

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

Crowdfunding jako metoda financování

Bc. Barbora Vítová

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Barbora Vítová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Crowdfunding jako metoda financování

Název anglicky

Crowdfunding as a method of financing

Cíle práce

Cílem této diplomové práce je zhodnotit transparentnost vybraných českých on-line charitativních platforem crowdfundingu. Posuzována je zejména transparentnost zvolených platforem vůči jejich přispěvatelům na základě analýzy zveřejněných finančních výkazů nebo dat uvedených na webových stránkách. Pomocí analýzy finančních výkazů je zhodnocena také transparentnost vybrané organizace jakožto příjemce darů. Dílčím cílem je zhodnocení dárcovství v České republice a informovanosti občanů ohledně on-line dárcovství na základě dostupných dat a vlastního dotazníkového šetření.

Metodika

Diplomová práce je rozdělena do třech částí. První teoretická část je založena na studiu odborné literatury, internetových zdrojů a jejich následné analýze. Tyto dokumenty přiblíží danou problematiku a pomohou k sepsání literární rešerše. Teoretická část obsahuje vysvětlení dané problematiky, jako je charakteristika finančního a nefinančního crowdfundingu, jejich jednotlivých typů a také právní úpravu crowdfundingu v České republice. Druhá praktická část obsahuje popis českých crowdfundingových platforem, do kterého jsou zahrnuty všechny typy českých on-line platforem. U platforem charitativního crowdfundingu je posouzena jejich transparentnost vůči dárcům na základě vybraných kritérií. V praktické části je také zhodnocena transparentnost zvoleného příjemce darů. Tato část nabízí také zhodnocení dárcovství v České republice na základě dostupných dat a vlastního dotazníkového šetření, které je zaměřeno na charitativní crowdfunding. Pro praktickou část jsou data získána z dostupných účetních výkazů, výročních zpráv, dotazníkového šetření nebo map dárcovství. Závěrečná část obsahuje shrnutí výsledků, které budou zjištěny pomocí provedených analýz na základě stanovených cílů.

Doporučený rozsah práce

60 – 90 stran

Klíčová slova

crowdfunding, crowdfundingové platformy, individuální dárcovství, darujsprávne.cz, veřejná sbírka, transparentnost

Doporučené zdroje informací

- Briggman, S. NonProfit Crowdfunding Explained: Online Fundraising Hacks. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. ISBN 978-15-376-8546-5.
- Cumming, D., Johan, S. Crowdfunding: Fundamental Cases, Facts, and Insights. Academic Press, 2019. ISBN 978-01-281-4638-5.
- CHOVANCULIAK, Róbert; KUPKOVÁ, Jana. *Pokrok bez povolení : jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět*. Praha: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-1755-0.
- Lenhart-Gansiniec, R., Chen, J. Crowdfunding in the Public Sector: Theory and Best Practices. Springer Nature, 2021. ISBN 978-30-307-7841-5.
- Němec, L., Zahránková, J. Finanční crowdfunding. Praha : Wolters Kluwer, 2019. ISBN:978-80-7552-980-0.
- Rees-Mogg, M. Crowd Funding: How to Raise Money and Make Money in the Crowd. Hachette UK, 2013. ISBN 978-17-805-9203-9.
- RŮČKOVÁ, P. Finanční analýza : metody, ukazatele, využití v praxi. Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 978-80-271-3124-2.
- The economics of crowdfunding : startups, portals and investor behavior / Douglas Cumming, Lars Hornuf, editors. Cham : Springer International Publishing : Imprint: Palgrave Macmillan, [2018]. xx, 283 stran : ilustrace ISBN:978-3-319-66118-6.

Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Jiří Čermák, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 5. 9. 2023

prof. Ing. Lukáš Čechura, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 24. 03. 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci Crowdfunding jako metoda financování jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.03.2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu předkládané diplomové práce panu Bc. Jiřímu Čermákovi, Ph.D. za čas, který mi věnoval při odborných konzultacích a poskytnutou pomoc.

Crowdfunding jako metoda financování

Abstrakt

Tato diplomová práce analyzuje význam crowdfundingových platform pro podporu charitativních iniciativ a neziskových organizací. Porovnává tři české platformy půjčkového crowdfundingu – Fingood, Investown a Zonky, a tři platformy odměnového crowdfundingu – Donio, Hithit a Startovač. Dále zkoumá transparentnost českých příspěvkových platform Darujsprávne, Darujme, Donio a Znesnáze21 vůči dárcům a příjemcům darů, a to na základě dat z dotazníkového šetření a analýzy dostupných zveřejněných informací. Zjištění ukazují, že dárci vnímají transparentnost a důvěryhodnost jako klíčové faktory při rozhodování o podpoře projektů. Nejčastěji preferovanými oblastmi podpory jsou zdravotní a humanitární pomoc. Výsledky naznačují, že crowdfundingové platformy mohou hrát důležitou roli v poskytování finanční podpory pro charitativní iniciativy a neziskové organizace tím, že umožňují jednoduché spojení dárců s projekty, které potřebují finanční pomoc.

Klíčová slova: crowdfunding, crowdfundingové platformy, individuální dárcovství, darujspravne.cz, veřejná sbírka, transparentnost

Crowdfunding as a method of financing

Abstract

This diploma thesis analyzes the significance of crowdfunding platforms in supporting charitable initiatives and nonprofit organizations. It compares three Czech loan-based crowdfunding platforms – Fingood, Investown, and Zonky, and three reward-based crowdfunding platforms – Donio, Hithit, and Startovač. Furthermore, it examines the transparency of Czech donation-based platforms Darujsprávně, Darujme, Donio, and Znesnáze21 towards donors and recipients of donations, based on data from a questionnaire survey and analysis of publicly available information. Findings indicate that donors perceive transparency and credibility as key factors in deciding to support projects. The most preferred areas of support are healthcare and humanitarian aid. The results suggest that crowdfunding platforms can play an important role in providing financial support for charitable initiatives and nonprofit organizations by enabling easy connection between donors and projects in need of financial assistance.

Keywords: crowdfunding, crowdfunding platforms, individual giving, darujspravne.cz, public fundraising, transparency

Obsah

1 Úvod	11
2 Cíl práce a metodika.....	12
2.1 Cíl práce.....	12
2.2 Metodika.....	12
3 Teoretická východiska	18
3.1 Crowdfunding	18
3.2 Modely crowdfundingu	20
3.2.1 Příspěvkový crowdfunding.....	21
3.2.2 Odměnový crowdfunding.....	21
3.2.3 Půjčkový crowdfunding	22
3.2.4 Podílový crowdfunding.....	22
3.2.5 Poplatkový crowdfunding	23
3.2.6 Předplatný crowdfunding	23
3.2.7 Crowdfundingové platformy podle typu	23
3.3 Výběr crowdfundingového modelu, platformy	25
3.4 Právní úprava crowdfundingu.....	26
3.5 Historie crowdfundingu.....	27
3.6 Veřejná sbírka a crowdfunding.....	29
3.7 Neziskový sektor a crowdfunding.....	32
3.7.1 Neziskový sektor.....	32
3.7.2 Nezisková organizace.....	33
3.7.3 Obecně prospěšná společnost	35
3.7.4 Církevní právnická osoba	35
3.7.5 Nadace a nadační fond	35
3.7.6 Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility).....	37
3.7.7 Jak funguje crowdfunding v neziskovém sektoru?.....	39
3.7.8 Filantropie, dobročinnost a dárcovství.....	39
3.7.9 Dárcovská SMS	40
3.7.10 Jak funguje veřejná sbírka v rámci crowdfundingové platformy?.....	42
3.7.11 Jak založit úspěšnou kampaň / sbírku?	42
3.8 Motivace k využití crowdfundingu	44
3.9 Vývoj crowdfundingu.....	46
3.9.1 Vliv pandemie COVID-19 na crowdfundingový trh	49
3.9.2 Vývoj příspěvkového crowdfundingu.....	50
3.10 Výhody a nevýhody crowdfundingu	51
3.11 Transparentnost neziskové organizace.....	53
3.11.1 Značka spolehlivosti.....	56

3.12	Transparentnost crowdfundingové platformy	57
4	Vlastní práce.....	59
4.1	Platformy půjčkového crowdfundingu.....	59
4.1.1	Fingood	59
4.1.2	Investown	60
4.1.3	Zonky	61
4.1.4	Porovnání platforem.....	61
4.2	Platformy odměnového crowdfundingu.....	63
4.2.1	Donio.....	63
4.2.2	HitHit	64
4.2.3	Startovač.....	64
4.2.4	Porovnání platforem.....	65
4.3	Platformy příspěvkového crowdfundingu.....	67
4.3.1	Donio.....	67
4.3.2	Daruj správně.....	69
4.3.3	Znesnáze21	70
4.3.4	Darujme.....	71
4.3.5	Porovnání platforem.....	73
4.3.6	Vyhodnocení transparentnosti	80
4.4	Příjemci darů	85
4.4.1	Člověk v tísni o.p.s.	86
4.4.2	Charita Česká republika	86
4.4.3	Centrum paraple o.p.s.	86
4.4.4	Ověření příjemců darů	87
4.5	Dárcovství v ČR	91
4.5.1	Dotazníkové šetření	91
6	Závěr	112
7	Seznam použitých zdrojů	118
7.1	Knižní literatura	118
7.2	Vědecké publikace	121
7.3	Internetové zdroje	122
7.4	Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....	133
7.4.1	Seznam obrázků.....	133
7.4.2	Seznam tabulek.....	133
7.4.3	Seznam grafů	135
8	Přílohy.....	136

1 Úvod

V dnešní době se financování projektů stává stále více dostupným díky novým technologickým možnostem a inovativním přístupům. Jedním z těchto nových fenoménů je crowdfunding, který přináší revoluční způsob, jak lidé mohou podporovat a financovat různorodé iniciativy a projekty. Crowdfunding neboli kolektivní financování, otevírá dveře pro širokou škálu subjektů, od malých start-upů až po etablované charitativní organizace.

Tato diplomová práce se zaměřuje na crowdfunding jakožto metodu financování s důrazem na jeho využití v charitativní sféře. V době, kdy se tradiční zdroje financování pro charitativní organizace mohou jevit jako omezené či neúčinné, představuje crowdfunding novou naději a možnost získat podporu od široké veřejnosti. Zvláště charitativní crowdfundingové platformy, specializované na podporu dobročinných a humanitárních projektů, mají potenciál změnit způsob, jakým se dobročinné organizace financují a jaké projekty mohou realizovat.

Dárci mohou vidět crowdfundingové kampaně jako příležitost, jak přímo ovlivnit projekty či iniciativy, které podporují dobrou věc. Může jít o podporu konkrétních projektů nebo společenských cílů, jež považují sami dárce za důležité. Pro dárce může být také významné emocionální propojení s příběhem nebo cílem projektu. Důvěryhodnost a transparentnost kampaně jsou klíčové faktory, které mohou ovlivnit rozhodnutí dárců. Pokud kampaň poskytuje jasné informace o tom, jak budou použity, a nabízí možnost pravidelného sledování pokroku, dárce se mohou cítit spokojenější a ochotněji přispět.

Vlastní část této práce je zaměřena na zkoumání transparentnosti charitativních crowdfundingových platforem vůči dárcům i příjemcům darů, konkrétně na neziskové organizace, které na těchto platformách uskutečňují sbírky na podporu své dobročinné činnosti. Dále se práce zabývá šířením povědomí o konceptu crowdfundingu v české společnosti, kde se jedná o relativně nový termín a nemusí být tedy plně chápán. Pomocí dotazníkového šetření se také zkoumají trendy, které dárce při darování finančních příspěvků preferují, jako je výše příspěvku a oblasti podpory, jako například zdravotní péče, pomoc hendikepovaným či humanitární aktivity.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem této diplomové práce je ověřit transparentnost jak vybraných českých příspěvkových on-line crowdfundingových platform, tak vybraných neziskových organizací, které jsou příjemcem darů ze sbírek pořádaných právě na charitativních crowdfundingových platformách. Transparentnost zvolených platform a neziskových organizací je zhodnocena na základě stanovených kritérií. Obdobím, pro které jsou hodnoceny stanovené cíle, je rok 2022, pokud není uvedeno jinak. Dílčím cílem je posoudit on-line dárcovství v České republice a informovanost českých občanů ohledně crowdfundingu, i vzhledem k tomu, že je tento pojem cizojazyčný. Pro posouzení zveřejněných informací danými platformami nebo neziskovými organizacemi jsou použita data, která byla zveřejněna pro rok 2022, pokud není uvedeno jinak.

2.2 Metodika

Tato diplomová práce se skládá ze dvou částí, a to teoretické a praktické. Obsah obou částí je rozveden do jednotlivých kapitol a podkapitol navazujících na probíraná témata.

V teoretické části je rozebrána problematika od teoretického vymezení crowdfundingu, jeho historie, právní úpravy, po představení jednotlivých typů crowdfundingových platform v České republice i zahraničí. V dalších podkapitolách je vysvětleno propojení crowdfundingových platform s neziskovým sektorem a jeho subjekty. Formy neziskových organizací jsou vyjmenovány. Krátce jsou popsány formy neziskových organizací, které figurují v praktické části. Jsou jimi obecně prospěšné organizace, církevní právnické osoby a nadace a nadační fondy. Podrobněji je rozebrána forma nadací a nadačních fondů, které jsou nejčastějšími zřizovateli příspěvkových crowdfundingových platform a jsou také v neziskovém sektoru nejen příjemci darů, ale i profesionální dárci (rozdělují finanční prostředky). Do neziskového sektoru zasahují také ziskové podniky, které v rámci svých aktivit navazují na společenskou odpovědnost (CSR – Corporate Social Responsibility) a díky ní podporují neziskové organizace. Dále je popsán princip dobročinnosti a dárcovství, jež jsou součástí charitativních projektů nebo veřejných dobročinných sbírek. V této části je také možné zjistit, jaké faktory jsou klíčové pro založení úspěšné charitativní nebo také

příspěvkové kampaně. S různými typy crowdfundingu a jejich odlišnými charakteristikami, je důležité popsat motivaci jednotlivých účastníků/příspěvatelů v závislosti na typu využívané crowdfundingové platformy a také motivaci neziskových organizací sbírky pořádat. Teoretická rešerše se dále zabývá vývojem crowdfundingového trhu a jaký vliv na něj měla epidemie onemocnění COVID-19. Podrobněji je rozveden vývoj samotného příspěvkového crowdfundingu. V posledních kapitolách teoretické části jsou představeny jednotlivé výhody a nevýhody, které plynou z používání crowdfundingových platform a je zde definována transparentnost neziskové organizace a crowdfundingové platformy. Informace o možných ověřeních transparentnosti neziskových organizací nezávislou stranou poskytující certifikaci o spolehlivosti veřejně prospěšné organizace obsahuje teoretická část též.

Praktická část začíná popisem platform půjčkového a odměnového crowdfundingu. Pro popis platform půjčkového crowdfundingu byly vybrány české platformy Fingood, Investown a Zonky. Pro popis odměnových platform byly vybrány české platformy Donio, Hit hit a Startovač. Pro jejich charakterizaci byla převzata kritéria z porovnání úvěrových platform Hospodářských novin a pro porovnání komerčních platform z darovací platformy Donio.

Tabulka 1 Porovnávací kritéria platformem půjčkového a odměnového crowdfundingu

Typ platformy	Porovnávací kritérium
Půjčkový crowdfunding	Počátek fungování
	Počet uživatelů
	Proinvestováno
	Minimální investice
	Čistý výnos
	Zajištění majetkem
	Předčasné ukončení
	Daň z výnosu
	Dohled ČNB
Odměnový crowdfunding	Počátek fungování
	Počet uživatelů
	Počet úspěšných kampaní
	Provize z úspěšné kampaně vč. DPH
	Vyplacení financí v případě, že projekt nedosáhne 100 %
	Poplatky za založení kampaně
	Úplné samo-založení projektu
	Platba kartou nebo převodem
	Platby přes Apple Pay, Google Pay

Zdroj: Vlastní zpracování podle: <https://hn.cz/>, <https://www.donio.cz>

Další podkapitola praktické části se věnuje popisu a porovnání platformem příspěvkového nebo také charitativního crowdfundingu. Pro analýzu byly zvoleny platformy Donio, Darujsprávně, Znesnáze21 a Darujme. Porovnáním charitativních crowdfundingových platform se zabýval portál dTest, jehož porovnávací kritéria byla zvolena jako výchozí kritéria pro ověření transparentnosti organizace (kromě kritéria počátek fungování).

Tabulka 2 Kritéria pro porovnání a posouzení transparentnosti platformem příspěvkového crowdfundingu

Typ platformy	Porovnávací kritérium
Příspěvkový crowdfunding	Počátek fungování
	Zřizovatel
	Zřizovatel* (záhlaví, zápatí)
	Dostupnost provozních / darovacích podmínek
	Kdo může vybírat peníze
	Registrace veřejné sbírky
	Prověření sbírky portálem
	Platba kartou nebo převodem
	Platby přes Apple Pay, Google Pay

* jedná se o dostupnost informace o zřizovateli na webových stránkách platformy
 Zdroj: Vlastní zpracování podle: <https://www.dtest.cz/>

Pro posouzení toho, zda sami zřizovatelé či provozovatelé platform zveřejňují minimálně tři roky zpětně (doporučení Bachmanna, 2014) své finanční výkazy nebo výroční zprávy o svém hospodaření na webových stránkách, či jsou dohledatelné na Veřejném rejstříku a Sbírci listin provozovaným Ministerstvem spravedlnosti a splňují tak základní kritéria transparentnosti, byla zvolena následující:

Tabulka 3 Kritéria pro základní ověření transparentnosti zřizovatelů příspěvkových platform

Kritérium		Možnost
Finanční výkazy (VRaSL)	Výkaz zisků a ztráty	ANO / NE
	Rozvaha	ANO / NE
Výroční zpráva (VRaSL)		ANO / NE
Webové stránky		ANO / NE
Výkaz zisků a ztráty – webové stránky		ANO / NE
Rozvaha – webové stránky		ANO / NE
Výroční zpráva – webové stránky		ANO / NE
Veřejné sbírky probíhající (k. 08.03.2024)		počet
Veřejné sbírky ukončené		počet

Vlastní zpracování podle: BACHMANN, Pavel. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací. 2014. [online]*

Pro výsledné vyhodnocení transparentnosti na základě definovaných kritérií v tabulce č. 2 byly zjištěny polostrukturovaným rozhovorem preference respondentů jednotlivých kritérií transparentnosti příspěvkových crowdfundingových platform. Respondenti byli požádáni o zodpovězení dvou otázek:

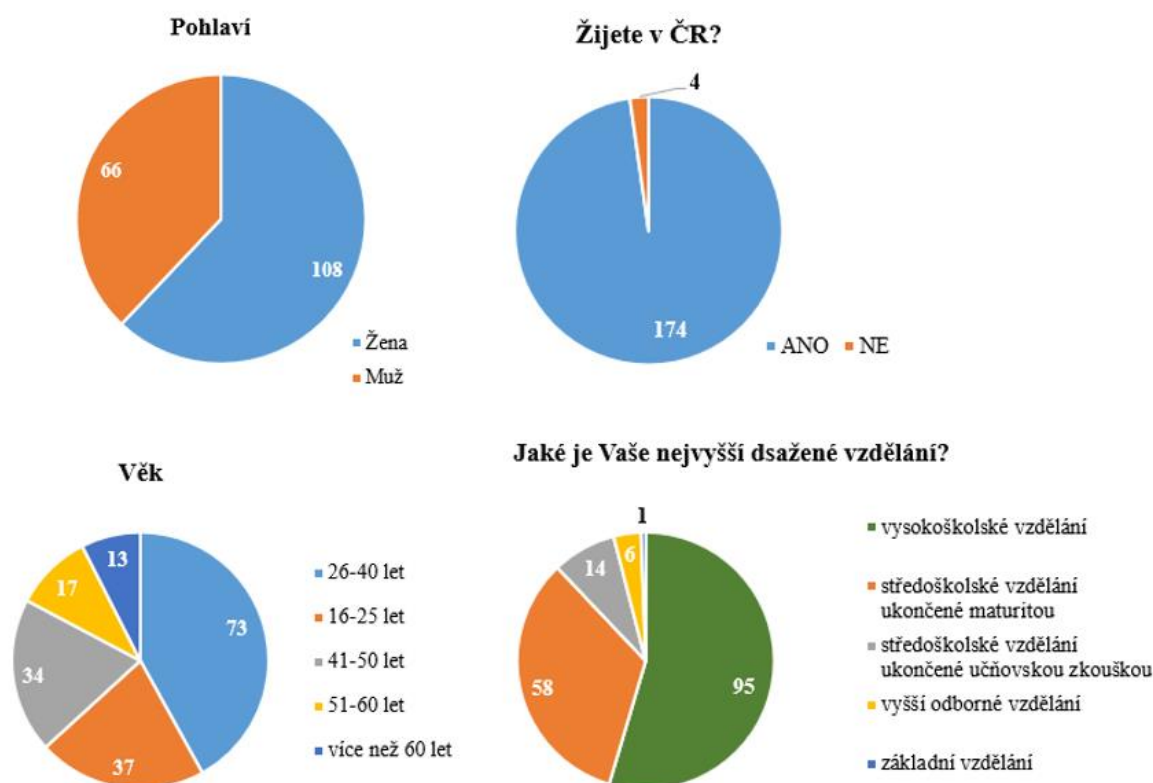
- 1. Jaká kritéria by podle Vás měla splňovat transparentní charitativní crowdfundingová platforma?**
- 2. Seřad'te jednotlivá kritéria transparentnosti charitativní platformy podle jejich důležitosti (1. nejdůležitější, poslední – nejméně důležité).**

Preference zjištěné druhou otázkou, kdy měli respondenti seřadit jednotlivá kritéria od nejdůležitějšího po nejméně důležité byly použity jako váha do výsledného bodovacího hodnocení transparentnosti platformem Donio, Darujsprávně, Darujme a Znesnáze21.

Praktická část dále nabízí posouzení transparentnosti vybraných neziskových organizací, na které je nahlíženo jako na příjemce darů či příjemce částky úspěšně realizované veřejné sbírky na crowdfundingové platformě. Vybrány byly organizace Člověk v tísni o.p.s. Charita Česká republika, Centrum paraple o.p.s.. Pro posouzení byla definována kritéria, která byla založena na údajích, jež by o sobě podle Bachmanna (2014, tabulka 7). měla nezisková organizace zveřejnit, aby byla považována za transparentní vůči svému okolí.

Pro posouzení povědomí české populace o crowdfundingu a jeho využívání prostřednictvím podpory dobročinných kampaní na dárcovských platformách slouží analýza odpovědí, které uvedli respondenti v rámci dotazníkového šetření. Distribuce dotazníku proběhla prostřednictvím sociálních sítí zejména na sociální síti Facebook. Dotazníkové šetření bylo nahráno do internetové aplikace Survio. Dotazník obsahoval uzavřené, polouzavřené i otevřené otázky s povinností odpovědi, kdy bylo možné vybrat pouze jednu odpověď nebo více (však maximálně 4). Dotazník tedy obsahoval celkem 22 otázek, z toho bylo celkem 7 otázek polouzavřených s možností odpovědi jiné, z nichž jen jedna měla pouze možnost jedné odpovědi, ostatní jednu až čtyři. Celkem 7 otázek bylo uzavřených s jednoduchou odpovědí (často ano/ne či jiný výběr mezi dvěma až třemi možnostmi). V dotazníku se nacházely celkem 3 otevřené otázky a 5 uzavřených. Z celkového počtu 22 otázek byly zároveň 4 otázky filtrační (byla jim nastavena logika přesměrování v případě volby odpovědi ne). Demografické rozdělení respondentů je následující:

Obrázek 1 Rozdělení respondentů podle demografických údajů



Zdroj: Vlastní zpracování podle výsledků dotazníkového šetření

Vzhledem k tomu, že dílčím cíle této diplomové práce je posoudit informovanost české populace ohledně crowdfundingu, nejsou 4 odpovědi zahraničních respondentů v rámci vyhodnocení výsledků zohledněny. Celkový počet respondentů zařazený do hodnocení je tedy 174.

Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření je zpracováno za pomoci grafů k příslušným otázkám. Odpovědi jsou zhodnoceny v krátkém komentáři k danému grafu či tabulce. Případný výsledek grafu/tabulky může být konfrontován a porovnán s výsledky z mapy dárcovství ČR, kterou zveřejňuje nezisková organizace Fórum dárců z.s..

Poslední část této diplomové práce shrnuje získaná data a výsledky transparentnosti hodnocených příspěvkových crowdfundingových platforem a neziskových organizací. Tato část také obsahuje shrnutí výsledků provedeného dotazníkového šetření.

3 Teoretická východiska

3.1 Crowdfunding

Pojem crowdfunding nemá ustálenou a univerzální definici, proto je možné se setkat s různými vysvětleními tohoto pojmu.

Jak již ale vyplývá z názvu této diplomové práce nebo samotné kapitoly, kdy „crowd“ znamená dav/veřejnost a „funding“ je financování. Volně lze tento termín přeložit jako davové nebo veřejné financování. Crowdfunding slouží k dosažení zájmu daného jedince, ten poptává cizí kapitál u veřejnosti za účelem financování konkrétního projektu. Povaha půjčky však závisí na typu crowdfundingu, poptávka po peněžních prostředcích může proběhnout formou půjčky, nebo úvěru. V rozvoji této oblasti hraje velkou roli jeho provedení, využití internetu a crowdfundingových platforem, sociálních sítí, on-line marketingu může přinést do financování projektů nové příležitosti, ale také určitá rizika. ¹

Další definicí crowdfundingu může být, že je to velmi rychle rozvíjející se metoda, která mobilizuje finance na projekty různého zaměření. Je také definován jako investice prováděná skupinou jednotlivců (davů) namísto finančními institucemi. Crowdfunding je výsledkem přímé komunikace mezi zakladatelem projektu a přispěvatelem, tato komunikace dnes probíhá prostřednictvím crowdfundingových platforem na internetu. Zajímavým znakem crowdfundingu může být to, že jednotlivci, kteří přispívají na projekt, se mohou stát součástí projektu. ²

Belleflamme a spol. rozšířili definici Kleemana a spol., která se týkala příbuzného pojmu, jenž v sobě nese slovo dav (crowd), jedná se o crowdsourcing. Kleemanova definice crowdsourcingu zní takto: „*crowdsourcing zaujímá své místo, když ziskově orientovaná firma outsourcuje (využívá služeb třetích stran) specifické úkoly pro výrobu nebo prodej*

¹NĚMEC, Libor. ZAHŘÁNKOVÁ, Jana. *Finanční crowdfunding*. Praha: Wolters Kluwer. 2019. s. 11

²TORABI, Omid. MIRAKHOR, Abbas. *Cwordfunding with Enchanced Reputation Monitoring Mechanism (Fame)*. Rakousko: De Gruyter. 2020.

jejího produktu pro širokou veřejnost ve formě volání veřejnosti prostřednictvím internetu se záměrem oslovit jednotlivce, aby přispěl zdarma nebo za méně.“³ Jako volání veřejnosti označil Belleflamme. Crowdfunding je podle něj přesněji: „voláním veřejnosti prostřednictvím internetu, za účelem poskytnutí finančních prostředků, buď ve formě daru, nebo výměnného obchodu za odměnu nebo za možnost vlastního slova, které by podpořilo danou iniciativu v jejich specifickém účelu.“⁴

Příbuzných termínů pojmu crowdfunding lze najít hodně (například crowdlending, podobná definice Peer to Peer modelu v kapitole 3.1.4), nicméně příjemnější definicí crowdsourcingu je tato: „je to organizovaná činnost probíhající ve virtuálním prostředí, která využívá kolektivní inteligenci – schopnost skupiny lidí najít lepší řešení daného problému než jednotlivce, to vše využitím moderních informačních a komunikačních technologií.“⁵ Dalším příbuzným termínem, v tomto případě dokonce podřazeným crowdfundingu je crowdinvesting, odkazuje se na investičně založený crowdfunding, je tedy jeho subkategorií. Crowdinvesting slouží jako alternativní forma externího financování pro firmy v zemích, kde mohou požádat o pomoc širokou veřejnost.⁶

Crowdfundingová platforma sehrává roli prostředníka, který je součástí toku finančních prostředků, jež podporovatelé na daný projekt přes vybranou platformu zasílají. Struktura toku finančních prostředků je mezi crowdfundingovou platformou, podporovateli, zakladateli projektu, kteří jsou zároveň příjemcem financí v případě úspěchu, následující:⁷

³ KLEEMAN, Frank. GÜNTER, G. *Un(der)paid Innovations: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing*. STI Studies. 2008. s. 6

⁴ BELLEFLAMME, Paul et al. *Individual crowdfunding practises*. Venture Capital. 2013.

