

Crowdfunding jako alternativní forma financování v České republice

Hana Ollerová

Bakalářská práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav financí a účetnictví

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Hana Ollerová**
Osobní číslo: **M190086**
Studijní program: **B0413A050024 Ekonomika a management**
Specializace: **Ekonomika a management podniku**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Crowdfunding jako alternativní forma financování v České republice**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Vysvětlete a definujte crowdfunding na základě literární rešerše.

II. Praktická část

- Charakterizujte možnosti využití crowdfundingu v ČR.
- Analyzujte české crowdfundingové platformy.
- Na základě předchozích analýz zhodnotte potenciál crowdfundingu v ČR.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: **cca 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- CHOVANCULIAK, Róbert. *Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět*. V. Praha: Grada, 2020, 272 s. ISBN 978-80-2711-755-0.
- KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2018, 203 s. ISBN 978-80-247-3075-2.
- MÉRIC, Jérôme, Isabelle MAQUE a Julienne BRABET. *International perspectives on crowdfunding: positive, normative and critical theory*. V. Bingley, U.K.: Emerald Group Publishing Limited, 2016, 312 s. ISBN 978-1-78560-315-0.
- NĚMEC, Libor a Jana ZAHRÁNKOVÁ. *Finanční crowdfunding*. V. Praha: Wolters Kluwer, 2019, 102 s. ISBN 978-80-7552-980-0.
- VASSALLO, Walter. *Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation*. 1 vyd. Hershey, Pennsylvania: IGI Global, 2016, 335 s. ISBN 978-1522505686.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. et Ing. Vojtěch Sadil, LL.M.**
Ústav financí a účetnictví

Datum zadání bakalářské práce: **11. února 2022**
Termín odevzdání bakalářské práce: **20. května 2022**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlině dne 11. února 2022

**PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připoštl-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 18.05.2022

Jméno a příjmení: Hana Opletalová

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce s názvem „Crowdfunding jako alternativní forma financování v České republice“ si klade za cíl analyzovat současný český výběr crowdfundingových platforem, poté platformy podle typu porovnat mezi sebou a zhodnotit potenciál tohoto financování v České republice. V teoretické části je pojem zasazen do širšího kontextu pomocí literární rešerše. Jsou zde popsána výhody a nevýhody, regulace i historie. Dále je crowdfunding rozdělen do jednotlivých modelů a je vysvětlena jejich podstata. Třetí kapitola je věnována crowdfundingu v České republice. Kapitola čtyři pokrývá analýzu vybraných platforem crowdfundingu. Tyto zvolené platformy jsou v analytické části blíže popsány a podle zvolených parametrů porovnávány. Na závěr každé podkapitoly v praktické části je představena SWOT analýza. Empirickou částí se uzavírají celková shrnutí uvedených analýz a zhodnotí se potenciál crowdfundingu v České republice podle názoru autorky práce.

Klíčová slova: crowdfunding, crowdfundingová platforma, financování, projekt, analýza

ABSTRACT

This bachelor thesis entitled „Crowdfunding as an Alternative Financing Form in the Czech Republic“, seeks to analyze the current Czech crowdfunding platform selection, compare platforms by kind, and assess the potential of crowdfunding in the Czech Republic. The term is defined in a larger sense through literary studies in the theoretical section. Here are described the advantages and disadvantages, as well as the regulations and history. Furthermore, crowdfunding is divided into different models, which are described in detail. The third chapter is devoted to crowdfunding in the Czech Republic. Chapter four covers selected crowdfunding platforms. These selected platforms are described in the analytical part and compared according to the selected parameters. At the end of each subchapter in the practical part, a SWOT analysis is presented. The empirical parts conclude with a summary of the SWOT analysis and evaluation of the potential of crowdfunding in the Czech Republic in the opinion of the author.

Keywords: crowdfunding, a crowdfunding platform, financing, project, analysis

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce Ing. et Ing. Vojtěchovi Sadilovi, LL.M. za jeho odbornou pomoc a cenné připomínky, které mi pomohly při zpracování této bakalářské práce.

Děkuji své rodině, příteli a přátelům za zázemí, trpělivost a oporu, kterou mi během celého studia poskytovali.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CROWDFUNDING	12
1.2 PRINCIP CROWDFUNDING	14
1.3 HISTORIE CROWDFUNDINGU VE SVĚTĚ	17
1.5 REGULACE CROWDFUNDINGU	22
1.6 VÝHODY A NEVÝHODY CROWDFUNDINGU.....	25
1.7 RIZIKA CROWDFUNDINGU	27
2 TYPY CROWDFUNDINGU	29
2.1 ZÁKLADNÍ MODEL Y.....	29
2.1.1 Dárcovský crowdfunding	30
2.1.2 Odměnový crowdfunding.....	31
2.1.3 Půjčkový crowdfunding	32
2.1.4 Podílový crowdfunding.....	32
2.1.5 Honorářový crowdfunding.....	33
2.2 PEER-TO-PEER FINANCOVÁNÍ	35
2.3 MODEL Y FINANCOVÁNÍ.....	36
3 VYUŽITÍ CROWDFUNDINGU V ČESKÉ REPUBLICE	37
3.1 CROWDFUNDING V ČR.....	37
3.2 HISTORIE ČESKÝCH CROWDFUNDINGOVÝCH PLATFORM.....	37
3.3 ZPŮSOBY VYUŽITÍ CROWDFUNDINGU	39
3.3.1 Využití crowdfundingu jako nástroj pro financování neziskových organizací	39
3.3.2 Využití crowdfundingu pro začínající podnikatele a startupy	39
3.3.3 Crowdfunding jako další varianta, jak získat peněžní prostředky	39
II PRAKTICKÁ ČÁST	40
4 ANALÝZA ČESKÝCH CROWDFUNDINGOVÝCH PLATFORM.....	41
4.1 PLATFORMY V ČR.....	41
4.2 ANALÝZA PORTÁLŮ ODMĚNOVÉHO CROWDFUNDINGU	42
4.2.1 HitHit.....	42
4.2.2 Sportstarter	48
4.2.3 Startovač.....	50
4.2.4 Peněždroj.....	55
4.3 POROVNÁNÍ AKTIVNÍCH ODMĚNOVÝCH CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ	60
4.4 SWOT ANALÝZA ZAMĚŘENÁ NA ODMĚNOVÝ CROWDFUNDING.....	63
4.5 CROWDFUNDINGOVÉ PLATFORMY ZALOŽENÉ NA PŮJČCE	65
4.5.1 Zonky	65

4.5.2	SymCredit	69
4.5.3	Bankerat	72
4.5.4	Bondster	75
4.6	POROVNÁNÍ CFP NA BÁZI PŮJČEK	78
4.7	SWOT ANALÝZA ZAMĚŘENÁ NA PŮJČKOVÝ CROWDFUNDING.....	79
4.8	CROWDFUNDINGOVÉ PLATFORMY ZALOŽENÉ NA DAROVÁNÍ	81
4.8.1	Daruj správně	81
4.8.2	Nadační fond pomoci	83
4.9	POROVNÁNÍ CFP NA BÁZI DARŮ.....	84
4.10	SWOT ANALÝZA ZAMĚŘENÁ NA DÁRCOVSKÝ CROWDFUNDING	85
5	SHRNUTÍ PROVEDENÝCH ANALÝZ.....	87
6	ZHODNOCENÍ POTENCIÁLU CROWDFUNDINGU V ČR.....	89
	ZÁVĚR	90
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	91
	SEZNAM OBRÁZKŮ	98
	SEZNAM TABULEK.....	99
	SEZNAM GRAFŮ	100

ÚVOD

Před třiceti lety si jen ti nejodvážnější mohli představit soukromé podnikání v tehdejším Československu v podobě, která je nám dnes známá. Když ale došlo k převratu, soukromé podnikání se stalo konečně realitou a s tím přišla i otázka, jak získat finance na rozjezd vlastního podnikání. Velkou část počátečních peněz tehdy tvořily rodinné úspory, poté se stal více dostupný bankovní trh a bylo možné využít financování pomocí dnešních zcela běžných bankovních úvěrů.

Deset let zpět by zase nikdo nevěřil, že dnes si lidé budou navzájem a hromadně půjčovat finance prostřednictvím online světa.

V posledních letech se podmínky pro poskytování úvěrů bankami zpřísňují a start-upy bývají velmi často bankovními institucemi odmítány. I když se může zdát, že noví podnikatelé, k nimž se banky otočily zády, nemají velkou šanci získat potřebný kapitál, opak je pravdou. Ve skutečnosti je těmto podnikům a podnikatelům k dispozici více možností financování než kdykoli předtím, protože se stále objevují nové cenově dostupné služby, které zaplňují mezeru na trhu a poskytují řešení jako alternativu k tradičním formám financování.

Právě jednomu z alternativních způsobů financování – crowdfundingu, je tato bakalářská práce věnována.

Fintech možnosti narušují tradiční bankovní systém a řešení typu komunitního financování zpochybňují způsob, jakým podniky dnes investují. Nové finanční modely, jako je crowdfunding, demokratizují přístup k úvěrům a vytvářejí příležitosti pro jednotlivce a komunity, aby podporovali a spoluvytvářeli veřejné a soukromé iniciativy, které považují za důležité, a přispívaly do nich svými investicemi (Vassallo, 2017, s. 14).

Obliba využití crowdfundingu v posledních letech velmi vzrostla nejen v zahraničí, ale i v České republice. V literatuře poslední dekády byl často spojován s označením nového, snadného, inovativního, velmi úspěšného a dosud neznámého finančního nástroje. Dnes je crowdfunding nedílnou součástí ekonomiky a je vzrušující vidět jeho rostoucí potenciál.

Tato bakalářská práce s názvem „Crowdfunding jako alternativní forma financování v České republice“ si klade za cíl analyzovat současný český výběr crowdfundingových platforem, poté platformy podle typu porovnat mezi sebou a zhodnotit potenciál tohoto financování v České republice.

Celkově je práce rozdělena do šesti hlavních kapitol, z nichž se první tři zaměřují především na teoretické pochopení zvoleného tématu.

V teoretické části je pojem zasazen do širšího kontextu a blíže vysvětlen jeho princip pomocí literární rešerše. Jsou zde popsána výhody a nevýhody, regulace tohoto typu financování i jeho historie. Dále je crowdfunding rozdělen do jednotlivých modelů a je vysvětlena jejich podstata. Třetí kapitola je věnována crowdfundingu v České republice a jeho způsob využití u nás.

Kapitola čtyři pokrývá analýzu vybraných platforem crowdfundingu. Tyto zvolené platformy jsou v analytické části blíže popsány a podle zvolených parametrů porovnávány. Na závěr každé podkapitoly v praktické části je představena SWOT analýza.

Empirickou částí (kapitola 5 a 6) se uzavírají celková shrnutí uvedených analýz a zhodnotí se potenciál crowdfundingu v České republice podle názoru autorky práce.

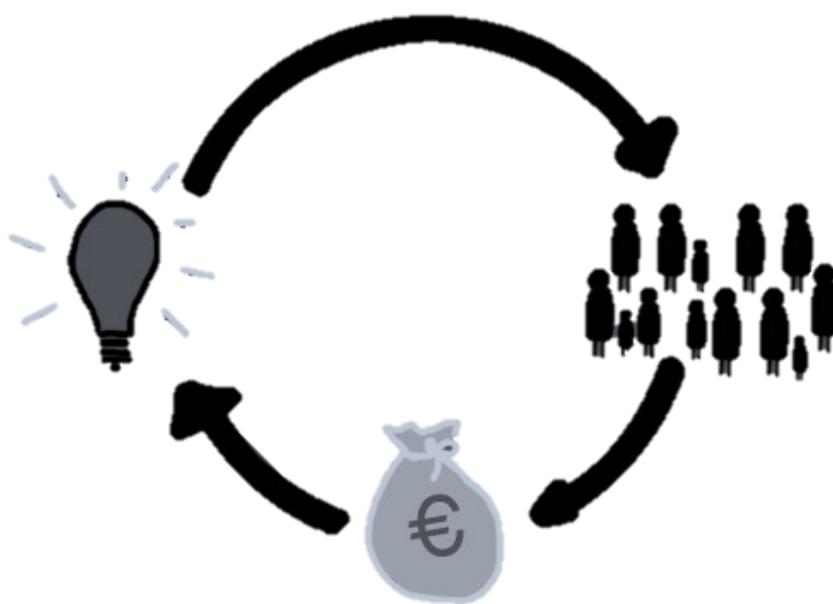
I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CROWDFUNDING

Poměrně mladý fenomén v podobě tohoto financování získává v posledních letech stále více pozornosti a bývá považován za nový, inovativní, snadný a velmi úspěšný zdroj získávání financí pro nové podniky i samostatné podnikatele. Zjednodušeně řečeno, klíčovým znakem crowdfundingu je získání prostředků od velké skupiny lidí, kde každý jedinec přispívá malým finančním obnosem z celkové požadované částky.

Jde tedy o financování projektů nebo podniků určitou skupinou jednotlivců bez potřeby zapojení profesionálních investorů, kterými mohou být banky, rizikovní investoři nebo obchodní andělé. Podnikateli k úspěchu postačí „jen“ začít svou crowdfundingovou kampaň.

Jak už je na první pohled patrné, crowdfunding je velice komplexní metoda a přesný vhled do této problematiky není vůbec jednoduchý. Nabízí se zde spousta otázek, jako to, co je tímto termínem myšleno, jaké strany jsou do něj zapojeny a jak crowdfundingové financování funguje.



Obrázek 1 - Koloběh crowdfundingu (Zdroj: objevit.cz)

1.1 Definování crowdfundingu

Anglický výraz crowdfunding se zrodil spojením slov crowd – dav a funding – financování. Český jednoslovný ekvivalent vysvětlující tento pojem neexistuje, ovšem nejvíce se mluví o kolektivním financování (Chovanculiak, 2020, s. 108).

V odborné literatuře existuje nespočet různých definic crowdfundingu, ale všechny jsou založeny na podobném principu.

Hlavní idea je postavena na spolupráci ve formě kolektivního financování pro různé typy projektů k dosažení vytyčených cílů. Tyto cíle lze dosáhnout pomocí tvorby kapitálu, který přichází v malých částkách od velkého počtu lidí, využívající internetové technologie (Hryhoruk a Prystupa, 2017, s. 143).

Výraz použitý v dokumentu vydaném Evropskou komisí byl skupinové financování (EVROPSKÁ KOMISE, 2014, s. 2). Tento dokument popisuje crowdfunding následovně: Skupinové financování je často využíváno start-upy nebo rostoucími podniky jako alternativní možnost financování. Je to inovativní způsob, jak získat finanční prostředky na nové projekty, nové podniky nebo inovativní nápady.

Vytvoření určité komunity lidí kolem své nabídky je značnou výhodou. Pokud se využije potenciál online komunit, je zde také možnost získat bohaté marketingové zkušenosti a přilákat budoucí zákazníky (EVROPSKÁ KOMISE, 2015, s. 6).

Evropský orgán pro bankovníctví (EBA) ve svém oznámení z 27. března odkazuje právě na definici Evropské komise, která definuje crowdfunding jako „otevřenou výzvu veřejnosti k zajištění finančních prostředků na konkrétní projekt“ (EBA, 2015, s. 8).

S tím ovšem nesouhlasí Libor Němec a Jana Zahránková (2019, s. 1), podle kterých je více výstižný termín financování veřejnosti nebo také davové financování, neboť český ekvivalent skupinové financování nepovažují za zcela vhodný. V případě crowdfundingu je osoba, která získává finanční prostředky za účelem financování konkrétního projektu, obvykle zaměřena na anonymní veřejnost, nikoli na skupinu.

Definují tedy crowdfunding následovně: Crowdfunding je poměrně mladá a alternativní metoda, při které se získávají finance a obvykle se týká žádosti veřejnosti, aby získala tyto finanční prostředky na konkrétní projekt. Prostřednictvím crowdfundingu mohou společnosti nebo jednotlivci získávat finanční prostředky na různé projekty a nápady od více lidí prostřednictvím online platform (Němec a Zahránková, 2019, s. 1).

Jednou z nejvyužívanějších definic crowdfundingu je také od Belleflamme a kol. (2012, s. 5-6): „Crowdfunding je získávání finančních zdrojů prostřednictvím internetu, a to buď ve formě darů (bez odměny), nebo výměnou za produkt nebo hlasovací práva s cílem podpořit specificky zaměřené projekty.“

Mollick (2014, s. 2) ovšem oponuje, že tato definice je příliš rozsáhlá a definuje cíle příspěvateľů a crowdfundingu obecně, ale tyto cíle se mohou kdykoliv v průběhu času měnit. Navrhuje tedy přesnější definici, která zároveň ponechává prostor pro další rozvoj crowdfundingu: „Crowdfunding představuje snahu jednotlivých podnikatelů nebo skupin (kulturních, sociálních a ziskových) financovat jejich projekty s využitím relativně malých příspěvků od relativně velkého počtu jednotlivců prostřednictvím internetu, a to bez využití klasických finančních zprostředkovatelů.“ Tato definice má lépe odrážet rozdíl mezi crowdfundingem a jinými formami financování, a to právě v roli davu, který se díky své kvantitě dostává ke konečné velké části.

V této práci budeme používat původní anglický výraz **crowdfunding**.

Ze všech výše uvedených definic plynou určité charakteristické znaky crowdfundingu, a těmi jsou:

- Investovaná částka je malá od velkého počtu příspěvateľů.
- Je jasně definován záměr, na jaký budou prostředky použity.
- Financování je poskytováno prostřednictvím online platformy.

Ve spojitosti s crowdfundingem existují termíny jako:

- „**Crowdgiving**“ se týká většinou humanitárních, sociálních nebo uměleckých projektů.
- „**Crowdlending**“ je crowdfunding založen na bezúročné či úročené půjčce.
- „**Crowdsourcing**“ není o získávání financí, ale o řešení určitých problémů, lidé skrze něj hledají např. informace, řešení problémů, dovednosti či názory.
- „**Crowdinvesting**“ je poslední způsob financování a spočívá v poskytnutí finančních cenných papírů, které umožňují financujícím získat podíly v projektové společnosti (Méric, 2016, s. 83).

1.2 Princip crowdfundingu

Crowdfunding je způsob financování, který spojuje autory kampaní (tvůrce projektů) s velkým počtem příspěvateľů (investorů), prostřednictvím crowdfundingové platformy, která funguje jako prostředník. Tato kapitola představí různé zainteresované strany zapojené do crowdfundingu.

Crowdfunding na internetu však nemusí mít v první řadě za úkol jen vysbírat určitou finanční částku. Do hry vstupují další společné charakteristiky, jako je geografická poloha, vzdělání, příslušnost nebo empatie se sponzorem. V případě crowdfundingu může být společným znakem například příslušnost pouze k jednomu konkrétnímu portálu – komunitě; společný rys by mohl být společný zájem o kulturu, filantropii, technologie a další.



Obrázek 2 - Zainteresované strany v crowdfundingu (Zdroj: crowdfundport.eu)

1.2.1 Autoři kampaní

Autoři crowdfundingových kampaní mohou být jednotlivci, skupiny lidí nebo organizace, které potřebují finanční prostředky k realizaci svých nápadů nebo projektů. Autoři svůj projekt představují veřejnosti a snaží se pro něj získat pozornost a sympatie, potažmo potřebné finance.

Při poutání pozornosti Davidson a Poor (2015, s. 289) hovoří o výhodách větší extrovertnosti, která jim umožňuje získat důležité znalosti a také usnadňuje komunikaci s veřejností, například na sociálních sítích.

Další motivací pro autory k využívání crowdfundingu může být množství informací, které platformy poskytují – autoři mají možnost zjistit, zda je o jejich produkt mezi širokou veřejností zájem či nikoliv a zda je tedy vhodný pro realizaci. Obvykle se tak děje ještě před uvedením na trh, takže tvůrci projektů mají lepší přehled o potenciální poptávce.

Aby byla kampaň úspěšná, je někdy nutné zveřejňovat velké množství informací, které si pak může každý snadno přivlastnit. Od crowdfundingu mohou odradit i určité nepředvídatelné situace, kdy autoři kampaní nedokážou předem odhadnout, kolik peněz od

příspěvatelů dostanou nebo budou muset obdržet. Zvláště problematická je situace při velkém překročení cílové částky, kdy autoři kampaní nemusí být schopni dostat svým závazkům vůči příspěvatelům (Mollick a Kuppuswamy, 2014, s. 12).

1.2.2 Příspěvatelé

Chování příspěvatelů, včetně účasti a způsobů komunikace se liší podle zvoleného typu crowdfundingu a nabízených odměn.

Pro příspěvatele je důležitý smysl pro komunitu, která bývá vytvořena kolem crowdfundingové kampaně a dobrý pocit z podpory, podobně jako finanční odměna.

Hills (2015, s. 185) se zabývá touto problematikou, tzv. afektivní ekonomikou – jde o teorii založenou na emočním zapojení jedince, jeho připoutanosti a následném vlivu, kterou crowdfundingové kampaně využívají k získávání financí od svých příznivců.

Příspěvatelé často aktivně komunikují s autory projektů, podle Smithe (2015, s. 210) nebo Scotta (2015, s. 176) mají na výslednou podobu projektu v některých případech vliv i návrhy a připomínky investorů. Naproti tomu příspěvatele mohou od investic odradit rizika, která představují informační asymetrie mezi příspěvateli a autory. Patří mezi ně například možnost nenaplnění cílů projektu z důvodu nekompetentnosti autorů nebo rizika podvodu.

V případě podvodu příspěvatelé uvádějí nepravdivé informace nebo dokonce předstírají zájem o projekt a nikdy nedodají slíbený příspěvek. Bohužel počet crowdfundingových podvodů stále přibývá (Siering, Koch, Deokar, 2016, s. 5).

1.2.3 Platformy

Posledními hráči jsou platformy, webové stránky, které usnadňují výměnu informací a financování mezi aktivisty a příspěvateli. Často poskytují rady oběma stranám, další služby (i za úplaty) tvůrcům projektů (např. médiím) a propagují nápady na crowdfunding pro podporu svého podnikání. V posledních letech exponenciálně narůstá počet platforem, počet kampaní i objem vybraných peněz. Vznik platforem crowdfundingu se v jednotlivých zemích liší v závislosti na populaci, obchodních aktivitách a regulačním prostředí (Dushnitsky a spol., 2016, s. 44).

Stejně jako u každého jiného podnikatelského subjektu je hnací silou pro vstup platforem na trh – zisk. Platformy v konkurenci využívají jak cenové, tak necenové nástroje. Strategie stanovení poplatků a provizí je ve všech případech stejná, platformy vždy účtují poplatky

pouze autorům kampaní, přispěvatelé využívají platformu zdarma. Důvod je zřejmý, jakýkoli poplatek platformě, ať je sebemenší, jistě odradí investory od přispívání, takže ani autoři nemají motivaci své kampaně prezentovat.

Podle Belleflamma a Lamberta (2014, s. 8) pro autory a přispěvatelé přítomnost a účast jedné strany, zvyšuje přítomnost a účast druhé, což vede k zaměření na trh platformem. Velké platformy mají tendenci se zvětšovat, zatímco menší platformy vždy ztrácejí investory a kampaně, a nakonec trh opustí. Existují však i opačné síly, například možnost, že někteří autoři preferují menší platformy, kde je mezi kampaněmi menší konkurence. Platformy navíc využívají horizontální diferenciaci a zaměřují se na konkrétní typ crowdfundingu, určitou oblast kampaně nebo omezenou geografickou oblast.

1.3 Historie crowdfundingu ve světě

Přestože je crowdfunding často považován za novodobý fenomén, jeho kořeny sahají až do starověku, kdy se za pomoci veřejných sbírek realizovaly různé projekty včetně stavebních prací. Tento typ financování částečně nahradil aktivity bank v 19. století ve Spojených státech (Dresner, 2014, s. 3).

Vznikly nebankovní instituce specializované na spotřebitelské úvěry, které v určité míře existují dodnes. Nevýhodou ovšem byla vyšší úroková sazba úvěru. I z těchto důvodů crowdfunding nikdy nezmizel (Dresner, 2014, s. 3).

Mezi úplně první crowdfundingové kampaně patří projekt Alexandra Popa, který chtěl v roce 1713 přeložit řeckou poezii do angličtiny. Požádal předplatitele, aby dali do zástavy dvě zlaté guineje, s tím, že výtisk bude vydán předčasně. Další byla kampaň Wolfganga Amadea Mozarta, který chtěl v roce 1783 přehrát tři klavírní koncerty ve vídeňském koncertním sále (Krechovská, Hejduková, Hommerová, 2018, s. 141).

Pravděpodobně nejslavnější kampaní je stavba Sochy svobody, na kterou vyhlásil veřejnou sbírku Joseph Pulitzer. Během pěti měsíců se vybralo 101 091 dolarů Od 160 000 přispěvatelů (Krechovská, Hejduková, Hommerová, 2018, s. 141).


S tímto příkladem souhlasí i Dresner (2014, s. 3-4): Kvůli vývoji problémů s nebankovními institucemi se pomocí veřejné sbírky vybraly peněžní prostředky na podstavec Sochy svobody. Zatímco samotnou sochu platili Francouzi, stánek pomníku financovali právě

obyvatelé Spojených států. Po úspěchu dal původní sochař Fredric Auguste Bartholdi každému přispěvateli jako poděkování miniaturní figurku s vlastním jménem.

MODEL
Of the Statue of

“LIBERTY ENLIGHTENING THE WORLD,”

Issued by the American Committee
IN AID OF THE PEDESTAL FUND.



ONE DOLLAR EACH.

This attractive souvenir and Mantel or Desk ornament is a *perfect fac-simile* of the model furnished by the artist.

The Statuette in same metal, *twelve inches high*, at

FIVE DOLLARS EACH,

delivered.

The designs of Statue and Pedestal are protected by U. S. Patents, granted to A. BARTHOLDI in 1878-79, and the models can *only* be furnished by *this Committee*.

The people of France donated the money to build the Statue and presented it to the United States of America.

Every American citizen should feel proud to donate to the *Pedestal Fund* and own a *Model* in token of their subscription and proof of title to ownership in this great work.

Address with remittance,

RICHARD BUTLER, Sect'y,
American Committee of the Statue of Liberty,
33 Mercer St., New York.

Orders Received Here.

Obrázek 3 - Plakát pro výstavbu podstavce (Zdroj: Pinterest.com)

I v české historii lze najít velmi úspěšný offline crowdfunding, který přímo souvisí s jedním z nejvýznamnějších symbolů českého státu – Národním divadlem. Stejně jako Socha Svobody bylo i České Národní divadlo postaveno díky sbírce, do které přispěla veřejnost, kdy se během 47 dní podařilo vybrat milion zlatých. Příspěvky byly přijímány z celého světa, například z Afriky nebo Kalifornie. Lidé nejen přispívali penězi, ale i předměty nebo nabízejí pomoc při stavbě. Přispěvatelé posílali peníze i po opravě divadla (Historie crowdfundingu, ©2017).



