

Bakalářský studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Účetnictví a finanční řízení podniku**

# **Crowdfunding v České republice**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: **Zuzana JIRÁNKOVÁ**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Aneta MAZOUCHOVÁ, Ph.D.**

**Znojmo, 2018**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Crowdfunding v České republice zpracovala samostatně pod odborným vedením vedoucí Ing. Anety Mazouchové, Ph.D. a že veškeré použité zdroje jsem uvedla v Seznamu použité literatury.

V Praze dne 8.4.2018

.....

Zuzana Jiránková

## **Poděkování**

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí Ing. Anetě Mazouchové, Ph.D za cenné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce. Dále bych velmi ráda poděkovala své rodině a příteli, kteří se mnou měli při psaní bakalářské práce nesmírnou trpělivost.



## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor	<b>Zuzana JIRÁNKOVÁ</b>
Bakalářský studijní program	Ekonomika a management
Obor	Účetnictví a finanční řízení podniku
Název	<b>Crowdfunding v České republice</b>
Název (v angličtině)	<b>Crowdfunding in the Czech Republic</b>

### Zásady pro vypracování:

Cíl práce: V teoretické části bakalářské práce se zaměří na objasnění pojmu crowdfunding, jeho využití v České republice a ve světě. V praktické části bude provedena analýza českých portálů, které nabízejí tuto formou získání finančních prostředků pro realizaci projektů. Dále bude provedeno šetření mezi úspěšnými i neúspěšnými žadateli o tuto finanční podporu. Cílem tohoto šetření bude srovnání obou skupin.

### Postup práce:

1. Zpracování literární rešerše.
2. Vysvětlení a definování pojmu Crowdfunding na základě výsledků rešerše.
3. Analýza českých crowdfundingových portálů.
4. Porovnání úspěšných a neúspěšných projektů z crowdfundingových portálů.
5. Vyhodnocení výsledků.

Metody: Pozorování, analýza, dotazování a komparace.

Rozsah práce: 40 - 55

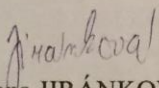
Seznam odborné literatury:

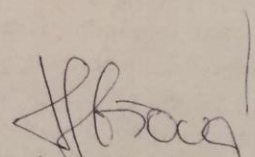
1. HOGUE, Joseph. *Step-by-step Crowdfunding: Everything You need to Raise Money From the Crowd*. 2013. ISBN-10 996232109.
2. ROSE, Nathan. *Equity Crowdfunding: The Complete Guide For Startups And Growing Companies*. Stonepine Publishing, 2016. ISBN-10 0473377985.
3. WALK, Erik. *Startup 101 - How to Build a Successful Business with Crowdfunding. A Guide for Entrepreneurs*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. ISBN-10 1534832548.

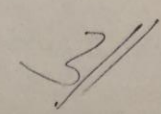
Datum zadání bakalářské práce: duben 2017

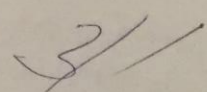
Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2018



  
Zuzana JIRÁŇKOVÁ  
student

  
Ing. Aneta HYBŠOVÁ, Ph.D.  
vedoucí bakalářské práce

  
doc. Ing. Hana BŘEZINOVÁ, CSc.  
garant studijního oboru

  
doc. Ing. Hana BŘEZINOVÁ, CSc.  
rektorka SVŠE Znojmo

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce se zabývá novým způsobem financování nadějných projektů, Crowdfundingem. Teoretická část popisuje pojmy, které přímo souvisí s crowdfundingem, definuje jednotlivé druhy a zabývá se vymezením legislativního rámce. V praktické části jsou porovnány všechny druhy crowdfundingových portálů na území České republiky. Největší pozornost připadá odměnovému crowdfundingu, neboť se jedná o nejvíce využívanou formu financování. V závěru praktické části je vypracováno přehledné porovnání aktivních platforem, které umožňuje pochopení jejich vzájemných odlišností. Cílem bakalářské práce je monitorovat současnou situaci na českém trhu (vybrané internetové portály), analyzovat vybrané portály, poskytnout ucelené informace o možnostech crowdfundingu a navrhnout kritéria, která by měla pomoci novému projektu, aby se stal úspěšným.

**Klíčová slova:** Crowdfunding, portály, financování projektů, porovnání a analýza odměnových portálů.

## **ABSTRACT**

This bachelor thesis deals with a new financing method of promising projects, Crowdfunding. The theoretical part describes terms that are directly related to crowdfunding, defines its individual types and occupies with defining its legislative frame. The practical part compares all kinds of crowdfunding portals on the territory of the Czech Republic. The most of attention is focused on rewarding crowdfunding, because it is the most used form of financing. At the end of the practical part a clear comparison of active platforms is made that enables to understand their reciprocal differences. The goal of this bachelor thesis is to observe the current situation on the Czech market (selected internet portals), analyse selected portals, provide complete information about crowdfunding possibilities and propose criteria that should help a new project to become successful.

**Key words:** Crowdfunding, portals, project financing, comparison and analysis of rewarding portals.

# OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>CÍL PRÁCE A METODIKA .....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>11</b>
3.1	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ .....	11
3.2	CO JE TO CROWDFUNDING? .....	12
3.3	PRVNÍ NÁZNAKY CROWDFUNDINGU VE SVĚTĚ A V ČESKÉ REPUBLICE.....	13
3.4	PRVNÍ CROWDFUNDINGOVÁ PLATFORMA.....	14
3.5	CROWDFUNDING JAKO SOUČÁST WEBU 2.0 .....	15
3.6	TYPY CROWDFUNDINGU .....	16
3.6.1	Model založený na odměně a předkupním právu .....	16
3.6.2	Model založený na darování.....	17
3.6.3	Model úvěrový.....	17
3.6.4	Model vlastního kapitálu (akcie) .....	17
3.7	ZPŮSOBY FINANČNÍHO ZPROSTŘEDKOVÁNÍ.....	18
3.8	REGULACE CROWDFUNDINGU .....	20
3.8.1	Veřejná sbírka.....	20
3.8.2	Právní úprava daru.....	22
3.8.3	Zákon o platebním styku .....	23
3.9	BODOVÉ SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI .....	25
<b>4</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>26</b>
4.1	ANALÝZA DRUHŮ PLATFOREM .....	26
4.2	PLATFORMY V ČESKÉ REPUBLICE .....	28
4.3	ANALÝZA PORTÁLŮ ODMĚNOVÉHO CROWDFUNDINGU.....	29
4.3.1	Fondomat .....	29
4.3.2	Nakopni.Mě .....	30
4.3.3	Kreativcisobě .....	31
4.3.4	HitHit .....	32
4.3.5	Everfund .....	33
4.3.6	VisionPartners .....	34
4.3.7	Katalyzátor.....	35
4.3.8	Odstartováno.....	35
4.3.9	Sportstarter .....	36
4.3.10	Startovač .....	36
4.3.11	Penězozdroj .....	37
4.4	POROVNÁNÍ AKTIVNÍCH CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ .....	39

	Výpočet provize a transakčních nákladů .....	42
<b>5</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>44</b>
<b>6</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>46</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ .....</b>	<b>51</b>

# 1 ÚVOD

Bakalářská práce řeší poměrně nové téma financování nově vznikajících projektů, které v česky psané literatuře zatím není uspokojivě zpracováno - crowdfunding.

Díky velkému rozmachu sociálních sítí a využívání online marketingu, začíná být tato forma financování v průběhu posledních několika let velmi využívána po celém světě. V České republice si teprve získává své příznivce a dostává se do povědomí lidí.

Velkým přínosem crowdfundingu je skutečnost, že přispěvatelé sami rozhodují, jaký projekt podpoří a jeho zadavatel má během krátké doby velmi rychlou zpětnou vazbu od potencionálních zákazníků/uživatelů. Z pohledu přispěvatelů je tento druh financování nových projektů také velmi bezpečný. V případě, že zadavatel nesplní vytyčené cíle nebo zruší projekt je přispěvatel chráněn prostřednictvím zprostředkovatelského portálu garancí vrácení příspěvku. Skupina nadšenců, kteří se rozhodnou nový projekt podpořit, na oplátku obdrží „dar“ od zadavatele projektu (u odměnového crowdfundingu). Při této formě financování není důležité, co si přispěvatelé odnáší za věcný dar, ale pocit, že pomohli novému projektu na svět.

Teoretická část práce se zaměřuje na vysvětlení a utřídění základních pojmů. Nejsou opomenuty první známky vývoje ve světě i na území České republiky, ke které se bakalářská práce vztahuje. Velká pozornost je věnována vývoji crowdfundingu a následné zmapování současné tržní situace na českých internetových portálech.

Cílem bakalářské práce je zmapovat současnou situaci na českém trhu (vybrané internetové portály), analyzovat vybrané portály, poskytnout ucelené informace o možnostech crowdfundingu a navrhnout kritéria, která by měla pomoci novému projektu, aby se stal úspěšným.

## 2 CÍL PRÁCE A METODIKA

Teoretická část práce se zaměřuje na objasnění pojmu crowdfunding, jeho využití v České republice a ve světě. V praktické části bude provedena analýza českých portálů, které touto formou získávají finanční prostředky pro realizaci projektů. V závěru práce je stanoveno doporučení pro investory, kteří chtějí svůj projekt úspěšně realizovat pomocí crowdfundingu.

Cílem bakalářské práce je zmapovat současnou situaci na českém trhu (vybrané internetové portály), analyzovat vybrané portály, poskytnout ucelené informace o možnostech crowdfundingu a navrhnout kritéria, která by měla pomoci novému projektu, aby se stal úspěšným.

### **Postup práce:**

- Zpracování literární rešerše
- Vysvětlení a definování pojmu Crowdfunding na základě výsledků rešerše
- Analýza českých crowdfundingových portálů
- Vyhodnocení výsledků

### **Použitá metodika:**

- Literární rešerše teoretické části práce
- Analýza crowdfundingových portálů na území České republiky
- Komparace aktivních odměnových portálů
- Dotazování správců portálů, které pomohlo ke kompletaci teoretické části

## 3 TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část se zabývá pojmem crowdfunding, vymezením jeho základních forem včetně definování pojmů a přiblížení historie.

### 3.1 Vymezení základních pojmů

Dříve než bude věnována pozornost vlastnímu tématu práce, je nutné si vymežit a definovat základní pojmy, které jsou v této práci využívány. Bližší vymezení pojmů ulehčí orientaci a usnadní pochopení předloženého textu.

Téma crowdfundingu není dostatečně zpracováno v česky psané literatuře. V bakalářské práci jsou přeložené pojmy v původně anglickém znění. Anglická literatura mnohokrát nahlíží na vymezení pojmů z různých pohledů a může se proto jejich pojmenování výrazně lišit.

**Crowdfunding** – financování určitého zájmu více jedinci, kteří přispívají menší částku tak, aby bylo dosaženo cílové hodnoty (Crowdfunding, c2008-2017). Detailnější vysvětlení je uvedeno v kapitole 3.2 – Co je to Crowdfunding?

**Autor/zadavatel** - tvůrce celého crowdfundingového projektu (Pojem autor, c2005-2017).

**Investor** – osoba, která má zájem investovat své volné prostředky, které tak chce optimálně zhodnotit (Kdo je investor?, c2012).

**Příspěvatel** – uživatel konkrétního portálu, který příspěvkem (ve většině případů finančním) přispívá volné prostředky k naplnění cílů projektu. Neočekává, že se mu vrátí příspěvky navýšené o úrok (Obchodní podmínky, c2015-2017).

**Portál** – v pojetí informačních technologií označuje (webovou) aplikaci, která svému uživateli poskytuje jednotným způsobem a centralizovaně informace z různých zdrojů, které uživatele zajímají nebo se ho nějakým způsobem týkají (Definice portálu obecně, c2009-2017).

