 995,00 zł	2 538 924,00 zł	1010
Browar Za Miastem sp. z o.o. S.K.A.	Browar rzemieślniczy	2020	4 180 000,00 zł	4 180 000,00 zł	648
Tenczynek Bezalkoholowe SA	Browar rzemieślniczy	2020	4 176 000,00 zł	4 176 000,00 zł	1112
Browar Wrężel SA	Browar rzemieślniczy	2020	4 204 239,00 zł	1 769 276,01 zł	2515
Browar Brokreacja SA – II akcja	Browar rzemieślniczy	2020	2 433 310,40 zł	1 540 748,80 zł	440
Brodacz SA II akcja	Browar rzemieślniczy	2020	2 640 000,00 zł	621 720,00 zł	418
Alembik Polska SA	Destylarnia rzemieślnicza i lokale z alkoholami	2020	4 185 000,00 zł	4 185 000,00 zł	1204
Wolf and Oak Distillery SA	Destylarnia rzemieślnicza	2020	4 199 985,00 zł	4 202 820,00 zł	1482
Browar Jastrzębie SA – II akcja	Browar rzemieślniczy	2021	4 392 000,00 zł	1 540 973,55 zł	750
Alembik Polska SA II akcja	Lokale z alkoholami rzemieślniczymi	2021	4 499 979,00 zł	4 499 979,00 zł	1026
Cieleśnica SA	Producent wyrobów rzemieślniczych, w tym wódek i nalewek	2021	1 302 000,00 zł	1 302 000,00 zł	220
Tenczynska Okovita SA – II akcja	Destylarnia rzemieślnicza	2021	4 436 158,00 zł	4 436 158,00 zł	977

Źródło/Source: opracowanie własne na podstawie/own elaboration based on beesfund.com, crowdway.pl, bgh.com.pl

Emisje akcji w ramach crowdfundingu udziałowego odbywały się od 2016 r., jednak większość z nich przeprowadzono w latach 2019–2021. Od 2019 r. nastąpił znaczny rozwój crowdfundingu udziałowego w Polsce – do 2018 r. rocznie odbywało się nie więcej niż 20 emisji na kwotę nieprzekraczającą 10 mln złotych. W 2021 r. natomiast zebrano ponad 123 mln złotych w 85 emisjach [Trzebiński, 2022]. Duży udział we wzroście rynku crowdfundingowego mają emisje dokonywane przez podmioty z branży alkoholi rzemieślniczych. Wśród badanych podmiotów przeważały browary rzemieślnicze. Na emisję akcji zdecydowały się również spółki zajmujące się produkcją destylatów rzemieślniczych oraz prowadzeniem lokali serwujących takie produkty. Aż 1/3 badanych podmiotów zdecydowały się na kolejną emisję akcji. Pełny sukces kolejnych emisji osiągnęły jedynie 2 podmioty, 3 kolejne zebrały mniejszy kapitał w drugiej emisji.

Deklarowane cele przeprowadzania akcji przez browary rzemieślnicze można na cele związane z budową własnego browaru – przeznaczone dla browarów działających dotychczas w formie kontraktowej oraz cele związane z poszerzeniem skali lub zakresu działalności [Gomulski, 2021b]. Podobnie wygląda sytuacja wśród destylarni rzemieślniczych – podstawowym celem akcji był zakup sprzętu do destylacji oraz rozwój nowych produktów czy zwiększenie skali produkcji. W przypadku spółki Alembik Polska cele wiązały się z inwestycją w lokale gastronomiczne specjalizujące się w alkoholach rzemieślniczych.

Badane podmioty oferują potencjalnym liczne korzyści, których celem jest zwiększenie szans powodzenia akcji. Potencjalną, acz niepewną korzyścią jest dywidenda, której wypłacanie w przyszłości deklaruje większość emitentów. Gwarantowane natomiast są nietypowe bonusy zależne od wpłacanej kwoty, przeznaczone głównie dla klientów zainteresowanych wyrobami danego producenta. Takimi bonusami są m.in. zestawy piw, butelki okowity, gadzety browarów czy też udział w warzeniu piwa w danym browarze.