⁵ HALTOFOVÁ, Barbora. *Crowdsourcing jako nástroj znalostního managementu*. Manažment podnikania a vecí veřejných – dialogy 29. Bratislava.2015. s. 101

⁶ CUMMING, Douglas, HORNUF, Lars. *The Economics of Crowdfunding: Startups, Portals and Investor Behavior*. Springer International Publishing: 2018. vii

⁷ LENART-GANSINIEC, Regina. CHEN, Jin. *Crowdfunding in the Public Sector Theory and Best Practices: Theory and Best Practices*. Polsko: Springer. 2021. ISBN-978-3-030-77841-5.

Obrázek 2. Tok finančních prostředků v crowdfundingu



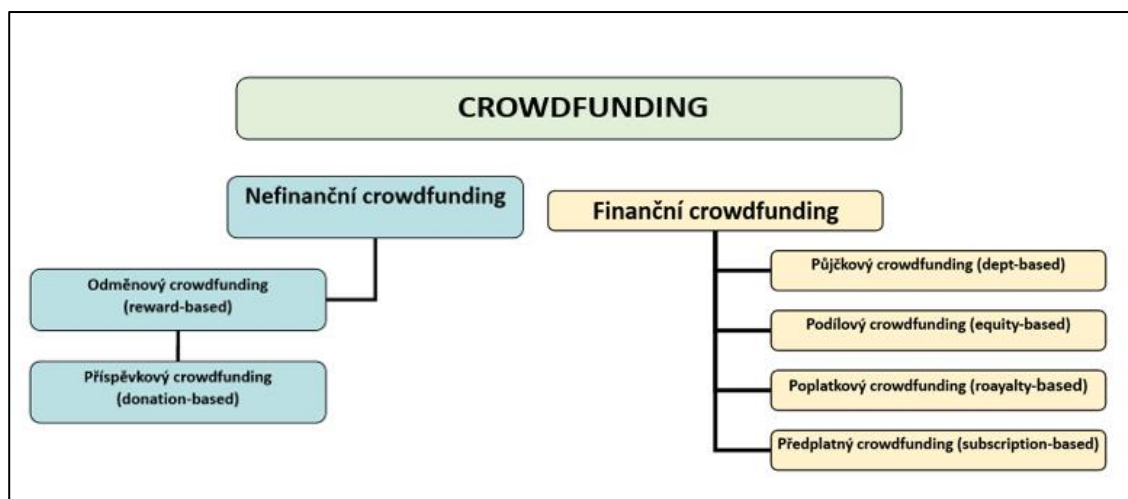
Zdroj: Vlastní zpracování podle: Lenart-Gansiniec, Regina & Chen, Jin. (2021). *Crowdfunding in the Public Sector Theory and Best Practices: Theory and Best Practices*.

3.2 Modely crowdfundingu

Dělení crowdfundingu je rozmanité, nicméně je důležité zmínit, že se primárně dělí do dvou skupin, a to na finanční a nefinanční. Model finančního crowdfundingu je vyznačován budoucí návratností finančních prostředků vložených do daného projektu investorem. V tomto modelu je dav viděn jako skupina investorů nebo půjčovatелů, kteří investují nebo půjčují malé částky na realizaci projektu a očekávají finanční odměnu za jejich investici. Nefinanční crowdfunding je naopak definován neočekávanou návratností finančních prostředků, které jsou investovány (darovány) na účely realizace projektu.⁸

Skupiny jednotlivých modelů crowdfundingu jsou zobrazeny v diagramu níže.

Obrázek 3. Dělení crowdfundingu



Zdroj: Vlastní zpracování

⁸ BASHIR, Ifran. BANZE, Ravina. *Crowdfunding: The Story of People*. Project Nile. 2020. s. 64-76

3.2.1 Příspěvkový crowdfunding

Tento typ crowdfundingu umožňuje jednotlivcům, skupinám a neziskovým organizacím sbírat malé finanční příspěvky od velkého počtu přispěvatelů na dobročinné, společenské, pracovní nebo osobní projekty. Dárci v tomto případě přispívají fundraiserům (osobám, které zakládají projekt) bez očekávání návratnosti financí, proto je tento typ crowdfundingu velmi specifický pro neziskový sektor. Přispěvatelé jsou velmi motivováni tím, že chtějí pomoci druhým. Tento typ sbírky je často zakládán s účelem zvýšení kvality života v rámci komunity (vzdělání), v případě přírodních katastrof, nouzových situací nebo humanitárních krizí.⁹ Dalšími důvody založení projektu příspěvkového nebo také charitativního crowdfundingu je financování léčebných výloh anebo speciálních léčebných pomůcek, podpory založení či hospodaření organizace, podpory ekologie, kulturních neziskových projektů. Nejznámějším zahraničním charitativním crowdfundingovým portálem je Gofundme.com, který funguje po celém světě.¹⁰

3.2.2 Odměnový crowdfunding

Crowdfunding založený na odměnách spočívá v tom, že jednotlivci přispějí na projekt s očekáváním, že na oplátku obdrží nefinanční odměnu, jako je zboží nebo služba v pozdější fázi projektu. Toto zboží nebo služba je často výsledkem kampaně, který by měl motivovat přispěvatele se do projektu zapojit. Tento typ crowdfundingu je velmi oblíbený u začínajících podnikatelů, protože nabízí způsob, jak financovat založení nových společností nebo zavedení produktů. Je vhodný pro produkty a služby, které jsou inovativní anebo přitahují vysokou pozornost spotřebitele.¹¹ Nicméně za odměnu v odměnovém crowdfundingu může být považována i tak „malá“ věc jako je vyjádření díky na stránkách projektu.¹²

⁹ BASHIR, Ifran. BANZE, Ravina. *Crowdfunding: The Story of People*. Project Nile. 2020. s. 64-76

¹⁰ *Charitativní crowdfunding*. Znesnaze21 [online].

¹¹ *Reward-based crowdfunding*. Single-market-economy.ec.europa.eu [online].

¹² CUMMING, J. Douglas, JOHAN, A, Sofia. *Crowdfunding: Fundamental Cases, Facts, and Insights*. Elsevier Science: 2019. s. 51

3.2.3 Půjčkový crowdfunding

Funguje na principu půjčování mezi lidmi. V souvislosti s touto problematikou lze najít informace pod pojmem peer to peer (P2P, lidé lidem), který spočívá v tom, že jednotlivci půjčují peníze dalším jednotlivcům s tím, že bude půjčka zpětně splacená včetně úroků. Tento princip je velmi podobný klasickým úvěrům u bank, až na to, že v tomto případě se jedná o půjčku od velkého množství investorů.¹³

V peer to peer se pohybují neregulovaní a neprofesionální jednotlivci, kteří poskytují malé částky dalším neprofesionálům, jež nemají prostředníka, který by tyto transakce oboustranně zajišťoval. Tento typ úvěrování je možné sledovat i v případě, že jednotlivci poskytují půjčku podnikatelům, v tomto případě se jedná o peer to business (P2B, lidé podniku). V praxi se může jednat o vypůjčení malé částky peněz na rekonstrukci domu (P2P), nebo půjčku na zahájení podnikající činnosti (P2B).¹⁴

3.2.4 Podílový crowdfunding

Název napovídá, že v tomto případě, investor za investování jeho finančních prostředků do projektu, získává podíl vlastnictví dané společnosti nebo podniku. Jako například u nákupu akcií investor očekává růst podniku až do chvíle, kdy bude investor schopný prodat výhodněji než při nákupu. Také je možné pobírat z podílu dividendy a splácet tak investovanou částku. U tohoto typu crowdfundingu, na rozdíl od půjčkového, se investoři více zajímají o podnikatelský plán. Je vhodný opět pro začínající podnikatele, kteří nemají dostatečný kapitál na svou činnost a mohou nabídnout pouze podíl z podniku. Pro investora je zde značně vysoké riziko, protože je velmi obtížné v začátcích podnikání odhadnout jeho úspěch.¹⁵

¹³ *Crowdfunding explained*. Single-market-economy.ec.europa.eu [online].

¹⁴ *Position Paper: Crowdfunding*. Esma.europa.eu [online].

¹⁵ KRECHOVSKÁ, Michaela. HEJDUKOVÁ, Pavlína. HOMMEROVÁ, Dita. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. s. 151

3.2.5 Poplatkový crowdfunding

Poskytuje přispěvatelům dohodu, která garantuje procento dohodnutého zisku z financovaného projektu. Nejčastěji financovanými projekty tímto typem crowdfundingu jsou nahrávky nového alba hudební skupiny nebo vytvoření mobilní aplikace. Od podílového crowdfundingu se liší v tom, že pro přispěvatele není riziko nenávratnosti financí tak vysoké, protože tato verze financování podporuje spíše samostatné projekty než podnikovou činnost. Podporovatel projektu se tak nestává vlastníkem podílu podniku. Největší nevýhoda poplatkového crowdfundingu je, když je v projektu zainteresováno více podporovatelů, výše rozdělovaných zisků není vysoká. Tento typ projektů netrvá dlouhodobě, proto není vhodný pro dlouhodobé investování přispěvatelů ale i samotných zakladatelů, kterým by po delší době s nárůstem podporovatelů, klesaly zisky.¹⁶

3.2.6 Předplatný crowdfunding

Je modelem financování, kde dárci pravidelně přispívají jednotlivci. Většinou se jedná o umělce, které dárci podporují v jejich činnosti anebo určitých projektech. Tento model se od modelů, kde dárci přispívají jednorázově (odměnový, příspěvkový crowdfunding), liší v pravidelném zasílání finančních příspěvků. Dárci jsou často nazýváni patrony, toto označení navazuje na dobu, kdy umělci dostávali podporu od královského dvora. V roce 2013 nezávislý umělec Jack Conte založil crowdfundingovou platformu Patreon, která umožňuje umělcům získávat pravidelné příspěvky na jejich tvorbu a na oplátku umožňují dárčům, potažmo jejich fanouškům, nahlédnout z blízka do jejich kreativní cesty hudební scénou nebo přístup k extra obsahu.¹⁷

3.2.7 Crowdfundingové platformy podle typu

V dnešní době existuje na světě veliké množství crowdfundingových platform, jen na internetových stránkách thecrowdspace.com je registrováno v Evropě 651 crowdfundingových platform, tyto stránky umožňují vyhledávání platform podle země, typu investice, zaměření projektu a doby působení na trhu, také je možné si ověřit, zda jsou licencovány podle nařízení Evropské Unie. Platformy většinou nepůsobí jen na domácím

¹⁶ BASHIR, Ifran. BANZE, Ravina. *Crowdfunding: The Story of People*. Project Nile. 2020. s. 88

¹⁷ Tamtéž, s. 74-75

trhu, ale působí mezinárodně, ovšem není garantováno, že je možné na stránkách navolit češtinu.¹⁸ V roce 2023 bylo celkem uskutečněno na celém světě 12 063 870 crowdfundingových kampaní. Dále je také patrné, že 42 % kampaní získá potřebné finance první den a poslední tři dny.¹⁹ Tabulka níže nabízí základní přehled existujících českých i zahraničních crowdfundingových platforem podle jejich typu.

Tabulka 4 Crowdfundingové platformy v ČR a zahraničí podle jejich typu

Model	Platforma v ČR	Platforma v zahraničí
Odměnový crowdfunding	Hit Hit	Kickstarter
	Startovač	Indiegogo
	Donio	Patreon
Příspěvkový crowdfunding	Donio	GoFundMe
	Znesnaze21	Crowdfunder
	Darujme	First Giving
	Darujspravne	Donorbox
Půjčkový crowdfunding	Zonky	Crowdwise
	Fingood	Lendee
	Roier	Prosper
	Investown	Profitus
	Nafirmy.cz	Crowdpear
Podílový crowdfunding	Fundlift	WeFunder
Poplatkový crowdfunding	x	Wedogood
Předplatný crowdfunding	Startovač	Patreon

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce ani v textu kapitol s jednotlivými modely crowdfundingu nebyl zmíněn jeden typ, který je označován jako hybridní. Tento model nabízí podnikům možnost kombinovat prvky více než jednoho modelu crowdfundingu a má tedy svá vlastní specifika.²⁰

¹⁸ Find and compare crowdfunding platforms. Thecrowdspace.com [online].

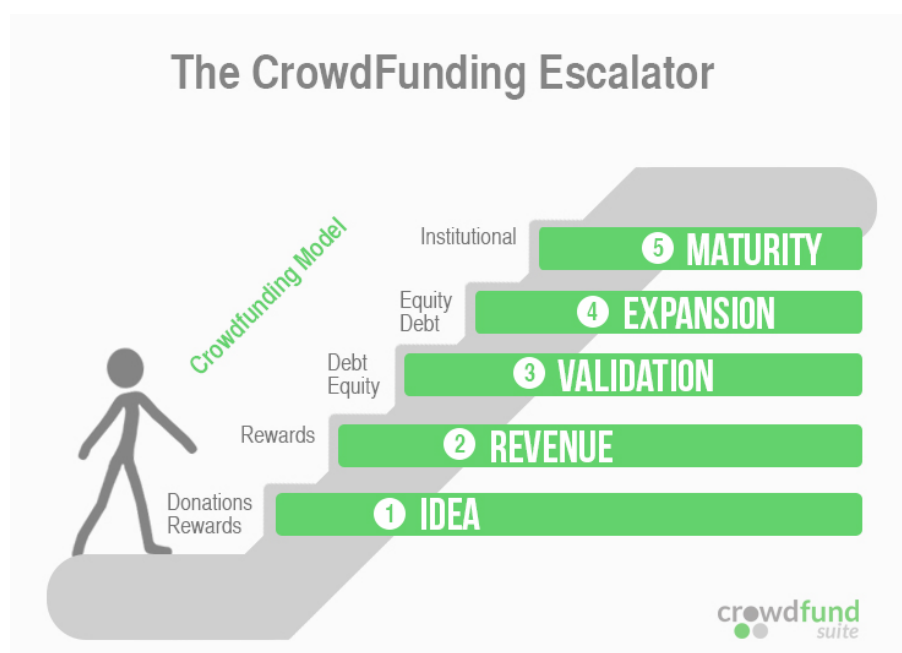
¹⁹ ELAD, Barry. *Crowdfunding Statistics – By Country, Success, Rate, Region, Funding Amount, Industry*. Enterpriseapptoday.com [online].

²⁰ *Crowdfunding explained*. Single-market-economy.ec.europa.eu [online].

3.3 Výběr crowdfundingového modelu, platformy

Modelů crowdfundingu a jejich platform existuje poměrně velké množství. Jaké jsou ale klíčové faktory, které by měl podnikatel zvážit? K zorientování se ve výběru variant crowdfundingových modelů a platform slouží crowdfundingový eskalátor, ten zakladateli projektu napoví, na co zaměřit strategii jeho kampaně.²¹

Obrázek 4 Crowdfundingový eskalátor



Zdroj: <https://crowdfundsuite.com/>

Prvním schůdkem je nápad, na něj se kapitál získává nejčastěji od nejbližších a známých. Finanční prostředky se v této fázi využívají na rozšíření povědomí o kampani. Druhý schod jsou zisky, nebo také výnosy. Skutečný obchod je totiž aktivován operacemi s příjmy. V této fázi může podnik zvážit oslovení davu na podporu rozšíření podnikání. Třetím schodem je ověření, na místě je zvážení zapůjčení financí v případě splněných kritérií a dobrého úvěrového ratingu. Čtvrtým schodem je expanze v rámci, které dochází ke zvyšování zásob, rychlému rozšiřování prostřednictvím nových lokalit nebo zvyšování počtu zaměstnanců. Výše investičního kapitálu má totiž vliv na podnikatelskou činnost (výroba, poskytování služeb). Posledním schodem pyramidy je zralost, zde je možné financovat

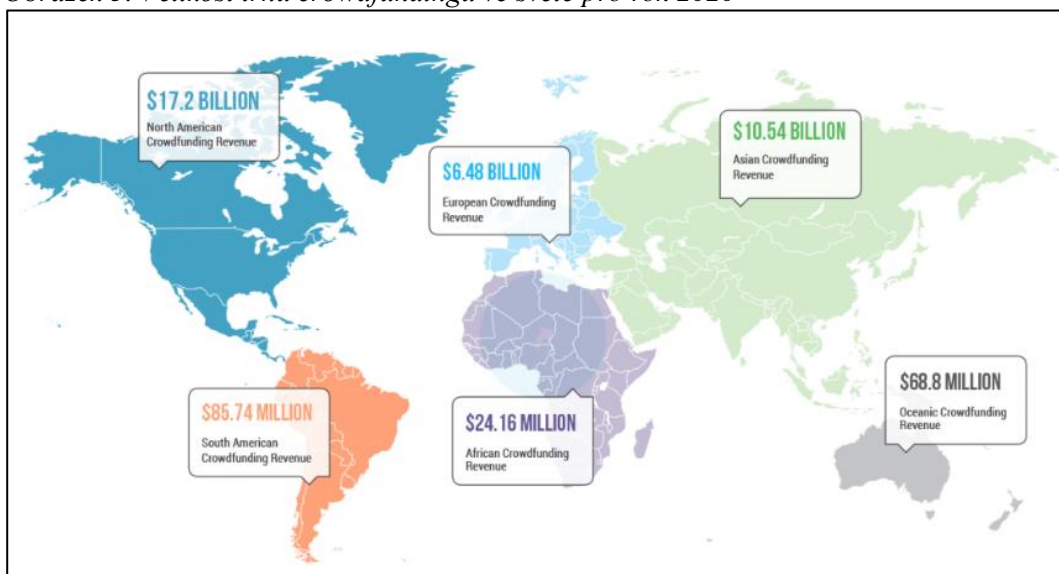
²¹ *The Crowdfunding Escalator: Pick the Right Crowdfunding Platform.* Crowdfundsuite.cz [online].

podnikání z dosaženého cash-flow po více než pěti letech provozu. Je také možné vstoupit na další trh a rozrůst se.²²

3.4 Právní úprava crowdfundingu

Právní úprava a její zavedení souvisí úzce s rozvojem a historií crowdfundingu ve světě, velký vliv na změny měl také technologický rozvoj, který postupoval daleko rychleji, než aktualizace právních norem a předpisů. V USA, kde rozvoj crowdfundingu postupoval velmi rychle, lze soudit podle toho, že v USA vznikla největší celosvětová crowdfundingová platforma Kickstarter a dle velikosti trhu oproti Evropě (viz. obrázek č. 2), nicméně i některé evropské země měly oproti České republice zavedené právní regulace již před rokem 2020. Komplexní úpravu přinesla až Evropská Unie, která přijala nařízení č. 2020/1503 o evropských poskytovatelích služeb skupinového financování pro podniky (zkráceně nařízení o crowdfundingu).²³

Obrázek 5. Velikost trhů crowdfundingu ve světě pro rok 2020



Zdroj: www.fundly.com

Z obrázku je zřejmá velikost světových trhů crowdfundingu, jak již bylo zmíněno, největším je Severní Amerika, poté Asie a až na třetím místě se nachází Evropa. Tyto údaje jsou platné pro rok 2020.

²² *The Crowdfunding Escalator: Pick the Right Crowdfunding Platform*. Crowdfundsuite.cz [online].

²³ *Nová regulace pro crowdfunding*. Pravniradce.ekonom.cz [online].

Nové nařízení Evropské Unie o crowdfundingu však neupravuje všechny modely financování, zaměřuje se pouze na crowdfunding půjčkový. Toto nařízení je však možné aplikovat pouze v případě, že výnos z jednoho financovaného projektu je méně než 1 000 000 EUR v období 12 měsíců (platné v období 10. listopadu 2021–10. listopadu 2023, v tomto období platí snížený limit). Po 10. listopadu platí pro projekty za období 12 měsíců hranice do 5 000 000 EUR.²⁴

Nově vydané nařízení Evropské Unie, celým názvem Nařízení o evropských poskytovatelích crowdfundingových služeb, anglicky Regulation on European Crowdfunding Service Providers, odkud pochází zkratka ECSP, stanovuje jednotná pravidla v celé EU pro poskytování investičních i úvěrových crowdfundingových služeb, které souvisí s financováním podniků. Toto nařízení bylo vydáno, aby pomohlo v rozvoji crowdfundingu v Evropě. Hlavním problémem, který byl největší překážkou pro rozvoj crowdfundingu v EU, byl nedostatek společných pravidel a rozdílné licenční požadavky. Kvůli tomu platformy nemohly nabízet své služby přes hranice a musely tak působit lokálně. Nyní mají platformy možnost zažádat o licenci EU na základě jednotných podmínek, která jim umožní nabízet své služby po celé EU. První licencovanou platformou byla nizozemská Lendahand, která ocenila možnost investování do rozvojových zemí a zacelila mezery ve financování malých a středních podniků.²⁵

3.5 Historie crowdfundingu

Tak jak je crowdfunding znám, nebo popisován dnes, je záležitost spojená s obrovským pokrokem ve světě informačních technologií, nicméně crowdfunding jako metoda financování není zas tak novým fenoménem, podobný princip byl aplikován k řízení investičního rizika před tím, než vůbec existoval internet. Například se tak dělo v případě lodní dopravy, která byla velmi riskantní, k pokrytí rizika sloužila smlouva mezi lodními společnostmi a obchodníky. Jednalo se o pojištění ztráty nákladu, kdy se měli všichni účastníci podílet na ušlé ztrátě, pokud ale náklad dorazil bezpečně, tak si všechny smluvní strany rozdělily podíl ze zisku. Tento postup zajistil nezbytné financování velmi rizikového

²⁴ *Několik aktuálních postřehů ohledně nařízení o crowdfundingu.* Epravo.cz [online].

²⁵ *Regulation on European Crowdfunding Service Providers (ECSP): Latest information on ECSP-licensed Crowdfunding Platforms.* Crowdfundinghub.eu [online].

projektu a zároveň umožnil jejich diverzifikaci do jiných odvětví. Tento postup lze datovat již do 13. století.²⁶

Ke strukturalizaci crowdfundingu docházelo postupem času, druhým významným krokem lze označit Irish Loan Fund (irský půjčkový fond), který založil Jonathan Swift. Byl to první fond, který vůbec existoval. Spisovatel Jonathan Swift na počátku 17. století naplánoval systém, jehož účelem bylo poskytovat malé sumy peněz chudým obyvatelům Dublinu. Peníze pocházely od bohatších rodin, kterým nebyl lhostejný nebohý život chudých.²⁷ Díky velkému úspěchu prvního irského fondu pro chudé, se začaly objevovat nezávislé charitativní organizace, které půjčovaly peníze potřebným. Další skutečností, jež pomohla formovat crowdfunding byla pomoc indické populaci bankou Grameen Bank v Bangladéši (Indie)²⁸, která byla založena v roce 1983. Banka se snažila přiblížit bankovní služby chudým, vytvořit jim příležitosti pro samostatnou výdělečnou činnost hlavně pro obyvatele venkova. Zakladatel a ředitel banky Muhammad Yunus obdržel v roce 2006 Nobelovu cenu míru.²⁹

I přestože úplně první internetová síť vznikla v roce 1969, začátek crowdfundingu na internetu nastal díky inovativní iniciaci britské rockové skupiny Marillion, která v roce 1977 spustila předprodej jejich alba na jejich webových stránkách, povedlo se jim celkem vybrat 60 tisíc dolarů, které stačily i na financování jejich turné po Spojených Státech.³⁰

Ostatní vědci datují zrod crowdfundingu o něco později, byl to rok 2006, kdy vznikla první crowdfundingová platforma Kiva. První zmínka termínu crowdfunding se objevila také v roce 2006 na blogu Michala Sullivana, když se odkazoval na svůj projekt Fundavlog:

²⁶ SHNEOR, Rotem et al. *Advances In Crowdfunding: Research and Practise*. Springer International Publishing, 2020. s. 221–222

²⁷ HOLLIS, Aidan. SWEETMAN, Arthur. Microfinance and Famine: The Irish Loan Funds during the Great Famine

²⁸ ATTUEL-MENDÉS, Laurence. *Crowdfunding and Crowdmicrofinance, an Evolution of Models for Entrepreneurship of the Poor*. Open Access Library Journal. 2016. s. 2

²⁹ *A Short History of Grameen Bank*. De.scribd.cz [online].

³⁰ ROUZÉ, Vincent. *Cultural Crowdfunding: Platform Capitalism, Labour and Globalization*. University of Westminster Press. 2019. s. 21

„Důležitými aspekty je spousta věcí, nicméně financování davem („crowd“) je základem, na kterém vše závisí a je na něm stavěno. Takže, crowdfunding je vhodným termínem pro to, abych vysvětlil tento základní prvek Fundavlogu.“³¹

Přelom ve světě crowdfundingu nastal až na počátku třetího tisíciletí, kdy jako Uber a Airbnb vznikl celosvětově známý Kickstarter (2009) a Indiegogo (2008). Sílu propojení crowdfundingu a internetu začali jako první využívat umělci a hudebníci na kreativní projekty, poté jej využili začínající podnikatelé, kteří zakládali své startupy. Crowdfunding tak začal být velmi všestranným nástrojem, který kombinoval marketing, fungoval jako tržní průzkum a reklama dohromady.³²

První crowdfundingovou platformou v České republice byly stránky Fondomat.com, který byl založen v roce 2011 dvěma britskými umělci, kteří v tuto dobu žili v Praze. Platforma byla propojená s platebním portálem PayPal a nabízela možnost projekt sdílet prostřednictvím sociálních sítí jako Facebook, Twitter, YouTube nebo Google+. Svým způsobem se jednalo o jistý druh sbírky, nicméně díky tomu, že byla jména přispěvatelů zmíněna u daného projektu na oplátku za dar, nebylo nutné registrovat tuto transakci jako veřejnou sbírku.³³ V roce 2015 platforma ukončila svou činnost, uvádí tak v oznámení na webové stránce již nefunkční platformy (proběhne přesměrování).³⁴

3.6 Veřejná sbírka a crowdfunding

Ostatní modely crowdfundingu kromě odměnového/charitativního pracují s termínem založení projektu nebo crowdfundingové kampaně než založením sbírky. Na rozdíl od samotného crowdfundingu je veřejná sbírka definována českým zákonem č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách.