**Projekt** – časově ohraničená a ucelená sada činností včetně procesů, jejímž cílem je zavedení, vytvoření nebo změna něčeho konkrétního (Projekt, c2011-2016).

**Kampaň** – specifická akce zaměřená na podporu produktu, služby nebo obchodu (Slovníček

pojmu, c20.05-2007).

**Cílová částka** – částka, kterou chce autor/zadavatel obdržet k realizaci svého projektu. Musí být vždy definována v peněžních jednotkách.

**Naplněná sbírka** – projekt, kterému se podařilo v definovaném časovém úseku, dosáhnou (pomocí zaslaných příspěvků od přispěvatelů) cílové částky nebo jí dokonce přesáhnout. Možnost překročení cílové částky nenabízí všechny portály.

**Nenaplněná sbírka** – projekt, kterému se nepodařilo v definovaném časovém úseku dosáhnout cílové částky.

## 3.2 Co je to Crowdfunding?

Crowdfunding je nový termín, který popisuje relativně starou metodu získávání peněz. V nejšířším slova smyslu se používá k popisu získávání kapitálu, při níž skupina lidí, ve které každý přispěje velmi malým individuálním příspěvkem, podpoří úsilí zadavatele projektu k uskutečnění žádaného cíle (Rose, 2016, s. 22). V novém pojetí crowdfunding zahrnuje možnost získávání kapitálu přes internet, což umožňuje přístup více přispěvatelům (Griffin, 2012, s. 3).

Koncept crowdfundingu vychází z širší koncepce crowdsourcingu, která zahrnuje myšlenku, že pomocí „davů“ je získána zpětná vazba a možnost řešení pro rozvoj podnikových aktivit (Kleemann et al., 2008, s. 6). Kleemann et al. (2008, s. 6) uvádějí, že crowdsourcing se uskutečňuje v případě, že firmy orientované na zisk, zadávají specifické úkoly nezbytné pro vývoj, výrobu nebo prodej tohoto produktu široké veřejnosti neboli davu ve formě otevřené výzvy na internet s cílem oslovit jednotlivce k aktivnímu zapojení do výrobního procesu. Takovéto zapojení má podobu aktivního plnění zadaných úkolů (zcela zdarma) nebo za náklady, které jsou nižší než by firma musela vynaložit. Z této definice, nám vychází srovnatelné základní principy crowdsourcingu i crowdfundingu, kterými jsou: společnost vytváří hodnotu pomocí dobrovolného přispívání spotřebitelů. Crowdfunding můžeme považovat za podmnožinu crowdsourcingu.

Termín crowdsourcing byl poprvé použit v červnu roku 2006 v technologicky orientovaném internetovém magazínu časopisu Wired v článku Jeffa Howea (Kleemann et al, 2008, s. 9).

Za definici, která tuto problematiku podle mého názoru nejlépe vystihuje, považuji popis Schwienberga a Larralda, jejichž pojetí je následující: *Crowdfunding je otevřenou výzvou, obvykle uveřejněnou na internetu, k poskytnutí finančních prostředků, a to buď ve formě daru nebo výměnou za příslib budoucího výrobku či nějakou jinou formu odměny. Finanční prostředky jsou následně použity k předem specifikovaným účelům* (Belleflamme et al, 2013, s. 4).

Internetový crowdfunding byl využit v různých situacích, například financování technologických projektů, vydání knih a politických kampaní (Griffin, 2012, s. 3).

Mezi politiky nejvíce crowdfunding proslavil prezident Barack Obama, který v prezidentských volbách v roce 2008 jako první afroameričan převrátil historii financování politické kampaně. (Luo, 2008). Tradičně jsou kampaně financovány ze zdrojů kandidáta a malými skupinami bohatých dárců, ale Barack Obama použil pokročilou formu crowdfundingu s využitím svých webových stránek, a získal více než 750 milionů dolarů ve formě malých příspěvků – 600 milionů dolarů pocházelo od více než 3 milionů malých dárců, jejichž průměrný dar činil zhruba 86 dolarů. Tento ohromný úspěch inspiroval ostatní politiky, aby kopírovali jeho strategii. (How Political Crowdfunding Killed Traditional Campaign Financing, c2018).

### Obrázek 1: Politická kampaň Baracka Obamy



Zdroj: Seidman, 2008

### 3.3 První náznaky crowdfundingu ve světě a v České republice

Mezi první projekty světového crowdfundingu můžeme zařadit spolufinancování podstavce Sochy Svobody. Francie darovala USA Sochu Svobody, které však chyběl podstavec. Ten

musely Spojené státy americké zaplatit samy. V létě roku 1885 odklonil crowdfunding krizi, která ohrozila jeho dokončení. Výstavba podstavce sochy se zastavila kvůli nedostatečnému financování. Výstavba přesáhla vyčleněné finanční prostředky o více než třetinu. Guvernér New Yorku Grover Cleveland odmítl do projektu zapojit městské prostředky a Kongres se nedokázal na dalším financování dohodnout (Historie crowdfundingu, c2017).

Společensky uznávaný význam sochy zachránil Joseph Pulitzer spoštěním pětíměsíční kampaně zaměřené na crowdfunding ve svých novinách The World (Walk, 2016, s. 1). Svět požádal o příspěvky ve svém článku, který zanedlouho vyvolal vlnu emocí. Dary všech velikostí se pohybovaly v rozmezí od 0,15 USD do 250 USD. Více než 160.000 lidí po celé Americe, včetně podnikatelů, číšníků, dětí a politiků přispělo na výstavbu podstavce. Joseph Pulitzer zaznamenal každý dar a na titulní straně časopisu publikoval dopisy od přispěvatelů. Kampaň přinesla přes 100.000 dolarů (dnes zhruba 2 miliony dolarů), což umožnilo městu dokončit výstavbu podstavce (How Political Crowdfunding Killed Traditional Campaign Financing, c2018). Obdobnou pomoc nabídl architekt Sochy Svobody, který vytvářel miniaturní verze sochy s vyrytým jménem přispěvatele. Architekt Sochy Svobody i pan Pulitzer tehdy nabídli obdobu dnešní odměny v crowdfundingu.

Na tomto příkladu je vidět, že snaha být součástí něčeho většího, motivuje lidi k finančním příspěvkům.

V české historii také najdeme několik crowdfundingových příkladů. Nejznámějším může být sbírka na opravu Národního divadla, které vyhořelo. Za 47 dní se vybralo přes milion zlatých a příspěvky přicházely i z takových koutů světa, jako je třeba Afrika nebo Kalifornie. Lidé přispívali nejen penězi, ale také předměty nebo nabízeli stavební výpomoc. Přispěvatelé posílali peníze dokonce i poté, co bylo divadlo opraveno (Historie crowdfundingu, c2017).

### **3.4 První crowdfundingová platforma**

V moderní éře crowdfundingu je první zmínka připisována britské hudební skupině Marillion v roce 1997. Skupina se chtěla vydat na tour, avšak neměla dostatečnou podporu od vydavatele a tak částku 60.000 dolarů vybrali sami fanoušci prostřednictvím internetu (How Marillion invented crowdfunding, c2018).

Postupně se začaly objevovat další projekty a kampaně od filmů až po nové softwary. Do roku 2000 se však jednalo pouze o jednotlivé kampaně, které nevyužívaly žádné platformy, pouze

jednotlivé blogy a stránky (Walk, 2016, s. 2).

Za první crowdfundingovou platformu je považována ArtistShare, která vznikla v roce 2001. Dodnes je tato platforma zaměřena pouze na hudební produkci a přispěvatel se může rozhodnout, kterou skupinu podpoří (ArtistShare, c2016).

Téhož roku vznikla platforma DonorsChoose, která je jednou z největších platform, která podporuje studenty a veřejné školy v Americe (DonorsChoose, c2000-2017).

Za nejznámější platformy můžeme považovat Indiegogo a Kickstarter, které crowdfunding zpopularizovali. Indiegogo, které vzniklo v roce 2008, začalo naplno využívat potenciálu sociálních sítí, které současně využívalo bázi odměn. O rok později vznikl Kickstarter.

V České republice za poslední roky vzniklo (a občas i zaniklo) k desítce „přispěvatelských“ webů (Černý, Idnes.cz). Nejznámější platformy u nás jsou Hithit a Startovač. Poměrně čerstvou novinkou v České republice je Fundlift, který se lehce odklání od klasické formy crowdfundingu. Jeho hlavní myšlenkou je získání přímého podílu ve firmě (Bedrich, c2014-2017).

### **3.5 Crowdfunding jako součást Webu 2.0**

Jak již bylo možné ukázat, internet je hlavním prostředníkem crowdfundingu, který změnil způsob podnikání v mnoha směrech (Wirtz at al, 2014, s. 328).

Web 2.0 je termín pro ustálené označení etapy vývoje webu, v níž byl pevný obsah webových stránek nahrazen prostorem pro sdílení a společnou tvorbu obsahu. Tento pojem se nevztahuje k žádným technickým specifikacím, ale ke změnám ve způsobu, jakým jsou webové stránky navrženy a používány.

Na podzim roku 2001 Tim O'Reilly vymyslel slovo Web 2.0. Ten je tvořen interaktivními aplikacemi, které umožňují uživatelům aktivně se podílet na produkci obsahu prostřednictvím aktivit jako je např. blogování, nahrávání fotografií, videí atd. Základním kamenem pro tyto činnosti je „sociální software“, nebo aplikace, které umožňují komunikaci, interakci a spolupráci prostřednictvím internetu (Stegbauer a Jäckel, 2008, s. 59).

Cílem těchto aplikací je získat koncové uživatele, aby se zapojili do spolupráce na tvorbě a generování obsahu internetových stránek. Tyto individuální znalosti jsou poté sdílenými

informacemi. Vysoká popularita těchto aplikací mezi uživateli internetu spočívá v touze po aktivní účasti na jeho tvorbě. Web 2.0 je samozřejmě využíván pro komerční účely (Klemann et al, 2008, s. 10).

### **3.6 Typy Crowdfundingu**

Přestože každá žádost o financování je jedinečná, lze typy crowdfundingu kategorizovat. Anglicky psaná literatura se v typech crowdfundingu rozchází. Například Steven Bradford (Bradford, 2012) uvádí tyto druhy:

- Model založený na odměně
- Model založený na předkupním právem
- Model založený na darování
- Model úvěrový
- Model vlastního kapitálu

Ale například Joachim Hemer uvádí pět druhů crowdfundingu, které nazývá základními modely (Hemer, 2011, s. 15-17):

- Model všechno nebo nic
- Model mikropůjček
- Investiční modely nebo-li modely vlastního kapitálu
- „Holding“ model
- Klubový model

V následujících kapitolách budou použity modely, které definoval Steven Bradford, neboť toto dělení je všeobecně užívané v zahraničí a bylo přejato i do českého prostředí.

#### **3.6.1 Model založený na odměně a předkupním právem**

Tyto modely jsou velmi běžné a mají tendenci být použity na jednom webu současně. Z tohoto důvodu budou popsány na jednom konkrétním příkladu z praxe. V rámci modelu odměn zadavatelé projektu poskytují přispěvateli některý druh „odměny“, který není úrokem ani procentem ze zisku. Odměna tohoto typu může být například osobní poděkování po telefonu. U předkupního modelu přispěvatel získá právo koupit si produkt za sníženou cenu po jeho dokončení (Griffin, 2012, s. 6-7).

Například, když Josh Freese, bývalý bubeník Nine Inch Nails, hledal finanční prostředky na své nové album, nabídl kombinaci odměn a předkupních výhod potenciálním přispěvatelům. Mezi „tradiční“ odměnu, která však kloubí oba dva modely, můžeme jmenovat darování trička s originálním potiskem a osobní telefonní kontakt. Mezi odměny, které mu přinesly velkou tiskovou popularitu, patří např.: ruční mytí automobilu. Josh Freese řekl: *Na tyto odměny mě přivedli lidé, kteří se se mnou bavili na MySpace* (Josh Freese's Crazy Crowdfunding Adventure, c2017).