W kolejnej tabeli przedstawione zostało porównanie finansowych wyników akcji w podziale na browary rzemieślnicze i pozostałe przedsiębiorstwa z sektora alkoholi rzemieślniczych.

Tabela 2. Dane finansowe akcji browarów i pozostałych podmiotów

Table 2. Financial data of shares in breweries and other entities

	Parametr Parametr	Planowana kwota Planned amount	Zebrany Kapitał Collected capital	Oferowany% akcji % of shares offered	Liczba inwestorów Number of investors	Średnia kwota inwestycji Average amount of investment
Browary Breweries	Średnia average	3,33 mln zł	2,38 mln zł	20,83%	1182	3043,87 zł
	odchylenie standardowe standard deviation	1,22 mln zł	1,39 mln zł	10,67%	1110	2562,82 zł
	współczynnik zmienności coefficient of variation	36,77%	58,25%	51,21%	93,91%	84,20%
Pozostałe Other	Średnia average	3,86 mln zł	3,62 mln zł	12,13%	1037	3827,44 zł
	odchylenie standardowe standard deviation	1,14 mln zł	1,22 mln zł	6,56%	406	1191,79 zł
	współczynnik zmienności coefficient of variation	29,42%	33,74%	54,10%	39,16%	31,13%

Źródło/Source: opracowanie własne na podstawie/own elaboration based on beesfund.com, crowdway.pl, bgh.com.pl

Wyniki finansowe akcji przeprowadzanych przez badane podmioty wykazują duże zróżnicowanie. Zarówno planowane, jak i osiągnięte kwoty zbiórek są wyższe w przypadku pozostałych podmiotów z branży (głównie destylarni). Jednocześnie, podmioty te oferowały ok. dwukrotnie mniejszy procent akcji. Pozwoliło to na zebranie większego kapitału przy zachowaniu większego udziału pierwotnych właścicieli w kapitale zakładowym. Należy to ocenić pozytywnie z punktu widzenia emitentów. Liczba inwestorów w obu badanych grupach wyniosła średnio ponad 1000, lecz w grupie browarów zróżnicowanie tej liczby było znacznie większe – niektóre emisje zgromadziły nawet ponad 4000 nowych akcjonariuszy. Również znacznym zróżnicowaniem charakteryzuje się średnia kwota inwestycji dokonywanej przez pojedynczego inwestora, wynosząca od ok. 530 zł do ok. 8930 zł. Duże rozproszenie wpłat jest zgodne z ideą crowdfundingu, ale również więksi inwestorzy często decydowali się na zakup emitowanych akcji.

Tabela 3. Odsetki sukcesu badanych akcji crowdfundingowych

Table 3. Success percentages of the surveyed crowdfunding campaigns

Parametr Parametr	Browary rzemieślnicze Craft breweries	Pozostałe przedsiębiorstwa Other enterprises
Średnia Average	76,54%	94,26%
Odchylenie standardowe Standard deviation	38,90%	14,09%
Wartość maksymalna Maximum value	162,00%	100,07%
Wartość minimalna The minimum value	23,55%	59,74%

Źródło/Source: opracowanie własne na podstawie/own elaboration based on beesfund.com, crowdway.pl, bgh.com.pl

Wśród badanych podmiotów wyższy średni odsetek sukcesu mają pozostałe przedsiębiorstwa – jedynie jedna destylarnia rzemieślnicza nie zebrała całości planowanej kwoty. Znacznie większe różnicowanie zaobserwować można wśród browarów, gdzie najłabsza akcja zakończyła się zebraniem poniżej ¼ planowanego kapitału. Nie było jednak akcji, która zakończyłaby się pełnym niepowodzeniem. Wskaźnik sukcesu akcji w branży alkoholi rzemieślniczych jest wyższy od wskaźnika sukcesu wszystkich emisji crowdfundingowych, który wynosi 67% [Trzebiński, 2022].