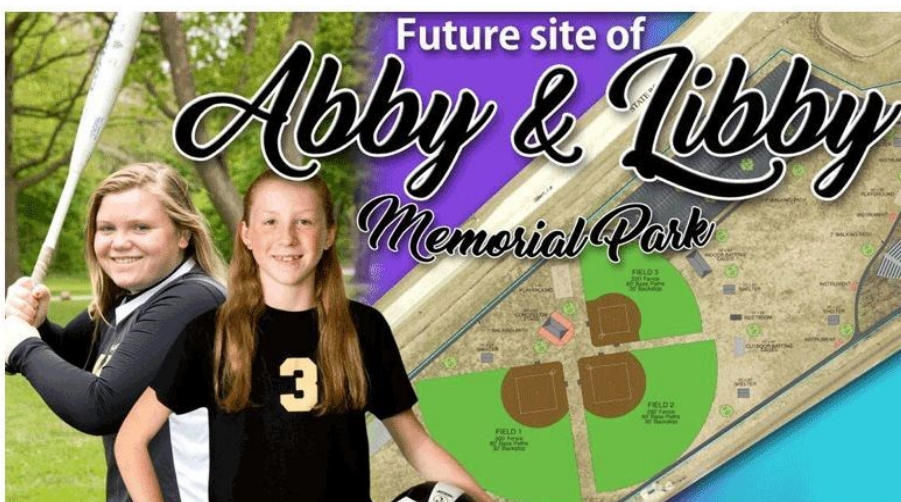
Obrázek 4 - Plakát sbírky na Národní divadlo (Zdroj: aukro.cz)

Veřejné sbírky někdy následovaly podobný průběh až do nástupu a rozvoje online světa na přelomu tisíciletí. Online platby, jejich globální expanze a inovace se zaměřením na bezpečnost a rychlost, pomohly přesunout offline média kampaně do online světa, zejména na internet. Realizace takovéto veřejné sbírky nejen šetří čas, ale zasahuje i širší publikum, z demografického či geografického hlediska (Dresner, 2014, s. 9).

Crowdfunding v dnešním pojetí začal ve světě fungovat zhruba v roce 2003. Od té doby se neustále rozvíjí, vznikají jeho nové podoby a stále více podnikatelů i nepodnikatelů se k tomuto spolehlivému alternativnímu zdroji financování obrací. Během prvních deseti let existence crowdfundingu bylo odhadnuto, že jeho prostřednictvím bylo celosvětově investováno více miliard dolarů (Hejduková, Hommerová, Krechovská, 2018, s. 141-142). V letech 2001 až 2003 založil hudebník a programátor Brian Camelio web ArtistShare, kde mohou fanoušci jednotlivých hudebníků a kapel finančně podporovat výrobu digitálních zvukových nahrávek. Právě tento počín je považován za počátek moderní formy crowdfundingu (Freedman a Nutting, 2015, s. 1).

Se zaměřením na evropský trh se první zmínky o moderním crowdfundingu objevily v roce 2005 v Itálii platforma ProduzionidalBasso.com, v roce 2006 následoval nizozemský portál Sellaband a v roce 2007 německý Auxmoney.de.

Na platformách je možno najít i méně nezvyklé produkty, které často vznikly jako reakce na selhání státu. Obyvatelé Delphi v Indianě se po léta potýkají s rostoucím problémem kriminality v místním parku, který chátral. V roce 2017 tam byly dokonce zavražděny dvě dívky. Zorganizovali tedy kampaň na vybudování sítě pouličního osvětlení a kamer, informačních kiosků, veřejné sítě wifi, orientačního značení a rekonstrukci vstupů do parku. Celkem vysbírali přes 93 000 dolarů. Na počest dvou dívek vybudovali pomocí crowdfundingu i Memorial Park (Chovanculiak, 2020, s. 110–111).



Obrázek 5 - Memorial Park na počest dvou zabitých dívek (Zdroj: wrtv.com)

Crowdfunding využívají už i politici. Barack Obama úspěšně získal 272 milionů dolarů od dvou milionů členů během volební kampaně v roce 2008. V Malajsii se stát nedávno začal finančně rozpadat pod tíhou veřejného dluhu. Vláda se rozhodla zahájit crowdfundingovou kampaň na snížení dluhu a během 2 hodin získala 7 milionu dolarů. " Malajsijci pozvedli své vlastenectví do nových výšin," řekl ministr financí (Chovanculiak, 2020, s. 110–111). K prosinci 2014 bylo na evropském kontinentu aktivních 510 platforem, z toho 502 v Evropské unii (EVROPSKÁ KOMISE, 2015, s. 7).

„Pokud jde o globální trendy, nejnovější odhady ukazují, že crowdfunding se rozšířil 167 % v roce 2014 a dosáhl 16,2 miliardy USD z 6,1 miliardy USD v roce 2013. Severní Amerika zůstala i nadále prvním regionem z hlediska objemů crowdfundingu s nárůstem o 145 % a získat celkem 9,46 miliardy USD. Objemy asijského crowdfundingu vzrostly o 320 % na

3,4 USD miliard získaných před Evropou (odhadem 3,26 miliard USD)“ (EVROPSKÁ KOMISE, 2015, s. 12).



Obrázek 6 - Politická kampaň Baracka Obamy (Zdroj: researchgate.com)

Jsou známé čtyři významné příčiny rozmachu crowdfundingu:

- Vzhledem k povaze práce mají jednotlivci větší zájem přispět užitečnými aktivitami ve svém volném čase.
- Druhým důvodem je, že rozdělením ambiciózního a obtížného projektu na samostatné a dílčí části se splnění úkolu stává proveditelnějším a zároveň zábavnějším.
- Třetím důvodem je zvyšující se dostupnost a potenciál šíření informací mezi veřejnost. A to je nyní dosažitelné díky rychlému rozvoji internetu.
- Za čtvrtý důvod je považován vznik online komunit, do kterých je obyvatelstvo na internetu organizováno.

1.4 Crowdfunding jako jedna z alternativních metod financování

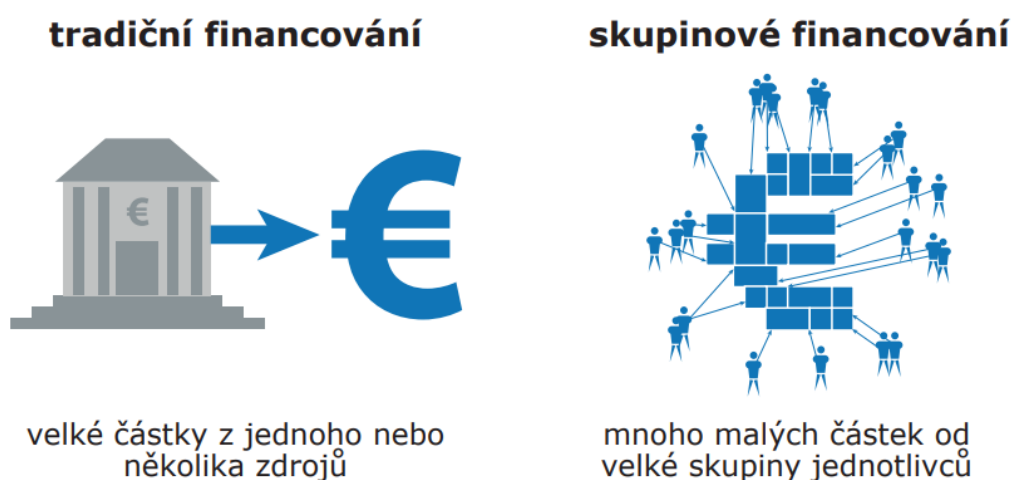
Jelikož neexistuje žádná směrodatná definice alternativních zdrojů financování, lze tyto zdroje označit jako financování prostřednictvím nebankovních půjček nebo akciového či dluhopisového trhu. Drtivá většina těchto forem se v posledních letech rozrostla v důsledku finanční krize převážně u malých a středně velkých podniků. Zásadním rysem těchto forem financování je, že nemají tradiční průběh, při kterém společnost získává peněžní prostředky a poté za ně nakupuje majetek a splácí jej (Hrdý, Krechovská, 2013, s. 125).

Jako jedny z nejznámějších forem alternativního financování lze uvést:

- a. leasing,

- b. faktoring,
- c. forfaiting,
- d. crowdfunding,
- e. rizikový kapitál,
- f. business angels.

Oproti tomu existují tradiční formy financování: úvěry, obligace, podíly, akcie, nerozdělený zisk, rezervy či odpisy.



Obrázek 7 - Rozdíl mezi klasickým a alternativním skupinovým financováním (Zdroj: ec.europa.eu)

1.5 Regulace crowdfundingu

1.5.1 Veřejná sbírka

Veřejnou sbírkou se podle zákona 117/2001 Sb. rozumí: “Získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, rozvoj vzdělání, tělovýchovy nebo sportu, nebo ochrana kulturních památek, tradic nebo životního prostředí. Sbírkou je oprávněna konat za podmínek stanovených tímto zákonem pouze právnická osoba” (AION CS, s.r.o., ©2010-2022).

Právnická osoba poté musí v oznámení uvést, zdali jde (AION CS, s.r.o., ©2010-2022):

- Obec nebo kraj,
- či o ostatní právnické osoby.

Samotné sbírky se mohou například konat (AION CS, s.r.o., ©2010-2022):

- shromažďováním příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu,
- sběracími listinami,
- pokladničkami,
- dárcovskými textovými zprávami,
- atd.

Naproti tomu, za sbírku se nepovažuje (AION CS, s.r.o., ©2010-2022):

- shromažďování finančních prostředků církvemi a náboženskými společnostmi, registrovanými podle zvláštního právního předpisu,
- shromažďování finančních prostředků, které konají politické strany nebo politická hnutí, spolky, společnosti, svazy, hnutí, jakož i odborové organizace, registrované podle zvláštních právních předpisů.

1.5.2 Právní úprava daru

Při poskytnutí finančních prostředků do veřejné sbírky je podepsána darovací smlouva. Na základě které, se dárcé zavazuje předat obdarovanému dar za podmínek zákona o daních z příjmu.

České daňové právo umožňuje dárčům za určitých podmínek kompenzovat část nákladů na bezúplatné plnění odečtením od základu daně z příjmů.

Pokud chtějí dárce využít možnosti odečtení bezúplatného plnění od daňového základu, musí poskytnout finanční prostředky (AION CS, s.r.o., ©2010-2022):

- obcím,
- krajům,
- veřejným subjektům,
- právníkům osobám se sídlem na území ČR,
- právníkům osobám, které pořádají veřejné sbírky na: vědu a vzdělávání, výzkumné a vývojové účely, kulturu, školství atd.

Právníká osoba musí pro uplatnění daru splnit tyto podmínky (AION CS, s.r.o., ©2010-2022):

- hodnota jednotlivého daru je alespoň 2.000Kč,
- nejvýše lze provést odpočet maximálně 10 % ze sníženého základu daně podle § 34 Zákona č. 586/1992 Sb.

1.5.3 Zákon o platebním styku

Popsaný způsob shromažďování finančních prostředků prostřednictvím internetové platformy naplňuje znaky poskytování platebních služeb podle § 5 zákona č. 284/2009 Sb., o platebním styku (ZPS), a zde je potřebné oprávnění. Tímto oprávněním bude zpravidla registrace provozovatele u České národní banky (ČNB) jako poskytovatele platebních služeb malého rozsahu (Schejbal, 2016).

V případě, že zájemce může prostřednictvím internetové platformy disponovat s finančními prostředky, bude provozovatel platformy potřebovat oprávnění i k poskytování platební služby, tedy k vydávání a správě platebních prostředků. Na internetové stránky provozovatele platformy umožňující zadávání platebních příkazů se nahlíží jako na platební prostředek (Schejbal, 2016).

Schejbal (2016) ovšem vymezuje jednu výjimku: „Toto oprávnění se ovšem nevztahuje na projekt neziskové povahy, protože nepodléhá regulaci zákona o platebním styku.“ Neziskové projekty upravuje právě zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách, který byl popsán v kapitole 1.5.1.

1.5.4 Nová ustanovení

Dne 10. listopadu 2021 vstoupilo v platnost nové nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2020/1503 ze dne 7. října 2020, které stanoví nová nařízení o crowdfundingu.

Výhodou nového nařízení je možnost poskytovat přeshraniční služby digitální crowdfundingové platformy. Tím se zpřístupní kapitál v zemích EU pro start-upy a malým investorům se poskytnou nové investiční příležitosti (Murár, 2022).

Nařízení konkrétně upravuje úvěrový crowdfunding, kde investor poskytne peněžní prostředky financovanému podniku se závazkem jejich vrácení a zaplacení úroku, a investiční crowdfunding, kde investor zakoupí převoditelné cenné papíry vydané financovaným podnikem. Jiné formy crowdfundingu (nefinanční, typicky například charitativní nebo odměnový crowdfunding) novému nařízení nepodléhají (Murár, 2022).

Rozsah nařízení je však omezen na crowdfundingové projekty, ve kterých podnikatelé, nikoli spotřebitelé, hledají finanční prostředky, a to maximálně do 5 milionů eur za 12 kalendářních měsíců na jeden konkrétní projekt. Financování větších projektů přes crowdfunding cenných papírů se bude řídit směrnicí MiFID II (Olenič, 2021).

Nařízení o crowdfundingu ukládá poskytovatelům služeb jisté obecné povinnosti typické pro oblast kapitálového trhu, nejdůležitějším prvkem je však povinnost požádat o licenci pro poskytování služeb skupinového financování a stanovení podmínek pro její získání u ČNB.

Samotný proces podání žádosti bude ještě ze strany ČNB blíže upraven. Dále jsou zde relativně standardní požadavky na kvalifikovanost, obezřetnost a náležitou péči (Olenič, 2021).

1.6 Výhody a nevýhody crowdfundingu

1.6.1 Výhody crowdfundingu

Jako každá jiná forma financování má i crowdfunding určité výhody. Ty se týkají nejen tvůrců projektů, ale také přispěvatelů a samotných platform. Pro každou z těchto zainteresovaných stran mít mohou přínosy odlišnou váhu.

První výhodou crowdfundingu je, že kromě zajištění finančních prostředků informuje podnikatele i o části trhu, která má o jejich produkt či službu zájem.

Další výhodou je, že projekty a společnosti jsou stále 100% vlastněny autorem projektu. Autor projektu má zároveň možnost mít vše pod kontrolou. Pokud projekt neuspěje nebo nebudou splněny požadované finanční cíle, neutrpí autor projektu finanční ztrátu (Steinberg a DeMaria, 2012, s. 3–5).

Výhodou je také narůstající povědomí o značce. Úspěšná kampaň může zvýšit povědomí mezi těmi, kteří si kampaň pamatují. Díky crowdfundingu lze prototyp použít k testování oblíbenosti projektu (Outlaw, 2013, s. 11).

Díky komunikaci je podle Kutihó a Madarásze (2014, s. 3) crowdfunding blíže sociálním sítím, umožňuje iniciátorům navázat osobní kontakt a komunikovat s velkým počtem návštěvníků, kteří se zajímají o budoucnost jejich projektů a jsou k nim i citově vázáni. Proto se výrazně liší od ostatních způsobů financování.

Tyto důvody jsou pro Siga (2012, s. 5) faktory zvýhodňující crowdfunding, který podle ní dokáže propojit podnikatele se širokou veřejností. Argument dostupnosti platform podporuje i to, že kampaň lze publikovat zdarma. Poplatky pro platformu jsou vyžadovány pouze od úspěšně financovaných projektů.

Podle Agrawal a kol. (2013, s. 12) může vysoké procento úspěšných projektů přitáhnout větší pozornost médií. Popularita médií může přilákat nové podnikatele ke spuštění vlastních kampaní, které v případě úspěchu opět zvýší tržby platformy. Výhody crowdfundingu pro přispěvatele se liší v závislosti na formě crowdfundingu, kterou podporovaný projekt využívá.

Gerber a kol. (2012, s. 2) také poukázali na to, že přispěvatelé chtějí podporovat a přispívat do kreativní komunity a být součástí toho, čeho by možná sami nebyli schopni.

1.6.2 Nevýhody crowdfundingu

První nevýhodou je, že podnikatel nemusí dosáhnout cílové částky. Podle Steinberga a DeMaria (2012, s. 9) příprava crowdfundingové kampaně vyžaduje radikálně odlišný přístup od klasické prezentace produktu.

Proces crowdfundingových kampaní je často stresující kvůli častým výkyvům a pádům. Před spuštěním kampaně je třeba se dobře připravit, což znamená propagovat projekt průběžně, nejen před zahájením. Autor projektu se neobejde bez pravidelného kontaktu s těmi, kteří přispěli nebo chtějí přispět. Nutná je také znalost sociálních médií a sociálního marketingu (Steinberg a DeMaria, 2012, s. 6–7).

Lin a Viswanathan (2014, s. 2) u půjčkového modelu crowdfundingu mezi prvními identifikovali výskyt tzn. „home bias“. Tento fenomén je trend přispěvatelů na podporu kampaní z jejich oblasti. Přispěvatelé se proto vyhýbají vzdáleným kampaním, i když mohou poskytovat méně rizikové a vyšší zisky.

Později Guo a kol. (2018, s. 2) potvrdili výskyt home bias u odměnového modelu, Hornufova a kol. (2020, s. 9) při podílovém crowdfundingu. Ačkoli internetové použití odstraní geografické bariéry mezi přispěvateli a podnikateli, přetrvává však preference lokálních projektů před vzdálenými.

Další nevýhodou je duplikace produktu nebo služby. Tvůrci sdílejí své know-how na volně přístupné stránce, kde si kdokoli může zkopírovat produkt nebo službu a prezentovat je za své. Mnoho lidí má přístup k vašim nápadům a je zde riziko, že někdo zkopíruje váš návrh (EVROPSKÁ KOMISE, 2015, s. 10).

Vzhledem k tomu, že internet hraje důležitou roli v crowdfundingu, přispěvatelé ztrácejí osobní kontakt s podnikateli. V tomto ohledu je obtížné identifikovat projekty, které mohly být založeny především za účelem klamání přispěvatelů – autoři publikují projekt, vysbírají prostředky a následně ukončí činnost. Podvod může být způsoben i výběrem nedůvěryhodné platformy (Valančienė a Jegelevičiūtė, 2013, s. 6).

1.7 Rizika crowdfundingu

Kromě výhod a nevýhod přináší crowdfunding také určitá rizika. EBA identifikovala řadu potenciálních rizik z pohledu investorů, dlužníků a provozovatelů crowdfundingových platform. Rozdělila rizika do následujících kategorií:

A) Kreditní riziko

Věřitelé (dárce, investoři) se mohou nechat zlákat falešnými sliby o návratnosti investice. V důsledku toho poskytovatelé úvěrů často nedokážou odhadnout rizikovost návratnosti investice. Proto se některé platformy rozhodly omezit kreditní riziko na minimum (European Banking Authority, 2015, s. 12).

B) Riziko podvodu

Nejčastějším rizikem, kterému čelíme, ať už ve finančním nebo nefinančním crowdfundingu, je podvod. Podvod znamená, že finanční prostředky jsou použity k jiným účelům, než které jsou uvedeny v kampani (European Banking Authority, 2015, s. 14).

C) Nedostatek transparentnosti

Toto riziko vzniká, pokud crowdfundingová platforma plně nevyhodnotila jejich kampaň z hlediska řízení rizik, a proto má malý dopad na investory (European Banking Authority, 2015, s. 14-15).

D) Právní riziko

Nedostatek srozumitelných informací o právech investorů, nejasnosti při vyřizování pohledávek, nemožnost přijímat prostředky od vkladatelů (European Banking Authority, 2015, s. 16-17).

E) Riziko likvidity

Věřitelé mohou mít problémy s likviditou účtu, pokud náhrady nejsou vráceny v rámci dohodnutého harmonogramu (European Banking Authority, 2015, s. 16-17).

F) Operační riziko

Operační riziko je provozní riziko, vkladatel nemá žádnou záruku, že platforma bude nadále fungovat nebo bude schopna splácet své dluhy. V případě ukončení platformy se investoři musí postarat o své vlastní investice (European Banking Authority, 2015, s. 16, 18).

G) Riziko praní špinavých peněz

Toto riziko vzniká z důvodu nedostatečné péče o zákazníka a jeho informace. Nejsou podrobně analyzovány potřebné informace jako adresy, bonita, trestní rejstřík atd. Dále hraje roli nedostatek regulací ohledně praní špinavých peněz (European Banking Authority, 2015, s. 18).

2 TYPY CROWDFUNDINGU

Tato kapitola se zabývá rozčleněním základních modelů crowdfundingu. V následujících podkapitolách jsou jednotlivé modely blíže popsány a vysvětleny jejich principy.

2.1 Základní modely

Vzhledem k tomu, že crowdfunding je z moderního pohledu nový pojem a jeho pojetí se neustále vyvíjí, zatím neexistuje jednotná klasifikace. Obecně se však crowdfunding dělí do dvou skupin a dělí se do čtyř základních modelů. Do této sekce bylo vybráno rozčlenění zřízené Evropským orgánem pro bankovníctví

Základní rozdělení crowdfundingových modelů obecně lze podle EBA rozdělit na tyto základní crowdfundingové modely (EBA, 2015, s. 8):

- dárcovský crowdfunding (donation-based crowdfunding),
- odměnový crowdfunding (reward-based crowdfunding),
- půjčkový crowdfunding (debt/lending-based crowdfunding),
- podílový crowdfunding (equity-based crowdfunding).

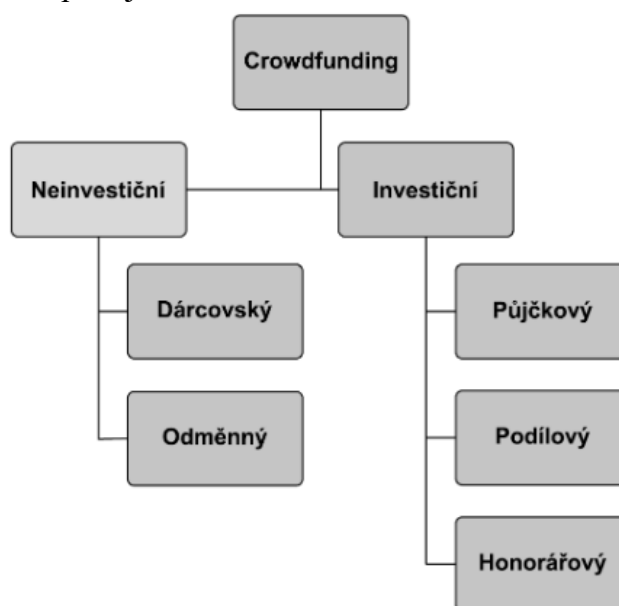


Obrázek 8 - Modely crowdfundingu (Zdroj: crowdfundport.eu)

Tyto modely lze rozdělit do dvou skupin podle toho, co poskytovatel výměnou za své peníze obdrží. Proto modely dělíme na neinvestiční a investiční (Hejduková, Hommerová, Krechovská, 2018, s. 148–149).

V neinvestičních modelech, někdy označovaných jako nefinanční, přispěvatelé obvykle neočekávají finanční výnosy. Příklady nefinančních modelů zahrnují model založený na příspěvku a model založený na odměně – neziskové projekty, charitativní akce atd. (Němec a Zahránková, 2018, s. 4).

Hejduková, Hommerová a Krechovská (2018, s. 149) definují, že investiční modely, známé také jako finanční modely, se vyznačují tím, že investor projektu očekává v budoucnu určitou finanční návratnost. Příklady investičních modelů zahrnují půjčkové, podílové a honorářové modely. Obrázek č.9 slouží pro přehlednější rozdělení crowdfundingových modelů podle Hejdukové, Hommerové a Krechovské. Ty zde uvedly i model honorářový, který bývá ovšem často opomíjen.

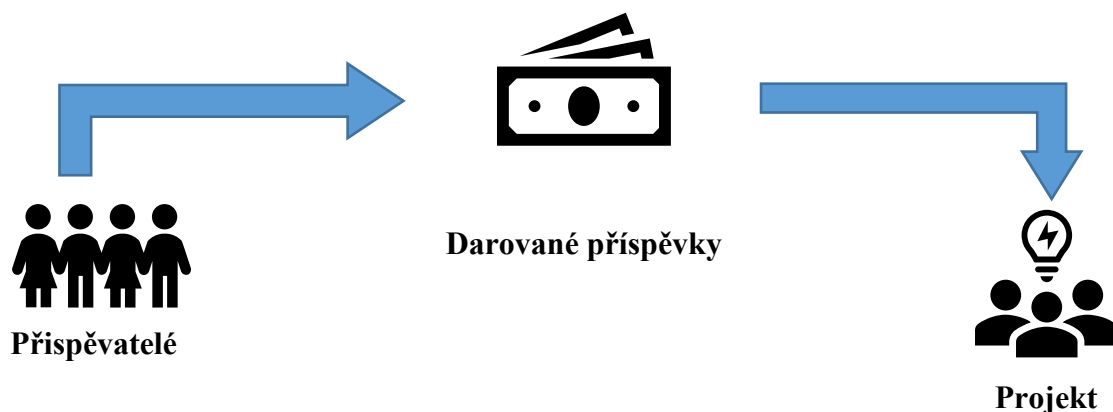


Obrázek 9 - Rozdělení crowdfundingových modelů (Zdroj: Hejduková, Hommerová, Krechovská, 2018, s. 149)

2.1.1 Dárcovský crowdfunding

Crowdfunding dárců, označen také jako charitativní nebo benefiční, je široce využíván neziskovými organizacemi k získávání finančních prostředků, které mají být použity na financování charitativních projektů. V tomto modelu lidé, přispěvatelé, podporují projekt svým vlastním kapitálem, protože věří v přínos projektu. U tohoto typu modelu dárci poskytují menší částky, bez toho, aby jim bylo za jejich vklad něco slíbeno. Na oplátku dárci očekávají pouze poděkování či svůj dobrý pocit (Crowder, 2018). Hodí se tedy spíše na dobročinné účely než na podnikání.

Příkladem organizací mohou být Červený kříž, Lékaři bez hranic nebo UNICEF, které sbírají prostředky na dobročinné projekty po celém světě. Kromě toho je možné financovat například ošetření či nákup určitého zdravotnického vybavení pro konkrétního jedince, což je známé i z českého prostředí (Damus, 2014, s. 11).