### **3.6.2 Model založený na darování**

Tento model funguje na principu sbírky. Investoři neočekávají od organizátora projektu jakoukoliv protislužbu či odměnu. Motivací pro přispěvatele je především provedení dobrého skutku pomocí malé finanční částky. Tento model není využíván pro podnikatelské účely, ale spíše pro účely dobročinné - neziskové organizace a charity (Crowdfunding: Alternativní způsob financování podnikatelů, c2017).

### **3.6.3 Model úvěrový**

Tento model se v anglické literatuře často nazývá peer-to-peer lending. Přispěvatelé poskytují organizátorovi dočasně volné finanční prostředky, ale očekávají jejich splacení. V některých případech mají přispěvatelé nárok na splacení dlužné částky a úroku, ale v ostatních případech obdrží pouze zpět půjčovanou částku.

V České republice se s tímto modelem ač nevědomky velmi často setkáváme díky rozsáhlé marketingové kampani portálu Zonky.cz<sup>1</sup>.

Tento portál cílí na lidi, kteří si buď mohou dovolit sponzorovat jiné, nebo na osoby samostatně výdělečně činné, kterým banka mnohokrát peníze půjčit nechce (PPF spustil crowdfundingový projekt půjček Zonky, c1996-2017). Lidé si na tomto portále mohou půjčit na příklad na refinancování své půjčky, nákupu nového automobilu, vlastní projekt, cestování a jiné. Každý investor může do jedné půjčky investovat nejméně 200Kč, nejvýše však 5.000Kč (Home Credit tu za 10 let nemusí být, sežere ho Zonky? C2015-2017).

### **3.6.4 Model vlastního kapitálu (akcie)**

Základní myšlenkou tohoto modelu je nalezení vhodných investorů, kteří se následně stanou

---

<sup>1</sup> <https://www.zonky.cz/>

akcionáři dané společnosti, pokud se projekt podaří realizovat (Rose, 2016, s. 23).

Princip fungování tohoto modelu nejvíce vystihovala internetová stránka - ProFounder, která pomáhala podnikatelům získat kapitál pro své začínající firmy. Tento web byl založen v srpnu roku 2009 a oficiální jeho zahájení proběhlo 30. listopadu roku 2010. ProFounder zajistil svým investorům cca 1,3mil. Základní myšlenkou ProFounderu bylo usnadnit investice mezi začínajícími firmami, které potřebovaly peníze na spuštění a ochotné investory, kteří nevěděli, jak investovat do soukromé společnosti (Crowdfunding Platform ProFounder shuts Down).

Tato společnost, musela být díky regulačnímu prostředí ve Spojených státech zrušena. Zakladatelé společnosti na svém blogu svým investorům vzkázali, že budou dále pokračovat v inovacích, které se týkají crowdfundingu. Mimo jiné zakladatelé společnosti ProFounder povzbuzují všechny, kteří se o budoucnost crowdfundingu starají, aby navštívili webovou stránku: <http://legalizecrowdfunding.org/> a ukázali svou podporu.

### **3.7 Způsoby finančního zprostředkování**

V této kapitole bude vysvětlen pojem finanční zprostředkování a jeho základní dělení.

Firma Manta poslala před webovým seminářem o crowdfundingu průzkum účastníkům. Jedna z otázek byla: *Považujete crowdfunding za zdroj finančních prostředků?* Méně než 15% odpovědělo, že ano a jsou otevřeni získat tímto způsobem finanční prostředky. Na otázku, proč by nebrali v úvahu tuto formu financování, mnozí podnikatelé odpověděli, že nechtějí, aby si zákazníci mysleli, že jejich podnikání má potíže (Hogue, 2013, s. 3). Bohužel i s tímto názorem se dodnes setkáváme.

Finanční zprostředkování má za úkol přesun finančních prostředků od přispěvatelů k zadavatelům projektu (autorům). Přispěvatelé vkládají své volné prostředky, zatímco zadavatelé se snaží tyto prostředky využít k realizaci svých podnikatelských aktivit. Podle základního charakteru procesu přesunu finančních prostředků rozlišujeme tři způsoby financování (Rejnuš, 2014, s. 48):

- Přímé financování
- Polopřímé financování
- Nepřímé financování

V některé zahraniční literatuře se můžeme setkat pouze s rozdělením na přímé a nepřímé financování.

**Přímé financování** – způsob financování, ve kterém dochází k přesunu prostředků přímo mezi subjekty bez využití třetí strany (zprostředkovatele). Ideálním příkladem je nákup cenných papírů investorem přímo od společnosti.

Výhodou tohoto typu financování je vynechání finančního zprostředkovatele a značná úspora finančních poplatků. Naopak nevýhodou tohoto typu financování je vysoká informační (tedy hlavně časová) nákladnost. Věřitel nese celé riziko (například při nedodržení smluvních podmínek). Díky nemožnosti rozprostření rizika není tento způsob financování tak populární jako financování nepřímé (Rejnuš, 2014, s. 48).

**Polopřímé financování** – zde nedochází k přesunu finančních prostředků přímo, ale skrze prostředníka, který napomáhá realizaci obchodu. Tento prostředník obchoduje na „cizí“ účet neboli na účet svého klienta. Ideálním příkladem je broker<sup>2</sup>.

Výhodou tohoto typu financování je menší časová náročnost, protože zprostředkovatelé sami vyhledají a kontaktují zájemce.

Nevýhodou mohou být nemalé poplatky a nejistota, že zprostředkovatel není jednostranně zainteresovaný (Rejnuš, 2014, s. 50).

**Nepřímé financování** – zprostředkovatel obchoduje na svůj vlastní účet, čímž na sebe přebírá rizika spojená s nenaplněním závazku. Typickým příkladem je bankovní instituce, která jako finanční instituce strádá finanční aktiva malých investorů a vyplácí jim za to odměnu ve formě úroku. Následně nastřádaná aktiva půjčuje svým jménem za vyšší úrok.

Výhodou je snadné vyhledání nepřímého zprostředkovatele. Jako nevýhoda se jeví nižší úrok od zprostředkovatele než od dlužníka - v bankovní sféře (Rejnuš, 2014, s. 50).

Výstižnou definici použili Aggarwal a Goodell: *Přesun finančních prostředků od střadatelů k investorům neboli finanční zprostředkování, je nezbytnou funkcí ve všech zemích a zpravidla je prováděn skrze finanční instituce a finanční trhy* (Aggarwal, 2009, s. 1770).

Mishkin označil finanční zprostředkování jako podskupinu financování: *Proces nepřímého*

---

<sup>2</sup> Broker = dohadce, který zprostředkovává obchody cizím jménem a na cizí účet.

*financování, s jehož pomocí finanční zprostředkovatelé spojují věřitele-strádatele a dlužníky-vypůjčovatele* (Mishkin, 2004, s. 15). Mishkinova definice nám říká, že crowdfunding spadá do kategorie nepřímého financování.

### **3.8 Regulace crowdfundingu**

Před zahájením crowdfundingové kampaně je dobré znát, jakým způsobem je toto financování upraveno českými zákony.

Česká republika je v porovnání s Velkou Británií či USA ohledně právní úpravy pozadu. Prozatím se crowdfunding v České republice řídí jednotlivými zákony.

Ke crowdfundingu vydal svá doporučení a stanoviska Evropský orgán pro bankovníctví (EBA), konkrétně pro oblast úvěrového crowdfundingu. Zde je nastíněno, které oblasti by měly být předmětem zájmu pro právní úpravu. Důležité je, že všechny informace by na portálech měly být srozumitelné, pravdivé a nezavádějící - například platformy by měly obsahovat informace o projektu, vypůjčovateli a mechanismu financování (Opinion of the European Banking Authority on lending-based crowdfunding, 2015, s. 11).

V této části práce bude vysvětlen termín veřejná sbírka, právní úprava daru a pohled z hlediska zákona o platebním styku, s kterými se setkáváme v rámci české právní legislativy.

#### **3.8.1 Veřejná sbírka**

Veřejná sbírka je dle zákona 117/2001 Sb. pořádaná k získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých prostředků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, pro rozvoj vzdělání, tělovýchovy, nebo sportu, nebo k zajištění ochrany kulturních památek, tradic a životního prostředí (Zákon č. 117/2001 Sb. o o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů).

Vzhledem k širokému využití sbírky není možné komplexně obsáhnout charakteristiku termínu prospěšný účel. Veřejná sbírka musí danému subjektu přinést prospěch, který je v širším slova smyslu společenským zájmem a směřuje k vytvoření, zachování, obnově či zlepšení celospolečensky uznávaných a právem chráněných hodnot.

Sbírku lze konat:

- Shromáždováním peněžních příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu
- Sběracími listinami
- Pokladničkami
- Prodejem předmětů, jestliže je příspěvek zahrnut v jejich ceně
- Prodejem vstupenek na veřejná kulturní nebo sportovní vystoupení anebo jiné všeobecně přístupné akce pořádané za účelem získání příspěvku, jestliže je příspěvek zahrnut v ceně vstupenek
- Dárcovskými textovými zprávami prostřednictvím telekomunikačního koncového zařízení
- Složením hotovosti do pokladny zřízené právnickou osobou
- Příslušný krajský úřad na žádost právnické osoby, která oznámila konání sbírky, rozhodne o možnosti konat sbírku i jiným způsobem. Tento způsob navrhne právnická osoba. Krajský úřad jej posoudí z hlediska transparentnosti získávání příspěvků do sbírky a zabezpečení jejich využití s přihlédnutím k právním předpisům

Sbírku je oprávněna konat za podmínek stanovených zákonem č. 117/2001 Sb. pouze bezúhonná, svéprávná právnická osoba, které musí být více než 15 let.

Právnická osoba se nepovažuje za bezúhonnou, jestliže byla pravomocně odsouzena za úmyslný trestný čin nebo za trestný či podílnictví z nedbalosti (viz § 215 trestního zákoníku), legalizace výnosů z trestné činnosti z nedbalosti (viz § 217 trestního zákoníku) nebo poškození záznamu v počítačovém systému a na nosiči informací a zásah do vybavení počítače z nedbalosti (viz § 232 trestního zákoníku). Právnická osoba při prokázání své bezúhonnosti dokládá výpis z evidence Rejstříku trestů.

### **Založení veřejné sbírky**

V této podkapitole je věnována pozornost možnosti založení veřejné sbírky bezúhonnou právnickou osobou (viz kapitola 3.7.1).

Právnická osoba je povinna zřídit pro sbírku zvláštní bankovní účet, na který bude převáděn hrubý výtěžek a vést o něm odděleně účetnictví podle zvláštního právního předpisu.

Právnícká osoba nemusí zřizovat zvláštní bankovní účet na sbírky konané výlučně prostřednictvím pokladniček nebo sběracích listin po dobu nejvýše 3 měsíců (Zákon č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů).

Podmínkou pro zahájení veřejné sbírky je vydání osvědčení o tom, že sbírku může právnícká osoba konat. Právnícká osoba je povinna podat oznámení o konání veřejné sbírky (písemně) krajskému úřadu, v jehož správním obvodu má sídlo. Má-li právnícká osoba sídlo na území hlavního města Prahy, podává oznámení na Magistrátu hlavního města Prahy (Zákon č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů).

Na příslušném úřadě musí být předloženy například tyto doklady: písemné oznámení o konání veřejné sbírky a čestné prohlášení o tom, že právnícká osoba nevstoupila do likvidace.

Konání sbírky je nutno oznámit příslušnému úřadu nejpozději 30 dnů před zahájením sbírky (Občanské aktivity, c2017).

Pokud se u projektů řešených přes crowdfundingové portály nejedná o charitativní účel, který by splnil podmínku veřejně prospěšného účelu, nejedná se o veřejnou sbírku a nevzniká zde právnícké osobě žádná ohlašovací (ani jiná) povinnost vůči státu České republiky.