³¹ ROUZÉ, Vincent. *Cultural Crowdfunding: Platform Capitalism, Labour and Globalization*. University of Westminster Press. 2019. s. 21

³² CHOVCULIAK, Róbert. *Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět*. Praha: Grada, 2020. s. 108

³³ *Fondomat, aneb jak získat peníze na svůj projekt*. Ct24.ceskatelevize.cz [online].

³⁴ <https://www.voicesuk.co.uk/fondomat>

Podle zákona č. 117/2001 Sb. je veřejnou sbírkou „*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 (dále jen "sbírka")*“. *Sbírku je oprávněna konat za podmínek stanovených tímto zákonem pouze právnická osoba.*³⁵

Právnickou osobou se rozumí obec nebo kraj, v hlavním městě Praze může založit veřejnou sbírku i městská část nebo jiná právnická osoba. Veřejná sbírka se výlučně týká finančních prostředků, nikoliv věcných darů. Opatření uvedená zákonem se netýkají shromažďování financí politických stran a hnutí, církví a náboženských společností, pokud se koná v místech výkonu náboženských úkonů (modlitebny, bohoslužby).³⁶

Počet evidovaných veřejných sbírek Ministerstvem Vnitra podle dohledaných záznamů roste, k 12.11.2018 se konalo v České republice více než 1 600 veřejných sbírek, z toho téměř třetina byla spuštěna v Praze. Praha je významná v tom, že zde sídlí nejvíce organizací s celorepublikovou působností, proto lze říct, že většina sbírek, které se registrují v Praze, překračuje její hranice.³⁷ V letošním roce je k 3.8.2023 evidováno v Seznamu Veřejných sbírek 2 342 probíhajících sbírek.³⁸

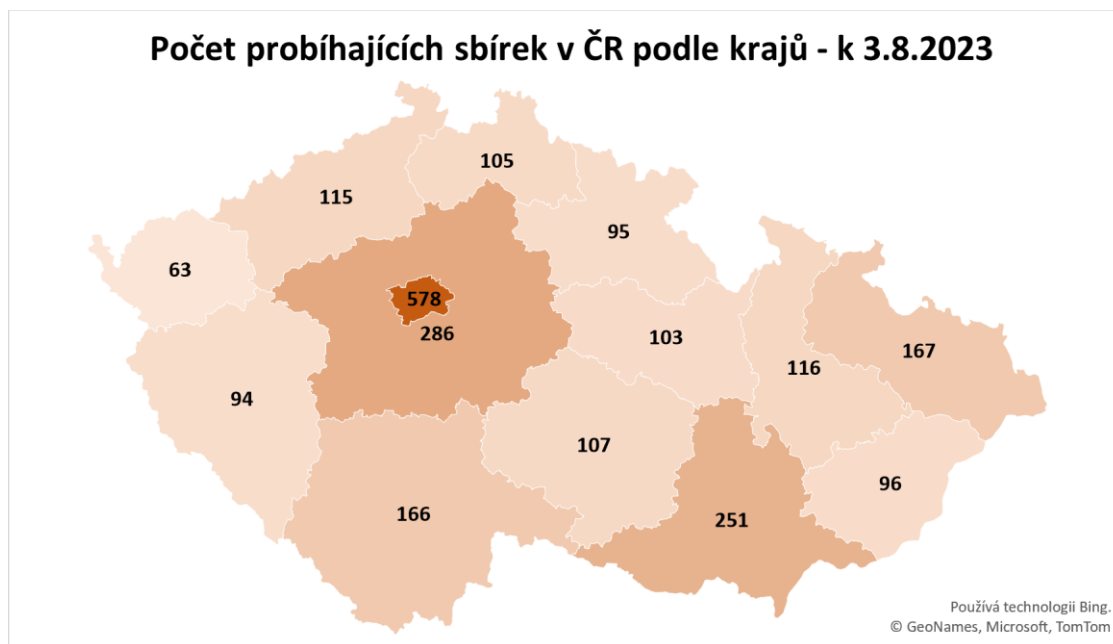
³⁵ § 1 odst. 1 zákona č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách – znění od 28.06.2022

³⁶ PELIKÁNOVÁ, Anna. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*, 3. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. 2018. s. 40

³⁷ *Ověřené veřejné sbírky*. Donorsforum.cz [online].

³⁸ *Seznam veřejných sbírek*. Aplikace.mvcr.cz [online].

Graf 1 Počet probíhajících veřejných sbírek v ČR podle krajů – k 3.8.2023



Zdroj: Vlastní zpracování podle: <https://aplikace.mvcr.cz/seznam-verejnych-sbirek/Default.aspx>

Jak je patrné z grafu výše, tak i letos je nejvíce probíhajících veřejných sbírek registrovaných v Praze, hned po ní je Středočeský kraj a Jihomoravský kraj. Tyto dva kraje se liší v počtu pouze o 35 veřejných sbírek. Nejméně registrovaných sbírek se nachází v Karlovarském kraji.

Způsobů, jak konat veřejnou sbírku je více, mohou být konány jedním způsobem nebo jejich kombinací:

- shromažďováním příspěvků na zvláštním bankovním účtu
- sběracími listinami
- pokladničkami
- prodejem předmětů, jestliže je příspěvek zahrnut v ceně
- prodejem vstupenek
- pronájemem telefonní linky

Pokud neziskové organizace oznámí provozování veřejné sbírky způsobem pronájmu telefonní linky a mají osvědčení, mohou od roku 2004 vybírat finanční prostředky do sbírky dárcovskou SMS neboli DMS – Donors Message Service.³⁹

³⁹ HLADKÁ, Marie. *Veřejné sbírky: Jak je organizovat, čeho se vyvarovat a jak se bránit podvodníkům, aneb Desatero pro organizátory, občany i strážce zákonů*. Ministerstvo vnitra České republiky. Mvcr.cz [online].

Veřejné sbírky pomáhají lidem po celém světě, za zmínku stojí nejslavnější kampaň, kterou je bezesporu stavba Sochy Svobody. Joseph Pulitzer na ni vyhlásil sbírku a do pěti měsíců se nashromáždilo 101 091 dolarů celkem od 160 tisíc přispěvatelů.⁴⁰ V České republice se takové veřejné sbírce vyrovná jedna, a to stavba Národního divadla, která se konala v druhé polovině 19. století. Během 47 dní se povedlo nasbírat milion zlatých.⁴¹

Crowdfunding se podílí na běžném životě veřejnosti i menšími projekty, nicméně stejně důležitými. V roce 2011 ve městě Highland Park ve státě Michigan místní obyvatelé založili kampaň na koupi pouličního osvětlení, důvodem byl nefunkční stav třetiny stávajících. Město se topilo v dlužích, a proto požádalo obyvatele, aby si v noci nechávali rozsvíceno na verandách. První kampaň zafinancovala jednu lampu se solárním LED panelem, v další kampani se vybral další obnos peněz a koupili tak dalších pět lamp. Takové množství nestačilo na výměnu všech nefunkčních lamp, nicméně si obyvatelé posvětili alespoň v těch nejkritičtějších úsecích. Některé crowdfundingové platformy se soustředí na poskytování služeb veřejnosti, platforma Wearebeam pomáhá lidem bez domova. Wearebeam založí jednotlivcům, kteří mají zájem o pomoc, profil, kde je uvedeno, co vše bude jednotlivec k životnímu restartu potřebovat.⁴²

3.7 Neziskový sektor a crowdfunding

Neziskový sektor svou definicí přináší do světa crowdfundingu specifické znaky, nicméně neziskové organizace mohou crowdfunding využít jako podpůrnou metodu financování. Níže jsou specifikovány pojmy neziskový sektor a nezisková organizace a jejich vybrané formy pro lepší orientaci v problematice.

3.7.1 Neziskový sektor

Pokud je uvažováno o neziskovém sektoru, jeho opakem je sektor ziskový, takto vypadá hospodářství země. Tyto dva sektory lze také popsat jako tržní a netržní. Ziskové organizace

⁴⁰ CLARKSON, N. *A brief history of crowdfunding*. Startups.com [online]

⁴¹ VLČKOVÁ, Z. *Crowdfunding – financování pomocí veřejné sbírky*. Plus.rozhlas.cz [online]

⁴² CHOVCANULIAK, Róbert. *Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnilly svět*. Praha: Grada, 2020. s. 110-111

provozují svou činnost za účelem zisku z prodaných statků nebo služeb. Využívají k provozu podnikatelské činnosti své vlastní zdroje nebo půjčky. Organizace neziskového sektoru naopak dosahují svých zisků prostřednictvím poskytování veřejných služeb obyvatelstvu. Zdroje financí jsou pro neziskové organizace veřejné nebo soukromé (prostřednictvím darů).

43

3.7.2 Nezisková organizace

Nezisková organizace (NO) i přes svůj název vytváří zisk. K tomu, aby mohla plnit svoje poslání, nikoli aby generovala zisky, které by si vlastníci, správci nebo zakladatelé mohli rozdělit mezi sebe. Neziskové organizace jsou založeny k tomu, aby napomáhaly uspokojit konkrétní potřeby občanů nebo komunit.⁴⁴ Tento pojem je v České republice požíván bez toho, aniž by byl popsán právními předpisy. Zákon řeší pouze jednotlivé typy neziskových organizací. Neziskovou organizací může být veřejně prospěšná právnická osoba, jež má za poslání dosahovat vlastní činností blaha ostatních (novela občanského zákoníku č. 89/2012 Sb). Dle zákona o daních z příjmů č. 586/1992 Sb., může být veřejně prospěšným poplatníkem takový poplatník, který vykonává hlavní činnost, jež není podnikáním. Veřejně prospěšným poplatníkem je dále:

- zájmové sdružení právnických osob
- spolek
- odborová organizace
- politická strana a politické hnutí
- církevní právnické osoby
- nadace a nadační fond
- obecně prospěšná společnost
- veřejná vysoká škola a veřejná výzkumná instituce
- školská právnická osoba
- organizace zaměstnavatelů
- organizační složka státu

⁴³ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha: Oeconomica, 2009, s. 10

⁴⁴ ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 4. vyd. Hradec Králové: GAUDEAMUS Univerzita Hradec Králové, 2009. s. 10

- obec, kraj, dobrovolný svazek obcí
- regionální rada regionů soudržnosti
- příspěvková organizace
- státní fond atd.⁴⁵

Neziskové organizace jsou tedy více vymezené jejich činnostmi, proto je nutné také zmínit kritéria, která by měly splňovat:

- organizovaná – NO by měly by dosáhnout určité úrovně organizační strukturu a fungovat jako instituce
- soukromá – NO by měly být oddělené od vlády – nebýt součástí vládních struktur
- samosprávná – NO by měly disponovat vnitřní strukturou, která vymezuje řídicí a kontrolní orgány a jejich kompetence
- dobrovolná – prvek dobrovolné činnosti v rámci organizace (dobrovolní zaměstnanci, pomocníci)⁴⁶

U neziskových organizací je také důležité upozornit na rozdíl mezi veřejným financováním (fundraisingem) a crowdfundingem, upozorňuje na to Adam R. Pope ve své publikaci. Vzhledem k definici fundraisingu (získávání finančních prostředků na prospěšnou činnost organizací⁴⁷) a crowdfundingu, nelze říct, že jde o to samé. Charity a neziskové organizace majoritně získávají finance na svou činnost z veřejných nebo soukromých zdrojů (darů, dotací apod.) a crowdfunding využívají k financování specifických projektů. I přestože tyto dva pojmy zahrnují kořen slova financování, nejsou obdobné, je důležité zmínit obrovský potenciál crowdfundingu pro neziskové organizace jako způsob doplňkového financování.

48

⁴⁵ PELIKÁNOVÁ, Anna. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*, 3. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. 2018. s. 22-23

⁴⁶ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha: Oeconomica, 2009, s. 10–12

⁴⁷ Tamtéž.

⁴⁸ R. POPE, Adam. *Sustainable Crowdfundig: Research-Based Analysis for Communication Campaigns*. Taylor&Francis. 2023.

3.7.3 Obecně prospěšná společnost

Hlavní úlohou obecně prospěšných organizací je poskytování konkrétní obecně prospěšné služby veřejnosti. Oblasti, ve kterých obecně prospěšná organizace může poskytovat své služby jsou například sport, kultura, sociální péče, humanitární pomoc, ochrana zvířat a životního prostředí. Všechny tyto služby ve zmíněných oblastech musí obecně prospěšná organizace poskytovat za stejných podmínek, které musí zveřejnit. Vedle hlavní obecně prospěšné činnosti může vykonávat i činnost doplňkovou či hospodářskou (podnikání). Tato forma neziskové organizace nemůže od 1.1.2014 nově vznikat, zaniknout může likvidací nebo bez likvidace, a to v případě sloučení s jinou obecně prospěšnou společností.

49

3.7.4 Církevní právnická osoba

Zákon o církvích a náboženských společnostech (3/2022 Sb.) definuje církev nebo náboženskou společnost jako dobrovolné společenství osob, jež má vlastní strukturu, orgány a vnitřní předpisy. Náboženské předpisy a projevy víry jsou založené za účelem vyznání určité náboženské víry bez ohledu na to, zda jsou veřejného nebo soukromého charakteru. S účelem církevní právnické osoby může být spojeno shromažďování, bohoslužby, vyučování, duchovní služby nebo obecně prospěšná činnost, která je spojená například s charitou.⁵⁰

3.7.5 Nadace a nadační fond

Častým typem filantropických neziskových organizací, které je možné spatřit na charitativních crowdfundingových portálech, jsou nadace a nadační fondy. Nicméně nadace a nadační fondy v neziskovém sektoru zastávají větší roli, než se může na první pohled zdát, nejsou jen příjemci darů, ale jsou také profesionálními dárci, zejména proto, že často přerozdělují finanční prostředky na základě jasně definovaných kritérií a postupů například prostřednictvím grantů nebo stipendií. „*Celkem nadace a nadační fondy v roce 2022*

⁴⁹ PELIKÁNOVÁ, Anna. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*, 3. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. 2018. s. 35

⁵⁰ PIROCHTOVÁ, Jana. Právní formy organizace neziskového sektoru – Církevní právnické osoby. 2023. Money.cz [online].

rozdělily 3,7 mld. korun.“⁵¹ Proto je jejich forma a fungování vysvětlena podrobněji, než je tomu tak u ostatních forem neziskových organizací, které jsou zmíněné v předešlých podkapitolách.

Nadace je právnickou osobou a také účelovým sdružením majetku. Zakladatel zřizuje nadaci za účelem dosahování společensky nebo hospodářsky užitečných cílů. Nadace by měly být zakládány za účelem poskytování pomoci potřebným např. postiženým dětem, důchodcům, k ochraně životního prostředí apod. Nadace svou podporu a pomoc neposkytují napřímo, nýbrž prostřednictvím financí nebo propagací. Nadace tedy poskytují finanční prostředky – granty třetím osobám hlavně z výnosu vlastního majetku nebo příjmů. Jmění nadace je tvořeno peněžními prostředky, cennými papíry, nemovitými a movitými věcmi – movité věci musí splnit předpoklad trvalého výnosu, tím je myšleno například umělecké dílo. Nadace mohou provozovat vedlejší činnost jako je pořádání benefičních večerů, tombol apod. Pomoc nadací se často zaměřuje také v krizových situacích jako jsou povodně. Zřizovatel při zakládání nadace musí vložit minimální vklad 500 tisíc korun. Nadace na podporu politických stran či hnutí neexistují, protože je to zakázáno. Nadace mají povinnost vést podvojný účetnictví, které obsahuje roční účetní uzávěrku s ověřením pověřeného audítora.

Mezi nejznámější nadace v ČR patří:

- nadace Dobrý anděl – podpora rodin s nezaopatřenými dětmi, v nichž rodič trpí onkologickým onemocněním
- Nadace Charty 77 – Konto Bariéry – podporuje lidi s handicapem ve zdolávání překážek v oblasti sportu, také pomáhá lidem, kterým se v poslední době stal závažný úraz a došlo k nenávratným změnám zdravotního stavu
- Nadace Synot
- Nadace Terezy Maxové dětem⁵²

Nadační fond je stejně jako nadace účelovým sdružením majetku, zakládá ho jeden nebo více zakladatelů. Poslání nadačního fondu je stejné jako u nadace: veřejně prospěšný nebo

⁵¹ *Dárcovství v Česku*. Donorsforum.cz [online].

⁵² *Co je to nadace?* Proneziskovky.cz [online].

dobročinný účel, díky kterému se dosahuje společensky užitečných cílů. Může provádět i jinou činnost – vedlejší, kdy výdělek musí výhradně sloužit k naplnění cíle a hodnot nadačního fondu. V tomto případě není stanovena hodnota vkladu, průběžné vklady nemusí splňovat předpoklad trvalého výnosu. Nadační fond kooperuje pouze s majetkem z vkladů nebo darů.⁵³

3.7.6 Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility)

Neziskový sektor a jeho růst nejsou pouze výsledkem úsilí samotných neziskových organizací a fyzických osob, které poskytují dary. Komerční podniky hrají klíčovou roli v tomto procesu prostřednictvím korporátní sociální odpovědnosti (CSR). Tento přístup se stává stále důležitějším aspektem podnikání, kde společnosti aktivně přispívají k sociálním a environmentálním iniciativám. Spojení mezi obchodem a charitou nejen posiluje vztahy se zákazníky a zaměstnanci, ale také přispívá k rozvoji neziskového sektoru a jeho schopnosti plnit sociální potřeby ve společnosti. Tato kapitola blíže vysvětluje roli společenské odpovědnosti firem v neziskovém sektoru.

Odborná literatura nabízí hodně vysvětlení společenské odpovědnosti. Tento obor vznikl již v 60. letech 20. století. A proto si lze z množství definic vybrat. Podle Davise je CSR „rozhodnutí a aktivity podnikatelů, jež jsou činěna z důvodů, které alespoň částečně přesahují přímé ekonomické či technické zájmy firmy.“⁵⁴ V druhé polovině 60. let a na počátku 70. let se začíná do definice prolínat také aspekt zainteresovaných stran, tudíž to, komu by měla být firmy odpovědnost věnována.⁵⁵ Davis a Blomstrom dodal, že „podnikatelé aplikují společenskou odpovědnost, pokud zvažují potřeby a zájmy těch, kteří mohou být ovlivněni jejich aktivitami.“⁵⁶ Benefity, které nese zaměření společenské

⁵³ *Co je to nadační fond?* Proneziskovky.cz [online].

⁵⁴ CARROLL B, Archie. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review. 1979. s. 479

⁵⁵ TETŘEVOVÁ, Liběna a kol. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing. 2017. kap. 1.1.

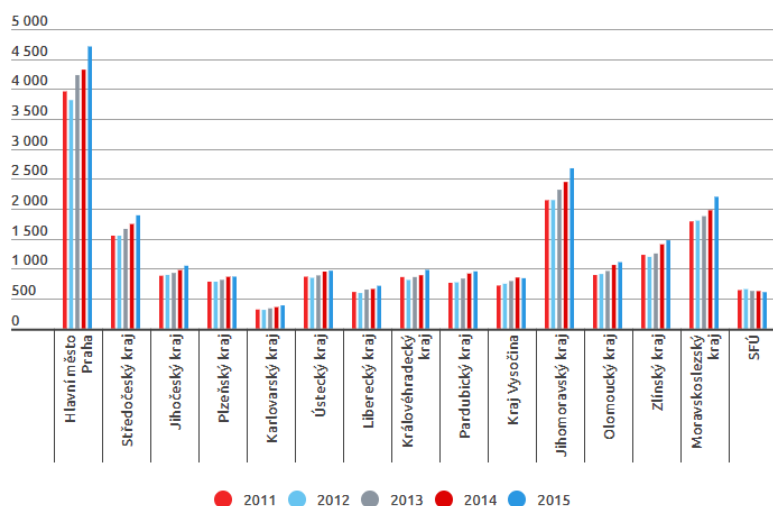
⁵⁶ CARROLL B, Archie. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review. 1979. s. 272

odpovědnosti firem na určitou oblast, byly popsány již na začátku vývoje tohoto oboru. Firmy mohou využít strategii společenské odpovědnosti ve svůj prospěch.

Aktuální situaci CSR a její trendy lze sledovat i na prohlášení specialisty útvaru ESG (environmentální a sociální správa) Ondřej Šikla Skupiny ČEZ: „*Pojem udržitelnosti a odpovědného chování se v průběhu času vyvíjí a mění. V posledních letech vnímáme obrovský nárůst důrazu na dekarbonizaci a ochranu klimatu, což je v oblasti energetiky ještě znásobeno. Podobně se ale dostaly do popředí i témata jako biodiverzita, ochrana nakládání s přírodními zdroji, diverzita, rovné příležitosti či inkluzivní prostředí na pracovišti. Druhým fenoménem je rovněž snaha o zavedení jednotných ESG standardů a metodik, jak udržitelnost ve firmách uchopit, jak ji měřit a jak ji vykazovat, tak aby byla data vzájemně porovnatelná a vypovídající. Jako jedna z největších českých firem se k těmto snahám stavíme čelem, snažíme se jít příkladem a prošlapáváme tak cestu dalším.*“⁵⁷

I v rámci veřejných sbírek, které jsou jednoznačně definované zákonem, tudíž i jejich účel, došlo k pozitivnímu nárůstu v počtu dárců, kteří jsou evidováni jako právnické osoby v letech 2011 až 2015. Růst nebyl zaznamenán pouze pod společnostmi, které spadají pod specializovaný finanční úřad.

Graf 2 Počet dárců mezi roky 2011–2015 - právnické osoby



Zdroj: <https://www.ceskovdatech.cz/>

⁵⁷ *Od filantropie k udržitelným strategiím: Kam se posunula udržitelnost za poslední dekádu.* Businessinfo.cz [online].

3.7.7 Jak funguje crowdfunding v neziskovém sektoru?

Crowdfunding v neziskovém sektoru napomáhá oslovit větší část populace na podporu projektů, které by za jiných podmínek nebyly snadno financovatelné. Ve světě dárcovství se crowdfundingu a jeho propojením s informačními technologiemi povedlo zjednodušit proces financování projektů prosociálního charakteru. Platební transakce darů, interaktivní komunikace v průběhu darovacího procesu – to jsou další aspekty, které ho napomáhají dárčům zjednodušit a zpříjemnit.⁵⁸ Nejen v případě neziskového sektoru crowdfunding umožňuje dárčům daleko větší geografický dosah, respektive tyto hranice úplně vyruší.⁵⁹ I přestože crowdfundingový trh celosvětově roste, v roce 2017 příspěvkový crowdfunding tvořil z celkového objemu pouze 0,1 %. Takový výsledek může být způsoben hlavně tím, že tento model nenabízí přispěvatelům jako ostatní modely, materiální nebo finanční zisk, nýbrž dobrý pocit. Každý přispěvatel je poháněn jinou motivací a podle toho se rozhodne pro podporu daného projektu.⁶⁰

V příspěvkovém crowdfundingu je velmi důležitá motivace. Většina neziskových organizací existuje ze dvou důvodů. V první případě zaměřuje svou činnost na služby, které pomáhají řešit problém v určité komunitě. Ve druhém případě nezisková organizace řeší aktuální problém. Ne každý se ale musí zajímat o to samé a podporovat tak projekt, který mu je cizí, protože ho nezažil.⁶¹

3.7.8 Filantropie, dobročinnost a dárcovství

V rámci této diplomové práce je možné se setkat zejména s pojmy dárcovství, filantropie a dobročinnost, proto tato kapitola vysvětlí jejich rozdílnost.

Filantropie v sobě obsahuje dvě latinská slova, která dohromady znamenají, „láska k lidem“. Obecně se ale filantropií označuje chování a činnosti spojené s vědomou

⁵⁸ BELLEFLAMME, Paul et al. *Individual crowdfunding practises*. Venture Capital. 2013.

⁵⁹ AGRAVAL, Ajay et al. *Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions*. Journal of Economics & Management Strategy. 2015.

⁶⁰ BENKLER, Y. *The Unselfish Gene*. Harvard Business Review. 2011.

⁶¹ BRIGGMAN, Salvador. *NonProfit Crowdfunding Explained: Online Fundraising Hacks*. CreateSpace Independent Publishing Platform: 2016. s. 64-65

podporou slabších nebo znevýhodněných lidí, ať už to jsou skupiny, organizace nebo jednotlivci. Tento pojem je nadřazený následujícím pojmům: dárcovství, sponzorství a charita nebo altruismus (dobročinnost), což jsou jednotlivé způsoby, jak zmírnit individuální utrpení (chudoba, bída). Termínem 21. století je e-filantropie, je to jednoduše dárcovství uskutečněné prostřednictvím internetu nebo mobilních telefonů – jedná se o tzv. dárcovské SMS.⁶²

Dobročinnost nebo také altruismus je termín používaný v etice již od přelomu 18. – 19. století. Označuje postoj jedince vůči jednání druhých. Jednání si lze vyložit jako nesobeckost, nezištnost, obecně jako jednání, které přináší prospěch druhým.⁶³

Dárcovství je projevem lidské solidarity, která může být vykonávána jak fyzickými osobami, tak i právníckými. Lze tedy dárcovství rozdělit na firemní a nefiremní. Formy darů jsou variabilní, lze poskytnout finanční dar, materiální, lze darovat čas v rámci dobrovolnictví anebo životně důležitý dar jako je krev, tkáň nebo orgán. Dárce lze definovat jako někoho, kdo neočekává vlastní profit za to, že přispěje na dobročinné účely.⁶⁴

3.7.9 Dárcovská SMS

Ojedinelým způsobem, který odstranil překážky přispívání na dobročinnost je právě dárcovská SMS. Tento způsob přispívání využívá opět technologického pokroku. V dnešní době u sebe skoro každý v kapse nosí mobilní telefon. Tento nápad systému dárcovských SMS spojil dohromady všechny české operátory (Vodafone, O2, T-Mobile) a díky jejich spolupráci s neziskovou organizací Fórum dárců v roce 2004 projekt dokončili. Dárci nyní mohli podporovat neziskové organizace prostřednictvím SMS. Do projektu se může zapojit každá nezisková organizace, která splní podmínky transparentnosti. Dárci mají možnost podporovat veřejně prospěšné projekty pravidelně nebo jednorázově, záleží na jejich volbě. Výše příspěvku se pohybuje ve 4 cenových hladinách, od roku 2022 si totiž kromě příspěvků 30Kč, 60Kč, 90Kč mohou dárci zvolit příspěť i 190Kč. 1. ledna 2006 byla dárcovská SMS osvobozena od daně z přidané hodnoty, příspěvek tak opravdu stojí tolik, kolik je uvedeno

⁶² *Dárcovství: základní pojmy*. Sancedetem.cz [online].