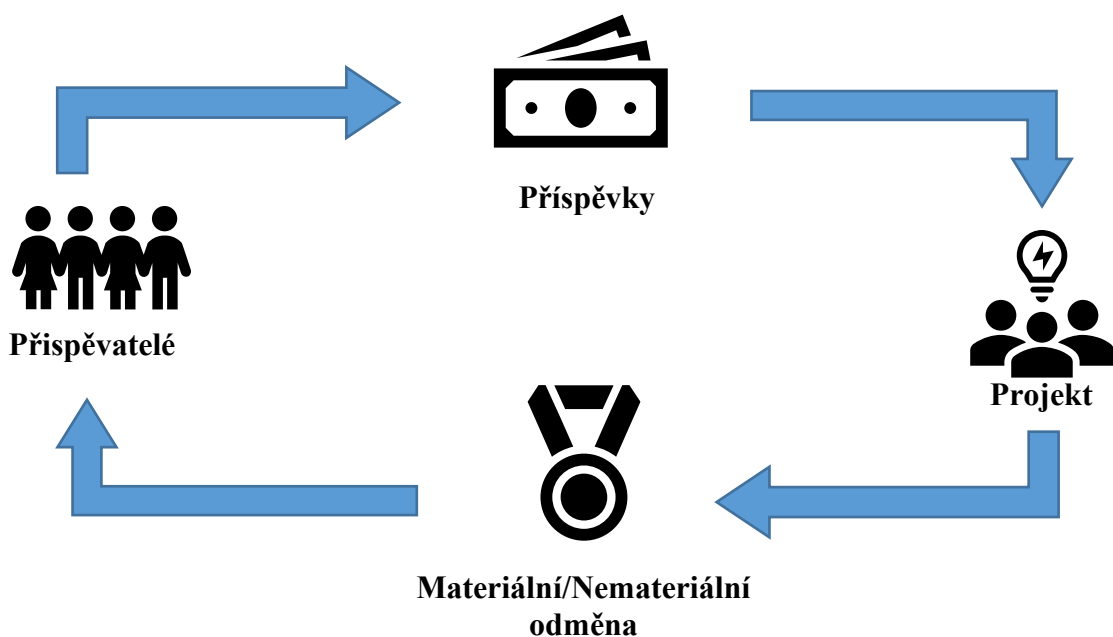


Graf 1 Podstata dárcovského crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com)

2.1.2 Odměnový crowdfunding

Jedná se o nejznámější a nejrozšířenější formu crowdfundingu, při které podporovatelé obvykle přispívají malou částkou výměnou za odměnu. Obvykle jsou odměny rozděleny do několika úrovní v poměru k nabízené částce, přičemž standardní kampaně nabízejí alespoň tři úrovně těchto odměn. Tato odměna je často, ale ne vždy, představována spíše symbolickým darem nízké hodnoty (Damus, 2014, s. 11).

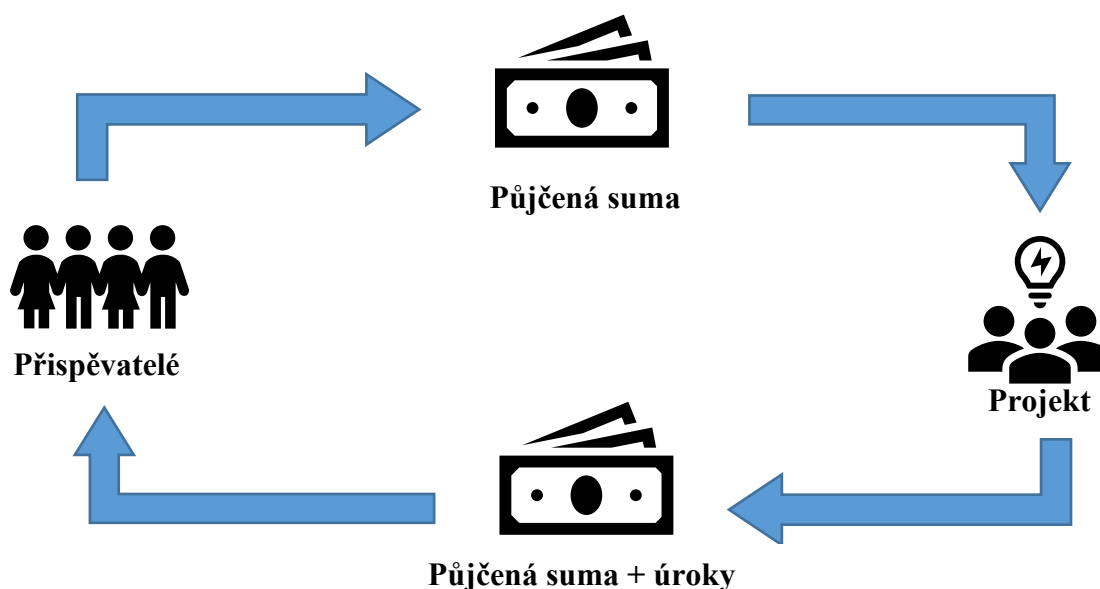
(Belleflame, Omrani, Peitz, 2015, s. 14) toto tvrzení doplňují: Největší roli zde hrají především drobní investoři, jejichž hlavním cílem není finanční návratnost investice. Tím se tento typ liší od equity crowdfundingu a úvěrového crowdfundingu. Další odměnu si může investor získat po sdílení vybrané kampaně na sociálních sítích.



Graf 2 Podstata odměnového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com)

2.1.3 Půjčkový crowdfunding

(Hejduková a spol., 2018, s. 149-150) definují půjčkový model následovně: „Podnikateli umožňuje získat finanční prostředky skrze půjčku či úvěr od skupiny investorů z řad veřejnosti. Ti za své finanční prostředky očekávají výnos ve formě úroku. Zákazník musí prokázat schopnost splatit půjčené prostředky, kterou portál zkoumá dříve, než mu umožní prezentovat projekt ve svém webovém prostředí. Pokud zákazník splní podmínku požadované bonity, portál zveřejní zároveň s projektem i informace o bonitě, aby investoři byli dostatečně informováni o rizikovosti své investice. Portály často mají také svoji zjednodušenou formu systému hodnocení rizika poskytnutí úvěru. Jako crowdfunding je tento proces označován proto, že jednotlivcům jsou zapůjčovány finance od objemného počtu lidí. Tyto půjčky jsou založeny na principu P2P.“



Graf 3 Podstata půjčkového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com)

2.1.4 Podílový crowdfunding

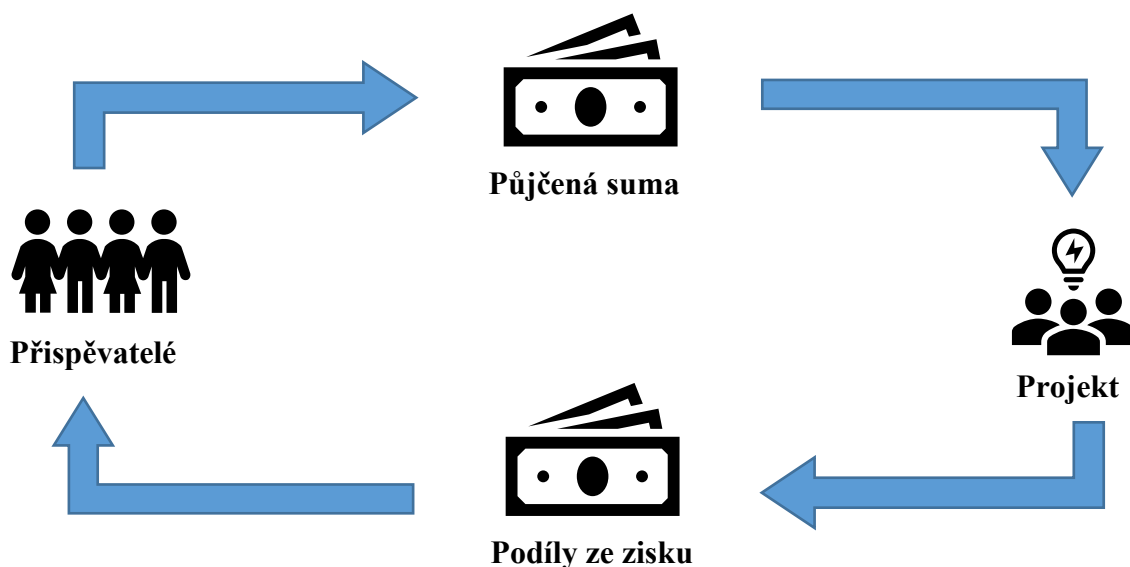
Equity crowdfunding také jako kapitálový či crowdfunding se běžně používá k získávání finančních prostředků na zahájení podnikání tzn. na start-up projekty či na firemní růst.

Investorům je nabídnut určitý podíl ve společnosti za jejich finanční podporu. Tento podíl může nebo nemusí zahrnovat hlasovací právo. Poté očekává, že společnost bude růst až do chvíle, kdy investor bude schopen svůj podíl prodat za výhodnějších podmínek, než za kterých ho kupoval. Investor si může svůj podíl také ponechat s tím, že bude čerpat dividendu, která postupně splatí investici a začne vydělávat (Hejduková a spol., 2018, s.150).

Investoři v rámci podílového modelu vyžadují dostatečné množství informací o podnikateli a na rozdíl od půjčkového modelu se zajímají především o jeho podnikatelský plán. Zkoumají všechny jeho vady, a také zda má projekt potenciál přinést investorovi zisk (Crowder, 2018).

Příklady podílového crowdfundingu:

- **České portály:**
 - Fundlift,
 - Peněždroj,
- **Zahraniční portály:**
 - CircleUp,
 - Crowdcube



Graf 4 Podstata podílového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com)

2.1.5 Honorářový crowdfunding

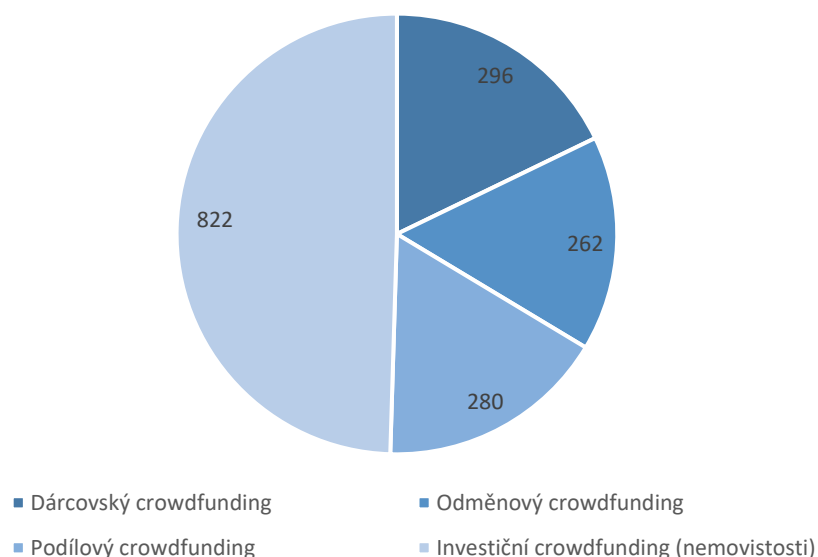
Posledním typem crowdfundingu je model honorářový. Tento typ crowdfundingu dává svým podporovatelům procenta z výtěžků projektu. Poskytuje každému, kdo se podílí na procesu tvorby produktu a kdo přidává hodnotu konečnému produktu, malé procento z prodeje (Outlaw, 2013, s. 20).

Jedná se o model, který je v mnoha pracích a statistikách ignorován kvůli jeho nízkému rozšíření a obtížné dostupnosti dat. Poslední sledovatelná data pocházejí z roku 2014, kdy honorářový crowdfunding dosáhl 1,68 miliardy dolarů (Massolution, 2015).

„Honorářový model nabízí investorům výnos ve formě dohodnutého procenta z příjmu, který projekt či podnik generuje. Před samotnou investicí se prostřednictvím portálu podnikatel s investorem dohodnou, jaké množství prostředků poplyne investorovi a jaké zůstane podnikateli. Velikost výnosu závisí především na velikosti investice. Výhodou je, že podnikatel nemusí vracet prostředky do doby, kdy se jeho projekt nebo podnik stane výtěžným. Model je užitečný pro start-upy, jejichž majitelé si chtějí zachovat celé vlastnictví společnosti. Ze zahraničních portálů lze uvést například Royalty Clouds nebo Quirky“ (Hejduková a spol., 2018, 151). V České republice se tento druh crowdfundingu zatím nevyskytuje.

V roce 2020 byla transakční hodnota investičního crowdfundingu v oblasti nemovitostí nejvyšší mezi evropskými platformami crowdfundingu. Objem crowdfundingu založeného na podílu dosáhl celkové transakční hodnoty 280 milionů amerických dolarů, zatímco smlouvy o crowdfundingu založeném na odměnách byly oceněny na 262 milionů amerických dolarů (Statista Research Department, 2021).

Podíl crowdfundingových modelů ve světě (mil. USD)



Graf 5 Podíl jednotlivých druhů crowdfundingu v roce 2020 (Zdroj: vlastní zpracování podle Statista.com)

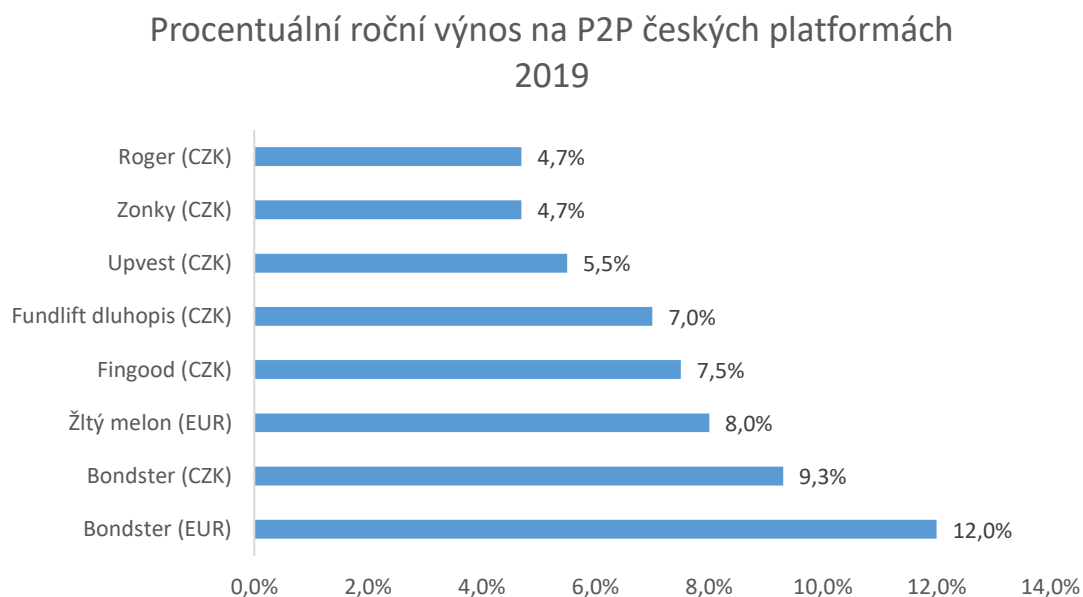
2.2 Peer-to-peer financování

Peer-to-peer (P2P) půjčování nebo také spotřebitelské půjčování je formou crowdfundingu založeného na dluhu. Online platformy sdružují věřitele, kteří půjčují peníze jednotlivcům nebo podnikům bez použití tradičních úvěrových ujednání, jako jsou bankovní a finanční instituce. P2P věřitel je individuální nebo institucionální investor a je obvykle kompenzován úrokovými platbami, které závisí na délce půjčky a případném dluhu, který dlužník dluží. Dlužníky jsou typicky malé a střední podniky, které vidí výhody P2P půjček především v jednoduchosti, rychlejší dostupnosti a nižší počáteční investici oproti bankovním půjčkám. Britský trh je považován za největší, co se týče P2P půjček. Právě ve Velké Británii vznikla v roce 2005 první crowdfundingová platforma založená na P2P spotřebitelských půjčkách – Zopa (P2P Market Data, 2020).

Momentálně se na českém trhu dají najít i platformy s výnosy kolem 13 % a garancí zpětného odkupu. Příkladem P2P platformy je z českého prostředí platforma:

- Zonky,
- SymCredit,
- Bankerat.

Následující graf ukazuje roční výnosnost u vybraných českých P2P platformách za rok 2019. Web finlord.cz porovnával platformy, na kterých sám investoval.



Graf 6 Roční výnosnost vybraných P2P platformách v ČR (Zdroj: vlastní zpracování podle finlord.cz)

2.3 Modely financování

Každá platforma crowdfundingu používá různé modely získávání finančních prostředků a jejich následné vyplácení projektu. Základní a nejvyužívanější modely, používané hlavně na platformách založených na odměnách jsou následující:

- **„Všechno nebo nic“ (All or Nothing)**
- **„Co jsi získal, je tvé“ (Keep What You Raised)**

Model „Všechno nebo nic“ je založen na principu, že autor projektu musí na začátku kampaně určit přesnou částku, které chce dosáhnout. Pokud kampaň po vypršení platnosti kampaně tohoto cíle nedosáhne, tvůrce peníze nedostane.

Metoda „Co jsi získal, je tvé“ taková omezení neobsahuje. Autoři kampaní si mohou a nemusí stanovovat cíle podle pravidel jednotlivých platform. V každém případě však určuje, kdy jeho kampaň skončí. Po uplynutí této doby se běh kampaně zastaví a autor získá všechny peníze, které vybral, po odečtení poplatků patřících platformě.

V praxi je autory projektů preferován spíše typ „Co jsi získal, je tvé“, který lze odstupňovat po menších částech, protože fixní náklady projektu jsou zanedbatelné. V tomto případě je nepravděpodobné, že se finanční prostředky získají, nelze je však dobře využít, protože nepokrývají nezbytné výdaje. Příspěvatelé si mohou být jisti, že za investovanou částku dostanou slíbenou odměnu. Typ „Všechno nebo nic“ se naopak používá u projektů s vyššími fixními náklady. Autoři kampaní více riskují, ale kampaně tohoto druhu jsou obecně úspěšnější (Cumming, Leboeuf, Schwienbacher, 2015, s. 9-10).

3 VYUŽITÍ CROWDFUNDINGU V ČESKÉ REPUBLICE

Crowdfunding se v České republice využívá mnoha způsoby. Následující kapitola se pokusí některé možnosti přiblížit. Na začátku této kapitoly je představen a vysvětlen vývoj crowdfundingu v České republice. Další část této kapitoly je popsán vývoj crowdfundingových platform u nás a na konci této kapitoly jsou uvedeny různé možnosti využití crowdfundingu.

3.1 Crowdfunding v ČR

I přesto, že se v České republice stává crowdfunding stále více vyhledávaným zdrojem financování není zde ani zdaleka k nalezení tolik aktivních platform, jako jinde ve světě. I když jde o rychle rostoucí trh, není zde crowdfunding jako celek nijak zvláště právně ošetřen (viz. kapitola 1.5). Určitá regulační zátěž přichází, pokud jde o podílový crowdfunding, kde se na online platformách nabízejí investiční podíly. V případě těchto modelů může být vyžádáno dodržovat stanov zákona o bankách, zákona o podnikání na kapitálovém trhu, zákona o dluhopisech a zákona o investičních společnostech a investičních fondech. Jak již bylo zmíněno v první kapitole této práce, za první hromadný financovaný projekt se považuje veřejná sbírka na výstavbu nového Národního divadla, jež se konala 1851–1884.

3.2 Historie českých crowdfundingových platform

Poprvé se o crowdfundingových možnostech začalo v České republice mluvit počátkem roku 2010, při vzniku platformy na bázi půjček – Bankerat. Jde tedy o nejstarší portál na tomto principu.

O rok později vznikly platformy Fondomat a Nakopni.mě, která měla podobná charakter jako zahraniční platforma Kickstarter. Velký rozmach zaznamenal rok 2012, kdy na českém trhu vznikly až tři platformy – Kreativci sobě, Music Cluster a HitHit. Rok poté vznikla platforma Startovač. V roce 2014 následovaly platformy Everfund, Vision Partners a Katalyzátor (Staszkiwicz a Zubíček, 2014).

Z oblasti P2P to byly rovněž platformy Benefi a SymCredit, rok po té populární Zonky. Dalším portálem z oblasti P2P je crowdfundingový portál Bondster, se vznikem v roce 2017. Podrobnější rozdělení můžeme vidět v tabulce níže. Platformy jsou zařazeny podle modelu aktivity. Dále je v tabulce uveden rok založení/ukončení a také model crowdfundingu.

Tabulka 1 Rozdělení CFP na území České republiky (Zdroj: vlastní zpracování)

Platforma	Model crowdfundingu	Doba působení	Aktivní/Neaktivní
Bankerat	Půjčkový	2010	Aktivní
SymCredit	Půjčkový	2013	Aktivní
Zonky	Půjčkový	2015	Aktivní
Bondster	Půjčkový	2017	Aktivní
HitHit	Odměnový	2012	Aktivní
Startovač	Odměnový	2013	Aktivní
Peněždroj	Odměnový/Podílový/Dárcovský	2015	Aktivní
Nadační fond pomoci	Dárcovský	2012	Aktivní
Daruj správně	Dárcovský	2016	Aktivní
Fundlift	Podílový	2015	Aktivní
Fondomat	Odměnový	2011–2015	Neaktivní
Nakopni. Mě	Odměnový	2011–2018	Neaktivní
Kreativcisobě	Odměnový	2012–2016	Neaktivní
Katalyzátor	Odměnový	2014–2016	Neaktivní
Odstartováno	Odměnový	2014 - ?	Neaktivní
Visionpatrners	Odměnový	2014–2017	Neaktivní
Benefi	Půjčkový	2014–2017	Neaktivní

3.3 Způsoby využití crowdfundingu

3.3.1 Využití crowdfundingu jako nástroj pro financování neziskových organizací

Crowdfunding je v poslední době aktivně využíván jako zdroj finančních prostředků v neziskovém sektoru. Tento typ financování a jeho principy byly popsány v kapitole 2.1., jedná se o crowdfunding dárcovský. Pokud chce organizace využít jednu z těchto platforem musí být registrována a splňovat dvě podmínky.

Musí jít o veřejnou sbírku, která je dle Víta (2015, s. 109) definovaná jako: „Získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel“. Další podmínkou je absolutní transparentnost. V České republice na tomto principu dobře funguje crowdfundingový portál Daruj správně, popsáný v praktické části této práce.

3.3.2 Využití crowdfundingu pro začínající podnikatele a startupy

Díky crowdfundingu bylo financováno nespočet startupových projektů, kterým chyběly finance na jejich realizaci. Výhodou toho, proč se mnoho malých a středních podniků dostává do crowdfundingu, je to, že je to poměrně rychlé a levné. Klíčovými aspekty úspěchu jsou dobře zvolený crowdfundingový portál, dobře definovaná cílová částka a samozřejmě kvalitně promyšlená crowdfundingová kampaň. Může to být poutavé krátké video nebo reklama na sociálních sítích. Autoři vytvářejí své projekty v oblasti umění, vzdělávání, módy, videoher, technologií a dalších.

3.3.3 Crowdfunding jako další varianta, jak získat peněžní prostředky

V tomto případě se jedná o využití P2P půjček a o crowdfunding založený na půjčkách. V této souvislosti jde konkrétně o crowdfunding založený na půjčkách a využití P2P půjček. Tradiční finanční instituce ne vždy vyjdou žadatelům o úvěr vstříc, a tak je zde možnost crowdfundingu. Výhodou pro dlužníky je často nižší úroková sazba, než jakou nabízejí bankovní instituce. Věřitel má možnost vložit své peníze do zvolené investiční příležitosti a zhodnotit své úspory.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA ČESKÝCH CROWDFUNDINGOVÝCH PLATFORM

První kapitola praktické části blíže přiblíží nepoužívanější crowdfundingové platformy na území České republiky. Tyto platformy budou porovnávány podle kritérií zvolených autorkou práce. Vybraná kritéria jsou důležitá pro finální bodové hodnocení jednotlivých crowdfundingových platform. Pro analýzu byly zvoleny tři modely crowdfundingových platform, které jsou v tento okamžik aktivní. Jedná se o model dárcovský, půjčkový a odměnový. Pokud jde o zbylé dva modely, podílový a honorářový, nebyly do analýzy vybrány kvůli nedostatku dostupných dat, která by se dala využít.

Kapitola také zahrnuje SWOT analýzy každého vybraného modelu crowdfundingu. Pomocí SWOT analýzy se zohlední vlivy, nad kterými je důležité se zamyslet, před vstupem na crowdfundingový trh. Analýza představuje **S** – Strengths (silné stránky), **W** – Weaknesses (slabé stránky), **O** – Opportunities (příležitosti) a **T** – Threats (hrozby).

Analýza bude provedena z pohledu autora kampaně (odměnový crowdfunding), z pohledu investora (půjčkový crowdfunding) a z pohledu neziskové organizace (dárcovský crowdfunding). Účelem těchto analýz je poskytnout náhled na způsoby využívání crowdfundingu v České republice srovnáním vybraných portálů a jejich nabídky služeb.

4.1 Platformy v ČR

I přes to, že platformy v České republice jsou o poznání mladší než ostatní světoví hráči, funguje zde značné množství crowdfundingových serverů v porovnání s velikostí tuzemského trhu. Je ovšem zcela zřejmé, že projekty určené pro globální servery dosáhnou mnohonásobně větších výdělků než uvedení projektů na české servery.

V současné době nejpopulárnější forma crowdfundingu založeného na odměnách existuje v České republice již 11 let. Z této kategorie byly vybrány k analýze platformy: **HitHit**, **Sportstarter**, **Startovač**, **Peněždroj**.

Druhým nejčastěji používaným modelem, kterou veřejnost ve skutečnosti za crowdfunding nepovažuje, je P2P spotřebitelské půjčování. Jejich obliba a frekvence používání začala v roce 2015 rapidně stoupat. Z toho důvodu se v práci analyzují servery: **Zonky**, **SymCredit**, **Bankerat** a **Bondster**.

Jako poslední jsou analyzovány platformy zaměřující se na dárcovský crowdfunding. Jedná se o **Daruj správně** a **Nadační fond pomoci**, jedny z nejvyužívanějších v České republice.

4.2 Analýza portálů odměnového crowdfundingu

4.2.1 HitHit

Vznik platformy

Platforma vznikla v listopadu roku 2012 a okamžitě svými obraty překonala většinu českých konkurentů.



