



FELIETON: CEZARY MAŁUJ

MIEJMY OKO NA WARIATÓW

„Stary Furgon i Morze”, „Poznaj prawdziwego hipstera”, „Słodki biznes: budujemy pasiekę!” – tak intrygujące tytuły swoim, równie intrygującym bądź co bądź, pomysłem na biznes nadają startujący przedsiębiorcy, poszukujący kapitału na ich rozkręcenie wśród społeczności internetowych. Jednak zdolności copywriterskie to jedno. Internetowego inwestora pozyskuje się nie tylko słowem, lecz także nagrodą. Młodzi pomysłodawcy wyťažają więc swoje szare komórki i szukają prostych, ale i nieszablonowych bonusów dla internetowej społeczności.

Tym krótkim wstępem chciałbym rozpocząć temat jednego z modeli finansowania pomysłów na biznes. Crowdfunding, bo o nim mowa, czyli pozyskiwanie środków na biznes z pomocą społeczności internetowej, cieszy się obecnie sporą sympatią mediów, a w środowiskach startupowych jest absolutnym numerem 1.

Bombardowany informacjami na jego temat z niemal każdej strony zacząłem z większą uwagą obserwować tę formę zdobywania pieniędzy na realizację pomysłów. Ku uciesze mojego dobrego znajomego i założyciela jednego z portali crowdfundingowych, pokusiłem się nawet o dłuższą dygresję na ten temat. Zacząłem od pytania – co by było, gdybym w 2008 roku nie miał środków na start biznesu, a crowdfunding był tak popularny jak obecnie? Skorzystałbym z tej formy finansowania biznesu czy nie?

Jestem zdania, że trzeba wykorzystywać możliwości, które spotkamy na swojej biznesowej drodze tu i teraz. Przy założeniu, że to podejście towarzyszyło mi również przed 5 laty, pewnie spróbowałbym również crowdfundingu. Tylko jak mógłbym przykuć uwagę społeczności internetowej i przekonać ją do chmury? To zadanie w 2008 roku, kiedy o technologii *cloud computing* pisano i mówiono niewiele, byłoby niełatwe. Tym bardziej, że 5 lat temu mało kto był w stanie dopuścić do siebie myśli np. o niezmaterializowanej formie centrali

telefonicznej. Jeśli czegoś nie mam pod ręką, to nie mogę tego kontrolować – z takim podejściem musieliśmy walczyć na samym starcie. Przypuszczam więc, że aby pozyskać środki

od społeczności internetowej, musieliśmy najpierw przystąpić do jej edukacji i zdobyć zaufanie do tej technologii. Dopiero wtedy moglibyśmy przystąpić do opracowania kuszących haseł, choć – jak sądzę – już sama edukacja o technologii dla biznesu byłaby jednak dość trudnym zadaniem.

Przeglądając pomysły na biznes na polskich portalach crowdfundingowych, widać przewagę projektów wydawniczych (książki, płyty), filmowych czy edukacyjnych. Tych technologicznych jest na razie niewiele, ale to już wkrótce powinno ulec zmianie. W crowdfundingu Polska jeszcze raczkuje, ale ten model finansowania biznesu z miesiąca na miesiąc zyskuje na popularności. Padają kolejne rekordy finansowe, a jak donoszą media, Polacy są do crowdfundingu nastawieni coraz bardziej entuzjastycznie.

Ja sam przyglądam się mu z zainteresowaniem, poszukując coraz odważniejszych technologicznie, trafiających w niszę, projektów. Inspiracją dla odważ-

nych pomysłów na biznes może być crowdfunding w wydaniu amerykańskim i przykuwające uwagę projekty dostępne na Kickstarter.

Oczywiście wszystko wymaga czasu, a już szczególnie biznes związany z IT. Cytując Marka Twaina: „Człowiek z nowymi pomysłami jest wariatem, dopóki nie odniesie sukcesu” – myślę, że warto, aby każdy z tych wariatów korzystał z możliwości, jakie otwierają się przed nim tu i teraz. Jedną z nich jest crowdfunding. Dajmy mu trochę czasu, ale nie spuszczaajmy z niego oka. ●

JESTEM ZDANIA,
ŻE TRZEBA
WYKORZYSTYWAĆ
MOŻLIWOŚCI, KTÓRE
SPOTKAMY NA SWOJEJ
BIZNESOWEJ DRODZE.
PRZY ZAŁOŻENIU,
ŻE TO PODEJŚCIE
TOWARZYSZYŁO MI
RÓWNIEŻ PRZED 5 LATY,
PEWNIENIE SPRÓBOWAŁBYM
RÓWNIEŻ
CROWDFUNDINGU.

CEZARY MAŁUJ

blog.focustelecom.pl

Prezes zarządu Focus Telecom Polska.