### **3.8.2 Právní úprava daru**

Při poskytnutí peněžních prostředků do veřejné sbírky se uzavírá darovací smlouva. Dárce se zavazuje na základě této smlouvy poskytnout obdarovanému dar ve smyslu § 20 odst. 8 zákona č. 586/1992 Sb. o daních z příjmu, ve znění pozdějších předpisů. Daňová legislativa České republiky umožňuje dárce za určitých podmínek částečně kompenzovat náklady na dar formou odečtu ze základu daně z příjmu (fyzických osob § 15 odst. 5 Zákona č. 586/1992 Sb., o dani z příjmů i osob právnických § 20 odst. 8 téhož zákona).

Chce-li dárce využít možnost odečíst příspěvek od základu daně, musí poskytnout finanční prostředky: obcím, krajům, organizačním složkám státu, právnickým osobám se sídlem na území České republiky, jakož i právnických osobám, které jsou pořadateli veřejných sbírek například na: vědu a vzdělávání, výzkumné a vývojové účely, kulturu, školství, na požární ochranu, na podporu a ochranu mládeže, na ochranu zvířat a jejich zdraví, na účely sociální, zdravotnické, ekologické, humanitární, charitativní, atd.

Právnícká osoba musí splnit tyto podmínky pro uplatnění daru (Změny v daňovém odpočtu

darů od roku 2014, c2012):

- Hodnota jednotlivého daru činí minimálně 2.000Kč
- Nejvýše lze odečíst 10% ze základu daně sníženého podle §34

Právně je darování ošetřeno darovací smlouvou, kterou definuje občanský zákoník. Darovací smlouva musí být písemná v případě darování věci zapsané ve veřejném seznamu. Jako typický příklad lze uvést nemovitost – dům nebo pozemek. Pokud by v tomto případě mělo darování jinou než písemnou formu, jednalo by se o neplatné ujednání (Darovací smlouva krok po kroku podle nového občanského zákoníku NOZ, c2017).

### **3.8.3 Zákon o platebním styku**

*Cílem nového zákona je maximální ochrana uživatelů v platebním styku a usnadnění jejich přístupu k vlastním financím* takto komentoval ministr financí Ivan Pilný nový zákon o platebním styku, který nabyl účinnosti dne 13.1.2018 (Nový zákon o platebním styku. Co přinese v praxi? c2000–2018).

Tento zákon transponuje do českého právního řádu pravidla vyplývající ze směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/2366 ze dne 25. listopadu 2015 o platebních službách na vnitřním trhu, kterou se mění směrnice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010 a zrušuje směrnice 2007/64/ES.

Cílem nové právní úpravy je rovněž zvýšení hospodářské soutěže v oblasti poskytování platebních služeb prostřednictvím otevření finančního trhu novým subjektům, a to zavedením jednotných a srozumitelných pravidel pro nové platební služby, konkrétně služby nepřímého dání platebního příkazu a služby informování o platebním účtu. Tyto služby umožňují jejich uživatelům například pomocí jedné aplikace zadávat platební příkazy k převodu peněžních prostředků z více platebních účtů nebo mít pomocí takovéto aplikace jednodušší přehled o pohybech a zůstatcích na všech svých platebních účtech, vedených u různých poskytovatelů platebních služeb.

Noví i někteří stávající poskytovatelé platebních služeb budou moci nové platební služby poskytovat na základě povolení, které jim udělí Česká národní banka nebo orgán dohledu domovského členského státu, jedná-li se o zahraničního poskytovatele se sídlem v jiném členském státě.

Služby spojené s transakcemi peněz mohou přinášet i určitá rizika zejména spojená s ochranou osobních údajů a citlivých dat uživatelů platebních služeb. Proto je kladem důraz na zajištění silnější ochrany spotřebitele nebo zavádění bezpečnějších metod přístupu k platebním účtům, např. zavedením povinného silného ověření uživatele při využívání služeb vzdáleným způsobem. Pro ověření, zda-li poskytovatel platební služby získal povolení od České národní banky, je možné nahlídnout do seznamu regulovaných a registrovaných subjektů finančního trhu dostupných na webové stránce České národní banky: [http://www.cnb.cz/cs/dohled\\_financni\\_trh/seznamy/index.html](http://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/seznamy/index.html) (Upozornění pro veřejnost k nové právní úpravě v oblasti poskytování platebních služeb, c2003-2018).

I přes řadu uvedených (nových) nařízení, nás Česká národní banka vyzívá k opatrnosti, pokud budeme využívat platební služby, prostřednictvím elektronického bankovníctví.

### **3.9 Bodové shrnutí teoretické části**

1. Definování základních pojmů, které jsou nutné pro pochopení a snadnou orientaci v bakalářské práci.
2. Vymezení stěžejního pojmu Crowdfunding.
3. Seznámení s historií tohoto pojmu (světovou i českou).
4. Crowdfunding a Web 2.0 – základní informace.
5. Základní informace o první platformě.
6. Vymezení typů crowdfundingu a základní charakteristické rysy.
7. Možnosti finančního zprostředkování, které má za úkol přesun finančních prostředků od přispěvatelů k zadavatelům projektu.
8. Vymezení legislativního rámce na území České republiky.

## 4 PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část bakalářské práce analyzuje situaci na českých internetových portálech. Cílem této části je seznámit čtenáře s existujícími crowdfundingovými portály, jejich obsahem a porovnání měřitelných kritérií.

### 4.1 Analýza druhů platforem

Druhy crowdfundingu se vyznačují celou řadou společných, ale i odlišných rysů, které nám umožňují vzájemné porovnání. K uvědomění rozdílů jsem zpracovala podrobnou tabulku. Při sestavování tabulky č. 1, jsem vycházela z teoretických poznatků a analýzy jednotlivých druhů platforem, které jsou v České republice dostupné: podílový, dluhový, odměnový a dárcovský.

**Tabulka 1: Analýza crowdfundingových portálů**

	<b>Kritérium</b>	<b>Podílový</b>	<b>Dluhový</b>	<b>Odměnový</b>	<b>Dárcovský</b>
1.	Finanční zisk	ANO	ANO	NE	NE
2.	Nefinanční ocenění	NE	NE	ANO	ANO
3.	Pohyb peněžních prostředků	ANO	ANO	ANO	ANO
4.	Vrácení prostředků o navýšení (úrok)	ANO	ANO	NE	NE
5.	Poplatky	ANO	ANO	ANO	ANO
6.	Záruka vrácení prostředků	NE	ANO	ANO	NE
7.	Přízpůsobení doby splatnosti	NE	ANO	NE	NE
8.	Územní omezení	NE	NE	NE	NE
9.	Jistota úspěšnosti	NE	NE	NE	NE
10.	Bonita klienta	NE	ANO	NE	NE

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud daný druh crowdfundingu splňuje dané kritérium, je v tabulce uvedeno ANO, pokud kritérium nesplňuje, je v tabulce uvedeno NE.

Nyní budou jednotlivá kritéria z tabulky podrobně vysvětlena:

1. **Finanční zisk** – pokud se rozhodneme investovat volné finanční prostředky do podílového nebo dluhového crowdfundingu očekáváme jejich zhodnocení. Tato

podmínka není splněna u odměnového ani dárcovského crowdfundingu.

2. **Nefinanční ocenění** – podílový a dluhový crowdfunding nabízí finanční zhodnocení (viz bod 1). Odměnový crowdfunding nabízí svým přispěvatelům různé formy odměn odstupňované podle výše příspěvku. Podstata dárcovského crowdfundingu je pomoci potřebným.
3. **Pohyb finančních prostředků** – toto je základní funkce všech druhů crowdfundingu. Jednotlivé platformy nám umožňují přesun volných finančních prostředků od přispěvatelů či investorů.
4. **Vrácení příspěvků o navýšení (úrok)** – u podílového i dluhového crowdfundingu jsou finanční prostředky později vráceny včetně úroku. U odměnového crowdfundingu získávají přispěvatelé nefinanční formu odměny. U dárcovského crowdfundingu nejsou finanční prostředky nikdy vráceny.
5. **Poplatky** – společný rys pro všechny platformy. Liší se pouze definovanou výší.
6. **Záruka vrácení prostředků** – podílové platformy již na svých stránkách upozorňují, že investor může o své finanční prostředky nevratně přijít. Ani dárcovský crowdfunding negarantuje vrácení finančních prostředků. Dluhové platformy nabízejí záruku v případě, kdy dlužník přestane splácet. Existující odměnové platformy přislubující vrácení peněz při nedovršení cílové částky. Pokud by se na projekt vybrala požadovaná částka, ale autor projektu neměl v úmyslu projekt realizovat, dostáváme se do komplikované situace, která se bude řešit v soudním procesu.
7. **Přizpůsobení doby splatnosti** – nelze individuálně nastavit, protože crowdfundingové portály mají pevně nastavené doby splatnosti.
8. **Územní omezení** – žádná z platforem není územně omezena. Je možné své volné finanční prostředky zasílat z různých částí republiky.
9. **Jistota úspěšnosti** – dosažený úspěch Vám nemůže žádná platforma garantovat.
10. **Bonita klienta** – dluhové platformy si ověřují, zda-li je klient schopný svůj dluh splatit. U ostatních portálů dochází k třídění projektů podle vhodnosti obsahu.

## 4.2 Platformy v České republice

Crowdfunding už u nás není zcela neznámým pojmem, ale aby se toto slovo dostalo do povědomí, bude ještě nějakou chvíli trvat.

V žádné česky psané literatuře, není uveden počet aktivních/neaktivních crowdfundingových platform. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla provést průzkum, na jehož základě jsem stanovila celkový počet platform. Na českém trhu je 18 různých crowdfundingových platform, které se člení následujícím způsobem:

### Podílový crowdfunding

- Peněždroj.cz, který sám o sobě říká, že je kombinací podílového a odměnového crowdfundingu
- Fundlift

### Dluhový crowdfunding

Od roku 2015 jsou spuštěny první portály zaměřeny na dluhový crowdfunding

- Pujcemefirme.cz
- Symcredit.com
- Zonky

### Odměnový crowdfunding

Největší část portálů se zaměřuje na odměnový crowdfunding:

- Fondomat
- HitHit
- Startovač
- Kreativcisobě
- Everfund
- Odstartováno
- Katalyzátor
- NakopniMě
- VisionPartners

- Sportstarter
- Penězozdroj

### **Dárcovský crowdfunding**

- Darujspravně.cz
- Katalyzator pomáhá

## **4.3 Analýza portálů odměnového crowdfundingu**

Pro porovnání a analýzu jsem si vybrala nejvíce početnou skupinu – odměnové portály, které budou nejdříve popsány a v další kapitole porovnány.

### **4.3.1 Fondomat**

Prvním českým crowdfundingovým portálem byl Fondomat ([www.Fondomat.cz](http://www.Fondomat.cz)), který odstartoval v srpnu roku 2011 ve dvojjazyčném provedení. Fondomat byl následně přestěhován z Prahy do Londýna, kde byl tento projekt počátkem roku 2015 oficiálně ukončen.

Hlavní myšlenkou tohoto webu měla být jednoduchost. Zadavatel projektu vyplnil jednoduchý formulář, ve kterém uvedl, na co hodlá získané peníze použít a následně oslovil lidi. Příspěvatelé měli možnost zaslat peníze na účet PayPal přímo zadavateli projektu.

Tento portál však již při prvním pohledu příspěvatele nepůsobil profesionálním dojmem. Polovina odkazů na hlavní stránce nefungovala, bylo složité dohledat další nadějně projekty (kromě těch, které byly uvedeny na hlavní straně), dvojjazyčné provedení bylo matoucí a nepůsobil věrohodně. Příspěvatelé mohli pouze velmi složitě dohledat informace o provozovateli. Tento byznys model stojí na důvěře, kterou tento portál postrádal.