⁶³ Tamtéž.

⁶⁴ *Dárcovství: základní pojmy*. Sancedetem.cz [online].

v cenové hladině. Do roku 2013 si mobilní operátoři z ceny příspěvku strhávali tři koruny, poté pouze korunu a padesát haléřů – tato částka pokrývá technické, organizační a koordinační zastoupení projektu včetně služeb pro neziskové organizace a veřejnost. Služby operátorů jsou v případě dárcovské SMS poskytovány zdarma. V roce 2017 se poplatek za zastoupení a koordinaci projektu snížil na jednu korunu.⁶⁵

„ Dárcovské SMS byly nominovány na cenu GSM⁶⁶ Awards, a to v kategorii "Nejlepší služba v oblasti rozvoje komunity", v rámci mezinárodní Ceny Asociace mobilní komunikace (GSM Association Award) v Cannes byly české DMS vyhlášeny jedním ze čtyř nejlepších veřejně prospěšných projektů v oblasti GSM“⁶⁷

Málokdo ví, že je možné odečíst si dary poskytnuté prostřednictvím DMS od základu daně. Potvrzení o daru je možné vygenerovat si na dané crowdfundingové platformě a přiložit ho k daňovému přiznání. Fyzické osoby a osoby výdělečně činné (OSVČ) si mohou nechat odečíst dary od základu daně, pokud součet všech darů přesahuje tisíc korun nebo 2 % ze základu daně, lze tedy odečíst ve zdaňovacím období až 30 % ze základu daně.⁶⁸

Jak již bylo řečeno, dárcovská SMS je ojedinělým způsobem získávání finančních prostředků, ve světě mohou neziskové organizace k oslovení dárců a navázání či udržování kontaktu s dárci používat klasickou formu SMS – Short Message Service. Dárce mohou neziskové organizace takto kontaktovat s jejich souhlasem, protože se jedná o marketingové zprávy. Neziskové organizace mohou marketingové zprávy zapracovat do jejich marketingového plánu, tato metoda se ukázala být efektivnější než jiné formy – SMS marketing má větší odpověď příjemců (response rate) o 209 % více než e-mail, telefonáty nebo marketing na sociálních sítích.⁶⁹

⁶⁵ *Základní informace.* Darcovskasms.cz [online].

⁶⁶ GSM – standard pro digitální mobilní síť

⁶⁷ *Základní informace.* Darcovskasms.cz [online].

⁶⁸ *Potvrzení o daru informace.* Darcovskasms.cz [online].

⁶⁹ CARTER, Cait. *How to Use SMS for Nonprofits.* Constantcontact.com [online].

3.7.10 Jak funguje veřejná sbírka v rámci crowdfundingové platformy?

Charitativní crowdfundingové platformy mají ve většině případů všechna potřebná povolení pro výkon veřejné sbírky. Prostřednictvím platformy tak zjednodušují a urychlují neziskovým organizacím a dalším subjektům práci. Neziskové organizace si mohou se založením veřejné sbírky přes platformu založit také transparentní účet, nicméně to není výhodné, protože se příjmy na účtu musí danit srážkovou daní (15 %). Sbírkou prostřednictvím platformy může založit i fyzická osoba, je ale limitována počtem sbírek, maximálně 4 sbírky na jeden kalendářní rok s minimálním rozestupem 90 dní od ukončení předešlé kampaně. Platformy umožňují založit sbírku pro své blízké, nicméně je zapotřebí souhlas potřebného. Výtěžek ze sbírky není zdaněn, ale je z něj odváděno pár procent na úhradu bankovních poplatků a technologickou údržbu platformy (v případě platformy znesnaze21.cz činí 4 %). I přestože se nedosáhne v rámci sbírky cílové částky, není potřeba se obávat, zisk zůstává potřebnému. Ze strany dárce je opět možné si vygenerovat potvrzení o daru a přidat ho do svého daňového přiznání, pouze v případě, že dárce nedaruje anonymně. Poté není možné si potvrzení stáhnout. Charitativní crowdfundingové platformy zastupují sociální pracovníci a lidé zběhlí ve svém oboru, proto mohou žadateli navrhnout jiné personalizované řešení, jak pomoci.⁷⁰

3.7.11 Jak založit úspěšnou kampaň / sbírku?

Příspěvkový crowdfunding, kde dárce neočekává žádnou návratnost poskytnutého příspěvku nemá zas o tolik odlišnou podobu kampaně, všechny modely mají stejný cíl, vybrat stanovenou částku nebo co nejvíce, pouze za jiným účelem. V příspěvkovém crowdfundingu je důležitý první krok, kdy je nutné požádat o pomoc v těžké životní situaci, v jiných modelech tato žádost působí spíše jako výzva pro investory. Příběh daného jednotlivce nebo celý projekt by se měl popsat vlastními slovy, osobitý text vyzařuje více upřímnosti. Do kampaně se přikládají autentické fotografie nebo videa, v dnešní době je možné video a fotografie pořídit za chvíli. Obrázek dárce nebo investorům řekne častěji více než slova. Poté je důležité o sbírce informovat okolí, lze využít sociálních sítí, diskusních fór, nebo informovat komunitu. Nejlepší je začít tam, kde potřebného znají, to znamená například v práci, škole nebo je zde možnost oslovit okolní firmy. Škola může například uspořádat

⁷⁰ Časté otázky. Znesnaze21.cz [online].

divadelní představení, kde se potřebný může se svými dárci i setkat. V příspěvkovém crowdfundingu je častěji využita anonymní forma daru příbuznými a známými potřebných. Pokud je možné, aby se na přípravě a koordinaci kampaně mohli podílet další lidé, jen lépe. Ve všech typech crowdfundingu je důležitá komunikace, v příspěvkovém ještě důležitější, dárci přispívají, protože chtějí pomoci, proto budou mít dobrý pocit z toho, že jejich peníze dělají někomu radost. Je možné v rámci kampaně zanechávat dárčům i vzkazy, když se podaří dosáhnout určité částky, která má postupně blízko k cíli nebo ponechat dárčům odpověď na jejich vzkazy u darovaných příspěvků. Pro zviditelnění kampaně je možné oslovit i média, díky kterým se sbírky často raketově nastartují. Zakladatel kampaně může se svým příběhem oslovit i influencery a další známé tváře, kteří sbírce dodají důvěryhodnost. Influenceri a známé osobnosti mají velké základy sledujících nebo fanoušků a díky nim mohou zasáhnout více lidí. Doporučuje se zaměřit na osobnosti, které jsou autentické a mají k tématice příběhu blízko. Dalším prvkem úspěšné kampaně je reklama na e-shopech. Některé internetové obchody umožňují zákazníkům přidat příspěvek do sbírky na konci uskutečněného nákupu na se-shopu.⁷¹

Příspěvek do kampaně prostřednictvím e-shopu umožňuje například darovací widget GoodyDo, který propojuje fundraising s internetovou reklamou. Tento widget podporuje moderní dobročinnost a zároveň odpovědnější reklamu v internetových obchodech.⁷² S widgety od GoodyDo spolupracují internetové stránky Shoptet, které nabízí tvorbu e-shopů pro podnikatele, zprostředkovávají i platební brány, propojují e-shopy s dopravci, účetními programy, Heurekou a Zboží.cz, což jsou nákupní rádci.⁷³ Ukázka darovacího widgetu je k nahlédnutí v kapitole Přílohy.

⁷¹ *Tipy pro úspěšnou sbírku.* Znesnaze21.cz [online].

⁷² *Co je GoodyDo?* Goodydo.cz [online].

⁷³ *Otázky a odpovědi.* Shoptet.cz [online]

3.8 Motivace k využití crowdfundingu

„Crowdfunding jako takový je tvořen třemi primárními stranami. Jsou to tvůrci projektu, přispěvatelé a zprostředkovatelé (internetové portály). Každý tento prvek má určité motivy pro své jednání.“⁷⁴

Zakladatelé projektu (jeho tvůrci) jsou motivováni primárně ziskem levnějšího kapitálu. Jak již bylo zmíněno, tvůrci ani přispěvatelé se nemusí zaobírat geografickými překážkami. Tvůrci se díky tomu mohou zaměřit na osoby, které by mohly mít zájem podpořit projekt. Průměrná vzdálenost mezi zakladateli projektů a přispěvateli je okolo 4800 km. Více než tři čtvrtiny dárců pochází ze vzdálenosti od tvůrce více než 95 km. Na počátku kampaně mohou tvůrci prostřednictvím platformy získat informace, které mohou ovlivnit jejich zájem a zvýšit tak nadšení k zdárnému ukončení projektu. Takové informace mohou poskytnout například marketingové průzkumy nebo samotné crowdfundingové platformy a jejich analýzy. V opačném případě může sledování průzkumů tvůrce demotivovat, pokud obsahuje negativní informace.⁷⁵

V případě přispěvatelů (dárců) je motivace ovlivněná jednotlivými typy crowdfundingu. Obecně by se ale dala jmenovat motivace ze strany přispěvatelů, a to podpora myšlenky (idea). Příspěvky mohou být charitativního rázu jak ziskovým, tak neziskovým organizacím. Důležitá je tedy dobrá vůle přispěvatele bez očekávání protislužby nebo odměny. Dalším faktorem motivace je poskytnutí mikroúvěru, investoři za poskytnutí finanční injekce očekávají navrácení financí obohacených o procento úroku. Znatelně největší motivací přispěvatele je odměna, za svůj příspěvek dostanou na oplátku produkt před uvedením na trh. Odměnou pro přispěvatele může být cokoli. Investoři mohou vidět v podpoře projektu také investiční příležitost například podíl společnosti. Investoři oceňují možnost se podílet na projektu i vlastní iniciativou.⁷⁶

⁷⁴ KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. s. 145

⁷⁵ Tamtéž.

⁷⁶ Tamtéž.

Na základě jednotlivých typů crowdfundingu je možné definovat charakteristiky investorů, které popisuje Rees-Mog. Data získala díky dotazníku s otázkami pro investory crowdfundingových projektů, dotazník zveřejnila na sociálních sítích Facebook, Twitter a na pracovně sociální síti LinkedIn. Oslovenou skupinu lidí Rees-Mog motivovala tím, že když odpoví na otázky v dotazníku, tak dostanou kopii její chystané knihy (s daty z dotazníku).⁷⁷

Hazardní hráči (gambler) si užívají riziko, které obnáší daná investice do projektu. Nepřispívají více než si mohou dovolit ztratit, nicméně sází na to, co vidí jako nejlepší příležitost s velkou šancí na zisk. Jsou velmi ovlivněni formou a kvalitou kampaní. Dalším je hobby investor, který fušuje do crowdfundingu. Většinou utratí všechny přebytečné finance, pokud je mají. Typicky investují malé částky, crowdfunding pro ně znamená zajímavé strávení volného času. Hobby investoři mají rádi pocit dobrého skutku ve spojení s odměnou, která je čeká. Davový misionář (crowd evangelist) bere své investice velmi vážně, přispívá malé částky ve velkém množství rozdílných projektů. Filantropové nemají velká očekávání v návratnost projektu a nejsou motivováni odměnou, kterou by z projektu mohli získat. Andělé podnikatelů (business angel) jsou skvělými investory, protože tak opravdu přemýšlí. Soustředí se na důležité faktory jednotlivých projektů, které značí potenciál uspět. Obvykle investují vysoké částky, zůstávají v kontaktu s tvůrcem projektu, aby mohli poskytnout rady nebo kontakty, které by kampaň posunuly dál. Soukromý investor bere své investice také velmi vážně, protože očekává návratnost financí nad rámec výše investice. Na rozdíl od andělů podnikatelů jsou obvykle pasivní a nezapojují se osobně do kampaně. Davový podnikatelé (crowd entrepreneur) se obvykle potulují v davu a podporují více projektů podobného zaměření najednou. Institucionální investor (institutional investor) je profesionálem ve světě investic, který pečuje o finance ostatních začínajících investorů. Mezinárodní investor (international investor) neloví investice pouze ve své zemi, ale zaměřuje se i na jiné mezinárodní ekonomiky. Jeho očekávání zisku je daleko vyšší.⁷⁸

Internetové crowdfundingové platformy zprostředkovávají smlouvu mezi tvůrcem kampaně a přispěvatelem, díky zprostředkující platformě je kontrakt mezi účastníky smlouvy oficiální

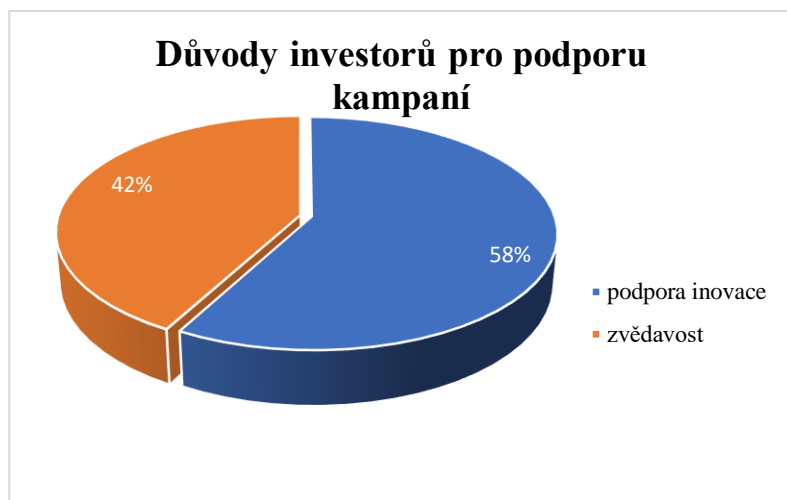
⁷⁷ REES-MOGG, Modwenna. *Crowd Funding: How to Raise Money and Make Money in the crowd*. Hodder&Stoughton, 2013. chapter 9

⁷⁸ Tamtéž.

a dohledatelné. Poskytují také sociální jistotu mezi sjednanými vztahy obou stran ve finálním stadiu kampaně, kterým je finanční vyrovnání.⁷⁹

Proč tedy investoři vkládají finance do crowdfundingových projektů? Většina z nich chce podpořit něco nového (inovativní návrhy). Přibližně 44 procent investorů je zvědavých na výsledek. Pouze 20 % ze všech investuje, protože si chce vydělat.⁸⁰

Graf 3 Důvody investorů pro podporu kampaní



Zdroj: Vlastní zpracování podle: REES-MOGG, Modwenna. *Crowd Funding: How to Raise Money and Make Money in the crowd*, 2013.

3.9 Vývoj crowdfundingu

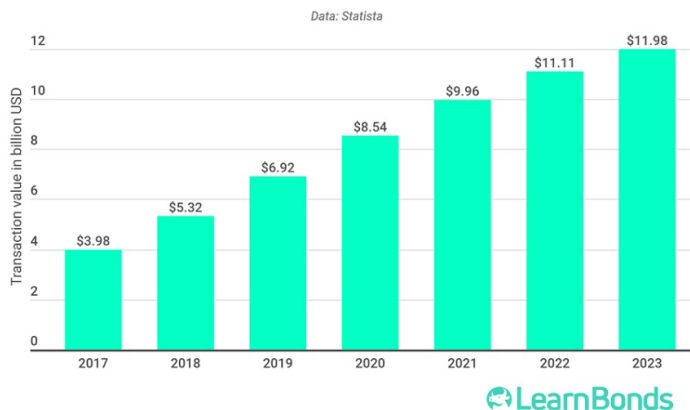
Výzkumy celosvětového crowdfundingového trhu, nebo lze také dohledat termín trh alternativního financování (alternative financing market), jsou dohledatelné na internetu, bohužel nelze tato data hodnotit jako směrodatná, aktuální. Reálná data jsou zpoplatněná výzkumnými weby a dostupná data nepůsobí relevantně a reálně, protože většina analýz obsahuje predikční modely, které se vzájemně neshodují. Důvodem může být to, že každá analýza se sice celosvětově zaměřuje na velikost trhu crowdfundingu, ale mohou v něm být

⁷⁹ KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. s. 146

⁸⁰ REES-MOGG, Modwenna. *Crowd Funding: How to Raise Money and Make Money in the crowd*. Hodder&Stoughton, 2013. Chapter 9

zahrnutý jen určité modely. Níže je uveden graf pro představu velikosti celosvětového crowdfundingového trhu.

Graf 4 Celková hodnota transakcí crowdfundingu ve světě (v bilionech USD)



Zdroj: <https://learnbonds.com/>

V tomto případě lze považovat za reálná data roky 2017–2020 vzhledem k vydání článku. Ostatní roky jsou pouze odhadem vývoje. Predikovaný růst objemu crowdfundingového trhu je dle dat týkajících se z doby pandemie COVID-19 relevantní (rok 2021–2022). Více informací ohledně vlivu COVID-19 na crowdfundingový trh v kapitole 3.6.1.

Graf níže popisuje země s nejvyššími hodnotami crowdfundingových transakcí.

Graf 5 Žebříček zemí s nejvyššími hodnotami crowdfundingových transakcí (velikost trhu) pro rok 2023



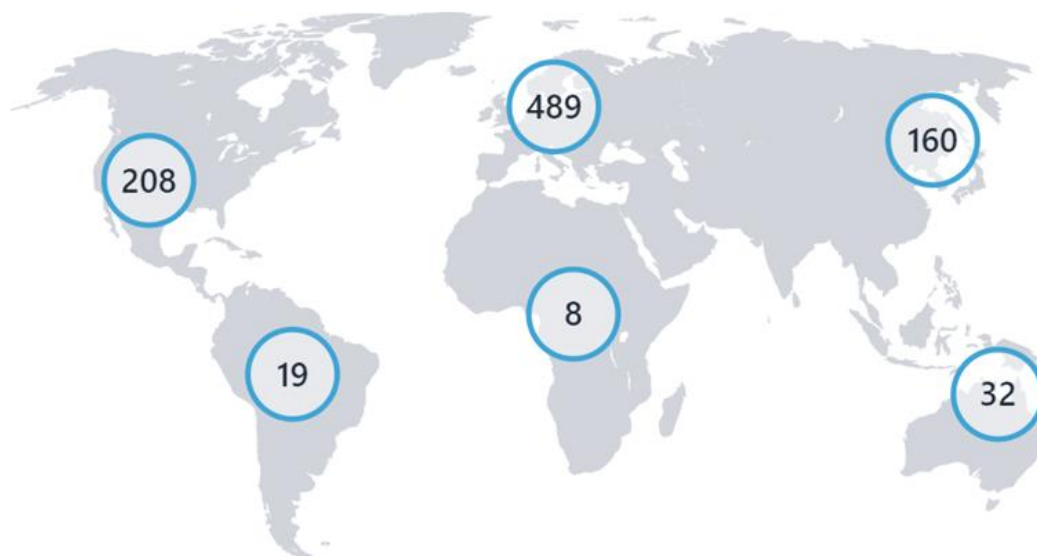
Zdroj: <https://alternatives.financesonline.com/>

Z Evropských zemí v objemu crowdfundingových transakcí vyniká Francie a Německo. Hned první příčku obsadily Spojené Státy Americké a na druhém místě je Spojené království, v obou těchto zemích vznikly mezinárodně známé crowdfundingové platformy – Kickstarter, Indiegogo,

GoFundMe (USA), tyto platformy jsou velmi využívané i ve Spojeném království, a Crowdcube (UK).

Téměř polovina všech celosvětových investičních crowdfundingových platforem sídlí v Evropě. Velké a vyspělé ekonomiky mají tendenci hostit většinu z nich, včetně zmiňovaného Spojeného království (94), Itálie (66), Francie (63) a Německa (46). Pokud se ale bere v potaz velikost trhu, tak z tohoto hlediska vyčnívají pobaltské státy. Nejvíce platforem na obyvatele hostí Estonsko, činí to asi 22 platforem na milion obyvatel, poté následuje Lotyšsko (4,7 / milion obyvatel) a Litva (3,9 / milion obyvatel). Pro porovnání ve Spojeném království je pouze 1,5 platformy na milion lidí, v Itálii 1,1 / milion obyvatel a v Německu 0,6 / milion obyvatel. Lze nabýt dojmu, že státy střední, východní a jihovýchodní Evropy v šílenství crowdfundingu zaostávají. Velké trhy zemí jako Polsko, Maďarsko a Rumunsko je alternativními investičními trhy nedotčen.⁸¹

Obrázek 6 Počet investičních crowdfundingových platforem ve světě



Počet platforem po celém světě (n=914)

Zdroj: <https://p2pmarketdata.com/articles/crowdfunding-statistics-worldwide/>

Co se týče investičního crowdfundingu, tak objemem Evropu předčí USA, v roce 2020 financovaly z celkového objemu 73,62 miliard dolarů, což činí 65 % světového objemu.

⁸¹BEDNORZ, Jan. *Crowdfunding Industry Market [Survey of 70 Platforms]* P2pmarketdata.com [online].

Evropa se svými 22,6 miliardami zaostávala, polovina pocházela ze Spojeného království (12,6 miliard dolarů).⁸²

Rok 2022 přinesl hodně událostí s celosvětovým dopadem, invaze Ruska na Ukrajinu, růst inflace a úrokových sazeb prudce snížily v prvním čtvrtletí měsíční objemy investic. Konec roku však skončil pro investiční trh optimisticky, objemy financování se vyrovnaly na úrovni z konce roku 2021. Invaze na Ukrajinu měla samozřejmě největší dopad na platformy s expozicí na ukrajinském a ruském trhu. V březnu roku 2022 platformy zaznamenaly meziměsíční pokles objemu financování o 24 %.⁸³

3.9.1 Vliv pandemie COVID-19 na crowdfundingový trh

Propuknutí pandemie COVID-19 hrálo zásadní roli v růstu crowdfundingového trhu. Počet darů prostřednictvím platform se během pandemie profiloval směrem na pomoc nemocným na jejich zdravotní péči, hospitalizaci a kampaně na plicní ventilátory nebo jiné podpory dýchání. Nutno zmínit, že v USA není zaveden systém veřejného zdravotnictví a náklady nemocných v případě jejich léčby rapidně rostly. Například na indické platformě Milaap se počet darů v průběhu pandemie COVID-19 zvýšil z 325 tisíc (2020) na 400 tisíc (2021). Podobně bylo prostřednictvím crowdfundingové platformy GoFundMe založeno více než 175 tisíc kampaní na pomoc lidem postihnutým onemocněním COVID-19.⁸⁴

V České republice byla iniciativa na vývoj plicních ventilátorů ze strany expertů z Českého vysokého učení technického v Praze ve spojení s technologickými firmami. Ventilátor byl vyvinut za necelý týden a cílová částka 10 milionů korun byla prostřednictvím crowdfundingové platformy Donio vybrána v rekordním čase za necelý jeden den. Jeden CoroVent vyšel na 100 tisíc korun, kdy klasické plicní ventilátory v nemocnicích, kterých byl s rostoucím počtem nakažených nedostatek, stály pětinasobek. Tým se rozhodl sbírku pozastavit a zbylých 40 milionů korun získat od vlády, než ale pozastavili sbírku, tak se

⁸² BEDNORZ, Jan. *Crowdfunding Industry Market [Survey of 70 Platforms]* P2pmarketdata.com [online].

⁸³ Tamtéž.

⁸⁴ *Crowdfunding Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Equity-based, Debt-based) By Application (Food & Beverage, Technology, Media, Healthcare, Real Estate), By Region, And Segment Forecasts, 2022–2030.* Researchmarkets.com [online].

vybraná částka vyšplhala na 15 milionů korun.⁸⁵ Problém byl však s certifikací přístrojů, v době pandemie měly CoroVent ventilátory výjimku pro použití, ta ventilátorům, které zachraňovaly životy vypršela. Vývojáři se proto snaží nevyužité ventilátory nabídnout jiným státům nebo vládě do skladů hmotných rezerv. Nicméně o ventilátory v průběhu pandemie požádalo více než 50 českých nemocnic a vláda jich poskytla celkem 500.⁸⁶

Obrázek 7 Crowdfundingová sbírka na plicní ventilátory Donio



Donio Přihlášení Q ≡

ÚSPĚŠNĚ VYBRÁNO:

Pomohli jste zajistit plicní ventilátory CoroVent do (nejen) českých nemocnic

Vybráno **14 199 818 Kč**
z 10 000 000 Kč

7 483 dárců
Celkem se zapojilo

1 898 Kč
Průměrná výše daru

1 000 000 Kč
Nejvyšší dar

1 den
Vybráno za

VÍCE O TĚTO SBÍRCE

Zdroj: <https://www.donio.cz/CoroVent>

3.9.2 Vývoj příspěvkového crowdfundingu

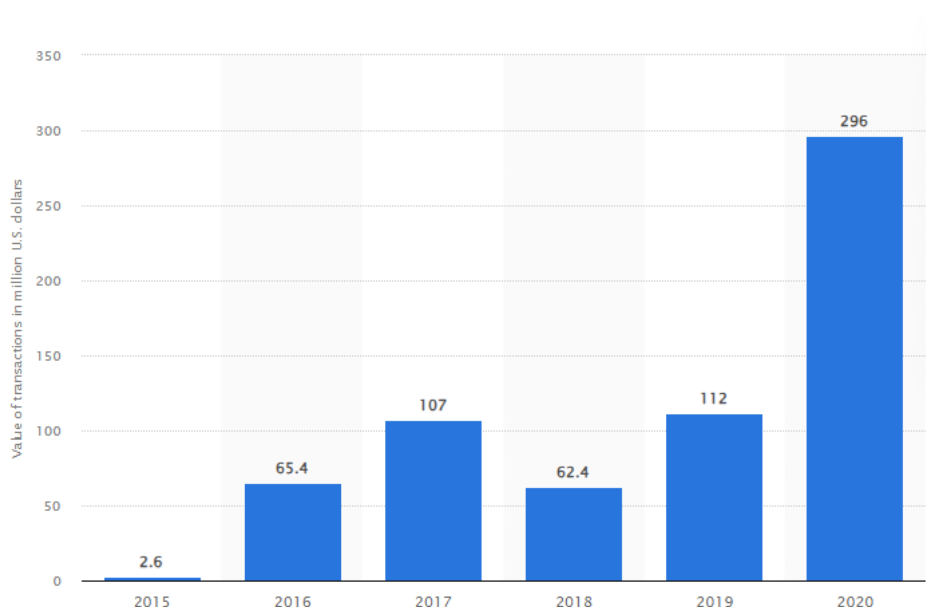
Objem transakcí příspěvkového crowdfundingu, jakožto segmentu trhu alternativního financování mezi lety 2015–2020 značně vzrostla. V datech jsou započítány informace platné pro celou Evropu kromě Spojeného království. V roce 2020 dosáhla hodnota transakcí příspěvkového crowdfundingu objemu 296 milionů dolarů. Tento rapidní růst v roce 2020 lze vysvětlit příspěvkem obyvatel na podporu lidem s onemocněním COVID-19. První vlna

⁸⁵ SEDLÁČEK, Vojtěch. *Vynálezaví a dobročinní Češi. Na plicní ventilátory do nemocnic se za jediný den vybralo přes 15 milionů korun.* Cc.cz [online].