Inwestowanie w ramach crowdfundingu udziałowego wiąże się z ryzykiem. Do najważniejszych specyficznych czynników ryzyka inwestycji w podmioty z sektora alkoholi rzemieślniczych zaliczyć należy:

- ryzyko ograniczonej możliwości zbytu akcji nienotowanych na rynkach,
- ryzyko prawne związane z uzyskiwaniem zezwoleń na produkcję i sprzedaż alkoholu,
- ryzyko związane z ograniczeniami funkcjonowania lokali gastronomicznych w związku z pandemią COVID-19,
- ryzyko związane ze wzrostem obciążeń podatkiem akcyzowym.

Crowdfunding w modelu donacyjnym oraz w modelu z nagradzaniem jest znacznie mniej popularny wśród przedsiębiorstw z badanej branży. Mimo to, niektóre polskie browary rzemieślnicze oraz lokale z alkoholami rzemieślniczymi organizowały takie zbiórki. Wybrane akcje tego rodzaju przedstawione zostały w tabeli 4.

Tabela 4. Wybrane akcje crowdfundingu donacyjnego i z nagradzaniem

Table 4. Selected campaigns in donation and rewarding crowdfunding

Nazwa przedsiębiorstwa Enterprise name	Rodzaj przedsiębiorstwa Type of enterprise	Zebrałe środki Funds collected	Przykładowe nagrody Sample prizes
HoppyLab	Browar rzemieślniczy	5 058 zł	Piwo barley wine za 1zł do odbioru w 2021 r.
Piwna Stopa	Bar z piwem rzemieślniczym	17 760 zł	vouchery na piwa, dania i degustacje, gadzety firmowe
Piwoteka	Browar rzemieślniczy, bar i sklep z piwem rzemieślniczym	38 480 zł	kupony rabatowe, karty podarunkowe, wycieczki do browarów
Browar Incognito	Browar rzemieślniczy	4 414 zł	etykiety na butelki, udział w warzeniu piwa, gadzety
Browar Księży Młyn	Browar rzemieślniczy, restauracja	5 256 zł	szklanki, zestawy piwa, zwiedzanie browaru

Źródło/Source: opracowanie własne na podstawie/own elaboration based on zrzutka.pl

Badane przedsiębiorstwa organizowały ww. zbiórki przede wszystkim na początku pandemii COVID-19. Miały na celu zebranie środków na przetrwanie okresu lockdownu i związanego z nim zamknięcia lokali gastronomicznych. Przedsiębiorcy ci, chcąc zebrać niezbędne środki, oferowali potencjalnym donatorom korzyści, co miało zachęcić ich do dokonywania wpłat. Zbiórki te nie przyniosły jednak istotnych sukcesów, choć zebrane środki mogły pomóc w przetrwaniu najgorszego okresu.

Kolejna tabela zawiera informacje o pozostałych innowacyjnych przedsięwzięciach finansowych badanych podmiotów.

Tabela 5. Wybrane innowacyjne przedsięwzięcia finansowe producentów alkoholi rzemieślniczych

Table 5. Selected innovative financial undertakings of craft alcohol producers

Nazwa przedsięwzięcia The name of the venture	Organizator Organizer	Opis Description	Zebrane fundusze Funds raised
Beczki Palikota Tokeny JPW21	Tenczyńska Okovita S.A.	zakup 0,5l udziału w beczce whisky za kwotę 100zł – który może być otrzymany w formie fizycznej po 3 latach, bądź jako 50% udział w zysku ze sprzedaży butelki whisky	5 mln zł
Beczki Palikota - Okovita	Tenczyńska Okovita S.A.	rezerwacja beczki rzemieślniczej okowity możliwej do odbioru po 12 miesiącach lub pozostawienia do leżakowania na 3 lata	b.d., sprzedano 1319 beczek w cenach od 6000 zł do 78000 zł
Tokenizacja – Browary Bydgoskie	Mazurska Manufaktura S.A.	emisja tokenów umożliwiających zakup limitowanej edycji piwa lub imiennej tabliczki w browarze	ok. 60 tys. zł
Tokeny JasTank1*	Browar Jastrzębie S.A.	Każdy token jest udziałem w mocach wytwórczych tanka produkcyjnego. Jeden token ma produkować rocznie, przez 20 lat, dwa BroCoiny, możliwe do sprzedaży bądź wymiany na 2 butelki piwa	ok. 432 tys. zł
Beczki Palikota – Tokeny JPW22*	Tenczyńska Okovita S.A.	zakup 0,5l udziału w beczce whisky za kwotę 120zł – który może być otrzymany w formie fizycznej po 3 latach, bądź jako 50% udział w zysku ze sprzedaży butelki whisky	ok. 1,33 mln zł