Obrázek 10 - Logo platformy (Zdroj: HitHit.com)

Zaměření platformy

Česká platforma HitHit, s.r.o. využívající odměnový model crowdfundingu, je postavena na podobném principu jako zahraniční Kickstarter. Sami na svých internetových stránkách uvádějí, že je jejich platforma určena na financování kreativních záměrů: „Přestože věříme v sociální a odpovědnou společnost, Hithit je prostor pouze pro financování nových myšlenek, kreativních záměrů, vydávání hudebních alb, natáčení filmů, výrobu inovativních nebo designových produktů, vývoj software, mobilních aplikací a podobně. Jsme přesvědčeni, že tito lidé si zaslouží vlastní prostor“ (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

Vyberte kategorii				
<u>Všechny</u>	Antivir	Hudba	Literatura	Komunita
Umění	Vzdělávání	Film	Sport	Jídlo
Design	Technologie	Divadlo	Móda	Fotografie
Impact Hub	Hry	Tanec	Média	Ekologie

Tabulka 2 Kategorie financovaných projektů na platformě (Zdroj: HitHit.com)

Princip platformy

„Hithit je online systém a platforma v rámci, které lze získat financování pro tvůrčí projekty. Provozovatel povoluje autorům projektu, kteří zapíší své projekty na seznam, aby získali finanční prostředky od jiných uživatelů (zákazníků), ve lhůtě uvedené v zápisu daného

projektu do seznamu, za protihodnotu v podobě odměny poskytované autorem projektu, která je uvedena v popisu projektu a odměny. Provozovatel je zprostředkovatelem vztahu mezi autory projektů a zákazníky. Veškeré vybrané příspěvky jsou shromažďovány na k tomu založeném účtu vedeném společností ComGate Payments, a.s. V případě úspěšného projektu jsou přeposlány po odečtení provize provozovatele na účet autora projektu. Majitelem účtu, na který mají být finanční prostředky poukázány musí být autor projektu. Pokud ComGate Payments, a.s. bude mít jakékoli důvodné pochybnosti o osobě skutečného majitele účtu nebo podezření z využití bankovního účtu k financování terorismu nebo legalizaci výnosů z trestné činnosti nebo odmítne-li se Autor projektu podrobit identifikaci, neprovede ComGate Payments, a.s. převod finančních prostředků dle pokynu. Nárok autorů projektů na zaslání cílové částky je splatný uplynutím 5 dnů po uplynutí doby výběru peněžních částek“ (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

Pokud jde o využívaný model financování, spadají do kategorie „Všechno, nebo nic“, který je podrobněji popsán v kapitole číslo 2 téhle práce.

Doba trvání kampaně na platformě

Rozhraní je nastaveno na 30–45 dní.

Poplatky a provize platformy

Registrace a správa účtu je zcela zdarma. Některé doplňkové služby však mohou být zpoplatněny v závislosti na úspěšnosti projektu. Pokud projekt selže, nejsou stanoveny žádné transakční poplatky, poplatky za správu ani provize. Tyto náklady (mimo provize) jsou účtovány samostatně a odečteny z prostředků, které má autor úspěšného projektu k dispozici, než budou zaplacený na jeho bankovní účet. Pokud jde o projekt, který je provozovatelem zveřejněn a který je úspěšný, tzn. že v daném termínu dojde k dosažení cílové částky potřebné pro realizaci, hradí autor projektu provozovateli provizi, ve výši 9 % (+ DPH dle zákonné výše) z celkové vybrané částky. U projektů s cílovou částkou nad 200 000 Kč nebo 7500 € a projektů zařazených do speciálních sekcí lze sjednat individuálně odlišnou výši provize (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

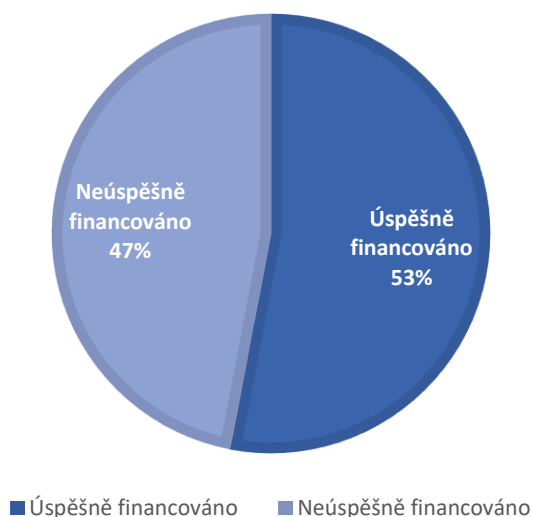
Tabulka 3 Poplatky a provize (Zdroj: HitHit.com)

Provize	Z projektů s cílovou částkou do 200 000 Kč nebo do 7500 €	9 % (+ DPH dle zákonné výše) z celkové vybrané částky Projektu
	Z projektů s cílovou částkou nad 200 000 Kč nebo nad 7500 €	Individuální
Transakční poplatky (projekty v CZK)	Všechny platby	1,5 % + 1 Kč z každé platby + 699 Kč administrativní poplatek
Transakční poplatky (projekty v EUR)	Všechny platby	1,5 % + 0,10 € z každé platby + 27,5 € administrativní poplatek
Neúspěšný projekt		
Provize	Žádná provize	
Transakční poplatky	Bez poplatků	

Novinky

Poslední vytvořenou kategorií v crowdfundingové platformě HitHit je Antivir, která nabízí projekty v souvislosti s COVID-19 pandemií. Cílem je především nejrychlejší finanční pomoc zasaženým malým a středním podnikatelům. Cílová částka by měla být nastavena alespoň na 5 000 Kč a jako odměna za příspěví získají např. předplatné nebo poukazy. HitHit se zároveň zavazuje poslat 2 koruny z každých vybraných 100 Kč společnosti Oxyprotect, která aktuálně sponzoruje nákup lékařského vybavení pro lékaře bojující s COVID-19 (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

ÚSPĚŠNOST PROJEKTŮ NA PLATFORMĚ HITHIT



Graf 7 Úspěšnost projektů v procentech (Zdroj: vlastní zpracování)

Úspěšnost projektů na platformě HitHit

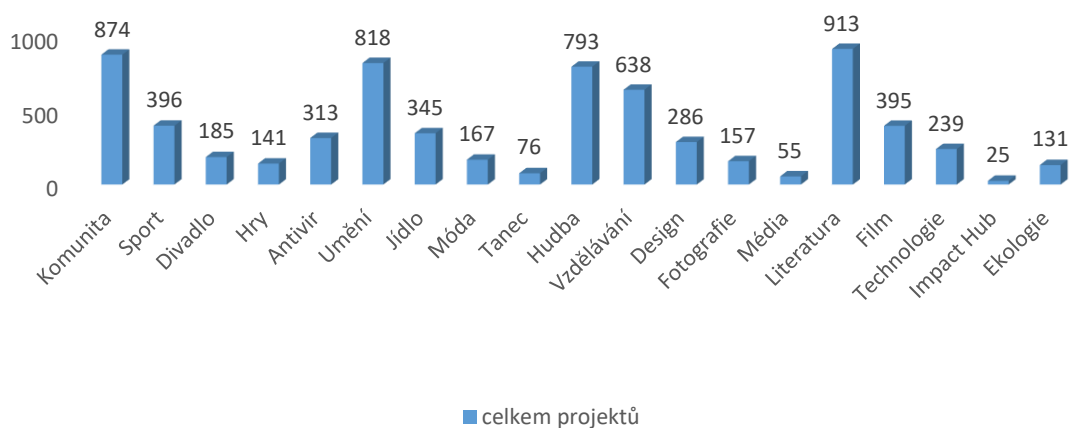
Během svého působení od listopadu 2012 platforma ukončila přes 4 000 projektů, a díky všem přispěvatelům zvládla vybrat okolo 380 milionů Kč. Pokud nebereme v potaz rozdělení podle kategorií, celkově tedy platforma ukončila 4 347 projektů. Z grafu č.7 je patrné, kolika autorům se povedlo projekt úspěšně dokončit do dubna 2022. Z celkového počtu 4 347 projektů je dosavadní neúspěšnost 2 043 projektů, tudíž 47 %. Úspěšnost je rovna 2 304 projektům, tedy 53 %. K neúspěchu projektu dochází nejčastěji kvůli špatně nastaveným cílovým částkám a nedostatečným nebo zcela chybějícím crowdfundingovým kampaním (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

Značná část projektů je vedena ve více než jedné kategorii, a proto je celkový součet projektů podle kategorií roven 6 947, tenhle součet bude použit i u níže uvedených grafů.

Z grafu č.8 vyplývá, že se na platformě HitHit nejvíce investuje do projektů v kategoriích:

- Literatura
- Umění
- Komunita
- Hudba
- Vzdělávání

Počet uskutečněných projektů přes platformu HiHit podle kategorie



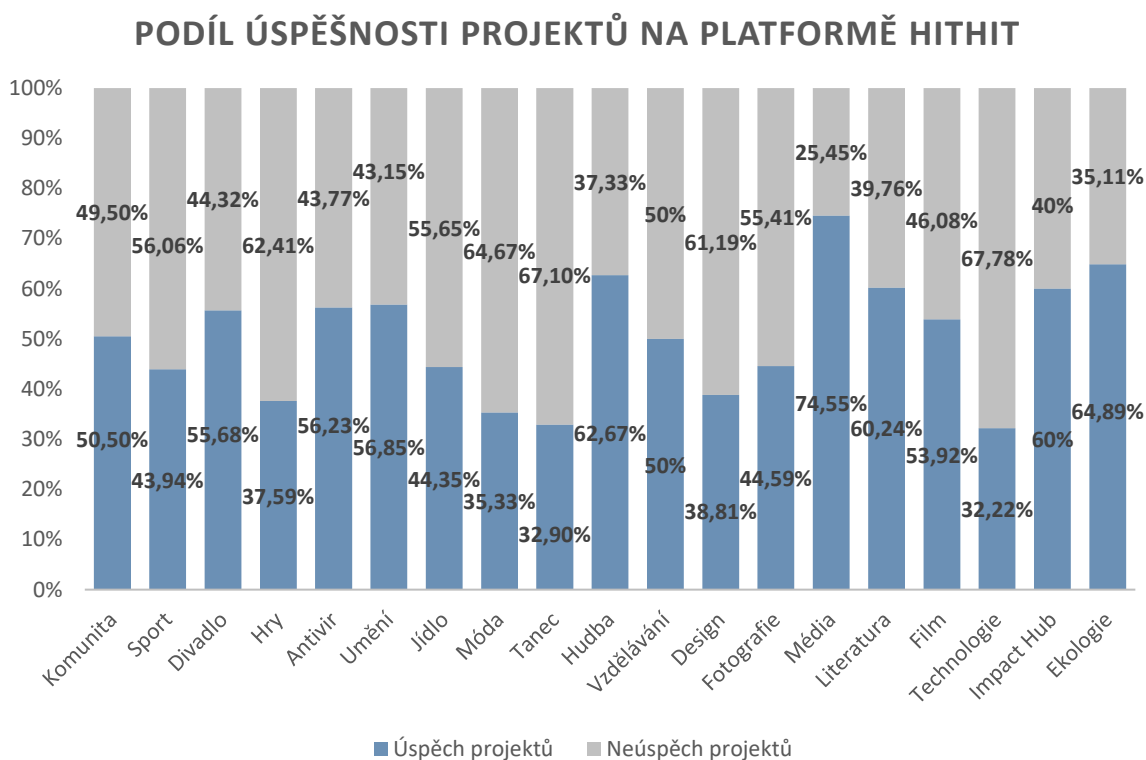
Graf 8 Počet uskutečněných projektů na platformě HitHit (Zdroj: vlastní zpracování)

Poměrně zajímavá je i kategorie Antivir, která již byla zmíněna výše. Její vznik je datován do první poloviny roku 2020, jako reakce na pandemii COVID-19. Za dva roky se kategorie pyšní již 313 projekty (Hithit, s.r.o., ©2012–2022).

Graf č.9 prezentuje procentuální vyjádření úspěšných a neúspěšných projektů na CFP HitHit k dubnu 2022.

Nejvyšší podíl na úspěchu má kategorie média s 74,55 % úspěšnosti. Z celkových 55 projektů bylo pouze 14 neúspěšných. Vyšší úspěšnost také vykazují kategorie ekologie s 85 úspěšnými projekty a kategorie hudba s 497 úspěšnými projekty.

Nejhůře je na tom naopak kategorie zaměřena na technologii, kde její neúspěch je vyčíslen 162 projekty a 67,78 %. S 67,10 % neúspěchu se potýká kategorie tanec, zde je neúspěšných 51 projektů ze 75.



Graf 9 Úspěšnost projektů na CFP HitHit (Zdroj: vlastní zpracování)

Projekty s největším úspěchem

V následující tabulce je uveden seznam deseti nejúspěšnějších financovaných projektů před platformu HitHit. Projekty jsou řazeny dle celkové vybrané částky sestupně. U každého projektu je uveden jeho minimální příspěvek, za který náležela adekvátní odměna. Dále také datum dokončení projektu, požadovaná částka k realizaci, již zmíněná celková vybraná

částka, počet přispěvatelů nakonec procentuální vyjádření poměru celkových vybraných peněz k požadované částce.

K dubnu 2022 je na platformě HitHit veden jako nejúspěšnější projekt s názvem – DVTV Extra – Rozhovory bez reklam, podcasty a nový web. Projekt se nachází ve dvou kategoriích: komunita a média. Jejich hlavním cílem bylo, aby je jejich podporovatelé mohli sledovat a poslouchat kdekoliv a kdykoliv bez reklam. Minimální příspěvek projektu začínal na 299 Kč a jako odměna bylo poděkování ve speciálním videu. Tento nápad podpořilo 9 255 přispěvatelů, přičemž nejkupovanější odměna bylo právě již zmíněné poděkování. Celková vybraná částka přesáhla hranici 9 milionů Kč (HitHit, s.r.o., ©2012–2022).

Tabulka 4 Nejúspěšnější projekty na platformě HitHit (Zdroj: vlastní zpracování podle HitHit.com)

Projekt	Min. příspěvek	Datum dokončení	Požadovaná částka	Vybraná částka	Počet přispěvatelů	Procento vybraných peněz
DVTV Extra – Rozhovory bez reklam	299 Kč	11.06.2020	750 000 Kč	9 743 882 Kč	9 255	1 299 %
Online koučink, co má koule	100 Kč	21.01.2021	555 555 Kč	6 746 907 Kč	1 916	1 214 %
Vasky – tenisky ze Zlína	199 Kč	23.07.2020	450 000 Kč	5 490 378 Kč	2 183	1 220 %
Barefoot konopné tenisky	1 550 Kč	02.11.2018	490 000 Kč	3 962 664 Kč	1 636	808 %
Back To The Colliery	100 Kč	12.04.2021	400 000 Kč	3 653 920 Kč	1 237	913 %
Tatra kolem světa 2	252 Kč	13.06.2019	2 222 222 Kč	3 016 922 Kč	635	135 %
V síti	222 Kč	15.06.2019	850 000 Kč	3 012 923 Kč	4 576	354 %
Nakopni Jatka!	300 Kč	04.04.2015	2 000 000 Kč	2 421 090 Kč	1 622	121 %

MARRKO CORE	105 Kč	09.07.2021	300 000 Kč	2 354 595 Kč	991	784 %
Unikátní kniha: Proměny světa	349 Kč	06.11.2021	500 000 Kč	2 01 839 Kč	2 993	402 %

4.2.2 Sportstarter

Vznik platformy

Platforma vznikla 5.února roku 2015.



Obrázek 11 - Logo platformy Sportstarter (Zdroj: Sportstarter.cz)

Zaměření platformy

Platforma je na rozdíl od HitHit či Startovače zaměřena čistě jen na jednu kategorii projektů, na sport. Nachází se zde například financované projekty z oblasti běhu, biatlonu, horolezectví, cyklistiky, jachtingu a kickboxu.

„Ve svém okolí jsem často slýchal, s jakým nedostatkem peněz se musí poprat i sportovci, kteří ve svém odvětví patří mezi špičku. To jsem chtěl změnit, a proto přicházím s projektem Sportstarter, abych společně s fanoušky českým sportovcům pomohl k dosažení jejich cílů. Věřím tomu, že v České republice je spousta nadšených sportovců, o nichž by se mělo vědět. Zároveň si přeji, abychom vytvořili sportovní komunitu a partu lidí, kteří táhnou za jeden provaz,“ vysvětluje provozovatel platformy Standa Němeček (SPORTSTARTER, ©2014).

Princip platformy

Projekty zde může založit každý jednotlivec, nebo sportovní pár, který potřebuje finanční podporu k dosažení svých cílů v příští sezóně. Minimální věk zde nastavený je na 16 let. Pokud chce být autor zařazen do kampaně, je třeba na platformu vložit kreativní video,

zajímavý sportovní příběh a nastavit odměny pro své přispěvatele (SPORTSTARTER, ©2014).

Na rozdíl od CFP HitHit, Sportstarter pracuje na „Co jsi získal, je tvé“ modelu financování. Takže i projekty, které nedosáhnout 100 % zadané částky, jsou úspěšné a zakladatel projektu si může vybraný obnos ponechat.

Doba trvání kampaně

Maximální délka kampaně 1 rok.

Poplatky a provize platformy

Provize z vybrané částky činí 10 % a slouží zejména k pokrytí nákladů za webovou prezentaci (zpracování videa a grafiky), mediální podporu a bankovní poplatky spojené s platbami. Provozovatel sepisuje s každým sportovcem individuální smlouvu, kde je stanovena provize 10 % + DPH (SPORTSTARTER, ©2014).

Jestliže se sportovci například podaří vybrat 10 000 Kč, provize činí 1 000 Kč a odváděné DPH se rovná 210 Kč. Sportovec tedy na svůj účet obdrží 87,90 % vybrané částky ve své výzvě. Platforma využívá platební bránu GoPay, poplatek za zpracování platby je již zahrnut v provizi (SPORTSTARTER, ©2014).

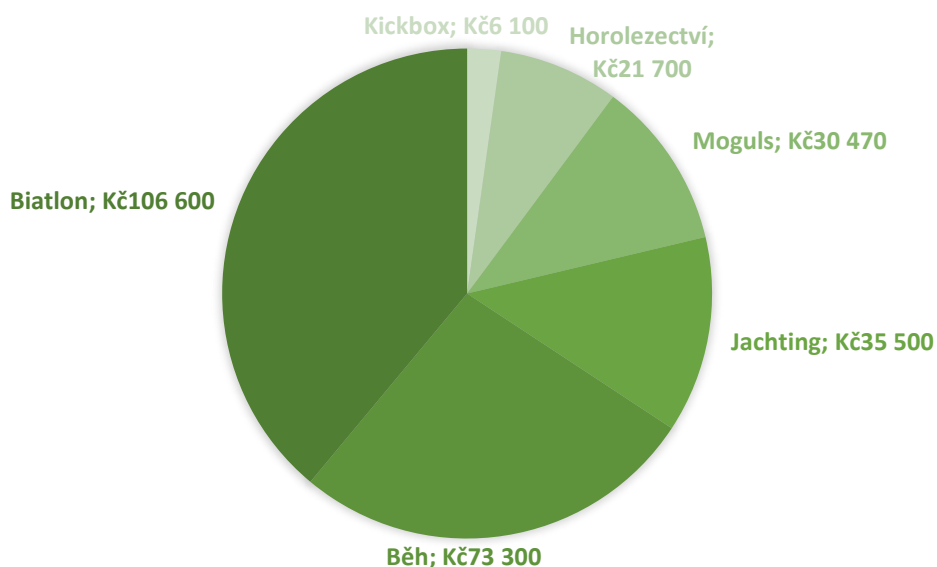
Úspěšnost projektů na platformě Sportstarter

Sportstarter patří mezi menší CFP, od roku 2015 je na jejich webových stránkách vedeno pouze 8 sportovních projektů. Jelikož se zde uplatňuje model financování „Co jsi získal, je tvé“ (Keep What You Raised), úspěšné jsou všechny projekty.

Projekty s největším úspěchem

Díky malému množství uskutečněných projektů, můžeme si je zde uvést všechny. Z grafu č.10 je patrné, že nejúspěšnější z nich dosáhl částky 106 600 Kč a spadá do kategorie biatlonu. Poté, co Veronika Zvařičová utrpěla závažná zranění, vypadla z reprezentace na mistrovství České republiky v biatlonu. Nechtěla se ovšem jen tak vzdát svého snu a poprosila o pomoc právě na platformě Sportstarter a podařilo se jí vybrat přes sto tisíc korun na dvě zahraniční soustředění, aby zlepšila svou formu a mohla zase závodit (SPORTSTARTER, ©2014).

PROJEKTY NA PLATFORMĚ SPORTSTARTER



Graf 10 Projekty na platformě Sportstarter (Zdroj: vlastní zpracování)

4.2.3 Startovač

Vznik platformy

Platforma byla založena v dubnu roku 2013.



Obrázek 12 - Logo platformy Startovač (Zdroj: Startovac.cz)

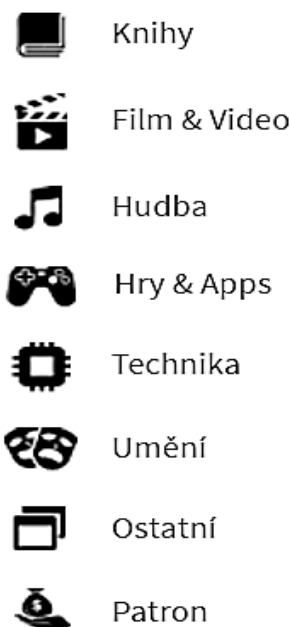
Zaměření platformy

Jedná se o další českou crowdfundingovou platformu, která funguje na bázi odměn, podporující kreativce a jejich nové podnikatelské záměry (Army of Darkness, s.r.o., ©2013).

Na platformě nejsou vítány (Army of Darkness, s.r.o., ©2013):

- projekty odporující zákonům ČR,
- projekty, které mají za jediní cíl financování vašeho života,
- pornografické projekty,
- neuskutečnitelnosti.

Na platformě naopak můžeme najít **9 kategorií projektů**, jedná se o: Knihy, Film a video, Hudba, Hry a aplikace, Technika Umění, Ostatní a Patron.



Obrázek 13 - Kategorie financovaných projektů na platformě Startovač (Zdroj: Startovac.cz)

Patron kategorie je velice specifická a tenhle typ příspěvků poskytuje v českém prostředí právě jen platforma Startovač. Jde o platby odcházející z účtu přispěvatele každý měsíc, hovoří se tedy o kontinuální podpoře. Většinou zde nebývají žádné odměny.

Princip platformy

Zakladatelem projektu může být kdokoliv starší 18 let. Každý projekt má předem stanovenou cílovou částku a počet dní na dokončení. Platforma pracuje s přístupem „všechno nebo nic“. Při vytváření projektu je klient nejprve vyzván k zadání cílové částky a kategorie, do které projekt patří, a následně k časovému intervalu.

Doba trvání kampaně

Autor si může vybrat mezi 15, 30 nebo 60 dny.

Poplatky a provize platformy


Jak již je při uvedeném modelu „všechno nebo nic“ jasné, při neúspěšném projektu se poplatky ani provize neplatí. Pokud tak nastane u projektu vedeném v EUR, přispěvatelům budou vráceny peníze převodem na účet přepočítané dle aktuálního kurzu u ČSOB. Pokud je projekt úspěšný, platforma je oprávněna od konečné vybrané částky odečíst transakční

poplatky, viz. tabulka 6, a také provizi v rozmezí 5 % - 9 % dle dosažené částky, viz. tabulka 5 (Army of Darkness, s.r.o., ©2013).

Tabulka 6 Provize projektů na platformě Startovač (Zdroj: Startovač.cz)

Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 500 000 Kč nebo 20 000 EUR	5 %
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 50 000 Kč nebo 2 000 EUR	7 %
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je nižší než 50 000 Kč nebo 2 000 EUR	9 %

Tabulka 5 Transakční poplatky na platformě Startovač (Zdroj: Startovac.cz)

Transakční poplatek při platbě kartou na úspěšný projekt	2 % z Kč příspěvku / 2,2 % + 0,1 EUR z EUR příspěvku 
Transakční poplatek při platbě převodem na úspěšný projekt	0 Kč / 0 EUR
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť T-Mobile CZ	10,89 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Vodafone CZ	15,25 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Telefónica CZ	15,73 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť U:fon	19,36 %

Úspěšnost projektů na platformě Startovač

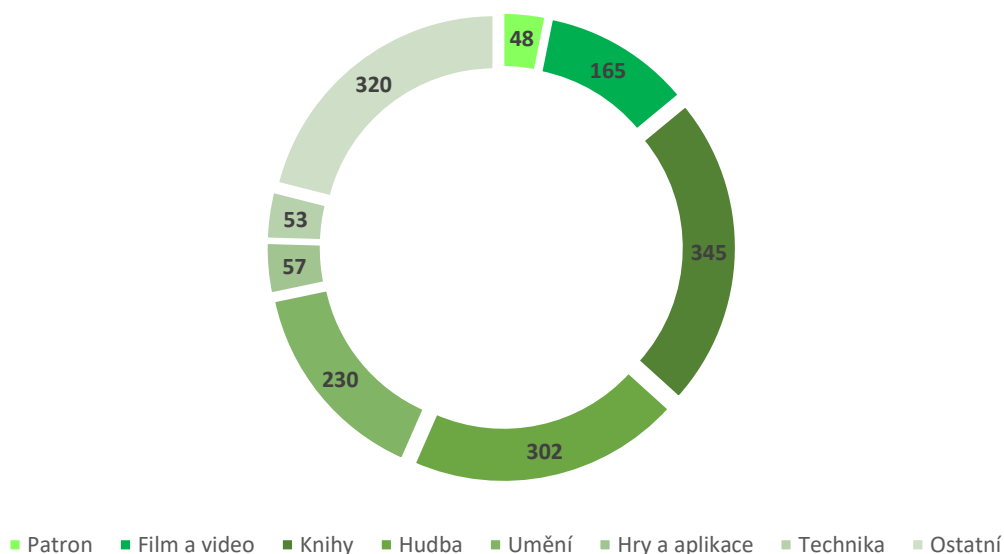
K dubnu 2022 byla na platformě Startovač ukončeno celkem 1 520 úspěšných projektů z osmi kategorií.

Podobně jako u platformy HitHit, největší podíl na úspěchu mají kategorie:

- Knihy s 345 projekty,
- Ostatní s 320 projekty,
- Hudba s 302 projekty,
- Umění s 230 projekty.

Nejmenší přírůstky zaznamenaly kategorie patron s 48 projekty, technika s 53 projekty, hry a aplikace s 57 projekty. Pokud jde o projekty neúspěšné, ty Startovač nezveřejňuje ani nearchivuje, tudíž nebylo možné tyto informace uvést.

Počet uskutečněných úspěšných projektů na CFP Startovač



Graf 11 Uskutečněné úspěšné projekty na platformě Startovač (Zdroj: vlastní zpracování)

Novinky

Platforma vydala 30.03.2020 jako reakci na COVID-19 pandemii článek s názvem „Zdarma pro Altruisty“, ve kterém oznamují, že nezištným projektům nebudou účtovat svou provizi. Ovšem poplatky za platby kartou a SMS platby budou stále účtovány.

Uvádějí: „Ať už tedy jde ve vašem projektu o pomoc záchraným a bezpečnostním složkám, nemocnicím, pomoc s distribucí léků nebo potravin, psychologickou pomoc a další možnosti, jak usnadnit přežití této nesnadné doby, které nás pravděpodobně ani nenapadly, vy nám platit nemusíte“ (Army of Darkness, s.r.o., ©2013).