Z mého pohledu vidím jako zásadní nevýhodu, že Fondomat peníze vybíral prostřednictvím PayPalu. Nebylo možné použít převod na bankovní účet. Náklady na převod přes portál PayPal nesl obdarovaný – ve výši 13% z darované částky, další 4% si pro sebe nechává Fondomat na svůj provoz. Pokud by zakladatele Joe Wakeford a Conrad Watts propojili portál s bankovním účtem, mohli by být poplatky za práci podstatně menší.

Pokud se na Fondomat podíváme zpětně, určitě nám jako zvláštnost bude připadat, že pracoval

i s nenaplněnými sbírkami (viz základní pojmy). Řada projektů vyžaduje, aby se sbírka vybrala v plné výši, jinak jí nezpřístupní autorovi sbírky. V takovém případě by se darované příspěvky z nevybrané cílové částky vracely zpět přispěvatelům. Fondovatel ovšem vybírá peníze přímo na PayPal účet zadavatele projektu, takže mu okamžitě dorazí.

I přes toto všechno si Fondomat získal pozornost médií.

### 4.3.2 Nakopni.Mě

Na začátku českého crowdfundingu stál a stále stojí portál Nakopni.Mě, který vznikl 8. ledna roku 2012 ([www.nakopni.me](http://www.nakopni.me)).

Nakopni.Mě je nový způsob jak financovat jakýkoliv projekt. Marketingový team tohoto portálu věří, že dobrý nápad rychle získá spoustu fanoušků, kteří se rozhodnou projekt podpořit.

Tento portál využívá metodu „všechno nebo nic“ - projekt musí být plně profinancován, pokud se tak nestane, všechny peníze se vrátí přispěvatelům.

Pokud si zadavatel projektu vybere tento web, musí si na portálu Nakopni.Mě v první řadě založit vlastní účet. Po vyplnění jména, příjmení, přezdívky, e-mailu, vložení bezpečnostního hesla a potvrzení plnoletosti se na Vámi zadaný e-mail odešle zpráva k aktivaci účtu. Poté Vás budou navádět přehledné formuláře.

V posledním formuláři je nutné definovat odměnu, která nesmí být nižší než 20Kč.

Pokud jsme nadefinovali a popsali odměnu, bude náš projekt posuzovat team portálu Nakopni.Mě, který má možnost Vám projekt vrátit zpět k přepracování. Tento proces trvá v rozmezí 1 – 7 dní, ve kterém jsou zadavateli projektu zaslány případné připomínky k přepracování.

Roman Baroš (jednatel Nakopni.Mě s.r.o.): *Zadávané projekty obsahují řadu chyb, mezi nejčastější patří například nedostatečný popis projektu, příliš krátký text (který nezmiňuje důležité informace, malé/žádné odměny pro přispěvatele a v neposlední řadě nereálná očekávání zakladatelů.*

Pokud je projekt úspěšně schválen, objeví se v aktuální nabídce projektů. První den po zveřejnění je projekt vyvěšen na pozici Projektu dne zcela zdarma. Pokud si chce zadavatel tuto pozici udržet, musí za každý další den zaplatit poplatek 50Kč/den (s ohledem na volnost

termínů). Tato služba zadavateli zajistí, že jeho projekt bude neustále na očích. Pokud si investor bude prohlížet záložky ve svém účtu, Projekt dne bude mít neustále na své obrazovce.

Po úspěšném uzavření projektu Vám portál vyplatí nasbírané peníze ponížené o provizi, ve výši 3% z nasbírané částky (ne z cílové částky), z neúspěšného projektu se provize nevybírání.

Při prvním dojmu nepůsobí Nakopni.Mě jako aktivní platforma. Tento dojem u mě změnila až rychlost a vstřícnost při e-mailové komunikaci s panem Barošem (jednatel společnosti). Bohužel této platformě chybí masová marketingová propagace a až na vzácné výjimky zde najdeme spíše přehled neúspěšných projektů.

### 4.3.3 Kreativcísobě

Kreativec je kdokoliv, kdo má ucelený nápad připravený k realizaci, ale chybí mu potřebné finanční prostředky nebo si s realizací neví rady.

*Bylo by fajn, kdyby se z Crowdfundingu stal nástroj pro realizaci kreativních snů, ale i začínajících podnikatelských záměrů. Konkurenční portály vnímáme spíše jako kolegy. Máme totiž společný cíl, a to pomoci lidem realizovat jejich projekty a sny* prohlašuje Přemek Koudela z Kreativcísobě.cz.

Hlavním tahákem tohoto webu byla snaha cílit projekty na regiony a lidi v něm žijící.

Pokud se zadavatel projektu rozhodl pro tento portál, musel si vytvořit uživatelský účet. Poté vyplnil požadované informace a projekt odeslal. Následovala kontrola formální i věcné stránky ze strany teamu Kreativcísobě. Pokud bylo vše v pořádku, projekt byl zveřejněn.

Minimální délka trvání projektu byla 10 dní, maximální 40 dní. Zajímavě zde bylo řešeno ukončení financování projektu. V zadávání nového projektu zadavatel nemohl uvést, jestli projekt může překročit cílovou částku či nikoliv. Projekt byl ukončen automaticky s vypršením času (ne dosažením požadované částky).

Osobně vidím velkou výhodu tohoto portálu, že poskytl možnost zadavatelům (ne povinnost) vytvoření profilového videa a tím vystoupit z anonymního internetového světa. Kreativcísobě zdůrazňovali, že video mělo být především upřímné a na jeho kvalitě nezáleželo. S tímto tvrzením nesouhlasím, jelikož se domnívám, že tento nástroj měl vzbudit hlavně důvěru u budoucích přispěvatelů.

Kreativcisé nezapomínali ani na odměny pro přispěvatele. Jako ideální počet odměn uvedli na svých internetových stránkách 5-7 druhů.

Minimální příspěvek na podporu nového projektu byl 50Kč, maximální hranice nebyla určena.

Pokud se nepodařilo na projekt sehnat dostatek peněz potřebných k realizaci, přispěvatel dostal svou investici zpět, ale poníženu o bankovní poplatky. Kreativcisé si z úspěšného projektu účtovali celkem 8% z celkové vybrané částky. Z toho 3% byly poplatky spojené s transakcemi.

Z mého pohledu vidím jako zásadní nevýhodu, že tento portál používal pro vybírání plateb platební bránu PayU. Tato platební brána si z každé platby strhávala 2Kč + 3% z částky plateb platebními kartami a 2% u bankovních převodů.

Příklad:

Přispěvatel zaslal 100Kč převodem, Kreativec dostal 96Kč.

Při platbě kartou to bylo 95Kč.

Pokud projekt nebyl úspěšný (nenaplnila se cílová částka), za vrácení platby přispěvatelům si banka účtovala 3Kč.

Tento web je neaktivní od 6.4.2016, informace o tomto webu jsem čerpala z internetového archivu Wayback Machine (<https://archive.org/>).

#### **4.3.4 HitHit**

Tato platforma byla založena na konci roku 2012, nalezneme jí na webových stránkách: <https://www.hithit.com/cs/home>.

Na tomto portálu je prostor pro financování nových myšlenek, kreativních záměrů, vydávání hudebních alb, natáčení filmů, výrobu designových produktů, vývoj software, mobilních aplikací a podobně. Jediné co tento portál nepodporuje, jsou charitativní projekty.

Pokud si zadavatel projektu vybere mediálně nejznámější portál HitHit, musí v první řadě souhlasit s obchodními podmínkami, poté je nutné vyplnit základní informace o projektu a stanovit cílovou částku (zde je uvedeno doporučení, že by se naše cílová částka měla o cca 20% nadhodnotit z důvodu pokrytí platby bankovních poplatků a v případě úspěchu i odměnu pro portál HitHit).

Po vyplnění všech povinných polí (označeny hvězdičkou) je projekt odeslán teamu HitHit, který provede kontrolu, zda-li projekt neobsahuje sexuálně explicitní nebo xenofobní narážky. Tato kontrola trvá u většiny projektů jeden týden.

Každý projekt má na shromáždění požadované částky maximálně 45 dní. Pokud se mu to nepodaří, zadavatel neobdrží ani korunu.

Provize je vybírána pouze z úspěšného projektu. Vybírané poplatky můžete vidět v tabulce číslo 2.

**Tabulka 2: Výše poplatků z úspěšného projektu na portálu HitHit**

Typ poplatku	Podmínka poplatku	Velikost poplatku
<b>Provize</b>	Z projektů s cílovou částkou do 200 000 Kč nebo do 7500 €	9% (+ DPH dle zákonné výše) z celkové vybrané částky projektu + 499 Kč administrativní poplatek
	Z projektů s cílovou částkou nad 200 000 Kč nebo nad 7500 €	Individuální
<b>Transakční poplatky (projekty v CZK)</b>	On-line bankovní převod – Česká spořitelna, ČSOB, Era, Raiffeissen bank, Komerční banka, mBank, Fio banka, MONETA Money Bank, Sberbank	1,25% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	On-line bankovní převod – UniCredit	1,00% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	On-line bankovní převod – Equa bank	0,85% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	Standardní bankovní převod – Ostatní banky	0,50% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	Platba kartou - Visa, MasterCard, Maestro	1,59% + 1 Kč
<b>Transakční poplatky (projekty v EUR)</b>	On-line bankovní převod – Slovenská spořitelna, Tatra banka, ČSOB, VÚB banka, OTP banka, Sberbank, Poštovní banka	1,33% + 0,10 €, minimální poplatek z transakce 0,20 €
	Standardní bankovní převod – Ostatní banky	1,33% + 0,10 €, minimální poplatek z transakce 0,20 €
	Platba kartou – Visa, MasterCard, Maestro	1,59% + 0,10 €

Zdroj: Interní materiály společnosti

#### 4.3.5 Everfund

Tato platforma vznikla dne 5. května roku 2014 v rámci projektu Evropské hlavní město kultury Plzeň 2015 a podporovala kreativní projekty.

Fungovala na principu všechno, nebo nic, ale s tím rozdílem, že dárci mohli věnovat i něco

jiného, než peníze. Tento portál pracoval pouze s naplněnými sbírkami.

Kampaň mohla trvat od 1 do 90 dnů. Zakladatelé portálu doporučovali nastavit 30 denní splatnost, protože tyto projekty měli podle jejich zkušeností největší šanci na úspěch.

Tento portál vybíral volné finanční prostředky přes platební portál PayU. Zde byly poplatky vyčísleny od cca 1,4 – 2,1 % z každé zaslané částky (dle platební metody) + 1Kč za příchozí transakci. Z úspěšného projektu byla inkasována 8% provize. V případě neúspěšného projektu, byli peníze vráceny dárcům avšak poníženy o transakční poplatky.

Původní myšlenka této platformy byla podporovat projekty v plzeňském kraji, ale našli jsme na ní projekty z celé České republiky.

Ani poplatky spojené se zasíláním volných finančních prostředků neodradilo lidi, kteří pomohli plzeňskému depu vrátit opět život.

Tento web je neaktivní od 19.4.2017, informace o tomto webu jsem čerpala z internetového archivu Wayback Machine (<https://archive.org/>).

#### **4.3.6 VisionPartners**

Základním cílem této platformy bylo podpořit neziskový sektor, ale v tuto chvíli zde můžeme najít umělce, vynálezce, filmaře, fotografy, spisovatele, kreativní podnikatele, obchodníky i designéry.

Vytvořený projekt opět kontroluje marketingový team. Pokud nemají žádné připomínky, je projekt vyvěšen na portálu.

Minimální délka trvání projektu je stanovena na 5 dní, maximálně může trvat 90 dní. Projekt je ukončen po uplynutí zvolené doby, nikoliv po dosažení cílové částky.

Tento portál nedefinuje minimální ani maximální výši odměny pro přispěvatele, pouze upozorňuje, aby na ně zadavatelé projektu nezapomínali.