⁸⁶ KOPECKÝ, Josef. *Plicní ventilátory vyvinuté na Chrudimsku nejspíš skončí ve skladu. Skončila výjimka pro jejich použití.* Pardubice.rozhlas.cz [online].

v České republice vyvrcholila v dubnu 2020 v jiných evropských zemích však první případy evidovaly dříve.

Graf 6 Hodnota crowdfundingových transakcí příspěvkového crowdfundingu v Evropě (kromě Spojeného království) v letech 2015–2020 v milionech dolarů



Zdroj: <https://www.statista.com/>

Nárůst celkového objemu příspěvkového crowdfundingu nebo veřejných sbírek je také dle mého názoru ovlivněn společenskou odpovědností firem (corporate social responsibility ve zkratce CSR), která je ze strany firem rok od roku viditelnější, protože přináší podniku dlouhodobě udržitelnou konkurenční výhodu, v případě odpovědného chování vůči životnímu prostředí a podpory charitativní činnosti, se spojuje jméno firmy s dobrem. Výhodou je to tak hlavně pro firmy společensky citlivých odvětví.

3.10 Výhody a nevýhody crowdfundingu

Howe uvádí čtyři významné důvody, které vedly k rychlému rozmachu crowdfundingu. Prvním je specializace práce soukromých osob, díky které mají osoby větší zájem pomáhat svému okolí ve volném čase buď poskytnutím svého času nebo sdílením vědomostí. Druhým je rozdělení rolí mnohdy obtížně dosažitelného záměru, díky tomu se stává cesta k jeho cíli možná a zábavnější. Třetím důvodem je velmi rostoucí konektivita, díky které dochází k daleko rychlejšímu přenosu informací, to je možné díky internetu. Čtvrtý důvod souvisí

s internetem, kde vznikají on-line komunity, ve kterých je umožněna výměna informací na různých úrovních, dříve specializovaná témata jsou nyní probírána seskupeními amatérů.⁸⁷ Výhody a rizika crowdfundingu jsou závislá na jednotlivých modelech crowdfundingu vzhledem k jejich charakteristice, nicméně již několikrát zmiňovaný technologický pokrok obnáší pro zakladatele i přispěvatele crowdfundingových projektů svá rizika, v tomto případě je rizikem spíše samotná platforma, u které záleží na jejím zabezpečení (platební brány), nicméně podvodnému profilu projektu zabránit nemusí.

Tabulka níže shrnuje rizika jednotlivých modelů crowdfundingu:

Tabulka 5 Plusy a mínusy modelů crowdfundingu

Model crowdfundingu	Přispěvatelé	Plusy	Mínusy
Příspěvkový crowdfunding (donation-based)	filantropové, poskytují dar bez očekávání návratnosti	žádné riziko	obtížnost pro zakladatele získat velké množství kapitálu
Odměnový crowdfunding (reward-based)	odměna předprodejem	nízké riziko podvodu a nedosažení odměny	žádný potenciál pro návratnost financí a žádný mechanismus odpovědnosti
Půjčkový crowdfunding (lending-based)	úrokové výnosy	fixní míra návratnosti – dosažení kapitálu pro zakladatele (podnikatele)	vysoké riziko selhání: start-up, metodu mohou využít i podniky s pozitivním cash-flow
Podílový crowdfunding (equity-based)	podílové % na výnosech z projektu, podíl firmy	neomezený potenciál výnosů pro přispěvatele	potenciální ztráta investice, složitost právních předpisů

Zdroj: Vlastní zpracování podle Vassallo Walter, *Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation*, 2016, s. 92

Proti podvodným crowdfundingovým projektům na platformě Gofundme.com se snaží bojovat zakladatelka stránek Gofraudme.com, které umožňují nahlášení podvodných profilů nejen na platformě Gofundme.com. Projekt má aktuálně vlastní stránky, původně byl jen

⁸⁷ HOWE, David. *A brief introduction to social work theory*. New York: Palgrave Macmillan, 2009.

facebooková stránka, která byla založena v roce 2015. Tato iniciativa poskytuje rady dárčům, na co vše při přispívání na crowdfundingový projekt dávat pozor.⁸⁸

Tabulka 6 Výhody a nevýhody crowdfundingu

Výhody	Nevýhody
Nízké poplatky	Podvody na portálech
Dosažitelnost financí pro všechny	Riziko nesplácení
Variabilita účastníků	Špatné rozdělení investičního rizika, nedůvěryhodnost zakladatelů
Kreativní a nekonvenční projekty	V případě neúspěchu – špatná reputace
Investice bez potřeby zastoupení	Špatné nastavení platforma (technické, právní hledisko)
Možnost zpětné vazby	Relativně nový způsob financování na trhu
Prezentace projektu široké veřejnosti	

Zdroj: Vlastní zpracování podle A. Černého dostupné na: <https://www.idnes.cz/>

3.11 Transparentnost neziskové organizace

Druhá část této diplomové práce se bude věnovat analýze transparentnosti vybraných charitativních crowdfundingových platform a příjemce darů – neziskové organizace. Proto je zapotřebí vymezit transparentnost neziskové organizace / platformy.

Transparentnost z anglického jazyka „transparency“, lze doslova přeložit jako průhlednost. Nadační fond Via Vitae (2006) uvádí, že „transparentnost neziskových organizací je spojena se způsobem jejich fungování, hospodaření a vystupování na veřejnosti. Nezisková organizace, která se deklaruje jako transparentní by měla o sobě (internet) prezentovat jisté minimum údajů, které překračuje minimum zákonné.“⁸⁹

⁸⁸ For reporters. Gofraudme.com [online].

⁸⁹ BACHMANN, Pavel. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací*. 2014. Vlada.cz [online]

Organizace obecně mohou transparentnost ovlivnit mnoha způsoby, mohou začít tzv. seberegulací. Ta spočívá ve vytvoření vlastního etického kodexu, ve kterém si ujasní hodnoty, na kterých organizace stojí. Obsahem kodexu je výhradně popis poslání organizace, závazek a odpovědnost, způsob využití zdrojů, jaká je úloha správní rady, jakým způsobem je řízena. Může obsahovat také pravidla při střetu zájmů nebo podmínky, které upravují vztahy s dárci (nezisková organizace).⁹⁰

„Hlavním a významným regulátorem v oblasti nadací a nadačních fondů je spolek Fórum dárců. Pro členství v Asociaci nadací, resp. Asociaci nadačních fondů stanovilo Fórum dárců podmínku přistoupení k etickému kodexu, který obsahuje významné prvky odpovědnosti a transparentnosti.“⁹¹ Principy etického chování nadací zveřejněny Fórem Dárců jsou přiloženy v kapitole Přílohy.

⁹⁰ BACHMANN, Pavel. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací*. 2014. Vlada.cz [online]

⁹¹ Tamtéž.

Tabulka 7 Minimální údaje, které by nezisková organizace měla zveřejnit

Poslání – účel	Proč organizace funguje? (x aktivity)
Aktivity organizace	Aktivity, které vedou k naplnění poslání.
Organizační dokumenty a informace	Základní řídicí dokumenty – zakládací listiny, stanovy, statut. Jména statutárních orgánů a jména členů. Organizační struktura.
Finanční zdroje	Výroční zpráva: <ul style="list-style-type: none"> • dotace z veřejné správy • dotace z EU • přijaté dary (firemní, nadační dary, dary FO) • příjmy z hlavní činnosti • příjmy z doplňkové činnosti
Hospodaření organizace	Účetní uzávěrka: <ul style="list-style-type: none"> • výkaz zisku a ztráty • rozvaha za uplynulé činnosti – min. 3 roky zpětně • výdaje / náklady na správu (mzdy, vedlejší a hlavní činnost)
Partnerství	Zapojení do asociací. Významní partneři a dodavatelé (nad 100 000 Kč).

Zdroj: Vlastí zpracování podle BACHMANN, Pavel. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací.* (2014).

Transparentnost organizací lze také ověřit přístupností webových stránek a dostupností výše zmíněných údajů, které by měla minimálně zveřejnit. Na stránkách organizací se lze zaměřit také na to, zda zveřejňují své číslo účtu, informace o dárcích, konflikty zájmů apod.⁹²

⁹² BACHMANN, Pavel. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací.* 2014. Vlada.cz [online]]

V případě podrobného studia transparentnosti neziskové organizace je možné se zaměřit nejen na přístupnost zveřejněných informací. U finančních výkazů organizace je možné zjistit stav hospodaření organizace pomocí finanční analýzy. Finanční analýza je nástrojem, který nabízí spoustu metod k tomu, jak hodnotit finanční zdraví organizace. Jednotlivé ukazatele finanční analýzy tvoří součást hodnocení finančních zdrojů organizace, které zajišťují její fungování.⁹³

3.11.1 Značka spolehlivosti

Neziskové organizace mají možnost nechat ověřit svou transparentnost a spolehlivost u Asociace veřejně prospěšných organizací v ČR (AVPO ČR). AVPO ČR posuzuje za pomoci vlastních metodik spolehlivost dané neziskové organizace. V případě, že organizace splňuje všechna kritéria, je jí udělena Značka spolehlivosti, která je ve tvaru žlutého obdélníku s fajfkou a textem: PROVĚŘENÁ VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÁ ORGANIZACE. Tato značka má dárcům, kteří se neorientují v neziskovém sektoru, ale chtějí darovat své peníze zodpovědně.⁹⁴

Obrázek 8 Značka spolehlivosti neziskové organizace



Zdroj: <https://www.znackaspolehlivosti.cz/>

Držitelů Značky spolehlivosti je celkem 42. Na internetových stránkách je možné dohledat také neziskové organizace, kterým byla odebrána. K jejímu odebrání dochází v případě, že organizace nespĺňuje stanovená kritéria. Nutno poznamenat, že tato služba je zpoplatněna (cena se odvíjí podle ročních výnosů organizace), a proto nemusí být pro všechny neziskové organizace zejména, ty malé, lákavá. Pro velké neziskové organizace také nemusí být

⁹³ RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 2., aktualiz. vyd.* Praha: Grada, 2008. s. 7

⁹⁴ O značce. Znackaspolehlivosti.cz [online]

perspektivní do Značky spolehlivosti investovat, protože svou spolehlivost a důvěryhodnost demonstrují na své dlouhodobé činnosti a udržují ji pravidelnou komunikací s dárci.⁹⁵ Vstupní hodnocení stojí přibližně 18 tisíc korun a ověření po roce vždy 6 tisíc korun, užívání značky stojí neziskovou organizaci za 3 roky používání 30 tisíc korun. Ceník k nahlédnutí je k nalezení v příloze této práce.

Vstupní kritéria pro zájemce o značku Proověřená veřejně prospěšná organizace jsou podobná s kritérii transparentnosti podle Bachmanna, (2014). AVPO ČR navíc hodnotí, zda organizace existuje 2 roky před podáním žádosti, zda se v uzavřeném účetním období uskutečnil finanční audit (výnosy nad 5 mil. Kč), zda je organizace aktivní ve fundraisingu a alespoň část výnosů pochází ze soukromých darů anebo zda organizace provozuje vlastní webové stránky, na kterých zveřejňuje své výroční zprávy a účetní závěrky.⁹⁶ Podmínky viz. příloha na straně č. 142.

3.12 Transparentnost crowdfundingové platformy

V případě vymezení transparentnosti neziskové organizace literární zdroje definují jasná kritéria. To však nelze říct o kritériích, které by měla splňovat transparentní crowdfundingová platforma.

Podle studie *Operational Transparency on Crowdfunding Platforms: Effect on Donations for Emergency Response*, jež se zabývala identifikací nástrojů nebo také kritérii transparentnosti humanitárních organizací, lze definovat dva nástroje, které pomáhají přilákat dárci. Jsou jimi aktualizace a certifikace.⁹⁷ Studie transparentnost konceptualizuje jako zpřístupnění informací vnějším aktérům. Provozní transparentnost je zejména o zveřejnění práce, která je vykonávána za projektem, což zvyšuje důvěru dárců zejména díky tomu, že mohou vnímat úsilí organizace. Na platformách se provozní transparentnost

⁹⁵ *O značce*. Znacaspolehlivosti.cz [online]

⁹⁶ *Přehled vstupních kritérií pro zájemce o značku Proověřená veřejně prospěšná organizace*. Znacaspolehlivosti.cz [online]

⁹⁷ MEJIA, J. URREA, G. PEDRAZA-MARTINEZ, A. J. (2019). *Operational Transparency on Crowdfunding Platforms: Effect on Donations for Emergency Response*. *Production and Operations Management*, 28(7), 1773-1791. <https://doi.org/10.1111/poms.13014>

vyznačuje zejména aktualizacemi sbírek, které odhalují pokrok, jehož kampaň dosahuje. Dále také zmiňuje konvenční transparentnost, která se týká zveřejnění právních a finančních informací ohledně organizace. V případě crowdfundingové platformy se konvenční transparentnost projevuje tím, že je kampaň založena ve prospěch neziskové organizace. Studie přímo uvádí pojem „*certified charity*“, což je pojem používaný právě v americkém právním systému, kdy se hovoří o certifikaci nebo také typu organizace 501(c), to je podle federálního zákona Spojených států označení skupiny pro více než 29 typů neziskových organizací. Zmíněnému pojmu certifikované charity přísluší samotná podskupina 500(c)(3), což je označení podskupiny neziskových organizací pro charitativní organizace (*charitable organizations*). Takovéto označení organizace je považováno za znak transparentnosti, vzhledem k ověření americkými úřady, které vyžadují zveřejnění právních a finančních zpráv nejen vládě, ale také široké veřejnosti.⁹⁸

Výsledky studie potvrdily, že oba typy transparentnosti mají pozitivní vliv na úspěch kampaně. Provozní transparentnost, která je hlavně o aktualizaci kampaně, tedy informování dárců o probíhajících aktivitách, na kterých se svými financemi podílí, zvyšuje dary přibližně o 65 dolarů měsíčně (přibližně 1 500 Kč) a certifikovaná kampaň, respektive kampaň zastoupená průkazně certifikovanou neziskovou organizací, získává příspěvky přibližně o 22 dolarů navíc měsíčně (přibližně 500 Kč). Autoři této studie zkonstatovali, že neziskové a humanitární organizace, které zakládají crowdfundingové kampaně, mohou prokazatelně těžit z transparentnosti.⁹⁹

⁹⁸ MEJIA, J. URREA, G. PEDRAZA-MARTINEZ, A. J. (2019). *Operational Transparency on Crowdfunding Platforms: Effect on Donations for Emergency Response*. *Production and Operations Management*, 28(7), 1773-1791. <https://doi.org/10.1111/poms.13014>

⁹⁹ *Transparency in Crowdfunding Increases Donations, Study Find*. Philanthropynewsgigest.org[online]

4 Vlastní práce

V rámci této kapitoly budou popsány a porovnány vybrané české crowdfundingové platformy půjčkového, odměnového a příspěvkového/charitativního crowdfundingu. U příspěvkových platform bude posuzována na základě zvolených kritérií jejich transparentnost. Dále bude posuzována transparentnost zvolených příjemců darů charitativního crowdfundingu. Další částí vlastní praktické části bude zpracování dat z dotazníkového šetření.

4.1 Platformy půjčkového crowdfundingu

Jak bylo již probráno v kapitole 3.2.3 teoretické části této práce, půjčkový crowdfunding je nejčastěji uskutečňován dvěma způsoby, a to buď Peer to Peer – lidé lidem, anebo Peer to Business – lidé firmám. Vybrané crowdfundingové platformy používají oba tyto způsoby. V rámci této podkapitoly budou představeny tři české platformy půjčkového crowdfundingu, kterými jsou: Fingood, Investown a Zonky.

4.1.1 Fingood

Fingood je platforma fungující od roku 2019, která nabízí flexibilní úvěrové financování pro rozvoj firem. Je také investiční platformou, jež nabízí bezpečné zhodnocení peněz s daným výnosem. Je formou P2B crowdfundingu, kdy investoři pomáhají růst firmám ¹⁰⁰ Z informací uvedených na platformě vyplývá, že v roce 2023 nejvíce investičních příležitostí spadalo do developerských projektů, 17,52 % do průmyslu a výroby a okolo 6 % do spotřebitelského zboží nebo služeb. V roce 2023 poskytla platforma 322 úvěrů v hodnotě necelých dvou miliard korun. Fingood zveřejňuje také zdraví portfolia, většina jeho poskytnutých úvěrů je aktivní a jsou ještě ve fázi splácení (39,1 %), nicméně řádně splacených úvěrů evidují 56,07 %. Poskytování úvěrů přináší také svá rizika, platební morálka jednotlivých klientů se může lišit, nicméně eviduje 2,76 % úvěrů ve vymáhání a 0,44 % úvěrů v soudím vymáhání. ¹⁰¹

¹⁰⁰ O nás. Fingood.cz [online].

¹⁰¹ Zdraví portfolia Fingood. Fingood.cz [online].

Crowdfundingové platformy Fingood se dotkla evropská regulace crowdfundingu, která se týká platforem provozující úvěrový nebo investiční crowdfunding. V počátku zavedení získaly licenci v České republice pouze tři platformy, jednou z nich byl právě Fingood.¹⁰² Bez licence by platforma mohla fungovat jen omezeně a nemohla by zveřejnit žádné nové nabídky, pouze udržovat stávající smlouvy. Díky získané licenci plánuje expandovat do zahraničí, což licence umožňuje.¹⁰³

4.1.2 Investown

Je relativně krátkou dobu fungující platformou na investování do úvěrů zajištěných nemovitostí, byla založena v roce 2021. Spolumajitelem je společnost Seed Strater České spořitelny. Investown láká klienty, kterými jsou firmy, které se rozhodly stavět bytové rezidence a pomohou si tak úvěrem na této platformě. Jednotlivci se mohou podílet na nemovitostních úvěrech už od 500 Kč. Skrze platformu byly investovány 3,3 miliardy korun z toho v rámci crowdfundingu 2,7 miliardy korun. Celkem profinancovala 681 úvěrů z čehož průměrnou výší úvěru je 4,5 milionu korun. Průměrný výnos z crowdfundingových investičních příležitostí platforma uvádí jako 10,03 %.¹⁰⁴

I Investown se chlubí tím, že od České národní banky obdržel jako první v oboru licenci na crowdfundingové investování. Na internetových stránkách se snaží svým návštěvníkům vysvětlit výhody této licence.¹⁰⁵ Nicméně i přes to lze dohledat informaci o tom, že Investown dostal od ČNB pokutu milion korun. Platforma nabízela participaci na úvěrech a provozovala tak pokoutný investiční fond, takže bez licence od národní banky shromažďovala peníze veřejnosti za účelem hromadného investování.

¹⁰² *Regulace crowdfundingu odstartovala. Licenci získaly jen tři české platformy, další zůstaly v šedé zóně.* Kurzy.cz [online].

¹⁰³ BREJLOVÁ, Iva. *Za minutu dvanáct. Fingood získal posvěcení pro fungování od ČNB, s ním hned mluví o expanzi.* Cc.cz [online].

¹⁰⁴ *Statistiky Investownu.* Investown.cz [online].

¹⁰⁵ *Investown od ČNB jako první v ČR získal licenci na crowdfundingové investování.* Investown.cz [online].

4.1.3 Zonky

Zonky (od roku 2021 Benxy s.r.o. na zahraničních trzích, na českém zachováno původní) je poskytovatelem spotřebitelských úvěrů, tato společnost se ale proslavila nejvíce průkopnictvím v takzvaném Peer to Peer lendingu – půjčování lidem přímo od lidí.¹⁰⁶ Zonky je ve vlastnictví investiční skupiny PPF a v roce 2021 byla sloučena s bankou Air Bank a.s.. Původně jeho působení na českém trhu spravoval startupový inkubátor CreativeDock.¹⁰⁷

Zonky se na svých internetových stránkách chlubí hned třemi informací, první je, že byla ohodnocena Člověkem v tísni na druhé místo v rámci Indexu odpovědného úvěrování v letech 2017–2022. Jejich služby využívá 100 tisíc klientů a také vyhráli v soutěži Zlatá koruna v kategorii půjčky 1. místo v roce 2021.¹⁰⁸ Od roku 2021 společnost Benxy nabízí pouze službu Rentiér, což je forma automatického investování, manuální investování (investor si sám vybírá mezi úvěry) bylo zrušeno.¹⁰⁹

4.1.4 Porovnání platforem

K porovnání platforem půjčkového crowdfundingu byla použita kritéria z porovnání investičních platforem portálu Hospodářských novin. Nejdůležitějšími ukazateli pro investory je zejména minimální možná částka investice do daného projektu nebo výnosové procento z investované částky. Uživatelé se také týká sazba poplatku v případě, že se rozhodne investici ukončit předčasně.

¹⁰⁶ Chceme Zonky ještě více posilovat. V investicích proto budeme dál sázet už jen na Zonky Rentiéra. Zonky.cz [online].

¹⁰⁷ ALIAPULIOS, Janis. *Zonky bude nově provozovat Home Credit. Novým šéfem půjčkové platformy se stane Novák*. Hospodářské noviny. Byznys.hn.cz [online].

¹⁰⁸ Zonky. Zonky.cz [online].

¹⁰⁹ NĚMCOVÁ, Veronika. *Lidé půjčují lidem už neplatí, Zonky končí s manuálním investováním*. Mesec.cz [online].

Tabulka 8 Porovnání základních ukazatelů platform Fingood, Zonky, Investown v roce 2023

			
Počátek fungování	2019	2021	2014
Počet uživatelů	11 000	60 000	15 000 (2019)
Proinvestováno	1,93 mld Kč	3,3 mld Kč	101 mil. Kč (2019)
Minimální investice	1 000 Kč	500 Kč	10 000 Kč
Čistý výnos	8-12 % p.a.	10,03 % p.a.	5,79 % p.a.
Zajištění majetkem	ANO	ANO	NE
Předčasné ukončení	Nelze vystoupit předčasně	Sekundární trh s poplatkem 0,9 % z investice	ANO
Daň z výnosu	15 %	15 %	15 %
Dohled ČNB	ANO	ANO	ANO

Zdroj: Vlastní zpracování podle www.hospodarskenoviny.cz, www.fingood.cz, www.zonky.cz, www.investown.cz

Tabulka výše zobrazuje porovnání základních ukazatelů v případě investic přes platformy Zonky, Investown a Fingood. Před rozhodnutím investovat do projektu je potřebné posoudit všechna potřebná kritéria jako je minimální vklad, čistý výnos investice nebo zda je potřeba vklad zajistit majetkem. Všechna data jsou platná pro rok 2023 (nebo do roku 2023 v případě počtu uživatelů) pokud není uvedeno jinak. Největší uživatelskou základnu má Investown a zároveň také největší proinvestovanou částku. Také umožňuje ze všech platform vklad nejnížší částky, což je 500 Kč. Všechny platformy jsou pod dohledem České národní banky a splňují tak všechny požadavky pro udělení licence (evropské nařízení o crowdfundingu).

4.2 Platformy odměnového crowdfundingu

Odměnový crowdfunding je vyznačován tím, že se podporovatelé projektu stávají jeho součástí, a to buď v průběhu anebo po jeho ukončení. Příspěvatelé si tak mohou vybrat odměny ve formě služeb nebo produktů. V rámci této podkapitoly budou představeny a porovnány tři platformy odměnového crowdfundingu, kterými jsou Donio, HitHit a Startovač.

4.2.1 Donio

Je česká crowdfundingová platforma, která nabízí více typů crowdfundingu, na tomto portále je totiž možné vytvořit projekt odměnového nebo příspěvkového. Lze tuto platformu označit jako hybridní. Donio bylo založeno v roce 2019 stejnojmennou společností Donio s.r.o.. Co se týče komerčních projektů, tak Donio uvádí, že se v roce uskutečnilo 618 projektů. Projekt v tomto roce začalo zakládat 1 359 uživatelů. Celkem se na platformě v roce 2023 vybralo (bez rozdílu typu crowdfundingu) celkem 592 milionů korun a bylo pomoheno 2 760 příběhům.¹¹⁰

Jedním z nejúspěšnějších projektů roku 2023 byl projekt pod názvem: Od románu SEVERKA k pohádce TOTA LÍTÁ. Nakladatelství Paradox založilo tento projekt za účelem uskutečnění vydání dětské knihy o totalitě Tota Lítá. Z původní cílové částky 200 tisíc korun se vybralo mnohonásobně více, a to 1,7 milionu korun. Odměnou pro podporovatele bylo vydání pohádky, které autorka popsala jako výtvarné dílo a učební prostředek.¹¹¹

Dalším úspěšným komerčním projektem na Donio byl projekt Neskákej jim na špek, jehož zakladatelem byl Nadační fond pro Ukrajinu. Cílem projektu bylo vytvořit informační ilustrované obrázky s hlavním hrdinou Mikešem, který informuje o dezinformacích. Dalším cílem bylo vytvořit podcastovou sérii o dezinformacích a také vydání publikace, jak se bránit dezinformačním operacím, nebo animované verze krátkých filmů na sociální síť. Projekt počítal i s případným zvýšením rozsahu kampaně (billboardy). Z požadované částky 2 miliony korun bylo vybráno 2,1 milionu korun. Odměnu zakladatelé projektu odstupňovali

¹¹⁰ *Jaký byl rok 2023 na platformě Donio.* Donio.cz [online].

¹¹¹ *Od románu SEVERKA k pohádce TOTA LÍTÁ* Donio.cz [online].

podle výše příspěvku, například za příspěvek od pěti set korun a výše by přispěvatel dostal bronzový Mikešův řád.¹¹²

4.2.2 HitHit

HitHit je dalším českým crowdfundingovým portálem, který se věnuje odměnovému crowdfundingu. Byl zprovozněn v listopadu roku 2012 a je provozován společností se stejným názvem HitHit s.r.o.. Od roku 2013 do roku 2021 se přes platformu vybralo přibližně 391 milionů korun v rámci úspěšných projektů, kterých bylo celkem 2 193. U neúspěšných projektů se vybralo 33 milionů korun a činilo to celkem 2 051 projektů, což je přibližně polovina. Vůbec nejúspěšnějším projektem financovaným na HitHit je projekt DVTV Extra – Rozhovory bez reklam, podcasty a nový web. Cílová částka činila 750 tisíc korun a celková částka dosáhla 9,7 milionu korun. Rekordní byl v rámci tohoto projektu také počet prodaných odměn, kterých bylo doručeno 9 282 v podobě předplatného na půl roku nebo rok bez reklam, či vědomostní hry. Doručení odměn bylo v rámci projektu, který byl zveřejněn už před šesti lety, načasováno od měsíce nebo půl roku od ukončení projektu.¹¹³

4.2.3 Startovač

Startovač uvádí, že je platformou pro jednorázové komunitní financování kreativních projektů, nicméně nabízí také možnost přispívání pravidelné na projekty dlouhodobého charakteru – tuto formu podpory nazývá jako Patron. I v rámci dlouhodobého projektu je možné využít časově omezené odměny. Startovač je na českém trhu od roku 2013 a provozuje ji společnost Army of Darkness, s.r.o.. Úspěšnost kampaní je 61 %.¹¹⁴ Ostatní statistiky bohužel v případě Startovače dohledatelné nebyly, protože nejsou zveřejňovány na internetových stránkách platformy. V případě platformy odměnového crowdfundingu je účtována provozovatelem provize z ukončené kampaně, v době pandemie COVID-19 platforma tento poplatek nezištným projektům neúčtovala.¹¹⁵

¹¹² *Neskákej jim na špek.* Donio.cz [online].