Projekty s největším úspěchem

Tabulka č.7 uvádí nejúspěšnější projekty této platformy k dubnu 2022. Projekty jsou seřazeny podle procentuálního poměru celkové vybrané sumy k požadované částce. V tabulce je vždy uveden název projektu, minimální příspěvek přispěvatelů, požadovaná částka autora, celková vybraná částka na konci období, počet přispěvatelů a procento vybraných peněz. Datum skončení projektu či jeho začátku platforma nezveřejňuje.

Nejpodporovanějším projektem je na platformě Startovač s názvem – Linka 451 aneb zachraňte knížky. Minimální a jediný příspěvek činil 1 000 Kč. Za tenhle příspěvek si přispěvatel vybrat z nabídky odměn, které skrývaly sadu knih od různých nakladatelů.

Autor projektu uvádí: „Přišli jsme s nápadem, že by skrze crowdfunding nakladatelé prodávali balíčky produktů s překvapením. Lidé tak mohou podpořit nakladatele, který jim

přinesl oblíbené knížky nebo komiksy, a dokonce ještě něco dostanou! To je v podstatě tzv. loot box – krabička s překvapením, které vám na oplátku pošle ten nakladatel, kterého jste podpořili“ (Army of Darkness, s.r.o., ©2013).

Tento projekt podpořilo celkem 3 133 přispěvatelů a z cílové částky 100 000 Kč se náhle stala vybraná částka přesahující 3 miliony Kč.

Tabulka 7 Nejúspěšnější projekty na platformě Startovač.cz (Zdroj: vlastní zpracování podle Startovac.cz)

Projekt	Min. příspěvek	Požadovaná částka	Vybraná částka	Počet přispěvatelů	Procento vybraných peněz
Linka 451 aneb zachraňte knížky	1 000 Kč	100 000 Kč	3 165 900 Kč	3 133	3 165 %
Trabantem napříč kontinenty – Hra	950 Kč	300 000 Kč	5 116 262 Kč	4 067	1 705 %
Bulánci se vrací	250 Kč	500 000 Kč	7 308 770 Kč	8 541	1 461 %
Trabantem napříč kontinenty – Kniha	601 Kč	300 000 Kč	4 287 191 Kč	3 268	1 429 %
Časopis Level: Digitální archiv	100 Kč	150 000 Kč	1 682 072 Kč	1 119	1 121 %
Anarchoka pitalismus	100 Kč	656 562 Kč	65 536 Kč	962	1 001 %
Jak na Apple fotky s	69 Kč	50 000 Kč	374 342 Kč	920	748 %
Kniha 42 Mikoláše Tučka	150 Kč	100 000 Kč	654 860 Kč	1 136	654 %
Kubrt vs Deskovky 2019	50 Kč	12 000 Kč	74 225 Kč	144	618 %

Re-play staví nové studio	100 Kč	200 000 Kč	1 173 650 Kč	1 193	586 %
--	--------	------------	--------------	-------	--------------

4.2.4 Peněždroj

Vznik platformy

Tento portál vznikl v roce 2015.



Obrázek 14 - Logo platformy Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)

Zaměření platformy

Platforma podporuje projekty v několika kategoriích, viz. obrázek 15. Portál spojuje autory obchodních a kreativních projektů s jejich potenciálními investory a podporovateli.

Cestování	Technologie
Gastronomie	Umění a design
Charita	Vzdělání
Komunita	Ostatní
Sport a zdraví	Služby

Obrázek 15 - Kategorie projektů na platformě Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)

Princip platformy

Pokud se autor projektu rozhodne využívat portál Peněždroj, musí si zde nejprve vytvořit účet. Poté obdrží potvrzovací e-mail pro aktivaci profilu a kampaň může začít. Platforma nabízí jako první v České republice více typů financování. Umožňuje dárcovský, podílový a odměnový crowdfunding na jedné platformě. Tyto typy lze navzájem kombinovat. Než se projekt zveřejní, je zkontrolován týmem platformy (Fundhall s.r.o., ©2022).

I na téhle platformě je využíváno modelu „Všechno, nebo nic“ – pokud se nevybere cílová částka, peníze očištěny o bankovní poplatky, se vrací přispěvatelům. Cílová částka projektu lze nastavit minimálně na 5 000 Kč, maximální není určena (Fundhall s.r.o., ©2022).

U tohoto portálu funguje ověření identity autora projektu. U právnické osoby se kontrola provádí prostřednictvím obchodního rejstříku, u fyzické osoby úředně ověřeným podpisem nebo kopií občanského průkazu (Fundhall s.r.o., ©2022).

Doba trvání kampaně

Doba trvání je zde 10–55 dní.

Poplatky a provize

Provize jsou účtovány v procentech z částky, kterou projekt nastřádá během kampaně na portálu Peněždroj.cz, a to pouze úspěšným projektům, (tzn. těm, které dosáhnou během stanoveného času alespoň své cílové částky). Provize se rovná 7 % u podílového i odměnového typu crowdfundingu na téhle platformě (Fundhall s.r.o., ©2022).

Peněžní toky portálu Peněždroj spravuje firma Pays.cz s.r.o., za své služby si společnost Pays.cz účtuje níže uvedené poplatky:

- **Poplatky za příspěví**

Náklady spojené s poplatky za příspěví hradí Autor projektu. Autorovi projektu jsou tyto poplatky odečteny od vybrané částky, a to pouze v případě úspěšného projektu. Doporučuje se proto použít platební možnost s co nejnižším poplatkem, díky čemuž získá více peněz autor projektu (Fundhall s.r.o., ©2022).

Platební karty	5,- Kč + 2,5% z hodnoty transakce
QR Platby	5,- Kč + 1% z hodnoty transakce
Bankovní převod	5,- Kč + 1% z hodnoty transakce
PayPal	15,- Kč + 5% z hodnoty transakce

Obrázek 16 - Poplatky na platformě Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)

- **Poplatky za vrácení částky přispěvateli (neúspěšný projekt)**

Jedná se o 10 Kč za každou jednu vrácenou transakci. Tento poplatek je hrazen přispěvatelem. V tomto případě se neúčtují žádné jiné poplatky (částka zaslaná přispěvatelem se vrátí zpět na jeho účet zkrácená o 10,- Kč) (Fundhall s.r.o., ©2022).

- **Poplatek za převedení vybraných prostředků z Pays.cz na bankovní účet autora**

Činí jednorázově 39 Kč.

Zajímavost

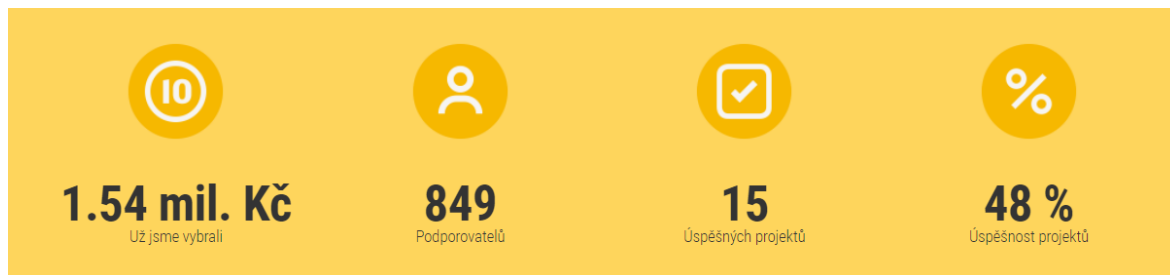
Interní tým Peněždroje má pouze omezenou kapacitu věnovat se jednotlivým projektům v oblasti konzultačních služeb. Pokud poptávka autora projektu překročí kapacitu nebo znalosti interního týmu, budou autorovi nabídnuty služby vybraných externích partnerů. Orientační ceny těchto služeb následují níže:

Typ služby	Orientační cena	Příklad
Školení	3 000 – 5 000 CZK / den	"Jak připravit Business plan"
		"Jak se připravit na jednání s investorem"
		"Jak nastavit finanční řízení včetně finančního plánu"
		Apod.
Poradenství	cca 2 000 CZK / hodina	"Příprava business plánu" (celková časová náročnost se pohybuje podle složitosti podnikatelského záměru od 20 do 100 hodin)
		"Zpracování marketingové kampaně" (celková časová náročnost se pohybuje podle složitosti kampaně od 10 do 50 hodin)
Development	50 000 – 100 000 CZK / měsíc	Tento typ konzultační služby znamená, že se stane například finanční ředitel partnerské firmy po určitý čas (například 6 měsíců) Vaším finančním ředitelem a pomůže Vám nastavit finanční řízení. Alternativou k penězům může být po dohodě s partnerskou firmou malý podíl ve Vaší společnosti.
	Alternativně x% společnosti	
Financování	Jednotky procent pouze z úspěšného financování.	Typickými službami v této oblasti jsou poradenství v oblasti dotací, poradenství v oblasti bankovního financování, či poradenství v oblasti venture kapitálového financování. Většina partnerů si strhává poplatek pouze v případě úspěšného profinancování Vašeho projektu.

Obrázek 17 - Služby poskytované platformou Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)

Úspěšnost projektů na platformě Peněždroj

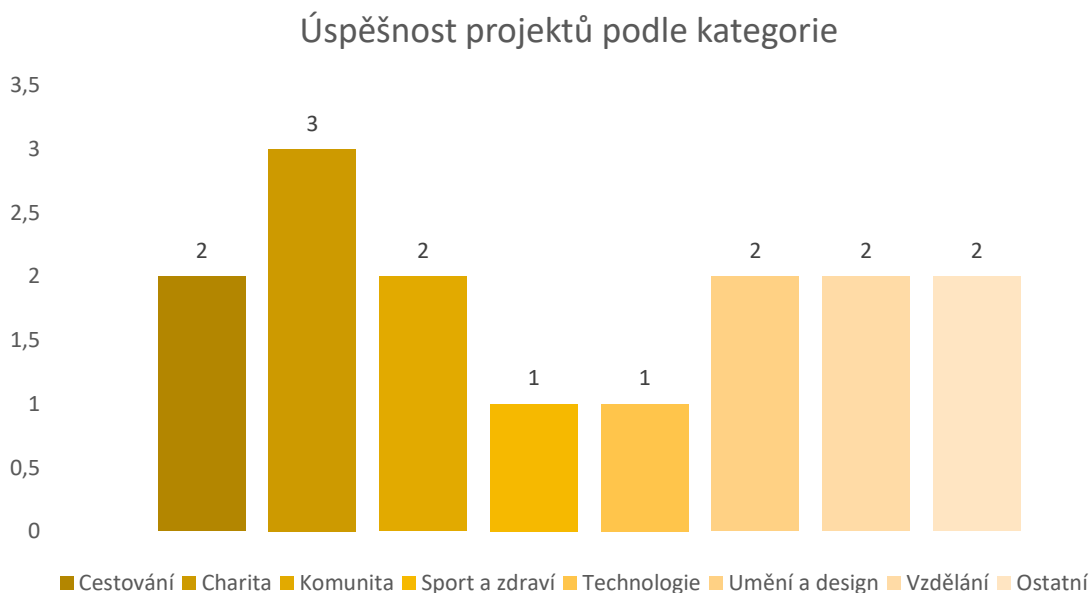
Na platformě jsou uvedeny pouze projekty, které byly úspěšně dokončeny. K dnešnímu dni, se jejich počet zastavil na 15. Úspěšnost projektů platforma slibuje na 48 %, viz. obrázek 18. Neúspěšné projekty se zde nijak nearchivují a není k nim přístup.



Obrázek 19 - Statistiky platformy Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)

Graf č.12 vyobrazuje úspěchy podle kategorií platformy a graf č.13 úspěchy podle typu crowdfundingu poskytovaném na platformě.

- **Podle kategorie**

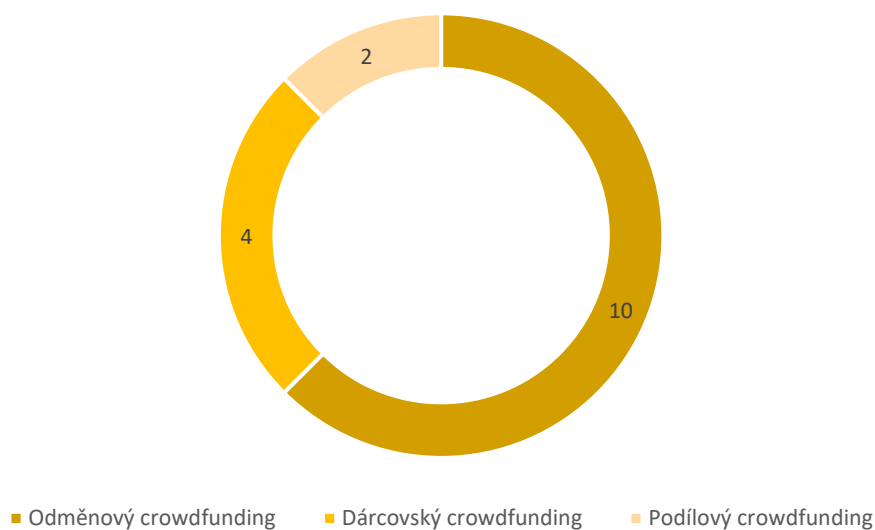


Graf 12 Rozdělení úspěšných projektů podle kategorie (Zdroj: vlastní zpracování)

- **Podle typu crowdfundingu**

Jeden projekt je kombinací oblasti odměn a podílu. Tudíž je obsažen v obou kategoriích a celkový počet projektů je zde tedy roven 16.

Úspěšnost projektů podle typu crowdfundingu



Graf 13 Rozdělení úspěšnosti projektů podle typu crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování)

Projekty s největším úspěchem

Nejúspěšnějším projektem z oblasti odměnového crowdfundingu podle počtu % vybraných peněz platformy Peněždroj, je financování do XRXMAG – Komiksového magazínu. Dva studenti bakalářského studia si chtěli splnit sen a vydávat svůj komiksový časopis.

Z požadované částky 12 000 Kč, bylo vybráno 16 560 Kč, tudíž 138 %. Tento projekt měl 24 přispěvatelů a nejmenší příspěvek byl 150 Kč. Zbytek projektů se uveden v tabulce níže, seřazen podle počtu %:

Tabulka 8 Nejúspěšnější projekty na platformě Peněždroj (Zdroj: vlastní zpracování)

Projekt	Min. příspěvek	Požadovaná částka	Vybraná částka	Počet přispěvatelů	Procento vybraných peněz
XRXMAG	150 Kč	12 000 Kč	16 560 Kč	24	138 %
Správnýpes.cz	100 Kč	20 000 Kč	24 500 Kč	11	122 %
TiltingVehicle	100 Kč	100 000 Kč	121 300 Kč	7	121 %
Pomoc základní škole	50 Kč	55 000 Kč	60 150 Kč	51	109 %
NoLimits Himalaya	50 Kč	150 000 Kč	162 750 Kč	166	108 %
Maloch 1916/2016	116 Kč	50 000 Kč	53 917 Kč	73	107 %
PilsHub	50 Kč	50 000 Kč	52 000 Kč	27	104 %

4.3 Porovnání aktivních odměnových crowdfundingových portálů

Tabulka 9. obsahuje pár kritérií, podle kterých budou platformy porovnávány. Jsou brány v potaz zejména: Princip fungování, Podmínky pro uživatele, Dobu trvání kampaně, Minimální příspěvky, odměny a celkové částky, Transakční poplatky, Provize, Platební brány a Úspěšnost projektů. Jde tedy o mix všeobecných a nákladových informací, které budou níže podrobněji popsány.

Tabulka 9 Porovnání aktivních odměnových CFP (Zdroj: vlastní zpracování)

Parametr/ Platforma	HitHit	Startovač	Peněždroj	Sportstarter
Vznik	2012	2013	2015	2015
Zaměření	Financování kreativních myšlenek	Kreativní a podnikatelská činnost	Charita, start-upy, projekty	Finanční podpora sportovcům
Princip fungování	„všechno, nebo nic“	„všechno, nebo nic“	„všechno, nebo nic“	„co jsi získal, je tvé“
Uživatelé	Osoby starší 18 let	Osoby starší 18 let	Osoby starší 18 let	Osoby od 16 let
Doba trvání	Min. 30 dní, max. 45 dní	15, 30 nebo 60 dní	Min. 10 dní, max. 55 dní	Max. 1 rok
Min. příspěvek přispěvatele	10 Kč	50 Kč	50 Kč	X
Min. částka odměny	10 Kč	Doporučena ve výši 100 Kč	50 Kč	X
Min. výše celkové částky	50 000 Kč	Doporučena ve výši 10 000 Kč	5 000 Kč	Není stanovena
Transakční poplatky (platba kartou)	1,59 % + 1 Kč	2% příspěvku	5 Kč + 2,5 % z hodnoty transakce	Obsaženo v provizi
Provize	Projekty do 200.000 Kč 9 % + DPH + 499 Kč Projekty nad 200.000 Kč individuální	Projekty s cílovou částkou do 50.000 Kč 9 %. Projekty s částkou vyšší než 50.000 Kč je 7 %. Projekty s částkou vyšší než 500.000 Kč je 5 %	U odměnového projektu je 7 %	10 % + DPH
Platební brána	GomGate	PayPal	Pays	GoPay
Známost platformy	1	2	3	4

Úspěšné projekty	2 304	1 520	15	8
Nejúspěšnější projekt	DVTV Extra – Rozhovory bez reklam	Linka 451 aneb zachraňte knížky	XRXMAG	Veronika Zvařičová – Biatlon

Na portále **HitHit** a **Startovač** neexistuje podpora pro charitativní projekty. **Sportstarter** je zase čistě **zaměřen** na činnost sportovců. Jediný **Peněždroj** je takový všeho mix, uplatnění zde najdou i charity, star-upy a projekty s nabídkou podílů.

Vybrané portály, kromě **Sportstarteru** fundují na **principu** „Všechno, nebo nic.“ Výjimku taky stanovuje pro **své uživatele**, u **Sportstarteru** je možnost financovat projekt, nebo ho založit už v 16 letech.

Co se ale zatím liší nejvíce, je **délka kampaní** a všech platform. Využití portálu **Startovač** je v tomto ohledu velice pohodlné, jelikož si autor může vybrat až ze tří časových intervalů. Pokud v projektu hraje roli naléhavost, může si autor vybrat kampaň pouze na 10 dní (**Peněždroj**) nebo 15 dní (**Startovač**). **HitHit** má svou délku kampaní nastavenou pouze maximálně do 45 dní, bez možnosti vést jakoukoliv kampaň déle. Nejdélší dobu nám nabízí **Sportstarter**, ale tomu zase chybí univerzalita, a můžeme jej využít pouze na sportovní účely.

Minimální výše odměn, které může přispěvatel za svůj příspěvek získat, je na portálu **HitHit** 10 Kč, nejvyšší z nejnižších doporučených odměn na portálu **Startovač** je 100 Kč. **Výše minimálních příspěvků** je v těchto případech téměř totožná.

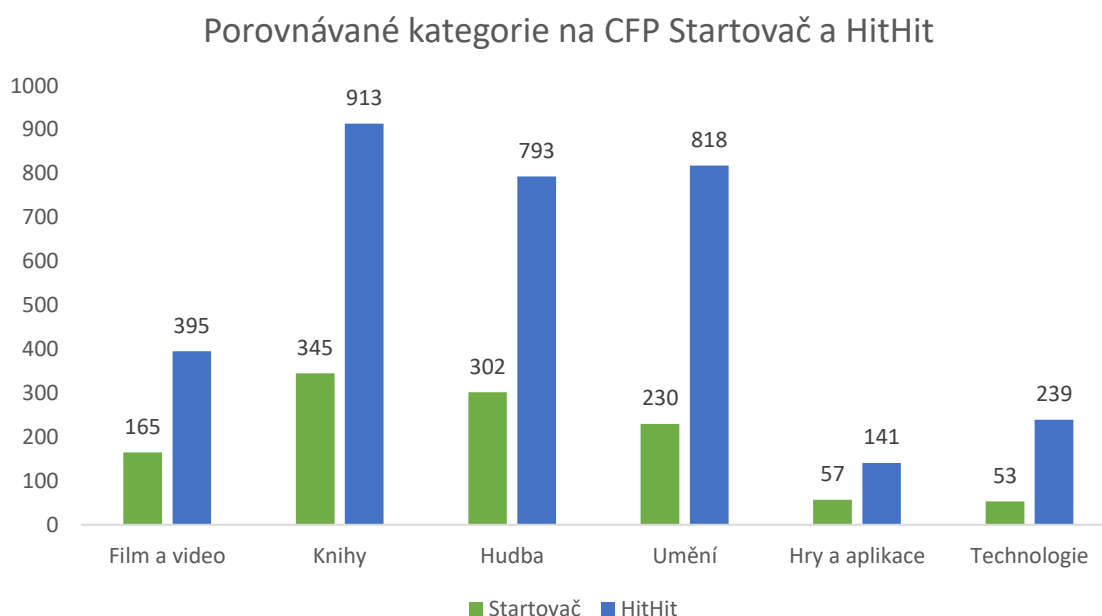
U **minimální výše celkové částky** je vidět, že na portálu **Sportstarter** uspějeme i s projektem do 5 000 Kč. Největším kontrastem je portál **HitHit**, kde je možné inzerovat projekty s cílovou částkou nad 50 000 Kč.

Co se týče transakčních poplatků, stále není jasné, který z těchto portálů je nejvýhodnější. Výše poplatků a provizí se vždy odvíjí od celkové vybrané sumy. **HitHit** vybírá **poplatky** spojené s bankovními převody a platebními kartami. Tato brána nevyužívá možnost placení přes platební bránu PayPal z důvodu vysokých poplatků. Příspěvky se vybírají na platební bráně do konce projektu. V případě úspěchu projektu bude výtěžek připsán na účet klienta. **Sportstarter** na druhou stranu neobsahuje žádné poplatky, protože jsou již zahrnuty v 10 % provizi. **Startovač** požaduje při placení kartou poplatky ve výši 2 %, ovšem vyšší poplatky mají spojeny s převodem přes platební bránu PayPal (3,4 % + 10 Kč). **Peněždroj** vybírá poplatky ve výši 5 Kč + 2,5 % z hodnoty transakce.

HitHit si bere 9 % **provizi** za projekty, jejichž cílová částka nepřesáhne 200 000 Kč. **Startovač** provize se pohybuje kolem 5–9 %. Při cílové částce do 50 000 Kč je výše provize, stejně jako skrze **HitHit**, 9 %. Při cílové částce 50 000 Kč je však provize již 7 %. Podle tohoto kritéria může být výhodnější používat platformu **Startovač**, a to i přes vyšší sazbu transakčních poplatků. **Peněždroj** má provizi u odměnových projektů nastavenou na 7 %. Nejvyšší provizi disponuje **Sportstarter** (10 %), ta ovšem zahrnuje i transakční poplatky. Bez důkladnějšího zkoumání všech nákladů na činnost platformem nelze určit správnou výši provize. Všechny portály využívají k převodu peněz **platební bránu**.

Počet **úspěšných dokončených projektů** a jejich **známost** se vzájemně definují. Nejvíce úspěšnými projekty disponuje platforma **HitHit**, také je díky tomu v České republice považována za neznámější a má i největší propagaci.

Na grafu níže můžeme vidět porovnání počtu úspěšně realizovaných projektů přes platformy **HitHit** a **Startovač** do dubna 2022. Tyhle dvě platformy jsou považovány za dvě nejlepší CFP v ČR. Jelikož fungují na stejném principu a mají mnoho společných kategorií a dostatek úspěšných projektů, vybrala jsem do porovnávacího grafu právě tyhle dvě platformy.



Graf 14 Počty úspěšných projektů porovnávaných podle společných kategorií (Zdroj: vlastní zpracování)

Pro porovnání byly vybrány pouze společné kategorie, v grafu chybí například: **design**, **vzdělávání**, **divadlo**, **komunita** a **fotografie**.

Jak je na první pohled jasné, své prvenství obhájila platforma **HitHit**. Ve všech společných kategoriích má vyšší počet úspěšných projektů než platforma **Startovač**. Největší rozdíl

vidíme v kategoriích **knihy a umění** – zde jsou rozdíly až přes 500 úspěšných projektů. Za to nejmenší rozdíl uvádí kategorie **hry a aplikace** s rozdílem 87 úspěšných projektů.

4.4 SWOT analýza zaměřená na odměnový crowdfunding

Jak bylo zmíněno na začátku této kapitoly, SWOT analýza se zaměřuje na posouzení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Následující tabulka obsahuje tuto analýzu, která se zaměřuje pouze na crowdfunding založený na odměnách. SWOT analýza je z pohledu autora kampaní.

SWOT analýza z pohledu autora

Tabulka 10 SWOT analýza z pohledu autora kampaně (Zdroj: vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Originální projekt	Špatně nastavená cílová částka
Znalost konkurence	Nesprávná segmentace
Atraktivní odměny	Nedostatečná komunikace s příznivci
Zajímavý příběh	Nevhodná crowdfundingová platforma
Příležitosti	Hrozby
Zpětná vazba pro projekt	Úspěch není garantován
Velká pozornost pro projekt	Krádež nápadu
Noví příznivci	Nezájem o projekt
Získání většího množství peněz	Podobné projekty

Silné stránky

Síla využití crowdfundingu na bázi odměn je pro autory projektů v originalitě a kreativě nápadu. Crowdfunding nabízí možnost pomoci těm, kteří nemohou realizovat svůj obchodní plán. Další silná stránka autora projektu spočívá v řadě atraktivních odměn, které může věnovat svým příznivcům. Za silnou stránku se také považuje zajímavý a poutavý příběh autora, který se dá snadno využít v crowdfundingové kampani. Čím větší důraz je kladen na propracovanost poutavé crowdfundingové kampaně, tím větší počet přispěvatelů dokáže přivést. Mezi další přednosti autora projektu může patřit znalost prostředí. Konkrétně se

jedná o znalost konkurenčních projektů nebo předchozí zkušenosti s tvorbou crowdfundingových kampaní a znalost platform, které tento typ crowdfundingu nabízejí.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky patří špatně zvolená crowdfundingová platforma. Před zahájením projektu si tedy autor projektu musí dobře rozmyslet, na jaké platformě se pokusí svůj projekt financovat. Dalším faktorem je špatné nastavení cílové částky. Ta by neměla být nadhodnocena, jelikož je zde možnost jejího nedosažení v požadovaném čase. V případě výběru platformy fungující na principu „všechno nebo nic“ nedostane autor projektu ani korunu. Další možnou slabinou je nedostatečná komunikace s přispěvateli. Autor projektu se musí maximálně snažit s přispěvateli pravidelně komunikovat a průběžně je informovat, například prostřednictvím sociální sítě nebo prostřednictvím CFP. Za slabinu lze považovat i špatné zacílení crowdfundingové kampaně na cílovou skupinu.