* - akcje wciąż trwające, dane finansowe na dzień 23.03.2022

* - shares still in progress, financial data as of 23/03/2022

Źródło/Source: opracowanie własne na podstawie/own elaboration based on mosaico.ai, browarybydgoskie.pl, beczki-palikota.pl

Wymienione innowacyjne przedsięwzięcia oparte są przede wszystkim na tzw. tokenizacji związanej z technologią blockchain. Ta innowacyjna metoda pozwala na digitalizację rzeczowych aktywów [Ciupa, 2019]. W przypadku badanych podmiotów digitalizowany jest alkohol, najczęściej w formie leżakowanego destylatu, który stanie się whisky po upływie określonego czasu. Przedsiębiorstwo pozyskuje w ten sposób kapitał obrotowy. Taka forma inwestycji wymaga zaufania potencjalnego nabywcy do emitenta oraz sprawnego systemu informatycznego związanego z emisją i obsługą tokenów. Emitenci oferują duży udział w zysku sprzedanego alkoholu bądź możliwość odebrania fizycznych butelek danego trunku.

Destylarnie oferowały również możliwość zakupu całych beczek z alkoholem przeznaczonych do leżakowania. Zakup taki może być zarówno formą inwestycji, jak i zakupem dobra konsumpcyjnego, a przedsiębiorstwu umożliwia uzyskanie przychodów przed zakończeniem długiego cyklu produkcyjnego alkoholu starzonego. Również token udziału w tanku produkcyjnym piwa pozwala na wieloletnie otrzymywanie produktu gotowego w zamian za początkowe zaangażowanie kapitału.

ZAKOŃCZENIE

Branża alkoholi rzemieślniczych w Polsce gwałtownie się rozwija. Mimo wciąż niewielkiego udziału w rynku jest to bardzo nowoczesny sektor, mający duże szanse na dalszy rozwój w przyszłości. Analiza danych empirycznych dotyczących alternatywnych metod finansowania takich przedsiębiorstw pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1. Najpopularniejszą nowoczesną formą finansowania w badanych podmiotach jest crowdfunding udziałowy. Jest on wykorzystywany zarówno przez rozwinięte przedsiębiorstwa, jak i w celu sfinansowania nowych projektów.
2. Większość podmiotów osiąga znaczny sukces akcji crowdfundingowych, zbierając średnio ponad 76% planowanego kapitału w przypadku browarów i ponad 94% w przypadku pozostałych przedsiębiorstw z branży.
3. Występuje duże zróżnicowanie zebranego kapitału, liczby inwestorów i kwoty inwestycji oraz oferowanego procenta akcji w przeprowadzanych akcjach.
4. Browary rzemieślnicze oraz bary z alkoholami rzemieślniczymi w znacznie mniejszym stopniu wykorzystywały crowdfunding donacyjny oraz model z nagradzaniem. Miało to miejsce głównie w celu pomocy w funkcjonowaniu w okresie pandemii COVID-19.
5. W ostatnich latach pojawiają się skutecznie przeprowadzane akcje tokenizacji oparte na technologii blockchain. Takie rozwiązanie może być świetną alternatywą dla pozyskiwania środków obrotowych w ramach crowdfundingu udziałowego, w szczególności przez podmioty, które już przeprowadzały emisje akcji.
6. Badane przedsiębiorstwa odnosiły sukces w swoich akcjach również w czasie trwania pandemii COVID-19. Mimo trudnej sytuacji potencjał ich rozwoju i dobrze przeprowadzone kampanie marketingowe pozwalały na zdobycie zaufania drobnych inwestorów czy donatorów.