¹¹³ *Všechna čísla za Hithitem, která jste chtěli znát, ale báli jste se zeptat.* Hithit.cz [online].

¹¹⁴ *Jak to funguje?* Startovac.cz [online].

¹¹⁵ *Nezištným projektům neúčtujeme provizi.* Startovac.cz [online].

Nejúspěšnějším projektem na Startovači je projekt *Bulánci se vrací*, jehož cílem bylo modernizovat původní počítačovou hru *Bulánci*, která měla původní datum vydání v roce 2001. Požadovaná částka byla vypsána na 500 tisíc korun, výsledná částka dosáhla na 7,3 milionu korun. Aktuálně se kampaň nachází ve fázi vytvoření *Bulánců* pro virtuální realitu. V rámci tohoto projektu byly odměny pro podporovatele různé, od polštářů ve tvaru *Bulánců*, speciální karetní hru nebo možnost nadabovat *Bulánka* a zanechat tak ve hře vlastní stopu.¹¹⁶ Druhým a pravděpodobně známějším projektem pro širší veřejnost je financování dobrodružného cestování *Trabantem* (například napříč Tichomořím) nebo financování knih a filmů o cestování *Trabantem* napříč světem. Na stolní hru *Trabantem* napříč kontinenty se vybralo 5,1 milionu korun z požadovaných tří set tisíc korun.¹¹⁷




4.2.4 Porovnání platforem

Ukazatele pro porovnání byly vybrány na základě srovnání komerčních platforem platformou *Donio*. K porovnání úspěšnosti odměnových platforem byly zvoleny ukazatele jako je počet úspěšných kampaní, kolik korun bylo prostřednictvím platformy získáno na podporu kampaní. Pro zakladatele kampaně je důležité také to, jakou část z finálně vybrané částky platforma odečte jako provizi za zprostředkování, nebo zda je založení kampaně zpoplatněno. S digitalizací a pokrokem také souvisí možnosti plateb, které platformy nabízí a mohou také ovlivnit potenciálního přispěvatele. Důležité je pro zakladatele projektu také vědět, zda se v případě neúspěšné kampaně, ve které se ve stanovenou dobu nevybere požadovaná částka, dostane k nenaplněné cílové částce.

¹¹⁶ *Bulánci se vrací*. Startovac.cz [online].

¹¹⁷ *Nejúspěšnější české projekty*. Startovac.cz [online].

Tabulka 9 Srovnání odměnových crowdfundingových platforem: Donio, HitHit, Startovač

			
Počátek fungování	2019	2012	2013
Celkem vybráno	1,3 mld.	391 mil. (2012-2021)	x
Počet úspěšných kampaní	7 533 (2023)	2 193 (2012 - 2021)	x
Provize z úspěšné kampaně vč. DPH	0 %	9 % (200 tis. Kč)	7 %
Vyplacení financí v případě, že projekt nedosáhne 100 %	od 25 % cílové částky	všechno nebo nic	v případě krátkodobých projektů
Poplatky za založení kampaně	NE	NE	NE
Úplné samo-založení projektu	ANO	NE	ANO
Platba kartou nebo převodem	ANO	ANO	ANO
Platby přes ApplePay, Google Pay	ANO	ANO	NE

Zdroj: Vlastní zpracování na základě www.donio.cz

Tabulka výše shrnuje všechny potřebné informace pro založení kampaně. V případě Donio celková vybraná částka zahrnuje oba typy crowdfundingu provozované platformou do roku 2023, úplně to samé platí pro počet kampaní nebo sbírek. Donio si také jako jediná platforma z porovnávaných neúčtuje provizní poplatek, to zdůvodňuje tím, že svůj provoz hradí z financí od dárců. Postoj platform k vyplacení finančních prostředků v případě toho, že se nevybere 100 % požadované částky je různý. Startovač vyplácí částku, která nedosáhla požadovaného cíle pouze u krátkodobých projektů a Donio od 25 % cílové částky. HitHit jako jediný vyplácí zakladatelům kampaní buď 100 % nebo nic. Poplatky za založení kampaně neúčtuje ani jedna z porovnávaných platforem. Úplné samo založení projektu zakladatelem kampaně je možné jen u Donio a Startovače, v případě HitHit dochází ke kontrole všech vstupních parametrů a může tedy dojít k jejímu neschválení. Platby přes internet kartou nebo bankovním převodem umožňují všechny platformy, včetně plateb přes aplikace Google Pay nebo Apple Pay kromě Startovače, je to tedy možnost, jak rozšířit své

služby do budoucna, aby měli přispěvatelé možnost platit i tímto způsobem daleko rychleji a pohodlněji. Na základě porovnání lze také posoudit dostupnost dat, která byla pro tuto analýzu stanovena, platforma Donio a HitHit zveřejňují pravidelné roční statistiky, kdežto Startovač ne. V případě Startovače tedy lze poukázat na slabou transparentnost zejména v oblasti statistik ohledně fungování platformy.

4.3 Platformy příspěvkového crowdfundingu

Příspěvkový crowdfunding je založen na filantropii, altruismu a solidaritě. Podporovatelé se rozhodnou přispět na projekt, který jim nepřinese nic jiného než dobrý pocit z podpory dobré věci. Kapitoly níže představí 4 české příspěvkové platformy crowdfundingu a zaměří se na jejich transparentnost vůči dárcům.

4.3.1 Donio

Tato platforma byla již představena v kapitole 4.2.1 v rámci odměnového crowdfundingu, také již bylo zmíněno, že platforma nabízí svým uživatelům dvě možnosti, jak někoho podpořit, a tou je také příspěvkový nebo charitativní typ crowdfundingu, který funguje na principu získávání financí prostřednictvím veřejné sbírky.

Donio uvádí, že v roce 2023 začalo zakládat sbírku 6 620 uživatelů, z toho bylo spuštěno 2 142 dobročinných sbírek, ale 463 žádostí bylo zamítnuto. Celkem se na dobrou věc povedlo vybrat 548 milionů korun, kdy bylo zatím vyplaceno necelých 546 milionů korun, zbylé finance budou dle platformy vyplaceny po dodání smluv ze strany příjemců. Dalším důvodem může být také to, že některé sbírky založené v průběhu roku 2023, byly ukončeny až v roce 2024.¹¹⁸

V roce 2023 byla na Donio nejúspěšnější sbírka pro Martínka se vzácným onemocněním, který mohl díky sbírce podstoupit nákladnou léčbu v zahraničí. Cílová částka sbírky byla vypsána na 100 milionů korun. Vybráno bylo celkem 151 milionů. Na částce se podílelo celkem 307 tisíc dárců. Největší příspěvek do sbírky činil 1 milion korun. Vlna solidarity se

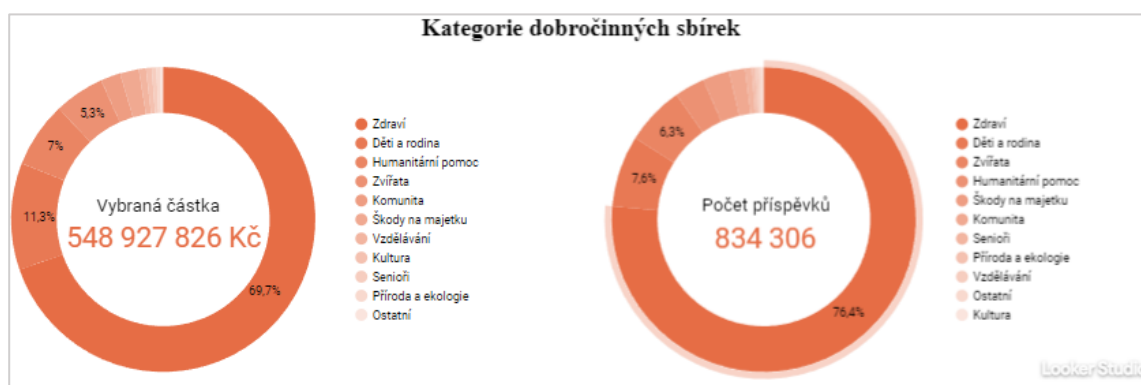
¹¹⁸ *Jaký byl rok 2023 na platformě Donio.* Donio.cz [online].

probudila v okamžiku, kdy příběh Martínka sdílela influencerka, herečka a zpěvačka Nikola Leitgeb (za svobodna Štíbrová). Celková částka se vybrala za neuvěřitelných 35 dnů. ¹¹⁹

Druhou největší sbírkou na Donio byla sbírka na podporu léčby a uzdravení pro letušku Lenku. Lence do plánování svatby, rodiny s přítelem bohužel vstoupilo onkologické onemocnění. Pro Lenku byla jediná šance léčby v sousedním Německu, kterou také díky dárcům podstoupila. Cílová částka sbírky byla vypsána na 4,5 milionu korun, nakonec se vybralo 6,1 milionu. Tato částka se vybrala za 60 dnů a podílelo se na ní 11,6 tisíce dárců. ¹²⁰

Třetím finančně podpořenou sbírkou na Donio byla opět sbírka na podporu léčby nemocné maminky, která má 2letou dcerku Izabelu. Maminka Denisa onemocněla s nádorem na mozku, který nereagoval na veškerou dostupnou léčbu hrazenou ze zdravotního pojištění. Denisa tak díky sbírce mohla platit nadstandardní léčbu s nadějí, že zabere. Podle posledních informací u sbírky, Denisa boj nevzdává, nicméně velmi agresivní tumor na léčbu nereaguje tak, jak by si všichni přáli. Částka sbírky byla vypsána na 2 miliony korun, ale celkem se podařilo vybrat jednou a půl krát tolik a to 4,7 milionu korun. ¹²¹

Graf 7 Kategorie dobročinných sbírek na Donio v roce 2023



Zdroj: <https://www.donio.cz/>

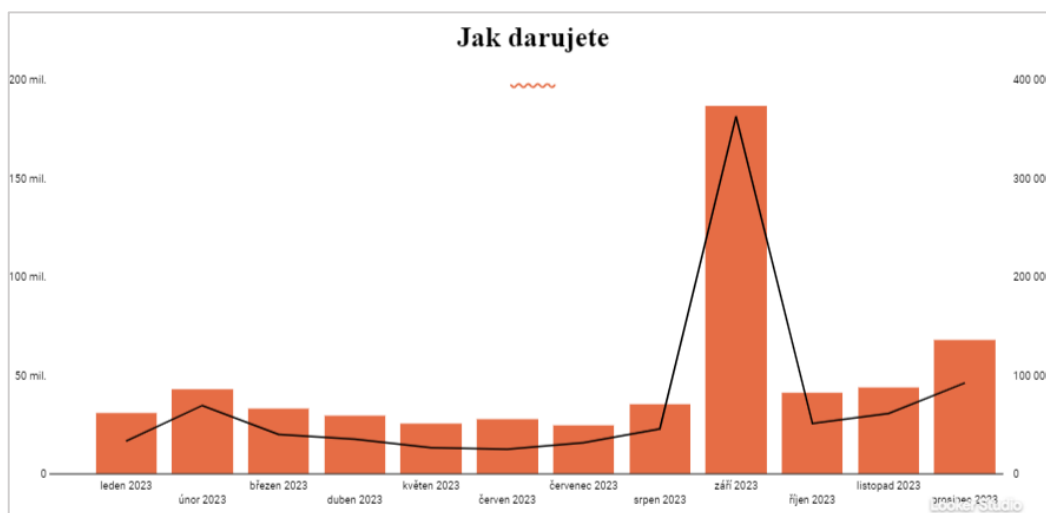
¹¹⁹ *Martínek může díky vám podstoupit léčbu v zahraničí.* Donio.cz [online].

¹²⁰ *Dali jste šanci na uzdravení pro Letušku Lenku.* Donio.cz [online].

¹²¹ *Pomohli jste mamince Izabelky s bojem proti nádoru na mozku.* Donio.cz [online].

Na Donio se v rámci dobročinných projektů nejvíce daruje na podporu zdraví, poté dětem a rodinám a třetí nejvíce podpořenou kategorií je humanitární pomoc anebo zvířata. Na platformě byl nejtědřejším měsícem v roce 2023 měsíc září, v tomto měsíci byla zveřejněna sbírka na podporu nemocného Martínka. Dalším silným měsícem v roce byl prosinec.¹²²

Graf 8 Vývoj darů v roce 2023 na platformě Donio



Zdroj: <https://www.donio.cz/>

4.3.2 Daruj správně

Je projektem, který realizuje nezisková organizace Fórum dárců společně s podporou ČSOB a České televize od roku 2017. Provoz portálu je spolufinancován za podpory Úřadu vlády České republiky a Rady vlády pro nestátní neziskové organizace. Fórum dárců je organizace, která zaštiťuje dárce v České republice od roku 1997. Darujsprávně je dárcovská crowdfundingová platforma, která zjednodušuje a zprostředkovává kontakt pro neziskové organizace a jejich dárce. Darujsprávně je společníkem pro dárce, který dohlíží na to, kam finance ze sbírek od dárců opravdu doputují. Každá sbírka je totiž provozovatelem portálu prověřena, má veřejnou sbírku a je plně transparentní.¹²³ Na platformě se mohou dárce také dočíst o aktualitách v neziskovém sektoru.

Z výroční zprávy Fóra dárců z roku 2022 lze vyčíst, že prostřednictvím matchingového fondu bylo vybráno společně s ČSOB příspěvky celkem 1 371 579 Kč. Jednalo se o největší

¹²² Jaký byl rok 2023 na platformě Donio. Donio.cz [online].

¹²³ O nás. Darujspravne.cz. [online].

příspěvek dárců v historii fondu. V roce 2022 se na Darujsprávně konala mimořádná sbírka na humanitární pomoc obětem ozbrojeného konfliktu na Ukrajině, sbírka byla zaštitěna organizací Člověk v tísni. Dárci na platformě společně se zaměstnanci ČSOB vybrali částku 33 milionů korun, ke které ČSOB přidala dalších 25 milionů korun. Celková částka ve sbírce na pomoc Ukrajině dosáhla 58 milionů korun. ¹²⁴

Na platformě je možné podpořit neziskovou organizaci v rámci veřejné sbírky neomezeně nebo je možné se setkat s časově ohraničenými sbírkami. Mezi nejnovějšími a zároveň časově ohraničenými je sbírka založená pro Česko Alzheimerovu společnost, o.p.s. na podporu společného charitativního pečení, nebo pro Českou asociaci paraplegiků – CZEPA na zakoupení auta do tréninkového pracoviště pro vozíčkáře. V případě podpory společného pečení byla cílová částka nastavena na 30 tisíc korun a bylo vybráno celkem 31 tisíc korun, do ukončení sbírky ale zbývalo ještě 14 dní. Na podporu paraplegiků byla nastavena cílová částka na 668 300 Kč, zatím vybráno 28 tisíc korun, ale do konce sbírky zbýval ještě měsíc a půl. ¹²⁵

4.3.3 Znesnáze21

Tato crowdfundingová platforma byla založena v roce 2014, která je zaštitěna Nadačním fondem pomoci, který byl založen o dva roky dříve, než byla spuštěna první crowdfundingová sbírka. Zakladatelem Nadačního fondu pomoci a Znesnáze21 je Karel Janeček. Je první dárcovskou platformou v ČR, která se zasadila o zkrácení doby charitativní sbírky na desítky minut. Každá sbírka před jejím spuštěním prochází ověřením, kdy musí jít o veřejně prospěšný projekt a žadatel musí doložit pravdivost informací. Platforma v zápatí stránky také uvádí, že je držitelem značky Prověřené veřejně prospěšné organizace. ¹²⁶

¹²⁴ *Výroční zpráva Fóra dárců*. Or.justice.cz [online].

¹²⁵ *Sbírky*. Darujspravne.cz [online].

¹²⁶ *Charitativní crowdfunding podle pravidel*. Znesnaze21.cz [online].

V Nadačním fondu pomoci se povedlo v roce 2022 vybrat téměř 79 milionů korun do veřejné sbírky, tato částka byla složena z 64 tisíc darů od jednotlivců a firem. Na platformě se konalo 830 sbírek na pomoc lidem a podporu dobročinných projektů jak v ČR, tak ve světě. ¹²⁷

V rámci dobročinných projektů bylo na Znesnaze21 podpořena sbírka na pomoc opuštěným psům v Itálii, kdy bylo celkem vybrán 1 milion korun, ale původní částka byla nastavená na 762 tisíc korun. Další úspěšná sbírka byla na pomoc skautům vyrobit světlo a teplo pro Ukrajinu, která měla za cíl na Ukrajinu koupit a nechat dopravit zákopové svíčky, plynové bomby a podobně. Sbírkou organizoval Junák – český skaut, z.s., kdy bylo celkem vybráno 119 tisíc korun z požadovaných 100 tisíc korun. ¹²⁸

4.3.4 Darujme

Je jednou z největších platform pro darování v České republice. Kampaně na této platformě jsou časově neomezené. Neziskové organizace mohou zakládat dlouhodobé a udržitelné projekty nebo projekty urgentní povahy. Darujme funguje již od roku 2012 a je provozován Nadací Via. Pro zajištění běžného provozu a nabízených služeb jsou na platformě účtovány neziskovým organizacím poplatky dle stanoveného ceníku. V roce 2023 na dobročinné účely dárce přispěli částkou 431 milionů korun a v roce 2022 to bylo dokonce 765 milionů korun. Na platformě je registrováno více než 1 300 organizací. Celkem bylo přes portál darováno více než 2,3 miliardy korun na dobročinné účely. Darujme nabízí tři možnosti sbírek, těmi jsou osobní dárcovské výzvy, sbírky pro organizace, školky, církve, obce, nadace a nadační spolky nebo firemní dárcovské výzvy. ¹²⁹

¹²⁷ Výroční zpráva Nadační fond pomoci 2022.[online].

¹²⁸ Ověřené sbírky. Znesnaze21.cz [online].

¹²⁹ O Darujme.cz. Darujme.cz [online].

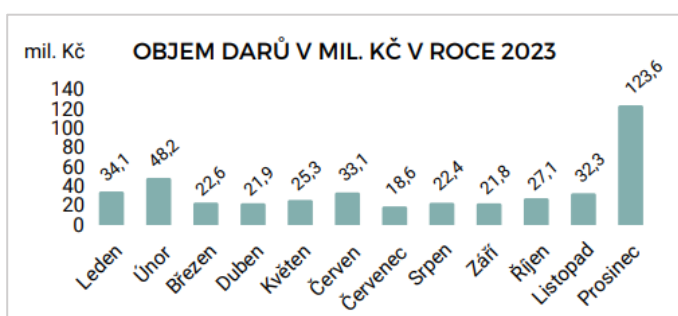
Obrázek 9 Statistiky za rok 2023 Darujme.cz



Zdroj: <https://www.darujme.cz/>

Dle statistik na Darujme.cz byly nejvíce podpořeny výjimečné události a humanitární krize, což činilo celkem 24 %, druhou nejvíce podpořenou skupinou byla zdravotní péče a podpora zranitelných skupin, která činila celkem 23 % (tabulka níže). Nejvíce podpořenými neziskovými organizacemi na platformě byly organizace ADRA, o.p.s., Armáda spásy anebo Lékaři bez hranic, o.p.s. Nejčastěji dárči přispívali jednorázově, pravidelné dary činily 29 % z příspěvků. Medián jednorázově darované částky byl 500 Kč. Naopak při pravidelném darování to bylo 200 Kč. Dárči byli v roce 2023 nejvíce štedří v prosinci.¹³⁰

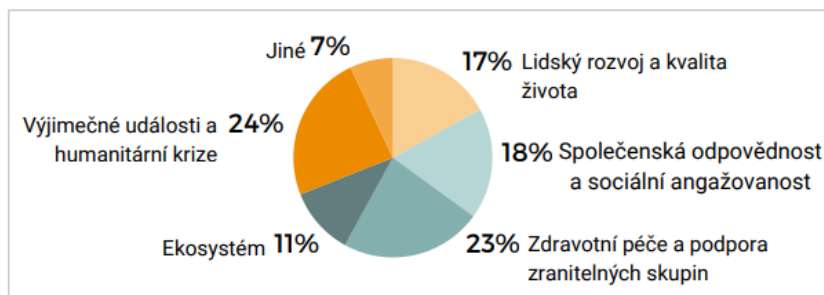
Graf 9 Objem darů v mil. Kč v roce 2023 na platformě Darujme.cz



Zdroj: <https://www.darujme.cz/>

¹³⁰ Roční statistiky 2023. S3.eu-central.eu [online].

Graf 10 Kam se nejvíce na platformě Darujme přispíválo







Zdroj: <https://www.darujme.cz/>

4.3.5 Porovnání platform

K porovnávání příspěvkových crowdfundingových platform byla zvolena kritéria, která by měla vyjadřovat postoj platform jak vůči zakladatelům sbírek, tak k jejich podporovatelům. Literatura uvádí kritéria pro transparentnost neziskové organizace, které se mohou vůči transparentnosti on-line platformy lišit, nicméně souvisí se zveřejňováním zásadních informací pro všechny zúčastněné strany (zejména veřejnost). Podle studie, která je podrobněji rozebírána v kapitole 3.12, je v případě posuzování transparentnosti charitativní crowdfundingové platformy důležitá konvenční a provozní transparentnost. Nicméně provozní transparentnost souvisí spíše s vlastní kampaní a jejím vedením samotným zakladatelem sbírky, proto je potřebné se zaměřit na transparentnost konvenční, jež je založena na zveřejňování provozních a finančních informací veřejnosti nebo ověřené certifikované formě neziskové organizace. Porovnáním charitativních crowdfundingových platform se zabýval portál dTest, jehož porovnávací kritéria byla zvolena jako výchozí kritéria pro transparentnost organizace. Jednotlivá kritéria jako forma zřizovatele, dohledatelnost informace o zřizovateli na platformě nebo dostupnost darovacích a provozních podmínek lze zařadit do konvenční transparentnosti.

Prostřednictvím polostrukturovaného rozhovoru, byly stanoveny preference jednotlivých kritérií oslovených respondentů. Jejich preference byly pak zohledněny při vyhodnocení transparentnosti daných platform. Výsledné hodnocení transparentnosti platform je provedeno metodou bodovací s váhami, kdy váhy reflektují preference dotazovaných respondentů.

Tabulka 10 Srovnání příspěvkových crowdfundingových platform: Donio, Darujsprávně, Znesnáze21, Darujme

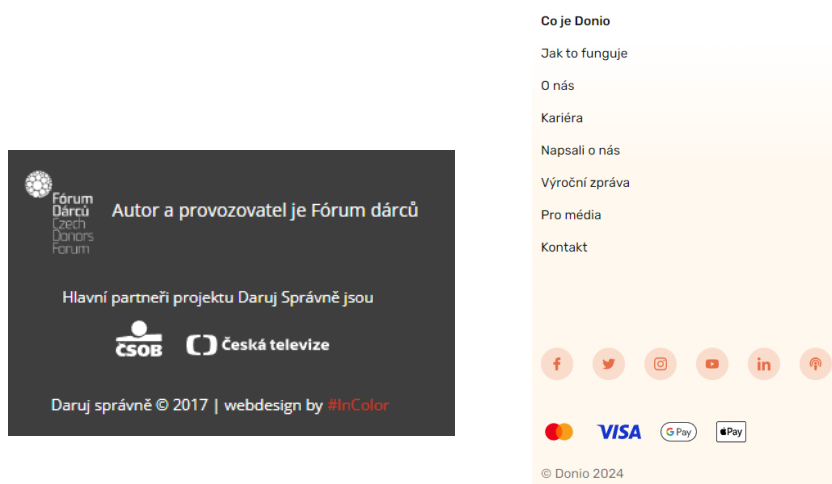
				
Počátek fungování	2019	2017	2014	2012
Zřizovatel	Donio s.r.o., Nadační fond Donio	Fórum dárců z.s.	Nadační fond pomoci	Nadace Via
Zřizovatel (záhlaví, zápatí)	NE	ANO (zápatí)	ANO (zápatí)	ANO (záhlaví i zápatí)
Dostupnost provozních / darovacích podmínek	ANO	ANO	ANO	ANO
Kdo může vybírat peníze	kdokoliv	neziskové a příspěvkové organizace	neziskové organizace a fyzické osoby	právnícké osoby
Registrace veřejné sbírky	nepovinné	povinné	nepovinné	nepovinné
Prověření sbírky portálem	ANO	ANO	ANO	ANO
Platba kartou nebo převodem	ANO	ANO	ANO	ANO
Google Pay, Apple Pay	ANO	ANO	ANO	ANO
Potvrzení k odečtu daně	ANO	ANO	ANO	ANO
Poplatek z daru	0 %	1 %	4 %	2 %

Zdroj: Vlastní zpracování podle www.dtest.cz

V rámci porovnání a posouzení transparentnosti je důležité se soustředit na jejich provozovatele nebo případné podporovatele. Jednoznačné dohledání informace o provozovateli nemusí být totiž samozřejmé. Tato informace by měla být uvedena v záhlaví nebo v zápatí dané platformy (či na obou místech). V případě všech třech platform kromě Donia je informace jasně uvedena. Pokud si chce dárcé dohledat, kdo provozuje tento web, musí se k tomu prokliknout přes sekci „Kontakty“, kde lze vyčíst, že provozovatelem je Donio s.r.o. a také Nadační fond Donio, úloha těchto organizací není ale blíže objasněna. V darovacích pravidlech je možné dohledat označení Donio s.r.o. jako pořadatele dobročinných sbírek, ale ne jako provozovatele portálu. Na obrázcích níže je přiložen

vzorový příklad zápatí platformy Darujsprávně s údaji o provozovateli a jejích podporovatelích a vedle je zápatí platformy Donio s nejasně uvedenými informacemi o provozovateli platformy.