Příležitosti

Jakákoli zpětná vazba je pro autora projektu přínosem. Díky negativním ohlasům lze projekt pro příště vylepšit a autor projektu se z těchto chyb může poučit. Pokud autor projektu dostává dobrou zpětnou vazbu, signalizuje mu to, že dělá věci správně a že se lidem nápad líbí. Zpětná vazba o potenciálu projektu tak může být příležitostí. Další příležitostí je získat pozornost lidí, a to může být skvělý způsob, jak zviditelnit vás a váš projekt. Dobře provedená crowdfundingová kampaň může také přilákat nové podporovatele a přispěvatele. Jednou z velkých příležitostí je možnost vydělat větší částku, než je částka identifikovaná v crowdfundingové kampani. Pokud tedy dojde k překročení 100 % limitu, bude projekt v termínu pokračovat až do jeho stanoveného data.

Hrozby

Z hrozeb musíme zmínit existenci podobných projektů, tedy ohrožení projektu ze strany konkurence. Také nezáměr přispěvatelů se stává pro autora projektu hrozbou. Může to být způsobeno tím, že přispěvatel postrádá zájem o projekt, má příliš mnoho podobných projektů na výběr nebo je chyba v cílení na nesprávné publikum. Další hrozbou pro autory projektů může být krádež podnikatelských nápadů nebo i neschopnost platformy garantovat úspěch. Crowdfundingová platforma je pouze prostředníkem a neexistuje žádná záruka, že projekt bude úspěšně financován.

4.5 Crowdfundingové platformy založené na půjčce

4.5.1 Zonky

Vznik platformy

Platforma vznikla v červnu roku 2015.



Obrázek 20 - Logo platformy Zonky (Zdroj: Zonky.cz)

Zaměření platformy

Vlastníkem Zonky je česká investiční skupina PPF miliardáře Petra Kellnera. Zonky, resp. Benxy s.r.o. se k 1. prosinci 2021 sloučila s bankou Air Bank a.s. Zonky je česká CFP, která poskytuje P2P služby. Nabízí investiční možnosti a služby s vyřízením půjček.

Princip platformy

- **Před půjčkou**

Na Zonky se poskytují bezúčelové úvěry, které financují obyčejní lidé. To znamená, že si můžete půjčit téměř na cokoliv. Lidé si často půjčují na refinancování drahých půjček, vybavení či úpravy domu nebo na nákup nového auta. Můžete si například také půjčit na výzkum, vzdělání, elektronické vybavení nebo zahájení vlastního projektu (Air Bank a.s., ©2022).

- | | | |
|------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Auto-moto | <input type="checkbox"/> Elektronika | <input type="checkbox"/> Domácnost |
| <input type="checkbox"/> Vzdělání | <input type="checkbox"/> Zdraví | <input type="checkbox"/> Vlastní projekt |
| <input type="checkbox"/> Cestování | <input type="checkbox"/> Refinancování půjček | <input type="checkbox"/> Jiné |

Obrázek 21 - Kategorie nabízených půjček na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz)

CFP Zonky poskytuje online služby, jejichž prostřednictvím dokáže vyřídit půjčky velmi rychle a bez osobní účasti, což může být výhodou oproti sjednávání půjček s finančními institucemi. Pro vyřízení půjčky musíte být starší 18 let, občan České republiky s trvalým pobytem a bankovním účtem v České republice. Dále bude platforma potřebovat dva doklady totožnosti a doložit vaše příjmy. Půjčky lze sjednat od 20 000 Kč do 900 000 Kč na dobu 12 měsíců až 10 let. Jako asi každá finanční instituce, i platforma Zonky neposkytuje půjčky lidem, kteří jsou v exekuci nebo insolventi. Pokud si dlužník chce svou půjčku

pojistit z jakéhokoliv důvodu, je mu tak umožněno, pokud je mladší 65 let a není držitelem průkazu ZTP/P (Air Bank a.s., ©2022).

- **V průběhu půjčky**

Jakmile je připravena poptávka po půjčce a platforma získá vše, co je potřebné, platforma vám sama připraví nabídku půjčky na míru. Poté se podepíše smlouva pomocí SMS kódu. V moment, kdy je smlouva podepsána, platforma vám zašle peníze na účet. Někdy během pár minut, někdy to může trvat 1-2 dny (Air Bank a.s., ©2022).

Do vašeho příběhu ale investují jiní lidé, investoři platformy, kteří chtějí znát váš příběh a mohou se rozhodnout, zda do vaší půjčky na „Tržišti“ investovat. Na napsání příběhu máte jednu hodinu od podpisu smlouvy. Po této době bude půjčka automaticky vystavena. Půjčka s vaším příběhem určitě přiláká více investorů. Jednoduše napíšete investorům, co a proč si půjčujete nebo kam vás půjčka zavede. To, co zveřejníte a jak přilákáte investory, závisí na vás. Ale vždy v příběhu říkejte pravdu. Investoři nepotřebují vědět, kdo jste, váš příběh je zcela anonymní (Air Bank a.s., ©2022).

Na platformě také není problém poslat měsíčně vyšší splátku, než je sjednáno; úvěr dříve splatit či opoždění vaší splátky. Vše je na vzájemné domluvě a komunikaci.

Kromě poskytování půjček, platforma také nabízí služby v oblasti investic. Koncem roku 2021 Zonky zrušili investování do nových půjček manuálně. Nabídl tak službu „Rentiér“, kdy sama platforma za vás peníze do nízkorizikových spotřebitelských úvěrů, které prochází přísnými riskovými schvalovacími procesy (Air Bank a.s., ©2022).

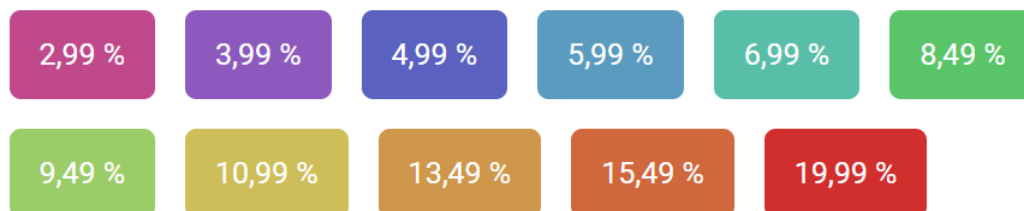
Doba trvání půjček

Půjčky mohou být sjednány od 12 měsíců s maximální dobou půjčky 10 let.

Poplatky, úroky a provize platformy

Půjčky zahrnují povinnost uhradit úrok. Úrok se na Zonky pohybuje v rozmezí 2,99 % až 19,99 % p. a. Od 17.05.2022 se ovšem bude minimální úrok zvedat na 3,99 %. Čím víc nám toho o sobě napíšete do poptávky, tím lépe dokáže platforma připravit opravdu férovou nabídku (Air Bank a.s., ©2022).

Úrok určují složitým výpočtem, kterým odhadují, jak vám splátky zasáhnou do života a jak velké je pro investory riziko, že půjčené peníze nevrátíte. Čím vyšší je riziko, tím větší je také úrok. Do výpočtu úroku vstupuje celá řada faktorů a jedná se o komplexní proces. Téměř polovina klientů od platformy dostane úrok do 6,99 %.



Obrázek 22 - Všechny nabízené úroky na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz)

Úrok je třeba uhradit s výší RPSN od 3,45 % do 26,91 % (roční procentní sazba nákladů na spotřebitelský účet). Na Zonky se do RPSN započítává úrok a jeden jediný poplatek: 2 % z půjčované částky, které si bere platforma jako odměnu za jejich práci (poplatek za poskytnutí úvěru). Poplatek se bude postupně hradit v rámci jednotlivých splátek vaší půjčky, a to tak, že první splátky budou použity na úhradu úroku a zčásti na úhradu jistiny a poplatku, a to do doby, než bude poplatek za poskytnutí úvěru zcela uhrazen. Zonky také nabízejí již zmíněné pojištění vaší půjčky. Výše úhrady za pojištění činí 8,9 % z výše splátky (Air Bank a.s., ©2022).

Lidé, kteří na Zonky své peníze půjčují ostatním, platí poplatek podle toho, do jakých půjček investují. A to v rozmezí od 0,2 % až do 5 % z ročně proinvestované částky. Průměrný výnos investorů se pohybuje okolo 4,05 % (Air Bank a.s., ©2022).

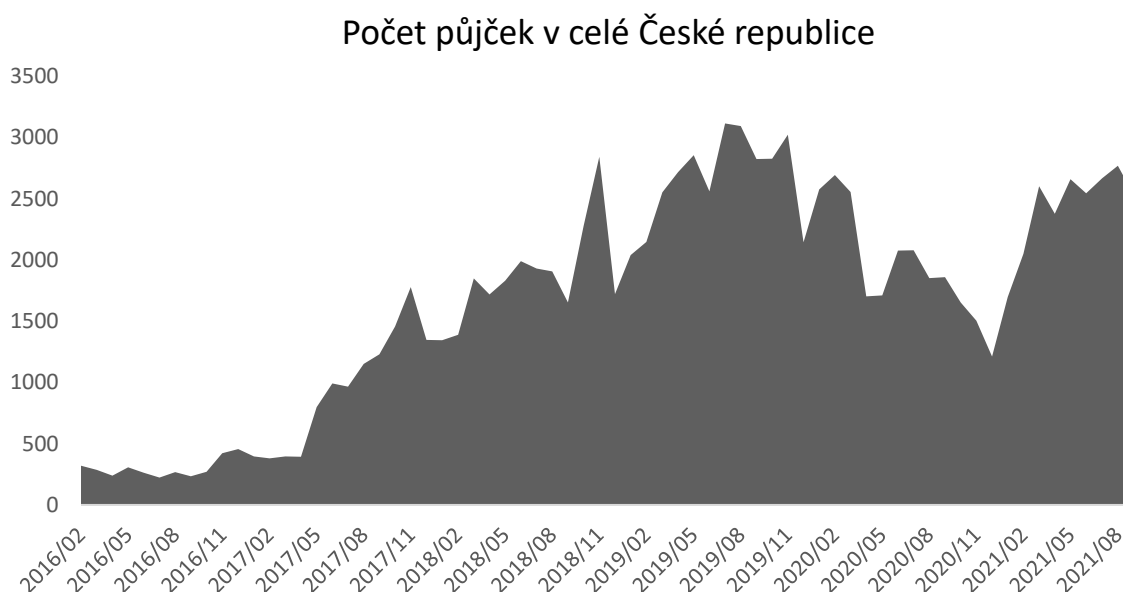
Úspěšnost platformy Zonky

Zonky v březnu 2021 půjčilo svým klientům přes šest set milionů korun. To je největší objem půjčených peněz za jeden měsíc v historii firmy.

„Ke skvělým obchodním výsledkům určitě napomohly také úpravy, které jsme minulý měsíc u naší půjčky provedli. Navýšili jsme limit půjčky až na 900 tisíc korun a zároveň jsme prodloužili maximální dobu splácení na deset let. Klienti mají o půjčky s novými parametry velký zájem, a tak očekáváme, že už v průběhu dubna poskytneme půjčku s pořadovým číslem sto tisíc,“ říká Jiří Humhal, CEO Zonky (Air Bank a.s., ©2022).

Zonky od svého startu poskytlo lidem půjčky v celkové hodnotě 21 miliard korun. Počet klientů s půjčkou byl na konci dubna 2022 81 tisíc, počet investorů pak přesáhl 55 tisíc. S aktuálním počtem 130 562 úvěrových smluv.

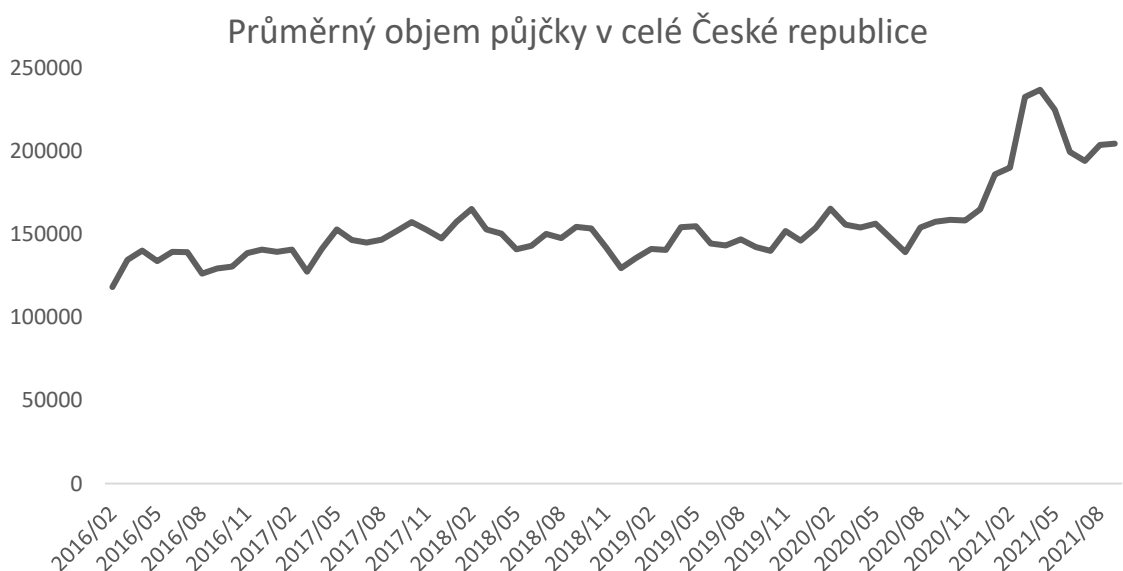
Na platformě je zveřejněn archiv půjček z celé ČR do srpna roku 2021. Počty půjček jsou v grafu 15 uvedeny v 4měsíčních intervalech pro větší přehlednost. Největších přírůstků byly zaznamenány v roce 2019, mohlo zde jít o dopad COVID-19 pandemie. Pokud se jedná o rok 2022, můžeme také předpokládat s nárůstem oproti roku 2021. Jak už výše uvedl CEO Zonky, platforma upravila maximální výši půjčované částky a také dobu splácení úvěrů (Air Bank a.s., ©2022).



Graf 15 Počet půjček v ČR na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz)

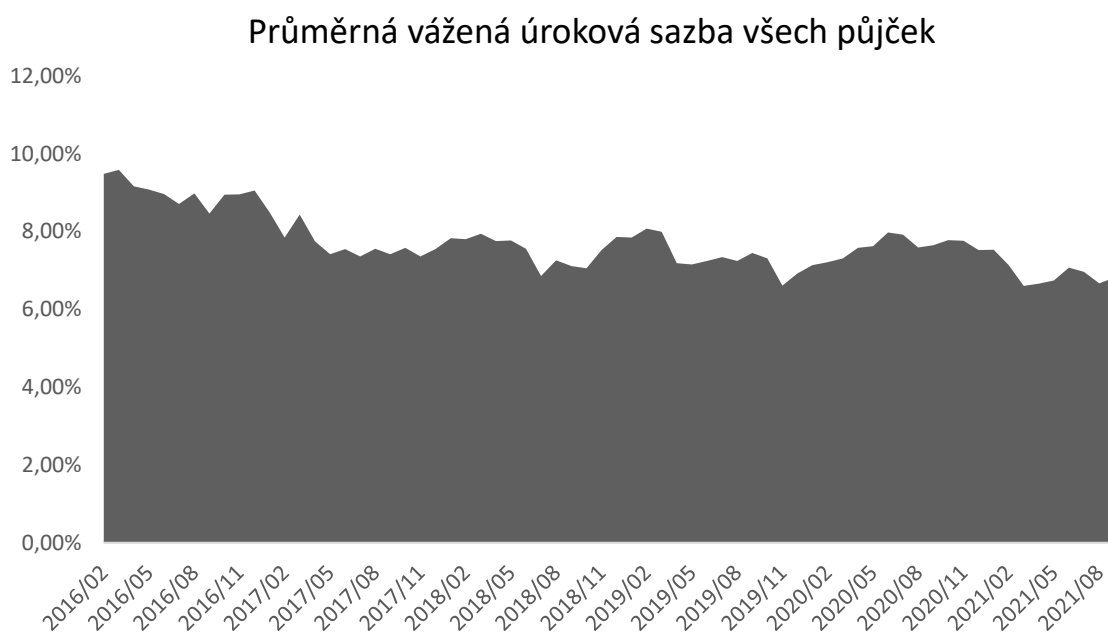
Graf č.16 ukazuje průměrný objem půjčky od roku 2016 do roku 2021.

Průměrný objem se do roku 2021 drží v rovině kolem 150 000 Kč. Největší nárůst je možné vidět v květnu minulého roku.



Graf 16 Průměrný objem půjčky v celé ČR na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz)

Poslední graf uvádí průměrnou váženou úrokovou sazbu poskytnutých půjček. Jak je na první pohled vidět, průměrná úroková sazba se každým rokem a malé procento snižuje. Může to být například nízkou rizikovostí půjček a poctivými dlužníky, kteří své závazky splácejí dobře. Jak již bylo popsáno na začátku kapitoly, výpočet úrokové sazby je velmi komplexní proces, do kterého vstupuje celá řada faktorů



Graf 17 Průměrný vážená úroková sazba (Zdroj: Zonky.cz)

4.5.2 SymCredit

Vznik platformy

Platforma vznikla roku 2013



Obrázek 23 - Logo platformy SymCredit (Zdroj: SymCredit.com)

Zaměření platformy

SymCredit byla jednou z prvních platform P2P financování v České republice. Zaměřuje se především na malé a střední podniky, poskytuje podnikatelské úvěry s často výhodnějšími úrokovými sazbami než klasické komerční banky (SymCredit, ©2022).

Princip platformy

Zákazníci si mohou vybrat ze tří typů půjček (SymCredit, ©2022):

- **Podnikatelská půjčka**
 - libovolný účel čerpání,
 - půjčka na 2-5 let,
 - měsíční nebo čtvrtletní splátka jistiny a úroků,
 - půjčky zajištěné, nezajištěné, s garancí,
 - úroková sazba 6-15 %.

- **Kapitálová půjčka**
 - libovolný účel čerpání,
 - půjčka na 2-5 let,
 - pouze úroky, nebo úroky se sníženou splátkou jistiny,
 - půjčky zajištěné, nezajištěné, s garancí,
 - úroková sazba 6-15 %.

- **Developerská půjčka**
 - na nákup či renovaci nemovitosti,
 - splatit či refinancovat v době splatnosti,
 - během výstavby pouze splátka úroků,
 - půjčky zajištěné,
 - úroková sazba 6-12 %.

SymCredit umožňuje dostupnost půjček řadě českých firem. Úspěšný žadatel o půjčku musí splňovat následující kritéria (SymCredit, ©2022):

- sídlo firmy v ČR,
- registrace u obchodního rejstříku či živnostenského rejstříku,
- podnik s minimálně dvouletou historií (výjimku tvoří ručení nemovitostí),
- trvalý pobyt vlastníka firmy v ČR,

- bezdlužnost (žádné nevyrovnané závazky ze soudních sporů, pokut a exekucí),
- žádné daňové závazky po splatnosti,
- čistá kreditní historie jak společnosti, tak jejích vlastníků.

Doba trvání půjčky

Půjčku lze sjednat na 2–5 let, dle typu půjčky.

Poplatky, úroky a provize platformy

Poplatky, které účtují žadatelům o půjčku, se liší v závislosti na rizikové kategorii, na typu půjčky a době její splatnosti. Poplatek za prověrku žadatelské firmy slouží k pokrytí nákladů na shromáždění a ověření veškeré požadované dokumentace. Poplatek za zprostředkování půjčky zaplatíte jen v případě, že je vaše půjčka investory zafinancována a vy se rozhodnete úvěr akceptovat. Poplatek je stržen při připsání úvěru na váš účet. Bezproblémový příjemce půjčky, který splatí všechny splátky včas, bude odměněn vrácením 25 % z poplatku za zprostředkování půjčky (SymCredit, ©2022).

Seznam všech poplatků je uveden v tabulkách níže.

- Kategorie A – nízké riziko
- Kategorie B – střední riziko
- Kategorie C – vysoké riziko

Tabulka 11 Poplatky z prověrky firmy (Zdroj: vlastní zpracování podle SymCredit.com)

Typ/Kategorie	A	B	C
Min. poplatek	2 000 Kč	3 000 Kč	4 000 Kč
Podnikatelská/Kapitálová půjčka	1 %	1 %	1 %
Developerská půjčka	1,5 %	1,5 %	1,5 %
Max. poplatek	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč

Tabulka 12 Poplatky za zprostředkování půjčky (Zdroj: vlastní zpracování podle SymCredit.com)

Typ/Kategorie	A	B	C
Podnikatelská/Kapitálová půjčka – 24 měsíců	1,5 %	2 %	2,5 %
Podnikatelská/Kapitálová půjčka – 36 měsíců	2 %	2,5 %	3 %
Podnikatelská/Kapitálová půjčka – 48 měsíců +	3 %	3,5 %	3,5 %
Developerská půjčka – 24 měsíců	2 %	2,5 %	3 %
Developerská půjčka – 36 měsíců	2,5 %	3 %	3,5 %
Developerská půjčka – 48 měsíců	3,5 %	3,5 %	4 %

Novinky

Co se týče událostí souvisejících s COVID-19, CFP SymCredit představil novinku v podobě takzvaných P2P koronových certifikátů. Účelem těchto certifikátů je pomoci malým a středním podnikům. Investoři mohou investovat svůj kapitál do certifikátů, které jsou poté reinvestovány do půjček malým a středním podnikům (SymCredit, ©2022).

Úspěšnost platformy SymCredit

SymCredit neposkytuje veřejnosti výroční zprávy a nikde nemá záznamy o úspěchu svých půjček.

4.5.3 Bankerat

Vznik platformy

Platforma vznikla roku 2010 v říjnu.



Obrázek 24 - Logo platformy Bankerat (Zdroj: Bankerat.cz)

Zaměření platformy

Bankerat je další CFP, která funguje na principu P2P půjček. Na svých stránkách dovoluje platforma i investice do půjček. Společnost se na českém trhu poprvé objevila v roce 2010, tedy existuje déle než Zonky a SymCredit. Zákazníkům poskytuje služby ve formě nebankovních půjček a investic (Bankerat, ©2022).

Princip platformy

Zájemce o půjčku nejprve vybere typ půjčky a spolu s požadovanou částkou uvede dobu splácení a maximální úrokovou sazbu za rok. Je zde výběr z těchto typů půjček (Bankerat, ©2022):

- půjčka bez registrů a bez doložení příjmu,
- půjčka bez doložení příjmů,
- půjčka bez registrů,
- půjčka s doložením příjmů a registrů,
- půjčka se zástavou nemovitosti.

Poté je žádost zařazena do tzv. aukce. Pokud se najde věřitel, žadatel o půjčku má na výběr, zda bezplatnou nabídku přijme nebo odmítne. Věřitelé mohou dlužníkům předkládat své vlastní nabídky. Spolu s nabízenou částkou udává i roční úrokovou sazbu, která však nesmí být vyšší než ta zadaná žadatelem. Proto tedy může být rovna nebo menší. Průměrná roční úroková sazba je 39 % (Bankerat, ©2022).

Žadatel má na vyplnění žádosti o úvěr maximálně 21 dní. Žádost může kdykoliv dokončit a poté dojde k zaslání smlouvy o půjčce na danou přijatou nabídku. V případě, že žádost nebude dokončena do uvedeného data, bude žádost automaticky dokončena 21. den po podání žádosti (Bankerat, ©2022).

U každé aukce lze nalézt informace o typu půjčky a osobní údaje zájemce. Z důvodu anonymity není uvedeno jméno ani adresa, ale pouze věk, rodinný stav, kraj, počet zletilých členů rodiny a typ bydlení. Dále jsou uvedeny zdroje příjmu, doložení měsíčního čistého příjmu a čistého měsíčního příjmu domácnosti (podle vybraného typu půjčky) (Bankerat, ©2022). Na obrázku č.29 je uvedena ukázka seznamu aukcí na platformě. Najdeme zde číslo aukce, typ půjčky, skupinu, výši požadované částky, úrokovou sazbu, splatnost půjčky v měsících a kolik zbývá do ukončení aukce (Bankerat, ©2022).

Číslo aukce	Typ půjčky	Skupina	Částka půjčky	Úroková sazba	Splatnost	Navýšení	Do konce zbyvá	Oblíbené	Akce
AP1094473		ZAM	30 000 Kč	45 % p.a.	24 měsíců	16 032 Kč	Skončeno	<input type="checkbox"/>	Detail
AP1094479		STU	30 000 Kč	45 % p.a.	12 měsíců	7 800 Kč	Skončeno	<input type="checkbox"/>	Detail
AP1094485		POD	10 000 Kč	30 % p.a.	36 měsíců	5 300 Kč	0 dní, 20:34:52	<input type="checkbox"/>	Detail
AP1094488		ZAM	100 000 Kč	46 % p.a.	36 měsíců	86 012 Kč	0 dní, 20:34:52	<input type="checkbox"/>	Detail
AP1094492		ZAM	30 000 Kč	21 % p.a.	12 měsíců	3 516 Kč	0 dní, 20:34:52	<input type="checkbox"/>	Detail

Obrázek 25 - Ukázka seznamu aukcí na platformě Bankerat (Zdroj: Bankerat.cz)

Doba trvání půjčky

Jak již bylo zmíněno, zájemci o půjčku si mohou vybrat z pěti různých možností půjčky z hlediska doložení potřeby příjmu, maximální výše půjčky a splatnosti (Bankerat, ©2022):

- půjčka bez registrů a bez doložení příjmu – do 10 000 Kč a 1 roku,
- půjčka bez doložení příjmů – do 30 000 Kč a 2 let,
- půjčka bez registrů – do 150 000 Kč a 3 let,
- půjčka s doložením příjmů a registrů – do 400 000 Kč a 3 let,
- půjčka se zástavou nemovitosti – do 600 000 Kč a 6 let.

Poplatky, úroky a provize platformy

Portál Bankerat sjednává úvěry s úrokovými sazbami od 9 % do 55 % v závislosti na splatnosti a typu úvěru. Investoři na této platformě neplatí žádné poplatky a jejich návratnost investice se pohybuje kolem 9 %-55 % ročně. Dále je ještě účtováno 1 % ročně z nesplacené výše půjčky. Maximální RPSN je 55 %. Pro dlouhodobé půjčky je RPSN nižší (Bankerat, ©2022).

Úspěšnost platformy Bankerat

Od roku 2010 platforma eviduje téměř 65 000 registrovaných uživatelů a přes 27 000 úspěšných žádostí o půjčku. Celková suma půjček přes tuto platformu překročila hranici 1,1 miliard Kč.

4.5.4 Bondster

Vznik platformy

Vznik platformy je datován do roku 2017.