Przeprowadzone badanie pozwoliło na identyfikację najważniejszych alternatywnych metod finansowania przedsiębiorstw w branży alkoholi rzemieślniczych. Temat ten wart jest podjęcia pogłębionych badań ilościowych i jakościowych, co prowadzić może do lepszego wykorzystania nowoczesnego finansowania w gospodarstwie. Takie alternatywne metody mają ciągły potencjał rozwoju, w szczególności w innowacyjnych sektorach gospodarki, do których zaliczyć należy branżę alkoholi rzemieślniczych.

BIBLIOGRAFIA

Chlebicka A., Fałkowski J., Lichota J., 2018: *From Macro to Micro: The Change of Trendsetters in the Polish Beer Market*. W: Garavaglia C., Swinnen J., (red.), *Economic Perspectives on Craft Beer*, Garavaglia, Palgrave Macmillan. Cham.

Ciupa K., 2019: *Warianty zastosowania technologii blockchain a modele ich doboru*. Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów SGH nr 173, Warszawa.

Cumming, D, Meoli, M, Vismara, S, 2021: *Does equity crowdfunding democratize entrepreneurial finance?* Small Business Economics, Vol. 56, s. 23-24

Dziuba D., 2015: *Ekonomika Crowdfundingu. Zarys problematyki badawczej*. Difin, Warszawa, s. 11, 68-69, 103-105.

Garavaglia C., Swinnen J., 2017: *The craft beer revolution: An international perspective*. Choices, Vol. 32(3), s. 1-8.

Gemra K., 2019: *Crowdfunding udziałowy jako forma finansowania rozwoju przedsiębiorstwa*. Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie, Nr 3/2019, s. 51.

Glanc J., 2020: *Equity crowdfunding as a regulatory question*, Zürich. Dike Verlag AG, s. 29-30.

Gomulski K., 2021a: *Rozwój branży alkoholi rzemieślniczych w Polsce*. Aktualne problemy badawcze. Tom 2. Nauki społeczne i humanistyczne, Wydawnictwo Naukowe FNCE, Poznań, s. 7.

Gomulski K., 2021b: *Crowdfunding udziałowy jako metoda finansowania inwestycji w branży piwowarstwa rzemieślniczego w Polsce*. Kwartalnik Nauk O Przedsiębiorstwie, 60(3), s. 70-81

Kerr W., Nanda R., 2014: *Financing innovation*. NBER Working Paper Series, No. 20676, Cambridge, s. 2015.

Kędzińska-Szczepanik A., 2015: *Perspektywy rozwoju crowdfundingu udziałowego w Polsce*. Zarządzanie i Finanse Journal of Management and Finance, Vol. 15, s. 23

Kopyra T., 2016: *Piwo – wszystko co musisz wiedzieć żeby nie wyjść na głupka*. Kraków, Flow Books

Malinowski B., Giełzak M., 2015: *Crowdfunding. Zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu*. Helion, Gliwice, s. 10, 26-32.

Morgan D., Lane E., Styles D., 2022: *Crafty Marketing: An Evaluation of Distinctive Criteria for „Craft” Beer*. Food Reviews International, 38(5), s. 913-929.

Pink M., 2015: *Polska jako kraj winiarski? Od tradycji do rodzących się możliwości*. Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych, nr 2.

Pluszyńska A., 2018: *Crowdfunding – historia i definiowanie*. W: Pluszyńska, A, Szopa, A (red.), *Crowdfunding w Polsce*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków. 15.

Shneor R., 2020: *Crowdfunding Models, Strategies, and Choices Between Them*. W: R. Shneor, Z. Liang, F. Bjørn-Tore (red.), *Advances in crowdfunding: Research and Practice*. Cham, Palgrave Macmillan, s. 24-25.

Trzebiński A., 2022: *Crowdfunding udziałowy 3.0. 2021*. Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Gdańsk.

Vulkan N., Åstebro T., Sierra M., 2016: *Equity crowdfunding: A new phenomena*. Journal of Business Venturing Insights, Vol. 5, 2016, s. 38.

Netografia

<http://www.bgh.com.pl>

<http://www.crowdway.pl>

<https://www.beesfund.pl>

<https://www.mosaico.ai>

<https://browarybydgoskie.pl/>

<https://beczki-palikota.pl/>

<https://zrzutka.pl/>