Minimální příspěvek je stanoven v hodnotě 100Kč, maximální hranice stanovena není.

Tato platforma dává možnost si nechat ověřit identitu svého profilu. Žadatel pošle kopii svého občanského průkazu a marketingový team ověří jeho jméno, příjmení a bydliště. Cílem má být ověření, že osoba skutečně existuje. Pokud se zadavatel projektu nenechá prověřit, nikdy

nezíská maximální rating<sup>3</sup>.

Získat konkrétní informace o výši provize nebo transakčních poplatků nebylo z webových stránek možné. Překvapilo mě, že obchodní podmínky (i kdyby ve zkrácené verzi) nejsou přístupné. Bohužel se mi nepodařilo navázat s tímto portálem žádné spojení.

### **4.3.7 Katalyzátor**

Pro všechny tvůrce byla 13. října roku 2014 spuštěna platforma: [www.katalyzator.cz](http://www.katalyzator.cz).

Tato platforma stavěla na bohatých zkušenostech hudebního vydavatelství SUPRAPHON, PR agentury 2media.cz.

Zadavatelé projektu vytvořili nápadité video a definovali výši odměny.

Cílová částka nebyla nijak omezena. Zadavatel projektu mohl požadovat 1.000Kč nebo například 50.000Kč.

Projekt mohl být na portálu vystaven 30, 45 nebo 60 dní a pracoval pouze s naplněnými sbírkami.

V případě úspěšného projektu byla vybírána provize ve výši 9% z celkové částky. Navíc bylo nutné počítat s poplatky za platby kreditními kartami ve výši 1,5 – 2,5 %.

Pokud do vyhledávače zadáme odkaz [www.katalyzator.cz](http://www.katalyzator.cz) je automaticky přesměrován na [www.supraphon.cz](http://www.supraphon.cz).

Tento portál je neaktivní od 6.11.2016, informace jsem čerpala z internetového archivu Wayback Machine (<https://archive.org/>).

### **4.3.8 Odstartováno**

Další neaktivní platforma, která vznikla na konci roku 2014. Ve spolupráci s Raiffeisenbank byla spuštěna platforma [www.Odstartováno.cz](http://www.Odstartováno.cz).

K tomuto portálu nelze dohledat bližší informace.

---

<sup>3</sup> Rating = důvěryhodnost.

### **4.3.9 Sportstarter**

Tato platforma vznikla dne 5. února roku 2015 na podporu českých sportovců.

Projekt zde může založit jakýkoliv sportovec či sportovní pár, který potřebuje podporu pro splnění svého cíle v nadcházející sezóně. Minimální věk pro založení projektu je 16 let. Aby Sportstarter zařadil výzvu do kampaně, musí zakladatel projektu vložit kreativní video, zajímavý sportovní příběh a nezapomenout na odměny pro přispěvatele.

Zajímavostí tohoto webu je, že pracuje s nenaplněnými sbírkami. Všechny vybrané finanční prostředky, které nedosáhli 100% zadané částky, obdrží zakladatel projektu (sportovec).

Příklad: zadavatel projektu zakládá projekt s cílovou částkou 50.000Kč, ale vybralo se pouze 30.000Kč. Pokud by portál pracoval pouze s naplněnými sbírkami, zakladatel by neobdržel žádné finanční prostředky. V tomto případě obdrží sportovec 30.000Kč (ponížených o poplatky).

Provize z vybrané částky činí 10% a slouží zejména k pokrytí nákladů za webovou prezenci. Nesmíme opomenout, že portál vybírá i DPH. Jestliže se sportovci 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.

Tato platforma využívá platební bránu GoPay, poplatky za zpracování platby jsou již obsaženy v provizi.

Velmi se mi zalíbila myšlenka této platformy, protože se domnívám, že čeští sportovci si zaslouží finanční podporu.

### **4.3.10 Startovač**

Tento portál byl spuštěn v březnu roku 2015. Jeho prostřednictvím mohou zakladatelé projektu prezentovat svou kreativní nebo podnikatelskou činnost, na kterou potřebují získat finanční prostředky. Tento portál není určený pro financování charitativních projektů.

Pokud se zakladatel projektu rozhodne prezentovat projekt na této platformě, založí projekt, který poté odešle ke schválení. Pokud neobsahuje žádné nedostatky, je nejpozději do 24 hodin po schválení uveřejněn.

Peníze na projekt mohou být vybírány po dobu: 15, 30 nebo 60 dnů. Startovač doporučuje časový horizont 15 dnů pro kampaně s nižší cílovou částkou (do 60.000Kč), ale i zde je důležité mít celou kampaň výborně připravenou. Časový horizont 30 dnů je ideálním kompromisem pro většinu projektů. Nejdelší časový horizont je vhodný například na propagaci divadla či muzea.

Tento portál pracuje s metodou „všechno nebo nic“. Pokud projekt nedosáhne cílové částky, zadavatel projektu neobdrží vůbec nic.

Pokud je projekt úspěšný a vybere potřebné finanční prostředky, portál Startovač je odešle nejpozději do 9 pracovních dnů po ukončení kampaně na běžný účet zadavatele.

Poplatky spojeny s inzercí na tomto portálu můžete vidět v tabulce číslo 3.

**Tabulka 3: Výše poplatků úspěšného projektu na portálu Startovač**

Typ poplatku	Podmínka poplatku	Velikost poplatku
<b>Provize</b>	Z projektů s cílovou částkou do 50 000 Kč nebo do 20 000 €	9%
	Z projektů s cílovou částkou, která je rovna nebo vyšší 50 000 Kč nebo 20 000 €	7%
	Z projektů s cílovou částkou, která je rovna nebo vyšší 500 000 Kč nebo 200 000 €	5%
<b>Transakční poplatky (projekty v CZK)</b>	při platbě kartou na úspěšný projekt	2%
	Při platbě převodem	0 Kč
	Při platbě PayPal	3,4% + 10 Kč **
	Při SMS platbě přes síť T-Mobile CZ	10,89%
	Při SMS platbě přes síť Vodafone CZ	15,25%
	Při SMS platbě přes síť Telefónica CZ	15,73%
	Při SMS platbě přes síť U:fon	19,36%
<b>Transakční poplatky (projekty v EUR)</b>	Při platbě kartou	2,2% + 0,1 EUR
	Při platbě převodem	0 EUR
	Při platbě PayPal	3,4% + 0,35 EUR **

\*\* Jedná-li se o mezinárodní příspěvek, může být v závislosti na podmínkách PayPal procentní sazba poplatku až 4,9%.

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3.11 Penězozdroj

Tento portál vznikl v roce 2015 na podporu obchodních i podnikatelských projektů. Umožňuje více typů financování. Vedle odměn lze přispěvatelům nabídnout také podíl ve firmě

(nalezneme zde odměnový a podílový crowdfunding).

Pokud se autor projektu rozhodne pro portál Penězozdroj musí si zde nejdřív vytvořit účet. Poté obdrží potvrzovací e-mail, pomocí kterého aktivuje profil a může založit nový projekt. Projekt může být v kategorii Equity (podíl) nebo Reward (odměna). Lze je i vzájemně kombinovat. Před zveřejněním je projekt kontrolován týmem Penězozdroje.

Zde se také setkáváme s metodou „všechno, nebo nic“ – pokud není vybrána cílová částka, peníze se vrací přispěvatelům (ponížené o bankovní poplatky – viz tabulka č. 4).

Minimální cílová částka je 5.000Kč, maximální částka není stanovena. Na vybrání cílové částky si může zadavatel projektu zvolit minimálně 10 dní, maximálně 55 dní. Penězozdroj využívá platební bránu Pays, poplatky spojené s transakcemi vidíme v tabulce číslo 4.

Zajímavostí tohoto portálu je ověřování identity autora projektu. Pokud se jedná o právnickou osobu je kontrola provedena pomocí obchodního rejstříku, u fyzické osoby pomocí úředně ověřeného podpisu či kopií občanského průkazu.

**Tabulka 4: Výše poplatků z úspěšného projektu na portálu Penězozdroj**

Typ poplatku	Podmínka poplatku	Velikost poplatku
<b>Provize</b>	Z Reward (odměna) projektu	7%
	Z Equity (podíl) projektu	7%
<b>Transakční poplatky *</b>	při platbě platební kartou	5 Kč + 2,5% z hodnoty transakce
	Při platbě QR platbou	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
	Při platbě bankovním převodem	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
	Při platbě PayPal	15 Kč + 5% z hodnoty transakce
<b>Ostatní poplatky</b>	Za vrácení částky přispěvateli **	10 Kč za jednu transakci
	Za převod prostředků z Pays.cz na bankovní účet autora	39 Kč (jednorázově)

\* Transakční poplatky hradí autor z úspěšného projektu.

\*\* Poplatek za vrácení částky přispěvatele: v případě neúspěšného projektu je vrácen přispěvateli jeho příspěvek, který je ponížěn o 10 Kč.

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.4 Porovnání aktivních crowdfundingových portálů

Pro vzájemné porovnání jsem vybrala pouze aktivní odměnové crowdfundingové portály: NakopnimMě, HitHit, Sportstarter, Startovač a Penězozdroj, které budou porovnány podle srovnatelných kritérií v tabulce číslo 5. Do porovnání není zahrnut portál VisionPartners o kterém nebylo možné dohledat žádné informace.

**Tabulka 5: Porovnání odměnových portálů – všeobecné informace**

	<b>Nakopni.Mě</b>	<b>HitHit</b>	<b>Sportstarter</b>	<b>Startovač</b>	<b>Penězozdroj</b>
<b>Zaměření projektu</b>	Bez omezení	Bez omezení *	Pouze pro sportovce	Bez omezení *	Bez omezení *
<b>Druh sbírky</b>	Naplněná	Naplněná	Nenaplněná	Naplněná	Naplněná
<b>Počet dní trvání sbírky</b>	Minimálně 5 dní Maximálně 1 rok	Minimálně 30 dní Maximálně 45 dní	Maximálně 1 rok	15, 30 nebo 60 dní	Minimálně 10 dní Maximálně 55 dní
<b>Minimální příspěvek přispěvatele</b>	20 Kč	10 Kč	X	50 Kč	50 Kč
<b>Minimální částka odměny</b>	20 Kč	10 Kč	X	Pouze doporučena ve výši 100 Kč	50 Kč
<b>Minimální výše celkové částky</b>	Není stanovena	50.000 Kč	Není stanovena	Pouze doporučena ve výši 10.000 Kč	5.000Kč
<b>Výše provize</b>	3% z celkové částky	Projekty do 200.000 Kč 9% + DPH + 499 Kč Projekty nad 200.000 Kč individuální	10% + DPH	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%
<b>Způsob ukončení projektu</b>	Lze si vybrat zda-li projekt může přesáhnout cílovou částku či nikoliv	Uplynutím doby trvání sbírky	Uplynutím doby trvání sbírky	Uplynutím doby trvání sbírky	Uplynutím doby trvání sbírky
<b>Platební brána</b>	Žádná	GomGate	GoPay	PayPal	Pays
<b>Specifické podmínky</b>	Žádné	Žádné	Žádné	Žádné	Ověření identity

\* Vyjma charitativní činnosti

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud se podíváme do tabulky na **Zaměření projektu** vidíme, že portál Nakopni.Mě jako jediný nabízí realizaci všech projektů bez jakéhokoliv omezení. Na portálech HitHit, Startovač a Penězozdroj nenajdou podporu projekty s charitativní činností. Jediný Sportstarter je zaměřený pouze pro činnost sportovců.

**Druh sbírky** nám ukazuje, že všechny portály vyjma Spotstarteru pracují pouze s naplněnými sbírkami.

Jak velký časový prostor pro naplnění cílové částky projektu máme, nám ukazuje **Počet dní trvání sbírky**, nejkratší a zároveň nejdélní časové období lze zvolit u portálu Nakopni.Mě – od 5 dní po 1 rok (pan Baroš uvádí, že takto dlouhé časové období je pouze ve výjimečných situacích).