Obrázek 26 - Logo platformy Bondster (Zdroj: Bondster.com)

Zaměření platformy

Tuto CFP provozuje společnost BONDSTER Marketplace s.r.o. a je to první P2B investiční platforma v ČR s možností investování již do existujících úvěrů. Úvěry jsou na platformě zajištěny nemovitostí, kryptoměnou, nebo jsou garantovány se zpětným odkupem. Pokud by došlo ze strany dlužníka k nesplácení úvěrů, poskytovatel půjčky garantuje navrácení zbývající investované částky, a to včetně úroků (Bondster Marketplace, ©2022).

Princip platformy

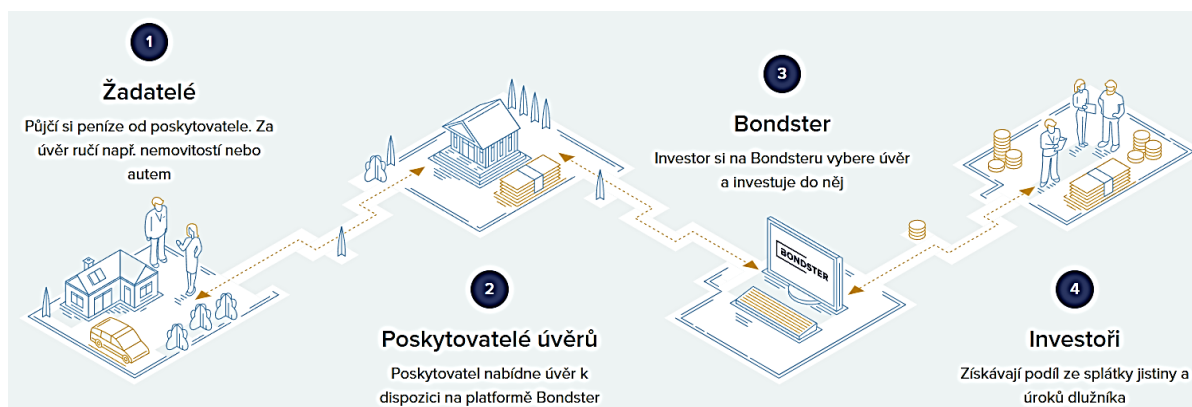
Bondster je investiční trh a funguje pouze jako prostředník mezi investorem a důvěryhodným věřitelem. Investorem může být fyzická osoba starší 18 let s trvalým pobytem na území České republiky a dalších zemí Evropské unie a vybraného počtu zemí mimo Evropskou unii. Nebo může jít o právnickou osobu s bydlištěm na území Evropské unie. Dalším požadavkem na ověření totožnosti registrujícího je bankovní účet na své jméno. K dokončení registrace stačí doložit vlastnictví bankovního účtu nebo doklad o výpisu z účtu, který by neměl být starší tři měsíců (Bondster Marketplace, ©2022).

Po dokončení registrace investoři vloží své prostředky na svůj investorský účet zřízený u Bondster. Minimální výše investice je 100 Kč, maximální výše není omezena.

Principem jakékoli investice do půjčky je, že žadatel o půjčku si musí půjčit peníze od poskytovatele. Poskyvatelé poté převedou půjčku na platformu, aby investovali na trhu Bondster (Bondster Marketplace, ©2022).

Registrovaní a prověření investoři si také mohou vybrat již existující půjčku, do které investují své volné prostředky ke zhodnocení. Žadatel pak pravidelně splácí úvěr svému poskytovateli. Bondster alokuje výplatu investorovi spolu s úrokem (Bondster Marketplace, ©2022).

Lépe popisuje princip platformy Bondster obrázek č.27:



Obrázek 27 - Princip platformy Bondster (Zdroj: Bondster.com)

Doba trvání investic

Půjčky lze poskytnout se splatností 1 rok a více. V případě předčasného ukončení investice může být požadována výplata poplatků.

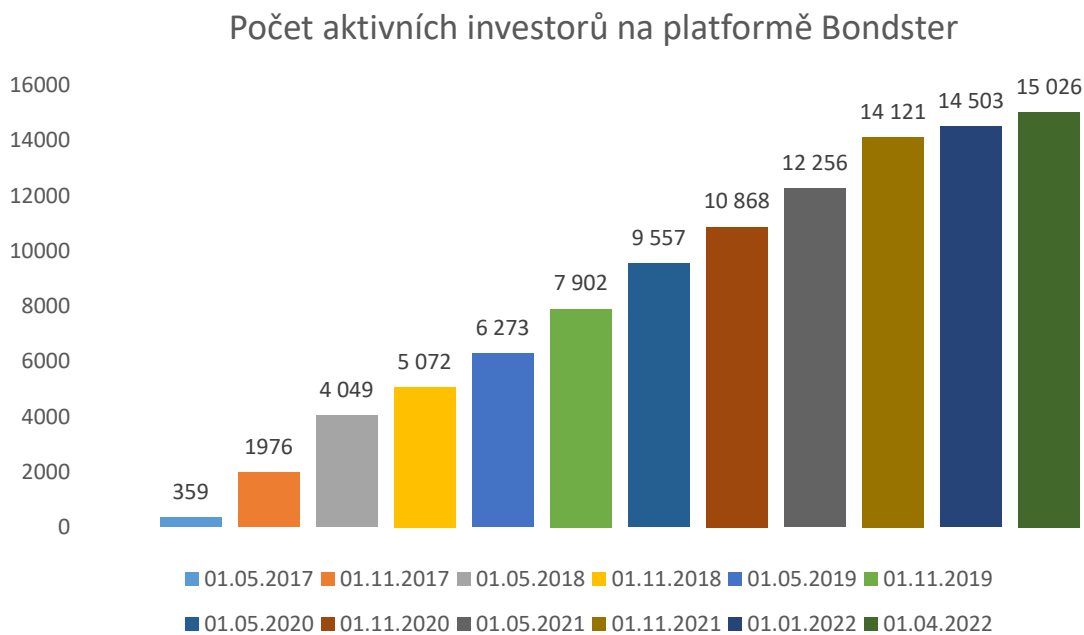
Poplatky a provize platformy

Výhodou je možnost investovat ve dvou měnách, v korunách a v eurech. Bez poplatku se investuje v eurech. U investic v CZK je výše poplatku 1 % z výše investice ročně. Průměrný roční výnos Kč je cca 7,90 % v EUR 14,09 % (Bondster Marketplace, ©2022).

Úspěšnost platformy Bondster

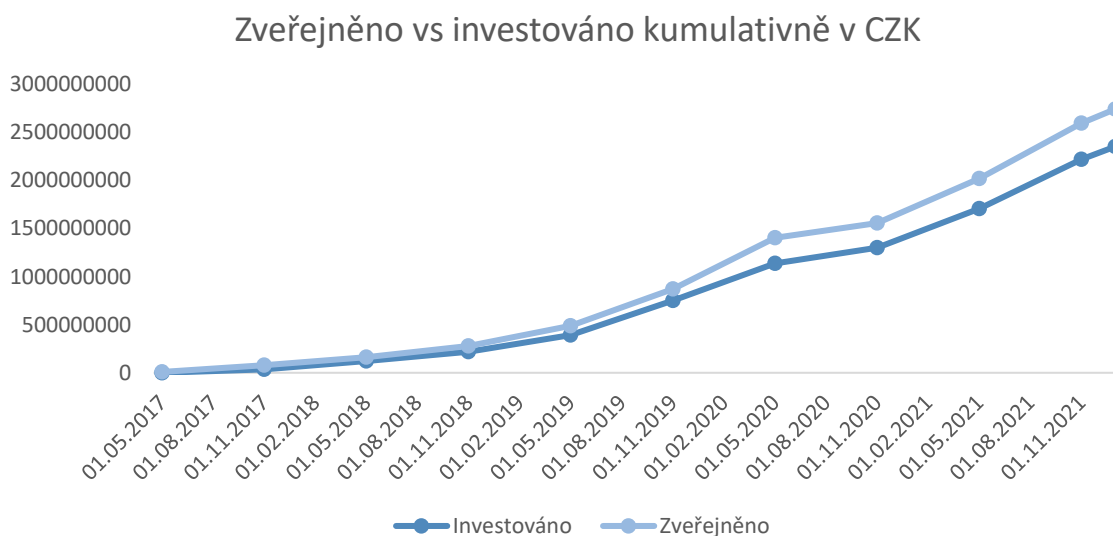
Počet investorů na Bondsteru roste v průměru o 3 % měsíčně. Aktuálně platforma eviduje přes 15 000 registrovaných investorů a objem proinvestovaných půjček přes 2 miliardy korun. Výše vyplacených úroků roste se zvyšujícím se počtem investorů i finanční atraktivitou nabízených investic. Každý rok investoři na této platformě vydělají na úrocích 4 850 Kč (Bondster Marketplace, ©2022).

Na grafu níže můžeme vidět vyvíjející se počty aktivních investorů na téhle platformě. Do budoucna lze předpokládat zvyšující se potenciál této platformy. Sama platforma uvádí, že počty investorů přímo úměrně rostou každým měsícem.



Graf 18 Počet aktivních investorů na platformě Bondster (Zdroj: vlastní zpracování podle Bondster.com)

Graf č.19 ukazuje, jaký podíl Kč je skutečně investován do zveřejněných nabídek. Celkově na platformě Bondster investoři proinvestovali již 2 102 988 060 Kč.



Graf 19 Zveřejněno vs investováno na platformě Bondster (Zdroj: vlastní zpracování podle Bondster.com)

4.6 Porovnání CFP na bázi půjček

Tabulka 13 obsahuje srovnání čtyř platformů crowdfundingu založených na půjčkách z vybraných perspektiv. Zonky, SymCredit a Bankerat fungují na principu P2P financování s možností sjednávat půjčky a možností investovat své peníze. Jediný rozdíl je v tom, že platforma Bondster, která je příkladem P2B investiční platformy v ČR, nabízí pouze investiční možnosti.

Tyto portály se navíc liší dobou trvání půjčky. Nejširší sortiment nabízí Zonky, kde je možné si půjčit od 12 měsíců do 10 let. Portál SymCredit nabízí poměrně nevýhodnou dobu půjčky. Jedná se o období 2 až 5 let.

Dalším parametrem pro srovnání je minimální doba investice. V tomto ohledu jsou jednotlivé platformy podobné, s výjimkou platformy Bankerat, přes kterou je možné investovat do půjček se splatností 6 měsíců a více. Překvapivá je minimální výše investice. Na rozdíl od CFP Bondster, Zonky a Bankerat, kde je minimální částka 100 Kč nebo 200 Kč, SymCredit vyžaduje minimální výši investice 1 000 Kč. Poplatky se liší v závislosti na typu půjčky, celkové výši zaplacené půjčky nebo roční výši investice. Největší rozdíl v poplatcích byl zkoumán na platformě SymCredit, která si účtuje poplatky v závislosti na typu úvěru od 1,5 % do 4 %.

Dále jsou v tabulce zmíněny minimální a maximální půjčované částky. Bankerat poskytuje nevyšší možnou výši půjčky, jelikož financuje převážně malé střední podniky. U Bondsteru žádné rozmezí nenajdeme, protože se platforma zaměřuje pouze na investice.

Také RPSN se u těchto platformů velice liší. Největší rozmezí můžeme vidět u platformy Zonky, stejně tak i rozmezí jejich nabízených úrokových sazeb. Vysoké úrokové sazby i RPSN jsou vedeny u platformy Bankerat, jejich úvěr tedy vyjde poměrně drahý. I když slibují při dlouhodobých půjčkách RPSN nižší, tuhle hodnotu ovšem nebylo možné dohledat.

Tabulka 13 Porovnání CFP na bázi půjčky (Zdroj: vlastní zpracování)

Parametr/Platforma	Zonky	SymCredit	Bankerat	Bondster
Zaměření	P2P	P2P	P2P	P2B
Vznik	2015	2013	2010	2017
Poskytované služby	Půjčky a investice	Půjčky a investice	Půjčky a investice	Investice

Doba trvání půjčky	12 měsíců – 10 let	2–5 let	6 měsíců – 6 let	-
Doba trvání investice	Od 1 roku	Od 1 roku	Od 6 měsíců	Od 1 roku
Min. výše půjčky	20 000 Kč	Není uvedeno	10 000 Kč	-
Max. výše půjčky	900 000 Kč	Není uvedeno	30 mil. Kč	-
Min. investovaná částka	200 Kč	1 000 Kč	100 Kč	100 Kč
Počet investorů	55 000	Není uvedeno	Není uvedeno	15 000
Poplatky	2 % z půjčené částky, 0,2 % - 5 % investorský poplatek	1,5 %–4 % dle typu půjčky	1 % ročně z nesplacené částky půjčky	1 % ročně z investované částky v Kč
Úroková sazba	2,99 % - 19,99 %	6 % - 12 %	9 % - 55 %	-
RPSN	3,45 % do 26,91 %	Není uvedeno	55 %	-

4.7 SWOT analýza zaměřená na půjčkový crowdfunding

Druhou SWOT analýzou je definován půjčkový crowdfunding z pohledu investora do projektů.

Z pohledu investora

Tabulka 14 SWOT analýza půjčkového crowdfundingu z pohledu investora (Zdroj: vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Online investice	Riziko
Variabilita	Daně a administrativa
Diverzifikace	Není garantován úspěch
Výnosy	Mladost odvětví
Příležitosti	Hrozby
Snížení rizik	Celosvětová krize
Podpora EU	Neschopnost splácení jednotlivce

Správa portfolia	Nebezpečí online světa
Zajištění investic	Vytlačení drobných investorů

Silné stránky

Jednoznačnou výhodou jsou kompletní online procesy. Ať už jde o registrování do platformy, či vybírání investic. Variabilitu můžeme chápat jako možnost výběru investice s dobou trvání několik měsíců až let. Tyto platformy nabízí široké možnosti objemu vkládaných prostředků začínajících na stokorunách za měsíc. Stejně tak si můžete sami vybrat, jaké očekávané riziko jste ochotni podstoupit. Jednoduchá diverzifikace. Díky minimálnímu požadavku na objem vkládaných prostředků, v rámci P2P platformem můžete své investice diverzifikovat, tj. poskytnout menší objem prostředků většímu množství lidí/firem poptávajících financování. Za silnou stránku můžeme určitě považovat i nadprůměrný výnos, kdy reálný je potenciál 10% zhodnocení ročně. Celkově se nabídka „zhodnocení“ na platformách pohybuje nad 6 %, záleží však na tom, komu vlastně půjčujete (Rozkošný, 2019).

Slabé stránky

Za slabou stránku lze považovat nadprůměrné riziko, což jde ruku v ruce s nadprůměrným výnosem. Základní pravidla finančních trhů platí i v rámci crowdfundingu půjček a čím vyššího zhodnocení chcete dosáhnout, tím vyšší riziko musíte podstoupit. Výnosy podléhají zdanění dle §8 Zákona o dani z příjmu (úroky a jiné výnosy), kdy danění těchto výnosů představuje zvýšenou administrativu, která následně může „spolknout“ rozdíly v zisku, který realizujete na těchto platformách a spořicíh produktech (zde jsou úroky daněny 15 % a administrativa jde na vrub finanční instituce). Tenhle typ investování přes crowdfundingové platformy je poměrně mladý. Jsou již zavedené určité postupy, ale nikde není dáno, že jsou správné a je využíváno plného potenciálu a určité věci by nešly vylepšit (Rozkošný, 2019).

Příležitosti

Snížení rizik můžeme u investorů předejít hlavně s výběrem důvěryhodných žadatelů a získání jejich pravidelných splátek. Je to zapříčiněno tím, že peníze z investované částky chodí každý měsíc, a to vždy ve chvíli, kdy žadatel odesílá měsíční splátku. Výnosu neboli zisku se tak investor dočká už od prvního měsíce. Tenhle typ investic je podporován Evropskou Unií a nejsou tedy očekávány přísně regulace těchto platform. Některé

platformy poskytují svým investorům spravování a vedení jejich portfolia, tudíž se sami nemusí o nic starat. Tohle by mohla být skvělá příležitost pro nezkušené investory, kteří ovšem chtějí získat zisky. Zajištění investic je další věc, která souvisí se snížením rizik a zároveň by se mohlo jednat o skvělou příležitost. Platforma může pro své investory zajistit půjčky s nemovitostmi, kryptoměnami nebo zajistit jejich zpětný odkup, kdyby došlo k nesplácení.

Hrozby

V průběhu probíhající pandemie se zaznamenaly jisté změny v chování investorů. Ti jsou zpravidla opatrnější než před pandemií. Zvýšila se poptávka po půjčkách zajištěných nemovitostmi, které, ač s nižším úrokem, představují formu „bezpečnější“ investice. Jedním z dalších základních rizik je neschopnost dlužníka splácet. Pokud investor investuje do půjčky, která nemá sjednanou záruku a úvěrová společnost nemůže tuto půjčku odkoupit, a tudíž o vše investor přijde. Online svět byl již zmíněn jako silná stránka, ovšem dalo by se o něm uvažovat i jako o hrozbě. Pokud platforma nepoužívá například dvoufázové ověření či jiná opatření, nebyl by pro zkušeného hackera problém dostat se do jakéhokoliv profilu a peníze znehodnotit. Hrozbou mohou být i institucionální investoři, pokud na trh vstoupí, hrozí, že vypudí drobné investory, neboť skupují celé balíky půjček, ještě dříve, než se tyto půjčky zobrazí na „tržišti“ platformy (Konečný, 2021).

4.8 Crowdfundingové platformy založené na darování



Obrázek 28 - Logo platformy Daruj správně (Zdroj: Darujspravne.cz)

4.8.1 Daruj správně

Vznik platformy

Platforma vznikla v roce 2009.

Zaměření platformy

CFP s názvem Daruj správně je českou P2P platformou, kterou založilo Fórum dárců. Jedná se o první českou charitativní fundraisingovou platformu, jejímž cílem je finančně podporovat projekty realizované prostřednictvím prověřených a zcela transparentních neziskových organizací. Dárci si mohou vybrat z devíti kategorií:



Obrázek 29 - Kategorie na platformě Daruj správně (Zdroj: Darujsprávně.cz)

Princip fungování

Aby se nezisková organizace mohla zaregistrovat do portálu, musí splnit určité podmínky. Je potřeba doložit alespoň jeden rok fungování, musí veřejně zpřístupnit výroční zprávu a mít zřízenou veřejnou sbírku. Takto registrovaná organizace může zřídit bezplatnou krátkodobou nebo dlouhodobou veřejnou sbírku (Daruj správně, ©2017).

Součástí veřejné sbírky je crowdfundingová kampaň v doporučeném rozsahu. Kromě dobrého pocitu, je pro přispívajícího protihodnotou i potvrzení o daru. Pokud o něj dárcé sám požádá, bude mu zaslán prostřednictvím emailu (Daruj správně, ©2017).

Pokud projekt v daném časovém horizontu nedosáhne požadované cílové částky, peníze se dárcům nevracejí, ale jsou ponechány výhradně projektu. Nezisková organizace však musí informovat všechny dárcy, jak budou finanční příspěvky použity. Daruj správně tedy funguje na principu „co jsi získal, je tvé“ (Daruj správně, ©2017).

Doba trvání kampaně

Platforma doporučuje rozmezí 30-45 dní. Může být i kratší, ale zároveň reflektovat zvolenou cílovou částku. Déle než 45 dní není realistické pro/aktivně oslovovat dárcy a podporovatele (a neutrávit je) (Daruj správně, ©2017).

Poplatky a provize

Prostřednictvím portálu lze vytvořit sbírku zdarma. Platforma si neúčtuje poplatky ani provize. Pouze při platbě přes platební bránu bude odečteno 1 % z částky daru (Daruj správně, ©2017).

Úspěšnost platformy

Platforma spolupracuje s 324 prověřenými neziskovými organizacemi. Od založení bylo přes platformu uskutečněno mnoho projektů, ovšem díky principu, na kterém platforma

funguje, nejsou nikde archivovány dokončené sbírky. Ke květnu roku 2022 je nejvíce úspěšnou sbírkou Sbíрка na pomoc ukrajinským LGBT+ uprchlíkům od neziskové organizace Prague Pride, z.s. Bylo vybráno přes 20 000 Kč a požadovaný dar byl přesáhnut o 76 % (Daruj správně, ©2017).

4.8.2 Nadační fond pomoci

Vznik platformy

Platforma vznikla v květnu roku 2012.



Obrázek 30 - Logo platformy Nadační fond pomoci (Zdroj: Nadacnifondpomoci.cz)

Zaměření platformy

Fond vznikl spoluprací Markéty Sýkorové a Karla Janečka. Jejich heslo je: „Pomáháme lidem, kteří se cizím zaviněním dostali do těžké životní situace“. Tento fond se zaměřuje výhradně na lidi, kteří se stali obětí trestných činů, podvodů nebo přepadení. Od roku 2014 spustili na platformě možnost crowdfundingu (Nadační fond pomoci, ©2020).

Princip platformy

O příspěvky může žádat buď fyzická osoba, nebo nezisková organizace, tedy právnická osoba. V případě fyzické osoby se jedná o konkrétní osobu, která se ocitla v tíživé situaci. Podmínkou uznání příspěvku je předložení dokladů osvědčujících, že se žadatel nachází ve výše popsané obtížné situaci (Nadační fond pomoci, ©2020).

Doba trvání

Doba sbírky bývá stanovena na 30 dní – 6 měsíců.

Poplatky a provize

Nadační fond pomoci nevyžaduje žádné poplatky ani provizi za zprostředkování.

Novinka

V lednu 2020 spustila CFP Daruj správně svou novou crowdfundingovou platformu Znesnáze21. Znesnáze21 dává obyčejným lidem i neziskovým projektům možnost říct si o

pomoc bez zdlouhavé administrativy. Znesnáze21 jako 1. v ČR zkrátila dobu založení charitativní sbírky na desítky minut. Během prvních 11 měsíců fungování spustili 321 sbírek, na které dárci přispěli přes 43 milionů Kč (Nadační fond pomoci, ©2020).

Úspěšnost platformy

V letech 2016 a 2017 přesáhla celková hodnota příspěvků 5 mld. Kč. Tak vysoká hodnota je dána především vyšším počtem přispěvatelů v roce 2017 a také množstvím projektů prostřednictvím crowdfundingových sbírek. Údaje o počtu dárců za rok 2016 nejsou zveřejněny. Oproti roku 2017 zaznamenal rok 2018 celkový propad. Došlo zde o úbytek celkové sumy téměř o 2 mld. Kč. Přesná data o celkových sumách a podporovatelů nebyla za rok 2019 ani 2020 zveřejněna (Nadační fond pomoci, ©2020).

Nejúspěšnější jsou momentálně sbírky cílené na pomoc Ukrajině, zde se vybralo přes 10 mil. Kč.

4.9 Porovnání CFP na bázi darů

Obě platformy jsou součástí crowdfundingového modelu zaměřeného na dary. Obě platformy se snaží vydělávat peníze prostřednictvím online crowdfundingových sbírek. Podpora přichází buď na konkrétní sbírku, skrze neziskovou organizaci, nebo se jedná o individuální pomoc. Daruj správně i Nadační fond pomoci fungují na principu „co jsi získal, je tvé“. Není tedy třeba se obávat selhání projektu a pozdějšího vrácení peněz. Veškerý výtěžek je věnován přímo neziskové organizaci. Protože se jedná o projekty s charitativní povahou, ani jedna platforma nepožaduje poplatky nebo provizi za zprostředkování. Pouze Daruj správně strhává 1 % z darované částky přes platební bránu.

Tabulka 15 Porovnání CFP na bázi půjček (Zdroj: vlastní zpracování)

Parametr/Platforma	Daruj správně	Nadační fond pomoci
Zaměření	Podpora neziskových organizací nebo jedinců	Zprostředkování finančních prostředků (neziskové organizace i individuální pomoc)
Princip fungování	„co jsi získal, je tvé“	„co jsi získal, je tvé“

Doba trvání kampaně	Doporučeně 30–45 dní	30 dní až 6 měsíců
Poplatky a provize	1 % z darované sumy	-

4.10 SWOT analýza zaměřená na dárcovský crowdfunding

Jako poslední SWOT analýza bude zaměřena na dárcovský crowdfunding, přesněji z pohledu neziskové organizace.

Z pohledu neziskové organizace

Tabulka 16 SWOT analýza dárcovského crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Prezentace NNO	Vícezdrojovost
Jasně poslání	Malý okruh podporovatelů
Daňová úleva pro dárce	Žádné zkušenosti
Silný a stabilní management	Náročnost
Příležitosti	Hrozby
Získání levného kapitálu	Konkurenční trh
Dosah	Zaměření jen na zisky
Rostoucí příjmy obyvatelstva	Nesplnění podmínek
Rostoucí ochota lidí pomáhat	Technické problémy platformy

Silné stránky

Jednou z hlavních stránek neziskových organizací může být jejich prezentování a propagace na platformách tohoto druhu. Čím více se dostanou do podvědomí lidí, tím lépe. Neziskový sektor většinou přesně ví, co chce a jaké jsou jeho hodnoty, to může být velkou výhodou. Po přečtení poslání či hodnot každý ví, co od nich může očekávat. Mezi silné stránky může být zařazeno i daňové zvýhodnění pro dárce, jak už FO, tak i PO. Jako poslední je zmíněn silný

a stabilní management. Bez tohoto nástroje by se neziskové organizace do takových rozhodnutí pustit nemohly.

Slabé stránky

Většina dárců nechce nést celé náklady na projekt a musí se tedy hledat dodatečné zdroje na pokrytí nákladů (princip vícezdrojového financování). Při volbě crowdfundingu jako způsobu financování je nutné, aby organizace zvážila velikost svých podporovatelů, aby bylo vůbec reálné nějaké dary vůbec dostat. Nevládní organizace, která připravuje svou první crowdfundingovou kampaň, by se měla nejprve sejt s někým, kdo už tuto zkušenost má. Crowdfunding je pro NNO důležitým zdrojem příjmů, ale musí si uvědomit, že přidáním projektu na crowdfundingový portál jejich práce nekončí, je potřeba je aktualizovat, informovat a pokračovat v práci na projektu. Pro některé organizace to může být náročné.

Příležitosti

Významným přínosem CF pro neziskový sektor je přístup k levnému kapitálu. Náklady kapitálu zahrnují vstupní poplatky (provize) a náklady na případné pobídky. Dosah kampaně mezi potenciálními dárci bude pravděpodobně také vysoký. Příležitosti by se také naskytly, pokud by se do budoucna obecně zvyšovaly příjmy obyvatelstva a byli by tam více ochotní pomáhat druhým a poskytovat dary.

Hrozby

Důležité je, aby nezisková organizace nezapomněla na svůj prvotní veřejně prospěšný účel a aby se jejím cílem nestal jen zisk. Také si musí uvědomit, že se dostává na konkurenční trh s dalšími ekonomickými subjekty, kde jí hrozí stejné problémy v podnikání jako všem ostatním. Jako jsou zadlužení, ztráta nebo poškození dobrého jména. Nezisková organizace musí splňovat několik daných podmínek, aby mohla sbírku začít. Hrozí technické problémy na platformách, např. nefunkčnost platební brány.