Obrázek 10 Porovnání uvedených informací o provozovateli platforem Darujsprávně a Donio v záhlaví webu



Zdroj: <https://www.darujspravne.cz/>, <https://www.donio.cz/>

V případě základního prozkoumání transparentnosti, bylo ověřeno, zda dané nadace zveřejňují finanční výkazy buď na svých webových stránkách, nebo v databázi Veřejného rejstříku a Sběrka listin, která je řízená Ministerstvem spravedlnosti. Nadace Via a Nadační fond pomoci se umístily v žebříčku top 25 nefiremních nadací a fondů, který každým rokem zveřejňuje nezisková organizace Fórum Dárců. I přestože je žebříček postaven na základě výše poskytnutých nadačních příspěvků, nicméně v rámci analýzy provádí Fórum dárců ověření zřizovatele, účel, výše nadačních příspěvků nebo nadačního jmění, účel, zveřejňování finančních výkazů, počet veřejných sbírek, nebo dostupnost webových stránek.¹³¹ Samotná nezisková organizace, která zastřešuje dárce v České republice, by měla jít všem organizacím příkladem, jestliže chce, aby ostatní neziskovky šly v jejích šlépějích. Lze konstatovat, že organizace zveřejňuje všechny finanční dokumenty ve veřejném rejstříku, jen nejsou snadno dohledatelné na jejich webových stránkách. Poslední vložená výroční zpráva na webových stránkách Fóra Dárců je z roku 2015. Hledání sekce bylo provedeno pomocí internetového prohlížeče, který našel sekci zprávy o činnosti, která

¹³¹ Mapa dárcovství 2022. Donorsforum.cz [online].

však není dohledatelná přes menu webové stránky. Nicméně v sekci, „Kdo jsme“ Fórum dárců uvádí odkaz přímo na veřejný rejstřík.¹³² Co se týče založených sbírek podle Seznamu veřejných sbírek Ministerstva vnitra České republiky, jediným zřizovatelem, který nemá založenou sbírku a ani neměl v minulosti je Nadační fond Donio, naopak Donio s.r.o. má založené dvě probíhající sbírky. Opět lze poznamenat, že není jasné, jakou roli v případě darování na platformě Donio hrají oba subjekty zároveň, když zisková společnost založila veřejné sbírky a nadační fond se její v této oblasti neaktivně. Pro názornější porovnání toho, jaké informace a kde o sobě zřizovatelé příspěvkových platform zveřejňují, je přiložena tabulka níže:

Tabulka 11 Porovnání zveřejňovaných údajů jednotlivých zřizovatelů příspěvkových crowdfundingových platform

Organizace		Donio s.r.o.	Nadační fond Donio	Fórum Dárců z.s.	Nadační fond pomoci	Nadace Via
Finanční výkazy (VRaSL)	Výkaz zisků a ztráty*	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
	Rozvaha*	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Výroční zpráva (VRaSL)*		NE	NE	ANO	ANO	ANO
Webové stránky		NE	NE	ANO	ANO	ANO
Výkaz zisků a ztráty*		X	X	NE	ANO	ANO
Rozvaha*		X	X	NE	ANO	ANO
Výroční zpráva*		X	X	NE	ANO	ANO
Veřejné sbírky probíhající (k. 08.03.2024)		2	0	1	2	2
Veřejné sbírky ukončené		0	0	2	0	3

*za 3 roky (2020,2021,2022)

Zdroj: Vlastní zpracování podle or.justice.cz, aplikace.mvcr.cz, [webové stránky platform](http://webove.stranky.platforem)

Každého uživatele portálu budou zajímat provozní podmínky či darovací podmínky, které by na všech platformách měly být stejně dostupné a dohledatelné jako informace o provozovateli. V tomto případě je odkaz na tyto informace uvedený v záhlaví nebo zápatí všech platform většinou prostřednictvím hlavního menu nebo rozcestníku. V nabídce menu

¹³² *Kdo jsme*. Donorsforum.cz [online].

jsou také dohledatelné informace ohledně fungování webu či shrnutí nejčastěji kladených otázek (jak například probíhá darovací proces).

Další důležitou informací, se kterou by se platforma neměla tajit, je uvedení informace, pro koho lze uspořádat sbírku. Vymezení těchto skupin je pojato na každé platformě různě. V případě Darujme je služba určena pouze pro vybrané právnické osoby, nebo fyzické osoby pouze prostřednictvím osobní dárcovské výzvy (peer to peer fundraising – výzva ve prospěch zvolené organizace). O možnostech a specifikách založení sbírek či výzev informuje na úvodní stránce webu. Darujsprávně umožňuje podporu pouze pro neziskové a příspěvkové organizace, fyzická osoba může na platformě založit tzv. sbírkové spojení, které umožňuje v krátkodobé sbírce vybírat dary pro zvolenou neziskovou organizaci v okruhu přátel a známých. Zvolená nezisková organizace ale musí sbírkové spojení přijmout a schválit. Po domluvě s platformou mohou právnické osoby zakládat Partnerské projekty. Na rozdíl od běžných sbírek jsou tyto výjimky pro komerční subjekty zpoplatněny.¹³³ V případě Donia jsou podmínky rozvolněné, na Donio se může rozhodnout založit sbírku fyzická nebo právnická osoba kromě politických stran. Vyloučeny jsou i sbírky pro církevní a náboženské účely.¹³⁴ U platformy Znesnáze21 mohou sbírky zakládat všechny právnické a fyzické osoby, ale jejich prostřednictvím je možné vybírat dary ve prospěch fyzických osob nacházejících se v nouzi nebo neziskových organizací.¹³⁵

Založení veřejné sbírky je regulováno zákonem o veřejných sbírkách, tudíž pokud se finanční prostředky vybírají jednou z forem, které zákon umožňuje, je existence (žádost) sbírky prověřena krajským úřadem a sama o sobě poskytuje dárcům jistotu, že je nad výběrem financí stanovený nestranný dozor. V případě darovacích portálů nemusí být jasné, zda se jimi pořádané sbírky zákonem řídí. Darujme nepodmiňuje registraci na portále veřejnou sbírkou, nicméně upozorňuje na podmínky, které se mohou organizací týkat v případě záměru plánované sbírky (v případě, že se prostředky vybírají na veřejně prospěšný účel a bude oslovena široká veřejnost, doporučuje konzultaci spuštění sbírky na krajském úřadě, nebo pokud organizace má již vypsanou veřejnou sbírku a vybírá příspěvky

¹³³ *Jak to funguje*. Darujspravne.cz [online].

¹³⁴ *Podmínky pro používání služby Donio*. Donio.cz [online].

¹³⁵ *Časté otázky*. Znesnaze21.cz [online]

přes portál, je zapotřebí to nahlásit krajskému úřadu).¹³⁶ Darujsprávně nabízí své služby pouze sbírkám, které jsou úředně registrované, nicméně menším organizacím nabízí pomoc s jejich administrací.¹³⁷ V případě Donia a jeho podmínek není jasné, zda mají všechny projekty založenou sbírku, vzhledem k neomezenému zaměření projektů, je spíše tato možnost vyloučená. Nicméně platforma uvádí, že má registrované dvě veřejné sbírky, jejichž účel je ale velmi široký a Donio neuvádí jejich účast a využití v projektech, které jsou na platformě uskutečňovány.¹³⁸ Znesnáze21 jasně uvádí, že má pro všechny projekty registrovanou jednu veřejnou sbírku. Jednotlivé projekty jsou v rámci sbírky odlišeny pomocí variabilního symbolu.¹³⁹

Prověřování sbírek nebo jejich zakladatelů dle stanovených pravidel provádí všechny porovnávané platformy. Na Znesnáze21 je při registraci potřeba vyplnit krátký formulář, kde je požadováno vyplnit zejména účel sbírky, který musí být doložen například zdravotní zprávou (případně další dokumentací jako jsou rozsudky, rodné listy apod.).¹⁴⁰ U ostatních platforem probíhá podobný proces ověření sbírky. V případě Darujsprávně je prospěšnost zaručena povinností registrace sbírky a funguje tak jako primární ověření. Nicméně nezisková organizace musí pro registraci na portálu splnit podmínky, jako je rok fungování, dodání výroční zprávy, zapsání veřejné sbírky a provést samotnou registraci.¹⁴¹ „*Všechny srovnávané portály si vyhrazují právo některé projekty odmítnout registrovat nebo jejich sbírku zrušit po založení, ať už z etických důvodů, nebo pro rozpor s právními předpisy, včetně jejich vlastních provozních podmínek.*“¹⁴² Ověřují platformy to, kam finance po ukončení sbírky putují? O kontrole vyúčtování získaných prostředků se zmiňuje platforma Darujsprávně. Ostatní platformy detaily ohledně ověřování, jak bylo s prostředky naloženo, neuvádí. Nicméně si vyhrazují možnost to učinit. Samotní dárci se můžou dozvědět více o

¹³⁶ *FAQ pro organizace.* Darujme.cz [online]

¹³⁷ *FAQ.* Darujspravne.cz [online]

¹³⁸ *Kontakt.* Donio.cz [online]

¹³⁹ *Časté otázky.* Znesnaze21.cz [online]

¹⁴⁰ *Časté otázky.* Znesnaze21.cz [online]

¹⁴¹ *Jak to funguje.* Darujspravne.cz [online]

¹⁴² *Srovnání darovacích portálů.* Dtest.cz [online]

pokračování příběhu jimi podpořeného projektu po ukončení sbírky nahlédnutím do jeho popisu, pokud jej zakladatel sbírky aktualizoval.¹⁴³

Příspěvek na dobročinný projekt může dárcům přinést i jinou odměnu, než je dobrý pocit. Tou odměnou může být odečet daru ze základu daně z příjmů. Možnost vygenerovat potvrzení o daru nabízí všechny porovnávané platformy. Jen způsob, jak jej získat se liší. V případě Darujme si může dárci stáhnout potvrzení o daru z notifikačního e-mailu s potvrzením o přijetí daru. Nicméně záleží na tom, zda si automatické vygenerování podpořená organizace nastavila, pokud ne, dorazí na e-mail kontakt na organizaci, která potvrzení na žádost vystaví dodatečně. Dodatečné vystavení je ale v případě samostatné žádosti nejisté. U Darujsprávně je možnost vygenerování potvrzení o daru podmíněné registrací dárce na platformě. V případě příspěví bez registrace dárce obdrží pouze potvrzení o přijetí daru, které ale nelze využít pro daňové účely. Platforma o potřebě registrace pro účel vystavení potvrzení o daru v průběhu přispívání dárce neinformuje, poté se dárci musí spolehnout pouze na to, že mu organizace potvrzení vystaví na vlastní žádost. Portály Znesnáze21 a Donio mají generování potvrzení o daru propracované, dárci při darování příspěvku může před platbou zaškrtnout políčko, které zajistí zaslání potvrzení o daru.¹⁴⁴

Dalším faktorem, který se dotýká samotného dárce, je stržení poplatku za dar z darovaného příspěvku. Jedná se o poplatky za zprostředkování služby. O sazbě poplatku by platformy měly informovat při darování, čemuž tak není, často je zveřejněna v sazebníku, který je zveřejněný na platformě. Darujme při darování o poplatku 2 % neupozorňuje.¹⁴⁵ Daruj správě uvádí, že v případě platby přes poskytovatele služby / platební brány ČSOB dochází ke stržení 1 % z každé platby, na což upozorňuje, jak v sekci Jak to funguje i v průběhu darování.¹⁴⁶ V podmínkách používání služby Donio, které jsou platné od 2.11.2022 není uvedena výše poplatku z daru, v sekci Darujte pravidelně Donio informuje o tom, že si nebere žádné poplatky či provize a celá částka daru tak doputuje přímo

¹⁴³ *Srovnání darovacích portálů*. Dtest.cz [online]

¹⁴⁴ Tamtéž.

¹⁴⁵ Tamtéž.

¹⁴⁶ *Jak to funguje*. Darujspravne.cz [online]

k potřebným.¹⁴⁷ Znesnáze21 z darovaných prostředků strhává poplatky ve výši 4 % pro pokrytí nákladů na bankovní transakce, provoz platební brány či technologickou správu portálu. Fungování samotného fondu je pokryto Karlem Janečkem.¹⁴⁸

Všechny platformy jdou svým uživatelům naproti a zlepšují jim tak ještě o něco více zážitek z darování, zejména umožněním platby příspěvků jak platbou převodem, platebními bránami nebo přes digitální platební peněženky Google Pay nebo Apple Pay.

4.3.6 Vyhodnocení transparentnosti

Pro výsledné vyhodnocení transparentnosti jednotlivých porovnávaných příspěvkových crowdfundingových platform byla využita data z polostrukturovaného rozhovoru s deseti náhodnými respondenty, kterým byly položeny otázky zohledňující jejich vlastní preference v případě ověření on-line dárcovské platformy v momentě, kdy chtějí podpořit sbírku na libovolné dárcovské platformě. Druhá otázka byla zodpovězena pomocí on-line dotazníku, respondenti byli požádáni o seřazení předem definovaných kritérií darovací platformy podle důležitosti, kdy první místo znamenalo nejdůležitější a poslední nejméně důležité.

Otázka č. 1

Jaká kritéria by podle Vás měla splňovat transparentní charitativní crowdfundingová platforma?

(Doplňující informace: Představte si, že se rozhodujete, zda podpoříte dobročinný projekt na crowdfundingové platformě... Jsou nějaké informace, které si před tím, než se rozhodnete projekt podpořit, o dané platformě ověřujete?)

Dva respondenti odpověděli, že neví, jaká kritéria by ověřovala. Jeden respondent uvedl, že by měla být transparentní, ale jednotlivá kritéria neuvedl. Zbývající odpovědi jsou uvedené v tabulce níže (jeden respondent mohl uvést více možných kritérií, která nejsou zohledněna pro daného respondenta):

¹⁴⁷ Darujte pravidelně. Donio.cz [online]

¹⁴⁸ Časté otázky. Znesnaze21.cz [online]

Tabulka 12 Kritéria transparentní charitativní crowdfundingové platformy – podle respondentů

Jaké společnosti zakládají sbírku.
Kolik z přispěné částky jde přímo postiženým.
Zda si ověřují pravdivost příběhu.
Zda mají organizace zakládající sbírku nějakou historii.
Měla by mít dobrý marketing.
Měla by být věrohodná.
Měla by sdílet informace.
Musím platformu ji již odněkud znát.
Přečtu si recenze o dané platformě, pokud je pozitivní, podpořím přes ní sbírku.
Nezjišťuji si nic, pokud je to u těch cca 3–4 organizací, kterým historicky věřím. Jen mě musí zaujmout ta konkrétní podpora.
Rozpracovanost detailu celého projektu.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě polostrukturovaného rozhovoru

Na základě vyjmenovaných odpovědí lze porovnat kritéria, kterým se věnují respondenti, s kritérii, jež použila pro porovnání webová stránka Dtest. Respondenti podpořili svými preferencemi hned několik kritérií jako je: kdo může zakládat sbírku (odpověď: Jaké společnosti zakládají sbírku), poplatek z daru (odpověď: Kolik z přispěné částky jde přímo postiženým), prověření sbírky portálem (odpověď: Zda si ověřují pravdivost příběhu). Další odpovědi respondentů jsou nemožné jednoznačně přiřadit k již definovaným kritériím v rámci porovnání platform. Například odpověď: Měla by sdílet informace může korespondovat s více kritérii, jako je dohledatelnost informace o zřizovateli na webu nebo dostupnost provozních či darovacích podmínek.

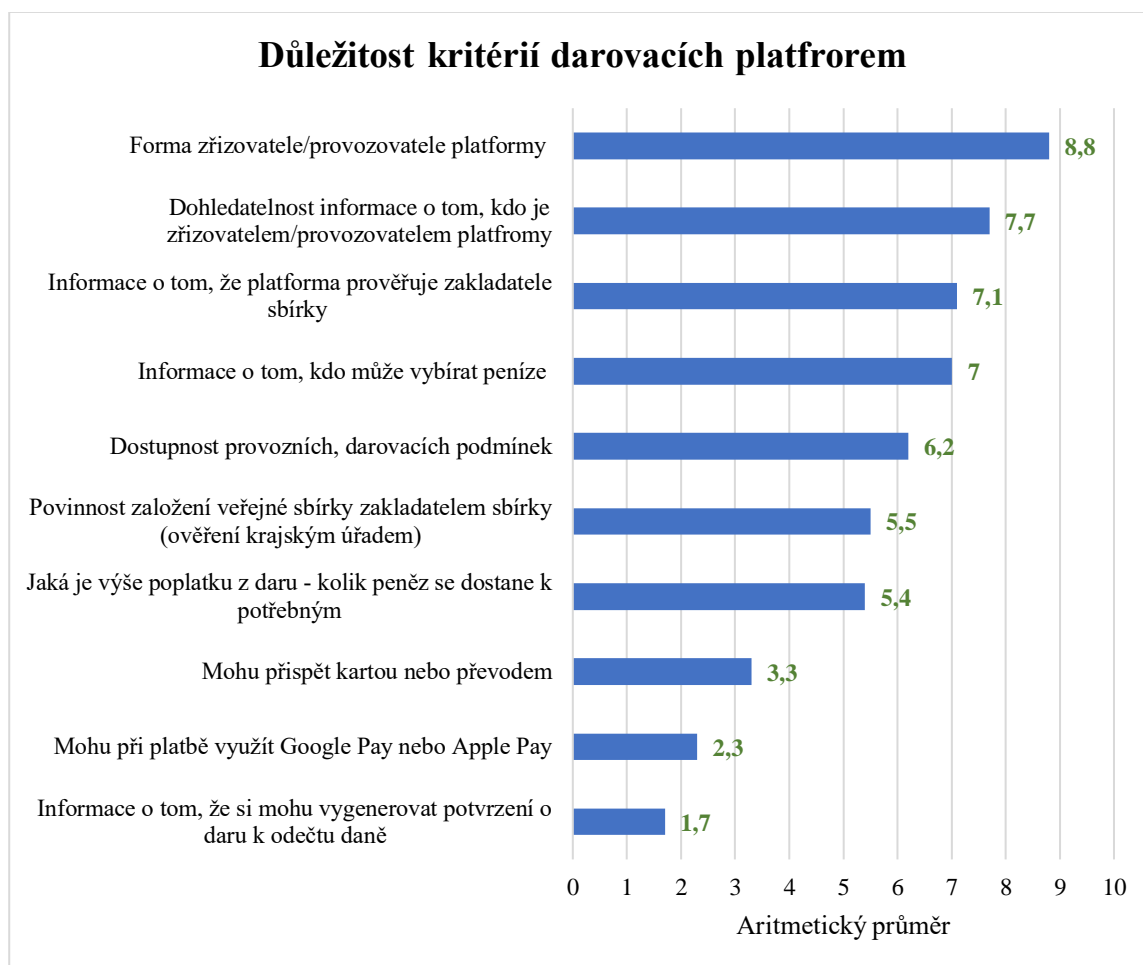
Ostatní kritéria, která byla respondenty uvedena, není možné obecně posoudit, jedná se spíše o individuální posouzení jednotlivých potenciálních dárců. Nelze předpovědět, jak si respondent, který uvedl, že si prověřuje historii zakladatele sbírky, informace ověřuje. Zajímavým kritériem by v případě hodnocení fungování a spolehlivosti crowdfundingové platformy mohlo být ověření recenzí na platformu od ostatních uživatelů. Pro respondenty je podle všeho důležité to, zda již platformu odněkud znají. Odpovědi jako rozpracovanost detailu celého projektu nebo že by měla mít platforma dobrý marketing je spíše znakem provozní transparentnosti, který se týká samotné sbírky či kampaně, kterou spravuje z větší

části sám zakladatel. Daná kampaň musí potenciálního dárce zaujmout natolik, aby ji podpořil.

Otázka č. 2 – Seřad'te jednotlivá kritéria transparentnosti charitativní platformy podle jejich důležitosti:

Aby bylo možné přiřadit váhy ve výsledném porovnání transparentnosti, které je založeno na kritériích webové stránky Dtest (tabulka č. 2), byli respondenti požádáni o seřazení kritérií podle jejich důležitosti, kdy první místo bylo nejdůležitější, poslední bylo nejméně důležité. Na základě pořadí byl vypočítán u jednotlivých kritérií aritmetický průměr (součet pořadí všech respondentů děleno celkovým počtem respondentů). Kritérium s nejnižší průměrnou hodnotou je pro dotazované tedy nejvíce důležitým.

Graf 11 Důležitost kritérií darovacích platforem



Zdroj: Vlastní zpracování podle výsledků dotazníku

Podle seřazených kritérií na základě srovnání 10 respondentů výše zmíněných kritérií vyplývá, že je pro tuto skupinu nejdůležitější informace o tom, že si mohou vygenerovat potvrzení o daru pro daňové účely, lze v tom vidět motivaci ke snížení základu daně. Druhým nejdůležitějším kritériem je podle dotazovaných možnost využití platebních digitálních peněženek jako jsou Google Pay a Apple Pay. Naopak za nejméně důležitou považují respondenti formu zřizovatele nebo provozovatele platformy. Přibližně střední důležitost respondenti přiřazují jak ke zveřejněným informacím o výši poplatku z daru a povinnosti založení veřejné sbírky, která je automaticky ověřena krajským úřadem.

Vyhodnocení transparentnosti crowdfundingových platform je založeno na preferencích jednotlivých dárců, tudíž jde o subjektivní posouzení. I přesto autorka práce přiřadila jednotlivým kritériím vlastní bodové ohodnocení podle detailu kritéria, které je uvedené v tabulce č 10. Aby byla reflektována důležitost kritérií, kterou vyjádřili respondenti polostrukturovaného rozhovoru, byla kritériím na základě preferencí přiřazena váha. Pro výsledné hodnocení bylo vybráno pět kritérií, u kterých byla v rámci porovnání patrná odlišnost alespoň jednoho výsledného stavu (v případě zařazení kritérií s totožným stavem u všech platform, by se výsledek nezměnil).

Tabulka 13 Vyhodnocení transparentnosti příspěvkových platform – bodovací metoda s váhou

*1 - nejhorší, 10 - nejlepší					Váha
Zřizovatel	5	10	10	10	0,04
Zřizovatel (záhlaví, zápatí)	5	10	10	10	0,08
Kdo může vybírat peníze	2	10	8	4	0,18
Registrace veřejné sbírky	5	10	5	5	0,30
Poplatek za dar	10	8	2	4	0,40
Bodový součet	6	9	5	5	1,00
Pořadí	2.	1.	3.	3.	

Zdroj: Vlastní zpracování

Forma zřizovatele může zásadně ovlivnit chování subjektu, v případě nadace a nadačních fondů je účel jasně definován, nadační fond je založen za podporou veřejně prospěšných aktivit a nadace je zase sdružením majetku, které je zřízené za účelem společensky nebo

hospodářsky užitečných cílů. Tímto by samotná forma organizace měla vypovídat o jejím účelu a činnosti. Proto jim bylo přiděleno nejvyšší bodové ohodnocení. V případě zapsaného spolku není účel organizace tolik jednoznačný, může být totiž založený osobami se společným zájmem, který ale na první pohled z názvu organizace dárce nemůže vyčíst. Fórum dárců (zřizovatel Darujsprávně) nicméně nese název, který má vypovídající hodnotu (sdružení dárců). U Donia jsou uvedeni dva zřizovatelé, jak nadační fond, tak společnost s ručením omezeným, což je forma obchodní společnosti. Vzhledem k tomu, že platforma ani neuvádí, jak v tyto dva subjekty s případnými příspěvky nakládají, bylo mu přiděleno nejnižší bodové ohodnocení.

Přítomnost informace na platformě o zřizovateli a jeho snadné dohledání v záhlaví nebo zápatí byla ověřena u platformě Darujsprávně, Znesnáze21 a Darujme. U Donio je dohledání informací o provozovateli a zřizovateli obtížnější, nachází se v sekci Kontakty, mimo úvodní stránku webu.





Nejvyšší bodové hodnocení u kritéria, kdo může vybírat bylo přiděleno platformě Darujsprávně z důvodu vymezení na neziskové organizace a příspěvkové organizace (fyzické osoby mohou darovat pouze ve prospěch neziskové organizace). Naopak nejméně získala platforma Donio, protože u ní může být vybírána pro kohokoli, kromě politických stran a hnutí, nebo církve. Většinou jsou na platformě Donio registrované fyzické osoby, které nelze ověřit, jako neziskovou organizaci (existence webových stránek nebo zveřejněné finanční výkazy). Darujme umožňuje založit sbírku právnickým osobám, které na úvodní stránce podrobněji definuje.

Největším znakem transparentnosti sbírky je registrace veřejné sbírky na krajském úřadě, žádost totiž prochází legislativní ověřením, proto bylo Darujsprávně přidělen plný počet bodů. Ostatní platformy tuto možnost nabízejí, ale nevyžadují – mají samy založené sbírky.

Nejvyšší poplatek z darů si odvádí platforma Znesnáze21, má proto nejnižší bodové ohodnocení a žádný poplatek si podle pravidel neúčtuje platforma Donio, proto má nejvyšší bodové hodnocení v rámci tohoto kritéria.

Výsledné vyhodnocení transparentnosti jednotlivých příspěvkových crowdfundingových platformem vycházející z kombinace preferencí respondentů a bodového hodnocení autorky, které bylo přiděleno podle výsledků komparace, je zobrazeno v tabulce níže:

Tabulka 14 Výsledné hodnocení transparentnosti příspěvkových platformem

Pořadí	Platforma
1.	
2.	
3.	
	

Zdroj: Vlastní zpracování

Na výsledném hodnocení je patrné, že i přestože Donio strádalo v rámci bodového hodnocení u prvních čtyř porovnávaných kritérií v tabulce č. 13, díky váze, která byla přidělena na základě preferencí respondentů, Donio se díky nulovému poplatku z daru umístilo v pořadí na druhém místě. Nejvíce transparentní se jeví platforma Darujsprávně. O třetí pořadí se dělí platformy Znesnáze21 a Darujme.cz, Znesnáze21 zaznamenalo největší bodovou ztrátu zejména kvůli nejvyššímu poplatku z daru.

4.4 Příjemci darů

Podle statistik, jež uvádí platformy Donio a Darujme, je patrné, že dárči nejvíce podporují projekty s účelem na podporu zdraví nebo humanitárních akcí, podle toho byly vybrány také následující tři neziskové organizace, které jsou zakladatelem sbírek, ale i konečným příjemcem finančních prostředků, o které organizace prostřednictvím kampaně získaly od svých podporovatelů. Pro ověření nebyly zvoleny nadace a nadační fondy záměrně, vzhledem k tomu, že jsou v neziskovém sektoru vnímány jako profesionální dárči, kteří získané finance rozdělují potřebným skupinám. Nadace a nadační fondy ať už firemní nebo nefiremní jsou ověřovány prostřednictvím průzkumu Fóra dárců při sestavování žebříčku

top 100 nadačních fondů a nadací podle objemu přerozdělených příspěvků, které každým rokem zveřejňuje.

Pro provedení ověření transparentnosti neziskových organizací byly zvoleny následující:

- Člověk v tísni o.p.s.
- Charita Česká republika
- Centrum paraple o.p.s.

4.4.1 Člověk v tísni o.p.s.