**Minimální částka odměny**, kterou může za svůj příspěvek přispěvatel získat je 10 Kč u portálu HitHit, nejvyšší z nejnižších odměn je na portálu Startovač ve výši 100 Kč.

**Minimální výše celkové částky** nás ukazuje, že s projektem do 5.000 Kč uspějeme na portálech: Nakopni.Mě a Sportstarter. Největším protikladem je portál HitHit na kterém je možné inzerovat projekty s cílovou částkou nad 50.000 Kč.

**Výše provize**, kterou si strhává portál, se také velmi liší. Na první pohled vidíme velký rozdíl mezi nejnižší provizí (Nakopni.Mě) ve výši 3% z cílové částky a nejvyšší provizí (Sportstarter) ve výši 10%. Bez bližšího zkoumání nákladů na činnost portálů nelze určit správnou výši provize. Z mého pohledu u portál Nakopni.Mě je provize ve výši 3% opodstatněná, protože neexistuje propagace portálu jakou můžeme vidět například u portálu HitHit.

U **způsobu ukončení projektu** lze nastavit počet dní trvání sbírky. Portály by byly sami proti sobě, pokud by omezili možnost přesáhnout cílovou částku projektu, protože výsledná provize se vypočítává z celkově vybrané částky. Možnost ukončení projektu bez překročení cílové částky lze zvolit pouze u portálu Nakopni.Mě.

Všechny portály vyjma Nakopni.Mě využívají pro převedení peněžních prostředků **platební brány**. Podle slov pana Bareše (jednatel portálu Nakopni.Mě) využívá portál možnost převést platební prostředky pouze pomocí bankovních převodů – tudíž žádnou platební bránu ke své činnosti nepotřebují.

Jako **specifické podmínky** jsem uvedla nutnost ověření identity u portálu Penězozdroj.

V tabulce číslo 6 uvidíme srovnání pomocí výdajů na transakční náklady (bankovní poplatky), které jsou hrazeny pouze z úspěšných projektů.

**Tabulka 6: Porovnání odměnových portálů – transakční náklady**

	<b>Nakopni.Mě</b>	<b>HitHit</b>	<b>Sportstarter</b>	<b>Startovač</b>	<b>Penězozdroj</b>
<b>On-line převod *</b>	0 Kč	1,25% + 1 Kč (minimální poplatek z transakce 6 Kč)	Obsaženo v provizi	0 Kč	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
<b>On-line převod – UniCredit</b>	0 Kč	1% + 1 Kč (minimální poplatek z transakce 6 Kč)	Obsaženo v provizi	0 Kč	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
<b>On-line převod – Equa bank</b>	0 Kč	0,85% + 1 Kč (minimální poplatek z transakce 6 Kč)	Obsaženo v provizi	0 Kč	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
<b>On-line převod – ostatní</b>	0 Kč	0,50% + 1 Kč (minimální poplatek z transakce 6 Kč)	Obsaženo v provizi	0 Kč	5 Kč + 1% z hodnoty transakce
<b>Platba kartou</b>	Není umožněno	1,59% + 1 Kč	Obsaženo v provizi	2%	5 Kč + 2,5% z hodnoty transakce
<b>Platba PayPal</b>	Není umožněno	Není umožněno	Obsaženo v provizi	3,4% + 10 Kč	15 Kč + 5% z hodnoty transakce
<b>SMS platby</b>	Není umožněno	Není umožněno	Obsaženo v provizi	od 10,89% do 19,36%	Není umožněno
<b>QR platby</b>	Není umožněno	Není umožněno	Obsaženo v provizi	Není umožněno	5 Kč + 1% z hodnoty transakce

\* Česká spořitelna, ČSOB, Era, Raiffeissen bank, Komerční banka, mBank, Fio banka, MONETA Money Bank, Sberbank.

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud se zadavatel rozhodne vložit projekt na portál **Nakopni.Mě**, bude velmi mile překvapen, protože tento portál nevybírání žádné poplatky spojené s převodem. Díky cestě nejnižších nákladů, není možné provést platbu jinak, než pomocí běžného účtu.

Portál **HitHit** vybírá poplatky spojené s bankovním převodem i platební kartou. Tento portál nevyužívá možnost platby přes platební bránu PayPal z důvodu vysokých poplatků. Příspěvky se shromažďují na platební bráně až do skončení projektu. Pokud byl projekt úspěšný, zašlou se vybrané peníze (ponížené o provizi a náklady na převod platební transakce – viz tabulka č.6) na účet zadavatele.

Portál **Sportstarter** neobahuje žádné poplatky, neboť jsou již obsaženy v 10% provizi.

Portál **Startovač** také nemá zpoplatněné platby pomocí bankovních převodů, ale nalezneme v tabulce poměrně vysoké poplatky spojené se službou PayPal či SMS plateb.

Portál **Penězozdroj** vybírá poplatky ze všech umožněných druhů platby.

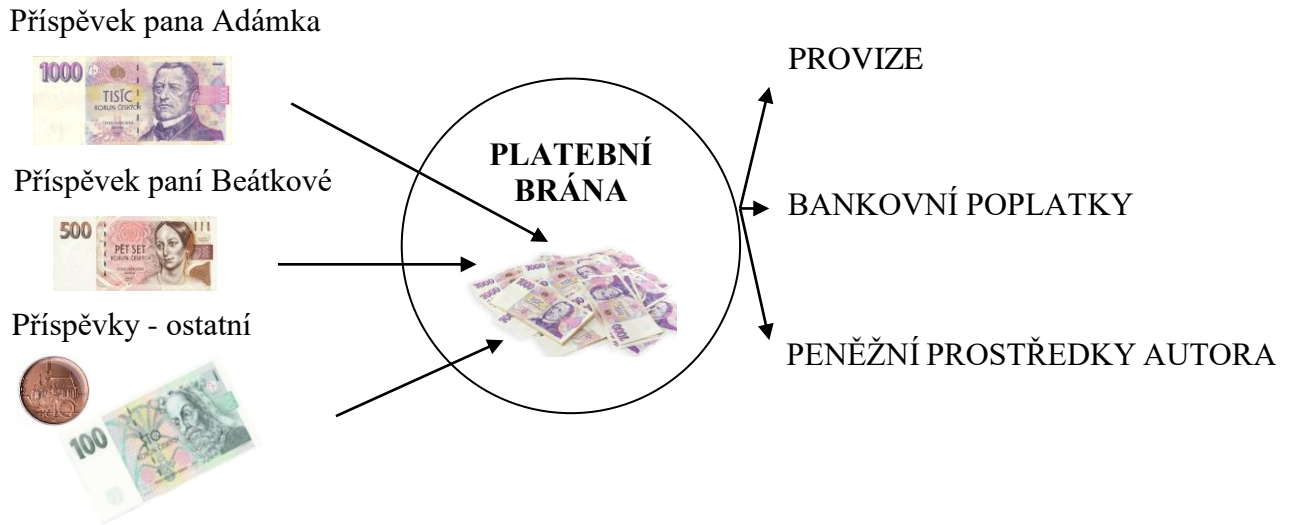
## **Výpočet provize a transakčních nákladů**

V této podkapitole, je uveden příklad výpočtu provize a transakčních nákladů, které musí zaplatit každý zadavatel projektu. Výše těchto nákladů se liší podle stanoveného procenta provize portálu a bankovních poplatků. Pro snadné pochopení výpočtu konečné částky, kterou obdrží zadavatel projektu na svůj soukromý bankovní účet, je připraven následující příklad včetně obrázku č.2.

Příklad: Zakládáme projekt s cílovou částkou 50.000 Kč na portále HitHit.

Pana Adamka náš nápad zaujme a rozhodne se, že nás podpoří příspěvkem ve výši 1.000 Kč. Paní Beátková nám také věří a zašle 500 Kč. Další příspěvky se pohybují od 10 Kč – 1.500Kč. V grafickém znázornění č.1, je uveden příklad, jak se vypočítává celková výše finančních prostředků, které obdrží autor/zadavatel projektu na svůj soukromý běžný účet.

**Obrázek 2: Princip výpočtů provize a transakčních poplatků**



Zdroj: Vlastní zpracování

Příspěvek pana Adámka, paní Beátkové a všech ostatních příspěvateľů se shromáždí na účtu platební brány - úschovy (v plné výši). Zde budou příspěvky čekat do té doby, než dosáhnou minimálně cílové částky, nebo vypršení časového horizontu.

Pokud se splní cílová částka v časovém horizontu, hradí se bankovní poplatky v okamžiku odeslání, protože je nelze dopředu přesně učit. Poté se zašle částka ve výši provize na účet portálu a zbytek peněz na účet zadavateli.

Celková hodnota provize není předem jasná, protože není počítána z cílové částky, ale částky skutečně vybrané. Tyto částky se mohou výrazně lišit.

## 5 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo seznámit čtenáře s novým pojmem: Crowdfunding.

Za účelem naplnění tohoto cíle jsem provedla rešerši, ze které jsem definovala základní pojmy, popsala první náznaky světového i českého crowdfundingu. Teoretická část bakalářské práce dále obsahuje seznámení s první existující platformou, definuje základní dělení crowdfundingu, způsoby finančního zprostředkování a regulace této služby v České republice, ke které je vztažena pozornost celé práce.

Poté následovala praktická část, ve které jsem uvedla všechny existující platformy na území České republiky. Pro uvědomění společných či odlišných rysů, byla vytvořena tabulka, která všechny jednotlivé druhy (podílový, dluhový, odměnový a dárcovský crowdfunding) porovnává. Největší pozornost byla věnována odměnovému crowdfundingu, neboť tato skupina má na území České republiky nejširší zastoupení. Tyto portály jsou postupně popsány a na závěr porovnány na základě všeobecných informací (zaměření projektu, druh sbírky, počet dní trvání sbírky, minimální příspěvek přispěvatele, výše provize atd.) Na základě tohoto porovnání vidíme poměrně velké rozdíly mezi nejnižší a nejvyšší možnou provizí, kterou si portál strhává. Při porovnání výše transakčních nákladů (poplatků) na první pohled vítězí portál Nakopni.Mě.

Záměrně však v práci není definován „nejlepší“ portál. Každý investor musí zvážit klady a zápory jednotlivých portálů. Například portál Nakopni.Mě má nejnižší možnou provizi a nevybírá žádné transakční náklady. Zdá se, že tato platforma vypadá bezchybně (po nákladové stránce), ale pokud započítáme čas a finance vložené do propagace projektu a zároveň samotného portálu – neboť v tuto chvíli chybí, můžeme v konečném důsledku převýšit celkové náklady nejvíce proslavených portálů, kterými jsou HitHit či Startovač.

Podle mého názoru je velmi důležité pochopit způsob výpočtu konečné částky, kterou zadavatel projektu obdrží u konkrétního portálu. Pro tento účel slouží kapitola č. 4.4.1 Výše provize a transakčních nákladů.

Při zkoumání jednotlivých odměnových portálů, jsem zjistila, že nejvíce úspěšné projekty jsou ty, kterým autor projektu věnuje velké množství svého času (například již při výběru vhodné platformy, natočení videa, vložení fotografií, správně zvolené odměny a v neposlední řadě komunikací s přispěvateli). Celý tento business model stojí na důvěře, mezi

zadavatelem/autorem projektu a přispěvateli. Skvěle zvládnutou marketingovou propagaci měli zadavatelé/autoři projektu: Trabantem napříč Tichomořím (který byl uveřejněný na portále Startovač) a naplnil cílovou částku ve výši 563%. I po ukončení celého projektu informují své přispěvatelé a udržují s nimi kontakt. Tímto se okruh potenciálních přispěvatelů nadále rozrůstá.