5 SHRNU TÍ PROVEDENÝCH ANALÝZ

V této kapitole bude provedeno prosté bodové ohodnocení vybraných kritérií podle pořadí výhodnosti u všech analyzovaných typů crowdfundingu, kdy platí 1 – nejlepší, 4 – nejhorší. Při sestavování konečného pořadí je považován za nejlepší nejmenší celkový součet udělených bodů.

Tabulka 17 Určení pořadí platformem na bázi odměny (Zdroj: vlastní zpracování)

Kritérium/ Platforma	HitHit	Startovač	Peněždroj	Sportstarter
Doba trvání	2	1	3	4
Min. příspěvek přispěvatele	1	2	2	X
Min. částka odměny	1	3	2	X
Min. výše celkové částky	4	3	2	1
Transakční poplatky (karta)	2	3	4	1
Provize	4	1	2	3
Platební brána	2	4	4	1
Známost platformy	1	2	3	4
Úspěšné projekty	1	2	3	4
Σ	18	21	25	25
Pořadí	1.	2.	3.	3.

Jak je z tabulky výše zřejmé, své prvenství obhájila platforma HitHit, která i v naší republice patří na první místo. Výhody platformy spočívají v malých nastavených příspěvcích, které musí přispěvatel vkládat. Totéž platí o výšce odměny. Známost platformy je zde také klíčová, mezi platformami tohoto zaměření má největší využití a také nejvyšší počet úspěšně dokončených projektů. Také je zde stanovena poměrně vysoká minimální výše celkové částky, což dalo platformě poslední místo. Opět nejhorší pořadí platforma získala u kritéria s provizí, čím vyšší vybere autor částku, tím vyšší si platforma účtuje provizi. Například u Startovače je to přesně opačně, což může být zase výhoda této platformy.

Úplně stejné prosté bodové ohodnocení vybraných kritérií podle pořadí výhodnosti je použito i u půjčkového crowdfundingu, kdy platí 1 – nejlepší, 3 – nejhorší.

Tabulka 18 Určení pořadí platforem na bázi půjček (Zdroj: vlastní zpracování)

Parametr/Platforma	Zonky	SymCredit	Bankerat	Bondster
Doba trvání půjčky	1	3	2	-
Doba trvání investice	2	2	1	-
Min. výše půjčky	2	Není uvedeno	1	-
Max. výše půjčky	2	Není uvedeno	1	-
Min. investovaná částka	2	3	1	-
Počet investorů	1	Není uvedeno	Není uvedeno	-
Poplatky	1	2	3	-
Úroková sazba	2	1	3	-
RPSN	1	Není uvedeno	2	-
Σ	14	21	17	-
Pořadí	1.	3.	2.	X

Na první místě se umístila platforma Zonky, v České republice také velice oblíbená a rozšířená platforma. Jako na jediné platformě uvedly i počet investorů, aby lidé věděli, na čem jsou. Nedávno svou dobu trvání půjček prodloužili a díky tomu získali od příznivců pozitivní ohlasy. S tím šlo ruku v ruce i zvyšování maximální půjčky, ovšem platforma SymCredit financuje menší a střední podniky, tudíž i tak platformě Zonky v tomto kritériu sebrala prvenství. Zonky mají velice velké rozmezí, co se týče úrokových sazeb a RPSN. Ovšem i tak se řadí mezi ty výhodnější. Platforma Bondster nebyla do hodnocení zahrnuta, jelikož se jedná pouze o investující platformu.

U platforem zaměřených na darování není moc kritérií k porovnávání. V této bakalářské práci byly analyzovány pouze dvě: **Daruj správně** a **Nadační fond pomoci**. Obě platformy fungují na stejném principu a se stejným zaměřením na cílové přispěvatele. Jediný rozdíl je v tom, že platforma Nadačního fondu první pomoci nevybírání a nepožaduje vůbec žádné poplatky ani provize. Což by samo o sobě mohlo být jediné rozhodující kritérium, pro použití této platformy.

6 ZHODNOCENÍ POTENCIÁLU CROWDFUNDINGU V ČR

Rostoucí fenomén crowdfundingu je v této bakalářské práci představen jako jedna z možností financování inovativních projektů spolu se svými výhodami a příležitostmi, ale i nevýhodami a riziky. Jakožto alternativa k běžně využívaným zdrojům financování, má crowdfunding velký potenciál stát se hojně využívaným zdrojem získávání financí ve světě i v České republice. Pro běžného člověka je crowdfunding příležitostí, jak podpořit zajímavé projekty a zapojit se do tvůrčího procesu. Modely půjčkového a podílového crowdfundingu jsou slibným nástrojem v soukromém investičním sektoru. Investoři zde mají vysoké výdělků a náklady zde z pravidla nebývají vysoké.

Crowdfundingové kampaně by mohly také být využity pro potřeby manažerů při financování jejich podniků. Ne zcela probádanou oblastí crowdfundingu v České republice, je povědomí veřejnosti o tomto alternativním financování, což dokládá nutnost využívat primárně cizojazyčnou literaturu k rozvíjení teoretických poznatků. Také zde chybí pro tento sektor podrobné statistické údaje. Každý určitě slyšel o platformě Zonky, kde lidé půjčují lidem, ne ovšem každý si dokáže představit, co vše se za tímto názvem skrývá.

Nejúspěšnější jsou projekty, ve kterých autor projektu tráví většinu svého času komunikací s přispěvateli a podrobně je informuje o každém kroku. Celý tento obchodní model je založen na důvěře mezi autorem projektu a přispěvateli. V důsledku toho se okruh potenciálních přispěvatelů stále rozrůstá a do budoucna se rozrůstá i bude.

Obecně lze říci, že crowdfunding má v české ekonomice své místo. Svědčí o tom i situace s pandemií nového onemocnění COVID-19, která zasáhla český i světový trh od března 2020. Crowdfunding tuto vlnu nejen ustál, ale jeho obliba v některých oblastech dokonce vzrostla. Mnoho platform se této době přizpůsobily a vytvořili přímo určené kategorie na podporu všech, kteří pandemií utrpěli jakékoliv ztráty. Z toho vyplývá, že alternativní finance jsou již plnohodnotným hráčem v oblasti podnikatelského financování a jeho rozvoj lze v následujících letech očekávat.

Úloha médií, která by informovala o zajímavých rozpracovaných či dokončených projektech a měla moc v budoucnu přibližovat veřejnosti podstatu crowdfundingu, je v tomto ohledu nezpochybnitelná a důležitá.

ZÁVĚR

Bakalářská práce si kladla za cíl zhodnocení a popsání potenciálu crowdfundingu, jakožto jedné z alternativních forem financování. Tohoto cíle bylo dosaženo díky literární rešerši v oblastech odměnového, dárcovského, podílového a půjčkového crowdfundingu.

V teoretické části byl pro pochopení tématu vysvětlen samotný pojem crowdfundingu, byl uveden i jeho český ekvivalent a několik využívaných definic, které podstatu alternativního způsobu financování vystihují. Dále byl pojem uveden do kontextu i s ostatními způsoby financování. Byla zde popsána jeho historie ve světě i v České republice, určitá regulace crowdfundingu a také výhody či nevýhody využívání tohoto financování. Byly představeni účastníci, kteří vystupují v crowdfundingovém procesu, aby čtenář pochopil vazby mezi zainteresovanými stranami.

Poté následovala část praktická, ve které se analyzovaly všechny aktivní platformy odměnového, půjčkového a dárcovského crowdfundingu na území České republiky. Podílový a honorářový typ crowdfundingu nebyl použit pro jejich nedostatek dostupných informací. Každá z platforem byla blíže přiblížena a charakterizována pomocí všeobecných a nákladových informací. Následně byly podle těchto parametrů platformy porovnávány mezi sebou. Dalším důležitým nástrojem byla SWOT analýza každého typu crowdfundingu z určitého pohledu. U odměnového typu z pohledu autora projektu, u půjčkového z pohledu investora, a u dárcovského typu z pohledu neziskové organizace využívající platformu pro své veřejné sbírky. SWOT analýza měla za úkol definovat silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Předposlední kapitolou praktické části se shrnuly provedené analýzy platforem. Byly shrnuty pomocí prostého bodového ohodnocení vybraných kritérií podle pořadí výhodnosti u všech analyzovaných typů crowdfundingu. Při sestavování konečného pořadí byl považován za nejlepší nejmenší celkový součet udělených bodů.

Poslední kapitolou bylo zhodnocení potenciálu crowdfundingu v České republice. Zjistilo se, že crowdfunding má založeno na velký potenciál stát se hojně využívanou alternativou financování podniků ve světě i v České republice. Jedná se totiž o velmi variabilní a snadno dostupný způsob získávání finančních prostředků.

Výsledky této práce nejsou určeny pro jednotlivce, kteří chtějí crowdfunding využít pro start svého podnikání. Mají spíše doporučující charakter.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AGRAWAL, Ajay, Christian CATALINI a Avi GOLDFARB. *Some Simple Economics of Crowdfunding*. [online]. 14. 2013, [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.nber.org/papers/w19133>.

AION CS, ©2010-2022. *Zákon č. 117/2001 Sb.: Zákony pro lidi*. [online]. In: . [cit. 2022-05-15].

AION CS, ©2010-2022. *Zákon č. 586/1992 Sb.: Zákony pro lidi*. [online]. In: . [cit. 2022-05-15].

AIR BANK A.S., ©2022. *Zonky.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://zonky.cz/>.

ARMY OF DARKNESS, S.R.O., ©2013. *Startovac.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/>.

BANKERAT, ©2022. *Bankerat.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.bankerat.cz/>.

BELLEFLAMME, Paul a Thomas LAMBERT. *Crowdfunding: Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings*. [online]. 2014 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2437786.

BELLEFLAMME, Paul, Nessrine OMRANI a Martin PEITZ. *The Economics of Crowdfunding Platforms*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2585611.

BELLEFLAMME, Paul, Thomas LAMBERT a Armin SCHWIENBACHER. *Crowdfunding: Tapping the the right crowd*. [online]. 2012, [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.1578175.

Bondster Marketplace, ©2022. In. *Bondster.cz* [online]. [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: (Bondster Marketplace, ©2022).

Crowdfunding v ČR. *Www.crowder.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/crowdfunding-v-cr>.

Crowdfunding [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.ionos.com/startupguide/get-started/crowdfunding/>.

CUMMING, Douglas, Gael LEBOEUF a Armin SCHWIENBACHER. *Crowdfunding Models: Keep-It-All vs. All-Or-Nothing*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.244756.

DAMUS, Martha. *Online Crowdfunding Platforms: Developing Concepts for Supportive Instruments Beyond the Funding Phase*. Epubli, 2015, 116 s. ISBN 978-3-8442-8736-3.

DARUJ SPRÁVNĚ, ©2017. *Darujspravne.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://www.darujspravne.cz/?gclid=CjwKCAjwj42UBhAAEiwACIhADmm33ggjxtWcOTH1fa6ar3rStbH3ImxO9PNQJ11jwFCw_mIAZhoCkDwQAvD_BwE.

DAVIDSON, Rои a Nathaniel POOR. *The barriers facing artists' use of crowdfunding platforms: Personality, emotional labor, and going to the well one too many times*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1177/1461444814558916.

DELPHI TIMELINE [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.wrtv.com/delphi-timeline-the-search-for-libby-abbys-killer>.

DRESNER, Steven. *A Guide to Raising Capital on the Internet*. Bloomberg Financial. 2014, 272 s. ISBN 978-1-118-49297-0.

DUSHNITSKY, Gary et al. *Crowdfunding in Europe: Determinants of Platform Creation Across Countries*. [online]. 2016 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1525/cmr.2016.58.2.44.

EUROPEAN BANKING AUTHORITY. *Crowdfunding in Europe: Determinants of Platform Creation Across Countries*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://eba.europa.eu/sites/default/documents/files/documents/10180/983359/f6106173-dc94-4d22-ade8-d40fce724580/EBA-Op-2015-03%20%28EBA%20Opinion%20on%20lending%20based%20Crowdfunding%29.pdf>.

EVROPSKÁ KOMISE. *Crowdfunding Explained*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10229/>.

EVROPSKÁ KOMISE. *SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ: Uvolnění potenciálu skupinového financování v Evropské unii*. [online]. 2014 [cit.

2022-05-15]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A52014DC0172&qid=1652776362945>.

FREEDMAN, David a Matthew NUTTING. *A Brief History of Crowdfunding*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://pdf4pro.com/view/a-brief-history-of-crowdfunding-david-m-freedman-219ec7.html>.

FUNDHALL S.R.O., ©2022. *Penezdroj.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://penzdroj.cz/>.

GERBER, Elizabeth, Julie HUI a Pei-Yi KUO. *Crowdfunding: Why People are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms*. [online]. 2012 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/261359489_Crowdfunding_Why_People_are_Motivated_to_Post_and_Fund_Projects_on_Crowdfunding_Platforms.

GUO, Lihuan et al. *Distance Diffusion of Home Bias for Crowdfunding Campaigns between Categories: Insights from Data Analytics*. [online]. 2018 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.3390/su10041251.

HILLS, Matt a Veronica MARS. *Affective Economics of crowdfunding poachers*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1177/1461444814558909.

Historie crowdfundingu, ©2017. *FUNDCHASER* [online]. Chicago: Fundchaser CZ. [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <http://www.fundchaser.com/historie-crowdfundingu/>.

HITHIT, S.R.O., ©2012–2022. *HitHit.com* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.hithit.com>.

HORNUF, Lars, Matthias SCHMITT a Eliza STENZHORN. *Does a Local Bias Exist in Equity Crowdfunding?* [online]. 2020 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.355558.

HRDÝ, Milan a Michaela KRECHOVSKÁ. *Podnikové finance v teorii a praxi*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2013, 267 s. ISBN 9788074780110.

HRYHORUK, Pavlo a Lyudmila PRYSTUPA. *Crowdfunding as an Innovative Technology for Right Crowd*. [online]. 2017 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/337642869_Crowdsourcing_and_Crowdfunding_The_Origins_of_a_New_System.
https://econpapers.repec.org/article/pfqjournal/v_3a59_3ay_3a2014_3ai_3a3_3ap_3a355-366.htm.

CHOVANCULIAK, Róbert. Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět. Praha: Grada, 2020, 272 s. Finance pro každého. ISBN 9788027117550.

Jak funguje crowdfunding v ČR i ve světě? [online]. In: . 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.objevit.cz/jak-funguje-crowdfunding-v-cr-i-ve-svete-t157057>.

KONEČNÝ, Lukáš. *P2P půjčky: Praktický průvodce začínajícího investora*. [online]. 2020 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://loudavymkrokem.cz/p2p-pujcky/>.

KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost. Praha: Grada Publishing, 2018, 203 s. Expert. ISBN 9788024730752.

KUTI, Mónika a Gábor MADARÁSZ. *Crowdfunding. Public Finance Quarterly*. [online]. 2014 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z:

LIN, Mingfeng a Siva VISWANATHAN. *Home Bias in Online Investments: An Empirical Study of an Online Crowd Funding Market*. [online]. 2014 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.2219546.

MÉRIC, Jérôme, Isabelle MAQUE a Julienne BRABET. International perspectives on crowdfunding: positive, normative and critical theory. Bingley, U.K.: Emerald Group Publishing Limited, 2016, 1 online zdroj (312 stran). ISBN 9781785603143.

MASSOLUTION. *2015 CF: The Crowdfunding Industry Report*. [online]. Dostupné z: www.smv.gov.pe/Biblioteca/temp/catalogacion/C8789.pdf.

MOLLICK, Ethan a Venkat KUPPUSWAMY. *After the Campaign: Outcomes of Crowdfunding*. [online]. 2014 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.2376997.

MOLLICK, Ethan. *The dynamics of crowdfunding: An exploratory study*. *Journal of Business Venturing*. [online]. 2014 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0883-9026.

MURÁR, Filip. *Nová regulace pro crowdfunding*. [online]. In: . 2022 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://pravnicaradce.ekonom.cz/c1-67030040-nova-regulace-pro-crowdfunding>.

NADAČNÍ FOND POMOCI, ©2020. *Nadační fond pomoci.cz* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.nfpomoci.cz/>.

NĚMEC, Libor a Jana ZAHŘÁNKOVÁ. *Finanční crowdfunding*. V. Praha: Wolters Kluwer, 2019, xi, 102 s. Právní monografie. ISBN 9788075529800.

OLENIČ, Josef. *Nová regulace crowdfundingových platforem*. [online]. In: . 2021 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.pikeslegal.com/post/crowdfunding>.

OUTLAW, Sally. *Cash from the Crowd: How to crowdfund your ideas and gain fans for your success*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013, 200 s. ISBN 978-1613082607. P2P Market Data, ©2020. *P2P Lending Explained. Business Models, Definitions and Statistics*. [online]. Dostupné z: <https://p2pmarketdata.com/p2p-lendingexplained/>.

P2P V ČR: VELKÉ SROVNÁNÍ ČESKÝCH P2P PLATFOREM. [online]. In: . 2019 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://finlord.cz/2019/04/p2p-cr-velke-srovnani-ceskych-p2p-platforem/>.

Plakát Socha Svobody [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/450430400210227893/>.

ROZKOŠNÝ, Petr. *Základní výhody a nevýhody P2P půjček poskytovaných v České republice*. [online]. 2019 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/512491-zakladni-vyhody-a-nevyhody-p2p-pujcek-poskytovanych-v-ceske-republice/>.

SCOTT, Suzanne. *The moral economy of crowdfunding and the transformative capacity of fan-ancing*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1177/1461444814558908.

SCHEJBAL, Lumír. *Regulace crowdfundingu z pohledu zákona o platebním styku*. [online]. 2016 [cit. 2022-05-17]. Dostupné z: <https://akschejbal.cz/regulace-crowdfunding-u-z-pohledu-zakona-o-platebnim-styku>.

SIERING, Michael, Jascha KOCH a Amit DEOKAR. *Detecting Fraudulent Behavior on Crowdfunding Platforms: The Role of Linguistic and Content-Based Cues in Static and Dynamic Contexts*. [online]. 2016 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1080/07421222.2016.1205930.

SIGAR, Karina. *FRET NO MORE: INAPPLICABILITY OF CROWDFUNDING CONCERNS IN THE INTERNET AGE AND THE JOBS ACT'S SAFEGUARDS*. [online]. 2012 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/23317571>.

SMITH, Anthony. *The backer-developer connection: Exploring crowdfunding's influence on video game production*. [online]. 2015 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.1177/1461444814558910.

SPORTSTARTER, ©2014. *Sportstarter* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <http://www.sportstarter.cz/cs/>

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. *Crowdfunding transaction value in Europe (excluding the UK) in 2020, by type*. [online]. In: . 2021 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/412487/europe-alternative-finance-transactions-crowdfunding/>.

STEINBERG, Scott, Rusel DEMARIA a Jon KIMMICH. *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game, or Project*. [online]. 2012 [cit. 2022-05-15]. ISBN 978-1-105-72628-6. Dostupné z: <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>.

SYMCREDIT, ©2022. *Symcredit.com* [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.symcredit.com/cs/>.

Training Material for Crowdfunding [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.crowdfundport.eu/training-material/#toggle-id-5>.

VALANČIETÉ, Loreta a Sima JELEVIČIŪTĚ. *VALUATION OF CROWDFUNDING: BENEFITS AND DRAWBACKS. ECONOMICS AND MANAGEMENT*. [online]. 2013 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: doi:10.5755/j01.em.18.1.3713.

VASSALLO, Walter. *Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation*. 1 vyd. Hershey, Pennsylvania: IGI Global, 2016, 335 s. ISBN 978-1522505686.

Velmi starý plakát z roku 1871. [online]. In: . [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://aukro.cz/velmi-stary-plakat-z-roku-1871-sbirka-na-narodni-divadlo-7003346808>.

VÍT, Petr. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2015, 157 s. Manažer. ISBN 9788024754772.

Web platform of the Obama campaign in 2008. [online]. In: . [cit. 2022-05-15].
Dostupné z: https://www.researchgate.net/figure/Web-platform-of-the-Obama-campaign-in-2008_fig1_283519834.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Koloběh crowdfundingu (Zdroj: objevit.cz)	12
Obrázek 2 - Zainteresované strany v crowdfundingu (Zdroj: crowdfundport.eu).....	15
Obrázek 3 - Plakát pro výstavbu podstavce (Zdroj: Pinterest.com)	18
Obrázek 4 - Plakát sbírky na Národní divadlo (Zdroj: aukro.cz)	19
Obrázek 5 - Memorial Park na počest dvou zabitých dívek (Zdroj: wrtv.com)	20
Obrázek 6 - Politická kampaň Baracka Obamy (Zdroj: researchgate.com)	21
Obrázek 7 - Rozdíl mezi klasickým a alternativním skupinovým financováním (Zdroj: ec.europa.eu).....	22
Obrázek 8 - Modely crowdfundingu (Zdroj: crowdfundport.eu)	29
Obrázek 9 - Rozdělení crowdfundingových modelů (Zdroj: Hejduková, Hommerová, Krechovská, 2018, s. 149)	30
Obrázek 10 - Logo platformy (Zdroj: HitHit.com).....	42
Obrázek 11 - Logo platformy Sportstarter (Zdroj: Sportstarter.cz).....	48
Obrázek 12 - Logo platformy Startovač (Zdroj: Startovac.cz).....	50
Obrázek 13 - Kategorie financovaných projektů na platformě Startovač (Zdroj: Startovac.cz)	51
Obrázek 14 - Logo platformy Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)	55
Obrázek 15 - Kategorie projektů na platformě Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz).....	55
Obrázek 16 - Poplatky na platformě Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz).....	56
Obrázek 17 - Služby poskytované platformou Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz).....	57
Obrázek 18 Služby poskytované platformou Peněždroj (zdroj: Peněždroj).....	57
Obrázek 19 - Statistiky platformy Peněždroj (Zdroj: Penezdroj.cz)	58
Obrázek 20 - Logo platformy Zonky (Zdroj: Zonky.cz)	65
Obrázek 21 - Kategorie nabízených půjček na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz).....	65
Obrázek 22 - Všechny nabízené úroky na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz).....	67
Obrázek 23 - Logo platformy SymCredit (Zdroj: SymCredit.com)	69
Obrázek 24 - Logo platformy Bankerat (Zdroj: Bankerat.cz)	72
Obrázek 25 - Ukázka seznamu aukcí na platformě Bankerat (Zdroj: Bankerat.cz)	74
Obrázek 26 - Logo platformy Bondster (Zdroj: Bondster.com).....	75
Obrázek 27 - Princip platformy Bondster (Zdroj: Bondster.com).....	76
Obrázek 28 - Logo platformy Daruj správně (Zdroj: Darujspravne.cz)	81
Obrázek 29 - Kategorie na platformě Daruj správně (Zdroj: Darujspravne.cz)	82
Obrázek 30 - Logo platformy Nadační fond pomoci (Zdroj: Nadacnifondpomoci.cz).....	83

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Rozdělení CFP na území České republiky (Zdroj: vlastní zpracování).....	38
Tabulka 2 Kategorie financovaných projektů na platformě (Zdroj: HitHit.com).....	42
Tabulka 3 Poplatky a provize (Zdroj: HitHit.com).....	44
Tabulka 4 Nejúspěšnější projekty na platformě HitHit (Zdroj: vlastní zpracování podle HitHit.com).....	47
Tabulka 5 Transakční poplatky na platformě Startovač (Zdroj: Startovac.cz).....	52
Tabulka 6 Provize projektů na platformě Startovač (Zdroj: Startovac.cz).....	52
Tabulka 7 Nejúspěšnější projekty na platformě Startovač.cz (Zdroj: vlastní zpracování podle Startovac.cz)	54
Tabulka 8 Nejúspěšnější projekty na platformě Peněždroj (Zdroj: vlastní zpracování).....	59
Tabulka 9 Porovnání aktivních odměnových CFP (Zdroj: vlastní zpracování)	60
Tabulka 10 SWOT analýza z pohledu autora kampaně (Zdroj: vlastní zpracování).....	63
Tabulka 11 Poplatky z prověrky firmy (Zdroj: vlastní zpracování podle SymCredit.com)	71
Tabulka 12 Poplatky za zprostředkování půjčky (Zdroj: vlastní zpracování podle SymCredit.com).....	72
Tabulka 13 Porovnání CFP na bázi půjčky (Zdroj: vlastní zpracování).....	78
Tabulka 14 SWOT analýza půjčkového crowdfundingu z pohledu investora (Zdroj: vlastní zpracování).....	79
Tabulka 15 Porovnání CFP na bázi půjček (Zdroj: vlastní zpracování).....	84
Tabulka 16 SWOT analýza dárcovského crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování)	85
Tabulka 17 Určení pořadí platforem na bázi odměny (Zdroj: vlastní zpracování).....	87
Tabulka 18 Určení pořadí platforem na bázi půjček (Zdroj: vlastní zpracování).....	88

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Podstata dárcovského crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com).....	31
Graf 2 Podstata odměnového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com).....	31
Graf 3 Podstata půjčkového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com).....	32
Graf 4 Podstata podílového crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování podle webu ionos.com).....	33
Graf 5 Podíl jednotlivých druhů crowdfundingu v roce 2020 (Zdroj: vlastní zpracování podle Statista.com)	34
Graf 6 Roční výnosnost vybraných P2P platforem v ČR (Zdroj: vlastní zpracování podle finlord.cz).....	35
Graf 7 Úspěšnost projektů v procentech (Zdroj: vlastní zpracování).....	44
Graf 8 Počet uskutečněných projektů na platformě HitHit (Zdroj: vlastní zpracování).....	45
Graf 9 Úspěšnost projektů na CFP HitHit (Zdroj: vlastní zpracování)	46
Graf 10 Projekty na platformě Sportstarter (Zdroj: vlastní zpracování).....	50
Graf 11 Uskutečněné úspěšné projekty na platformě Startovač (Zdroj: vlastní zpracování)	53
Graf 12 Rozdělení úspěšných projektů podle kategorie (Zdroj: vlastní zpracování)	58
Graf 13 Rozdělení úspěšnosti projektů podle typu crowdfundingu (Zdroj: vlastní zpracování)	59
Graf 14 Počty úspěšných projektů porovnávaných podle společných kategorií (Zdroj: vlastní zpracování).....	62
Graf 15 Počet půjček v ČR na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz).....	68
Graf 16 Průměrný objem půjčky v celé ČR na platformě Zonky (Zdroj: Zonky.cz)	68
Graf 17 Průměrný vážená úroková sazba (Zdroj: Zonky.cz).....	69
Graf 18 Počet aktivních investorů na platformě Bondster (Zdroj: vlastní zpracování podle Bondster.com).....	77
Graf 19 Zveřejněno vs investováno na platformě Bondster (Zdroj: vlastní zpracování podle Bondster.com).....	77