Tím, že jsem provedla všechny výše popsané skutečnosti, jsem splnila zadaný cíl bakalářské práce, která se může stát užitečným návodem pro zadavatele odměnového crowdfundingu, neboť obsahuje ucelený soubor informací, které v česky psané literatuře chybí.

## 6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AGGARWAL Raj, John W. Goodell, 2009. Markets and institutions in financial intermediation: National characteristics as determinants. Journal of Banking and Finance [online], s. 1770. Dostupné z: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbfina/v33y2009i10p1770-1780.html>

ArtistShare, c2016. ARTISTSHARE [online]. ARTISHARE – First In Fan Funding [cit. 2017-11-30]. Dostupné z: <http://artistsshare.com/v4/>

BEDRICH, Václav, 2016. V ČR právě odstartovala crowdfunding platforma Fundlift, která za investici nabídne podíl ve firmě. In: Czechcrunch.cz [cit. 2017-11-21]. Dostupné z: <http://www.czechcrunch.cz/2016/05/v-cr-prave-odstartovala-crowdfunding-platforma-fundlift-ktera-za-investici-nabidne-podil-ve-firme/>

BELLEFLAMME Paul, Thomas Lambert and Armin SCHWIENBACHER, 2013. Crowdfunding: Tapping the right crowd [online], s. 4. Dostupné z: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=848111097086115098104081094085124096032042072006036091011094023091113090122120093065023097018011121012001115084111020024002087025009038044078118031066078105076065069050048016031084103102022012017110097068087027080109090097023066096102002019091121097&EXT=pdf>

BRADFORD C. Steven, 2012. Crowdfunding and the Federal Securities Laws [online]. College of Law: Faculty Publications, s. 150. Dostupné z: <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=lawfacpub>.

Crowdfunding Platform ProFounder shuts Down [online]. In: Techli [cit. 2018-1-11]. Dostupné z: <https://techli.com/2012/02/crowdfunding-platform-profounder-shuts-down/>

Crowdfunding: Alternativní způsob financování podnikatelů, c2017. FINEXPERT [online]. Invest a.s. [cit. 2017-11-15]. ISBN 1213-8991. Dostupné z: <https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-alternativni-zpusob-financovani-podnikatelu>.

Crowdfunding, c2008-2017. IT SLOVNÍK [online]. IT-Slovník.cz team [cit. 2017-12-7]. Dostupné z: [https://it-slovník.cz/pojem/crowdfunding/?utm\\_source=cp&utm\\_medium=link&utm\\_campaign=cp](https://it-slovník.cz/pojem/crowdfunding/?utm_source=cp&utm_medium=link&utm_campaign=cp).

How Political Crowdfunding Killed Traditional Campaign Financing, c2018. CrowdExpert [online]. Dostupné z: <http://crowdexpert.com/articles/crowdfunding-in-politics/>

ČERNÝ Aleš, 2015. V českém crowdfundingu padl rekord. Dohromady se vybralo už 34 milionů. In: iDnes.cz Ekonomika [online]. Praha: MAFRA, a.s. [cit. 2017-12-10]. Dostupné z: [https://ekonomika.idnes.cz/nejuspesnejsi-projekty-ceskeho-crowdfundingu-flq-/ekonomika.aspx?c=A150215\\_164552\\_ekonomika\\_rny](https://ekonomika.idnes.cz/nejuspesnejsi-projekty-ceskeho-crowdfundingu-flq-/ekonomika.aspx?c=A150215_164552_ekonomika_rny).

Darovací smlouva krok po kroku podle nového občanského zákoníku NOZ, c2017. PROFIPRÁVNÍK [online]. Mgr. Miroslav Zeman [cit. 2017-12-10]. Dostupné z: <http://www.profipravnik.cz/smluvni-a-provozni-podminky.html>.

Definice portálu obecně, c2009-2017. IS/STAG-HELPCENTRUM [online]. Plzeň: CIV-SIS ZČU [cit. 2017-12-7]. Dostupné z: [https://is-stag.zcu.cz/napoveda/stag-v-portalu/o-portalu\\_co-je-portal.html](https://is-stag.zcu.cz/napoveda/stag-v-portalu/o-portalu_co-je-portal.html).

DonorsChoose, c2000-2017. DONORSCHOOSE [online]. New York: donorschoose [cit. 2017-11-30]. Dostupné z: <https://www.donorschoose.org/>.

GRIFFIN Zachary J., 2012. Crowdfunding: fleecing the American masses [online]. J.D. Case Western Reserve University School of Law, s. 46. Dostupné z: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=249000000081125027120086123086093065040082022002039016066110026100116091109010116095122031018004012045098002020108114123111114051027045019081113102112091102001091126040046041080083071080118082113079065101085065021011020093023069095109003116084064067001&EXT=pdf>.

HEMER Joachim, 2011. A snapshot on crowdfunding [online]. Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI Competence Center "Policy and Regions". Germany: Karlsruhe, s. 15-17. ISBN 1438-9843. Dostupné z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/52302/1/671522264.pdf>.

Historie crowdfundingu, c2017. FUNDCHASER [online]. Chicago: Fundchaser CZ [cit. 2017-11-30]. Dostupné z: <http://www.fundchaser.com/historie-crowdfundingu/>.

HOGUE, Joseph 2013. Step-by-step Crowdfunding: Everything You need to Raise Money From the Cowd, USA: Published in the United States of America, s. 300. ISBN-10: 996232109002E.

Home Credit tu za 10 let nemusí být, sežere ho Zonky? c2015-2017. DLUHOPISY [online]. Praha: Centrum Dluhopisu s.r.o. [cit. 2017-11-18]. Dostupné z: <https://dluhopisy.cz/zonky>.

How Marillion invented crowdfunding, c2018. TeamRock.com [online]. Bath: Future Publishing Limited [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <http://teamrock.com/feature/2016-08-18/pledge-pioneers-how-marillion-invented-crowdfunding>.

Josh Freese's Crazy Crowdfunding Adventure, c2017. KICKSTARTER [online]. Kickstarter [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/blog/josh-freeses-crazy-crowdfunding-adventure>.

Kdo je investor? c2012. ZAJIŠTĚNÉ INVESTICE [online]. Pardubice: Nesta Finance, s.r.o. [cit. 2017-12-7]. Dostupné z: <http://www.zajisteneinvestice.cz/tipy/kdo-je-investor>.

KLEEMANN Frank, G. Günter VOß and Kerstin RIEDER, 2008. Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. STI Science, Technology & Innovation Studies. German: Technical University Chemnitz. s. 22. ISSN 1861-3675.

LUO, Michael, 2008. Obama Hauls in Record \$750 Million for Campaign. In: The New York Times [online]. New York Times Tower: The New York Times Company [cit. 2017-11-21]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2008/12/05/us/politics/05donate.html>.

MISHKIN Frederic S., 2004. The economics of money, banking and financial markets. Canada. Library and Archives Canada Cataloguing in Publication. ISBN 978-0-321-58471-7 1.

Nový zákon o platebním styku. Co přinese v praxi? c2000 – 2018. PENÍZE.CZ [online]. Praha: Partners media, s.r.o. [cit. 2018-03-17]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/ucty-karty/326725-novy-zakon-o-platebnim-styku-co-prinese-v-praxi>

Občanské aktivity, c2017. MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY [online]. Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09NQ%3D%3D>.

Obchodní podmínky, c2015-2017. KNIŽNÍ STARTÉR [online]. Praha: Knižní startér s.r.o. [cit. 2017-12-7]. Dostupné z: <http://knizni-starter.cz/obchodni-podminky.html>.

Odměnový crowdfunding u nás vzkvétá. CROWDER.CZ, Crowdfunding v ČR [online].

CROWDER.CZ [cit. 2018-02-25]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/crowdfunding-v-cr>.

Opinion of the European Banking Authority on lending-based crowdfunding, 2015 [online].

EUROPEAN BANKING AUTHORITY [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://www.eba.europa.eu/documents/10180/983359/EBA-Op-2015-03+%28EBA+Opinion+on+lending+based+Crowdfunding%29.pdf>

Pojem autor, c2005-2017. SCS.ABZ.CZ, SLOVNÍK CIZÍCH SLOV [online]. ABZ.cz [cit. 2017-12-7]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/autor>.

PPF spustil crowdfundingový projekt půjček Zonky, c1996-2017. MARKETING & MEDIA [online]. *Economia: Hospodářské noviny* [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <https://mam.ihned.cz/marketing/c1-64223370-ppf-spustil-crowdfundingovy-projekt-pujcek-zonky>.

Projekt, c2011-2016. MANAGEMENTMANIA [online]. Plzeň: ManagementMania.com [cit. 2017-12-5]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/projekt>.

REJNUŠ Oldřich, 2014. Finanční trhy. Grada Publishing. Praha, s. 48 – 50. ISBN 9788024736716.

ROSE, Nathan 2016. Equity Crowdfunding: The Complete Guide For Startups And Growing Companies. Stonepine Publishing. P. 220. ISBN-10: 0473377985.

SEIDMAN, Steven, 2008. Obama T-Shirts - A Unique Occurrence. In: Ithaca College [online]. Ithaca (NY): Roy H. Park School of Communications, 14. 11. 2008 [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: [https://www.ithaca.edu/rhp/programs/cmd/blogs/posters\\_and\\_election\\_propaganda/tags/kennedy/](https://www.ithaca.edu/rhp/programs/cmd/blogs/posters_and_election_propaganda/tags/kennedy/)

Slovníček pojmů, c2005-2007. ONAS [online]. Jičín: Onas.cz [cit. 2017-12-5]. Dostupné z: <http://www.onas.cz/slovník/>.

STEGBAUER Christian, Michael Jäckel, 2008. Social Software, Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken, s. 183. ISBN 978-3-531-15395-7.

Upozornění pro veřejnost k nové právní úpravě v oblasti poskytování platebních služeb, c2003-2018. ČNB [online]. Praha: Česká národní banka. [cit. 2018-03-15]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cs/dohled\\_financni\\_trh/vykon\\_dohledu/upozorneni\\_pro\\_veřejnost/20180](https://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/vykon_dohledu/upozorneni_pro_veřejnost/20180)

104\_upozorneni\_k\_nove\_pravni\_uprave\_v\_oblasti\_poskytovani\_platebnich\_sluzeb.html

WALK, Erik 2016. Startup 101 - How to Build a Successful Business with Crowdfunding. A Guide for Entrepreneurs. CreateSpace Independent Publishing Platform. P. 26. ISBN-10: 1534832548.

WITRZ B.W., L. Mory, R. Piehler, 2014. Web 2.0 and Digital Business Models. In: Martínez-López F. (eds) Handbook of Strategic e-Business Management. Progress in IS. Springer, Berlin, Heidelberg, s. 1011. ISBN 978-3-642-39747-9

Zákon č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=117&r=2001>.

Zákon č. 40/2009 Sb. trestní zákoník. In: *Zakonyprolidi.cz*, AION CS, s.r.o. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-40>.

Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Dostupné z: <https://www.noveaspi.cz/products/lawText/1/40374/1/2>.

Změny v daňovém odpočtu darů od roku 2014, c2012. PORTÁL POHODA [online]. Dostupné z:

<https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/zmeny-v-danovem-odpocetu-daru/>

## 7 SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ

Tabulka 1: Analýza crowdfundingových portálů .....	26
Tabulka 2: Výše poplatků z úspěšného projektu na portálu HitHit.....	33
Tabulka 3: Výše poplatků úspěšného projektu na portálu Startovač.....	37
Tabulka 4: Výše poplatků z úspěšného projektu na portálu Penězozdroj .....	38
Tabulka 5: Porovnání odměnových portálů – všeobecné informace.....	39
Tabulka 6: Porovnání odměnových portálů – transakční náklady .....	41
Obrázek 1: Politická kampaň Baracka Obamy.....	13
Obrázek 2: Princip výpočtů provize a transakčních poplatků .....	43