Je českou nevládní humanitární, rozvojovou organizací. Věnuje se vzdělávacím a lidskoprávním aktivitám. Právní forma této neziskové organizace je obecně prospěšná organizace. Činnost v České republice začala v roce 1992 pod názvem Nadace Lidových novin, o dva roky později fungovala pod názvem Nadace Člověk v tísni při České televizi. Od roku 2007 používá současný název. Od roku 2022 působí ve více než 33 zemích.¹⁴⁹

4.4.2 Charita Česká republika

Je jednou z nejstarších dobročinnou organizací v České republice. Je také největším nestátním poskytovatelem zdravotnických a sociálních služeb. Organizace byla založena v roce 1919. Charita Česká republika je registrovaná jako církevně právní osoba, jejím zřizovatelem je totiž Česká biskupská konference. Účelem je kromě poskytování zdravotnických a sociálních služeb humanitární pomoc, integrace cizinců, rozvojová politika a globální vzdělávací osvěta. Její síť tvoří zhruba 270 oblastních charit, které své služby nabízí regionálně.¹⁵⁰

4.4.3 Centrum paraple o.p.s.

Je obecně prospěšnou společností, kterou založil v roce 1994 Zdeněk Svěrák společně s občanským sdružením Svazu paraplegiků, dnes pod názvem Česká asociace paraplegiků – CZEPA. Posláním této neziskové organizace je pomáhat lidem po náhlém zranění, které vedlo k poškození míchy od věku 15 let žijícím na území České republiky. Organizace

¹⁴⁹ *Člověk v tísni*. Wikipedia.org [online].

¹⁵⁰ *O nás*. Charita.cz [online].

pomáhá postiženým s poškozením míchy uskutečnit změnu v dosavadním fungování, aby se mohli co nejvíce vyrovnat zdravým vrstevníkům. Hlavní službou Centra paraple je pobytová sociální rehabilitace a podpora terapeutického působení. Ročně se na organizaci obrátí s požadavkem na pomoc přibližně 600 osob po poranění míchy.¹⁵¹

4.4.4 Ověření příjemců darů

Pro ověření transparentnosti příjemců darů byla použita metodika podle Bachmanna (2014) (tabulka č. 3), kterou zveřejnil v publikaci *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací*. V tabulce níže jsou vyjmenována kritéria pro minimální množství informací, které by o sobě měla nezisková organizace zveřejnit, aby byla považována za transparentní vůči svému okolí – zejména vůči dárcům, na jejichž podpoře jsou organizace leckdy závislé. První část tabulky definuje kritéria transparentnosti a druhá část zobrazuje informace, které souvisí se založenými sbírkami na daných platformách. Pro dohledání dat byly použity výroční zprávy a finanční výkazy pro rok 2022, pokud není uvedeno jinak.

Tabulka 15 Hodnotící tabulka transparentnosti neziskových organizací – *Člověk v tísni, Charita Česká republika, Centrum paraple*

Organizace	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum paraple
Právní forma	obecně prospěšná společnost	církevní právnická osoba	obecně prospěšná společnost
Poslání – účel	humanitární a rozvojová pomoc v zahraničí i v tuzemsku, sociální poradenství, osvětová činnost	poskytování sociální a zdravotní péče osobám, které se ocitly v nouzi či v tíživé sociální situaci	podpořit klienty v samostatnosti a osobní nezávislosti nejenom v denních činnostech, ale i v rozhodování o svém životě
Aktivita	poskytování okamžité humanitární pomoci lidem v nouzi, podpora chudých a znevýhodněných – terénní sociální	provozování charitativních, sociálních a zdravotních služeb a zařízení, realizace humanitární pomoci a rozvojové spolupráce	sociální, zdravotní, terapeutické služby zaměřené na zlepšení fyzického a psychického stavu a prevenci

¹⁵¹ *Centrum paraple*...Paraple.cz [online].

Organizace	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum paraple
	práce, tvorba výukových materiálů		sociálního vyloučení, osvěta
Vedou aktivity k naplnění poslání?	ANO	ANO	ANO
Finanční zdroje	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum Paraple
Výroční zpráva	Vr a Sl / web	web	Vr a Sl / web
Přijaté dary (nadační dary, FO, firemní dary) (tis. Kč)	1 391 302	72 532	23 057
Příjmy z hlavní činnosti (tis. Kč)	4 995 511	22 977	1 759
Příjmy z doplňkové činnosti (tis. Kč)	376 280	8 549	4 563
Dotace z VS (tis. Kč)	290 101	2 859 573	18 970
Dotace EU (tis. Kč)	1 960 513	458 577	0
Hospodaření organizace	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum Paraple
Výkaz zisku a ztráty	Vr a Sl / web	web	Vr a Sl / web
Výnosy (tis. Kč)	5 756 867	461 550	57 269
Náklady (tis. Kč)	5 754 699	462 228	57 114
Rozvaha (3 roky zpětně)	ANO	ANO	ANO
Partnerství	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum Paraple
Asociace	Alliance 2015	neuvedeno	Česká asociace paraplegiků – CZEPA, z.s.
Partneři a dodavatelé (nad 100 tis. Kč)	institucionální partneři, mediální partneři, partneři pro práci ve světě	mediální partneři, spolupracující instituce	veřejný sektor, mediální partneři, hlavní partneři
Veřejná sbírka (aktivní k. 10.03.2024)	5	3	1

Zdroj: Vlastní zpracování podle výročních zpráv organizací a darovacích platforem

Právní forma vybraných neziskových organizací byla až na Charitu Česká republika totožná a je možné ji zařadit do typologie neziskových organizací, jedná se o obecně prospěšné společnosti v případě Člověka v tísni a Centra paraple. Také poslání všech vybraných organizací koresponduje s jejich aktivitami, kterým se organizace věnují.

Výroční zprávu zveřejňují na svých webových stránkách všechny organizace 3 roky zpětně. Co se týče zveřejnění výroční zprávy a ostatních finančních výkazů na Veřejném rejstříku a Sběrce listin, ty zde lze dohledat pouze pro organizaci Člověk v tísni a Centrum paraple.

Vzhledem k tomu, že Charita Česká republika je církevní právnická osoba, její registrace je provedena v rejstříku registrovaných církví a náboženských společností pod Ministerstvem kultury. Tam lze najít základní registrační informace, nicméně finanční výkazy ne. Ty je potřebné dohledávat na webových stránkách organizace.

Všechny organizace veřejnost informují ve svých finančních výkazech i o jejich hospodaření, nejvyšší výsledek hospodaření za sledované období roku 2022 měla organizace Člověk v tísni, naopak záporný výsledek hospodaření měla Charita České republiky (- 678 tis. Kč). Všechny finanční dokumenty byly dohledatelné tři roky zpětně. Nezisková organizace Člověk v tísni ve výroční zprávě pro rok 2022 uvedla, že od Donio s.r.o. přijala dar v hodnotě 272 tisíc korun a od Nadačního fondu pomoci, který je provozovatelem darovací platformy Znesnáze21, obdržela dar ve výši 679 tisíc korun. Všechny organizace provozují k hlavní činnosti i vedlejší, pro Člověka v tísni je předmětem vedlejší činnosti reklamní činnost, tvorba a distribuce audiovizuálních pořadů nebo pronájem nemovitostí, bytů nebo nebytových prostor a také hostinská činnost. V případě Charity Česká republika je její vedlejší činností provoz hotelu a školícího střediska Marianum. Pro Centrum paraple je doplňkovou činností výroba, obchod a služby a hostinská činnost.

Neziskové organizace by o sobě měly zveřejňovat i své členství v asociacích nebo partnerství. Člověk v tísni je součástí strategického partnerství sedmi nevládních organizací, které se věnují humanitárním a rozvojovým aktivitám. Česká charita neuvádí, že by byla členem jakékoli asociace. Pro neziskové organizace mohou být partnerství s komerčními nebo státními subjekty velmi přínosné, kdy mohou využívat jejich služeb bezplatně či výhodně. Člověk v tísni děkuje ve své výroční zprávě jak partnerům z mezinárodních i národních institucí pro práci ve světě (např. Evropská komise, Úřad OSN, UNICEF), nebo pro práci v česku (např. kraje, Ministerstvo kultury). Zvláštní poděkování Člověk v tísni věnoval Nadaci VIA za podporu fundraisingových kampaní na platformě Darujme.cz. Charita České republiky věnuje poděkování mediálními partnerům, kterými jsou Česká televize nebo Český rozhlas, nebo spolupracujícím institucím jako je Ministerstvo pro místní rozvoj, UNICEF, Magistrát města Praha. Mediálními partnery Centra paraple jsou také Česká televize a Český rozhlas Radiožurnál. Partnery z Centra Paraple z veřejného sektoru je například Ministerstvo zdravotnictví nebo Městská část Prahy 10. Ke komerčním partnerům patří například Škoda auto, Kaufland nebo Pilsner Urquell.

Každá organizace má alespoň jednu registrovanou veřejnou sbírku, nejvíce jich registrovala organizace Člověk v tísni, například na rozvojovou spolupráci s českou menšinou, přímou pomoc obětem mimořádných událostí nebo na realizaci projektů usilující o podporu vzdělávacího systému. Charita má vypsane veřejné sbírky na pomoc lidem v nouzi v tíživých situacích, na tříkrálovou sbírku nebo na získání peněžních prostředků v rámci humanitární zahraniční sbírky. Jedinou registrovanou veřejnou sbírkou Centra paraple je na pomoc lidem ochrnutým po poranění míchy.

Tabulka 16 Přehled aktivit / sbírek neziskových organizací Člověk v tísni, Charita Česká republika, Centrum Paraple na crowdfundingových platformách

Organizace	Člověk v tísni	Charita Česká republika	Centrum paraple
Právní forma	obecně prospěšná společnost	církevní právnická osoba	obecně prospěšná společnost
Sbírky na Donio / ukončené	2	Oblastní charity - 7	3
Celkem vybráno (Kč)	5 359 110	375 703	111 933
Aktivní sbírky	0	0	0
Sbírky na Darujsprávně / ukončené	nevedeno	Oblastní charita - 1	nevedeno
Celkem vybráno (Kč)	nevedeno	nevedeno	nevedeno
Aktivní sbírky	5	1	1
Sbírky na Darujme / ukončené	1	7	0
Celkem vybráno (Kč)	nevedeno	nevedeno	0
Aktivní sbírky	12	2	0
Sbírka na Znesnáze21 / ukončené	nevedeno	nevedeno	nevedeno
Celkem vybráno (Kč)	nevedeno	nevedeno	nevedeno
Aktivní sbírky	nevedeno	nevedeno	nevedeno

Zdroj: Vlastní zpracování podle výročních zpráv organizací a darovacích platform

Co se týče informací o aktuálně probíhajících sbírkách na crowdfundingových platformách je pro dohledání historie uživatelsky nejprívětivější platforma Donio. Nicméně na této platformě není možné dohledat sbírku založenou Charitou Česká republika, protože je církevní právnickou osobou a ty Donio ve svých podmínkách vylučuje. Je ale možné na Donio dohledat sbírky založené oblastními charitami. V tomto případě pravděpodobně ověření sbírek neprobíhalo důsledně. Na platformách Darujsprávně není možné dohledat ukončené sbírky nebo jejich vybranou částku. Na Darujme.cz je také nemožné u zapsaných sbírek dohledat finanční průběh sbírky. Nejvíce uživatelsky nepřátelskou platformou, která neumožňuje vyhledávání platforem podle názvu organizace. V tomto případě je všude uvedena poznámka neuvedeno. Není možné tyto informace dohledat a ověřit.

Všechny zvolené organizace, které se zabývají především humanitární, zdravotnickou a sociální pomocí, o sobě zveřejňují všechny minimální údaje pro to, aby mohly být považovány za transparentní. Všechny tři organizace potřebné informace uvádí informace o svých aktivitách a hospodaření prostřednictvím webových stránek nebo je pravidelně zasílají do Veřejného rejstříku a Sbírkový listin, který je zveřejňuje široké veřejnosti.

4.5 Dárcovství v ČR

I přestože se pojem crowdfunding v českém jazyce používá jako ustálený a nepřekládaný termín, jak je ale chápán a jestli mu populace rozumí je otázkou a zároveň dílčím cílem této diplomové práce. Jaké výhody a nevýhody jsou na crowdfundingových platformách vnímány, nebo jaké platformy jsou těmi známějšími? Pro posouzení on-line dárcovství a přístup k dárcovství českých občanů slouží data z dotazníkového šetření, která jsou popsána prostřednictvím jednotlivých otázek a k nim určeným odpovědím od respondentů v kapitolách níže.

4.5.1 Dotazníkové šetření

V rámci dotazníkového šetření odpovědělo celkem 178 respondentů, 4 odpovědi byly vyřazeny, jednalo se o respondenty, kteří uvedli, že nežijí v ČR. První otázky se týkaly demografických údajů.

Tabulka 17 Otázka č. 1: Jste

Otázka č. 1: Jste		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
žena	108	62,07
muž	66	37,93
jiné	0	0,00
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Jak již bylo zmíněno, do výsledného hodnocení bylo započítáno celkem 174 odpovědí od respondentů. Z dat uvedených výše je patrné, že mezi respondenty převažovaly ženy, a to v procentuálním zastoupení 62,07 %. Odpovědi mužů v rámci dotazníkového šetření jsou zastoupeny z necelých 38 %.

Tabulka 18 Otázka č. 2: Kolik Vám je let?

Otázka č. 2: Kolik Vám je let?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
26-40 let	73	41,95
16-25 let	37	21,26
41-50 let	34	19,54
51-60 let	17	9,77
více než 60 let	13	7,47
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Nejvíce věkově zastoupenou skupinou v odpovědích respondentů je skupina ve věku 26–40 let, druhou nejzastoupenější skupinou je ta ve věku 16–25 let. Respondentů v nadcházejícím nebo již důchodovém věku bylo celkem 13, což činí pouhých 7,5 % z celkového počtu dotazovaných.

Tabulka 19 Otázka č. 3: Žijete v ČR?

Otázka č. 3: Žijete v ČR?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ano	174	97,75
ne	4	2,25
Celkem	178	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Cílová skupina dotazníkového šetření byla omezena na obyvatele České republiky. Nicméně 4 respondenti uvedli v dotazníku, že nežijí v ČR. Původním celkovým počtem respondentů byl tedy 178. Pro další práci z daty byly tyto 4 odpovědi z výsledného vyhodnocení vyřazeny.

Tabulka 20 Otázka č. 4: Kde bydlíte?

Otázka č. 4: Kde bydlíte?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
na vesnici	75	42,13
ve městě	99	55,62
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Tato otázka by měla sloužit pro bližší porozumění toho, na jaké úrovni mají povědomí obyvatelé z měst a vesnice o crowdfundingu. Lidé ve městech mohou mít snazší přístup k internetu a moderním technologiím než obyvatelé venkovských oblastí. To může vést k tomu, že obyvatelé měst jsou lépe informováni o novinkách a trendech. Ve městech je také větší síť komunit, které mají možnost navázat kontakt s lidmi s podobnými zájmy, což může vést k zapojení do crowdfundingových aktivit. Obyvatelé venkova mohou mít také vyšší nedůvěru v neznámé neziskové organizace. Více než polovina dotazovaných respondentů, přesněji skoro 56 % žije ve městě, zbylých 42 % žije na vesnici.

Tabulka 21 Otázka č. 5: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Otázka č. 5: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
vysokoškolské vzdělání	95	54,60
středoškolské vzdělání ukončené maturitou	58	33,33
středoškolské vzdělání ukončené učňovskou zkouškou	14	8,05
vyšší odborné vzdělání	6	3,45
základní vzdělání	1	0,57
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Lidé s vyšším vzděláním mohou mít lepší porozumění, jak crowdfunding funguje a mohou se podle toho řídit při rozhodování, zda tímto způsobem přispějí. Osoby s vyšším vzděláním mohou mít také vyšší příjmy a vyšší stabilitu, tudíž si mohou dovolit podpořit neziskové organizace nebo crowdfundingové sbírky větší částkou.

Tabulka 22 Vzdělání vs. výše darované částky

Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	100–200 Kč	201–500 Kč	méně než 100	více než 500
vysokoškolské vzdělání	95	20	36	11	28
středoškolské vzdělání ukončené maturitou	58	16	20	3	19
středoškolské vzdělání ukončené učňovskou zkouškou	14	6	5	1	2
vyšší odborné vzdělání	6	2	3	0	1
základní vzdělání	1	0	1	0	0
Celkem	174	44	65	15	50

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

V tabulce výše je možné pozorovat, že více než 500 korun by bylo ochotno darovat 28 vysokoškolsky vzdělaných, středoškolsky vzdělaných s maturitou 19. Nejoblíbenější je však částka 201 až 500 korun, kterou by darovali nejčastěji vysokoškolsky vzdělaní, středoškoláci s maturitou a jeden jediný respondent se základním vzděláním. Výjimkou s nejčastěji zastoupenou darovanou částkou jsou respondenti s učňovským vzděláním, kteří by darovali pouze částku v rozmezí 100 až 200 korun-.

Tabulka 23 Otázka č. 6: Jaký je Váš socioekonomický status?

Otázka č. 6: Jaký je Váš socioekonomický status?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
důchodce/důchodkyně	10	5,75
nezaměstnaný/nezaměstnaná	4	2,30
student/studentka (bez brigády)	1	0,57
student/studentka (s brigádou)	28	16,09
zaměstnaný/zaměstnaná	131	75,29
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Osoby s vyšším socioekonomickým statusem mají obvykle vyšší příjmy, a tudíž více finančních prostředků k dispozici. Mohou být tedy ochotnější a schopnější poskytnout finanční podporu dobročinných projektů ve větší částce nebo pravidelném intervalu. Lidé s vyšším socioekonomickým statusem mohou být také motivováni společenskou odpovědností a může přinést i prestiž v rámci jejich sociálního okolí. Nejvíce zastoupenou skupinou jsou respondenti v zaměstnání, kterých je přibližně 75 %. Druhou nejzastoupenější socioekonomickou skupinou jsou studenti s brigádou (16 %). Třetí pořadí zaujali důchodci s necelými 6 %. Nejméně zastoupenými jsou nezaměstnaní nebo studenti bez brigády.

Tabulka 24 Otázka č. 7: Zaslých/a jste již pojem crowdfunding?

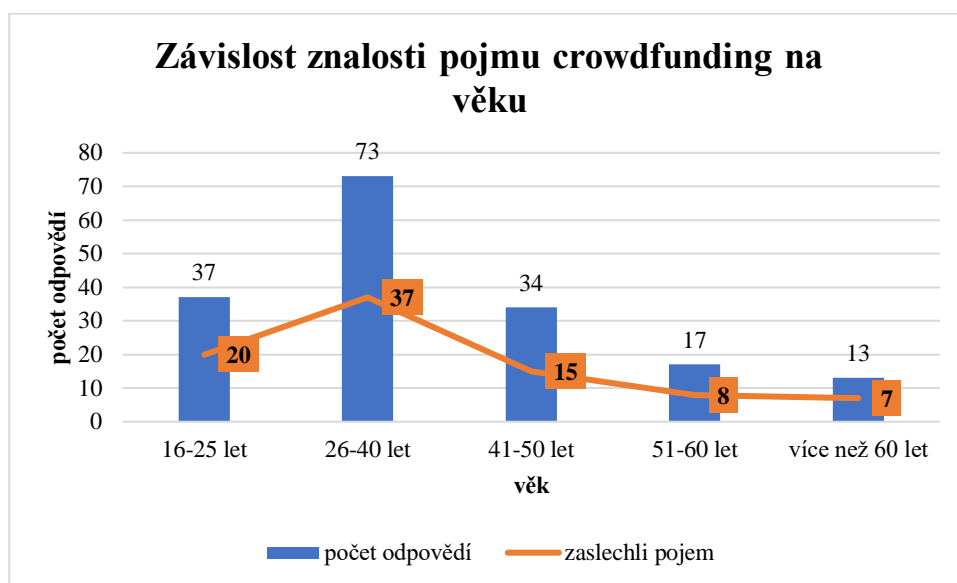
Otázka č. 7: Zaslých/a jste již pojem crowdfunding?		
Odpověď (volná odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ano	87	50,00
ne	87	50,00
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Další otázka zkoumala, kolik respondentů již slyšelo pojem crowdfunding. V tomto případě je počet respondentů, kteří tento pojem již slyšeli stejný s těmi, co jej neslyšeli. Procentuální zastoupení je totiž padesát na padesát.

V grafu níže je možné pozorovat závislost znalosti pojmu crowdfunding na věku respondentů. Je patrné, že největší znalost tohoto pojmu je ve věkové skupině 26 až 40 let. Poté je možné sledovat s narůstajícím věkem pokles znalosti. Mladší věkové skupiny mohou mít větší povědomí o vývoji crowdfundingových platforem díky bližšímu kontaktu s informačními technologiemi.

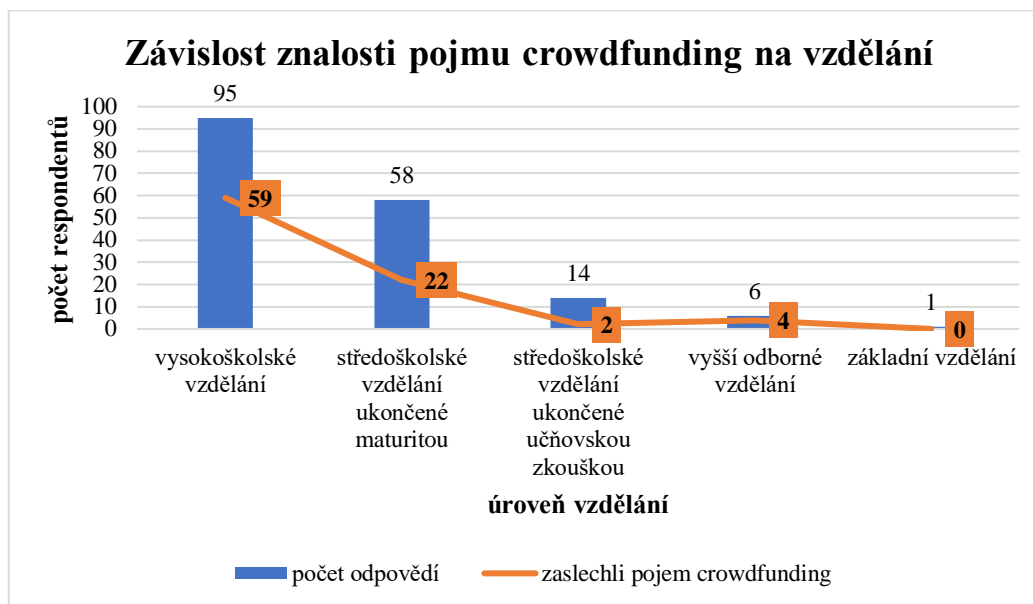
Graf 12 Znalost pojmu crowdfundingu na věku



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Bližším souvislostem ohledně závislosti znalosti pojmu crowdfunding na vzdělání se věnuje graf níže. Je z něj patrné, že více než polovina vysokoškolsky vzdělaných respondentů pojem zná, přesněji se jedná o 62 %. U středoškolsky vzdělaných s ukončeným vzděláním maturitní zkouškou je procentuální zastoupení o polovinu menší než u vysokoškoláků, nicméně se jedná o třetí nejvyšší zastoupení, a to o necelých 38 %. Největší procentuální zastoupení ale nese skupina respondentů s vyšším odborným vzděláním, z nichž slyšeli pojem crowdfunding 4 respondenti z 6, což činí necelých 67 %.

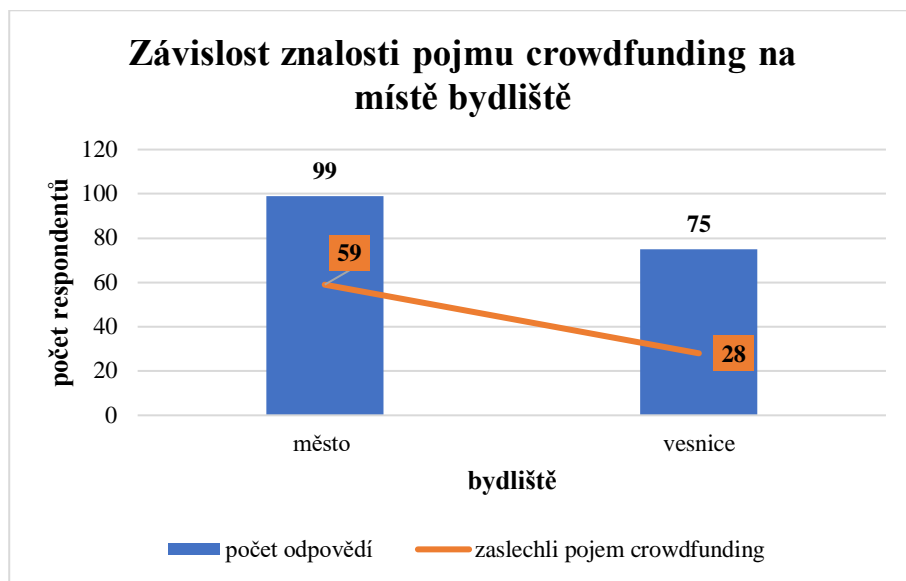
Graf 13 Závislost znalosti pojmu crowdfunding na vzdělání



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

V rámci analýzy lze posoudit také závislost znalosti pojmu crowdfunding na místě bydliště, jak jsou lidé na vesnici informováni ohledně novinek a trendů, včetně problematiky crowdfundingu? Podle grafu níže je možné pozorovat, že více než polovina městských obyvatel již o crowdfundingu odněkud slyšeli. Přesně se jedná o necelých 60 % respondentů, kteří uvedli, že bydlí ve městě a vědí, co pojem znamená. Z respondentů, kteří uvedli, že jsou obyvateli vesnice, zaregistrovalo pojem přibližně o 23 % méně oproti městským respondentům. Lze tedy pozorovat klesající tendenci povědomí o crowdfundingu vzhledem k místu bydliště.

Graf 14 Závislost znalosti pojmu crowdfunding na místě bydliště



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Respondenti, kteří uvedli, že už v životě zaslechli pojem crowdfunding, byli dotazováni, aby napsali definici crowdfundingu, co pro ně znamená. Vzhledem k tomu, že byla tato odpověď otevřená, pro snadnější interpretaci byly jednotlivé odpovědi respondentů posouzeny a zařazeny do jednotlivých předdefinovaných kategorií autorkou práce. Jednotlivé odpovědi, které respondenti vedli k této otázce, jsou dohledatelné v příloze této práce.

Tabulka 25 Otázka č. 8: Víte, co tento pojem (crowdfunding) znamená?

Otázka č. 8: Víte, co tento pojem (crowdfunding) znamená?		
Odpověď (rozřazeno do skupin / volná odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ano (bez uvedení definice)	5	5,75
ne	2	2,30
skupinové financování / spolufinancování / investování	40	45,98
získávání finančních prostředků / investorů	36	41,38
veřejná sbírka	4	4,60
Celkem	87	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Pět respondentů uvedlo, že ví, co pojem znamená, ale nenapsali bližší informace, aby mohla být jejich znalost posouzena. Z celkového počtu 87 respondentů, nevěděli pouze dva. Nejvíce častokrát byl crowdfunding definován jako skupinové financování, kdy tato definice

nejčastěji pocházela z překladu anglického pojmu do českého jazyka. Takto ho definovalo přibližně 46 % respondentů. Dále byl pojem definován také jako získávání finančních prostředků nebo investorů, díky jimž by se dal daný projekt uskutečnit. Celkem 4 respondenti crowdfunding připodobnili k veřejné sbírce, která je uskutečněna právě crowdfundingovými platformami.

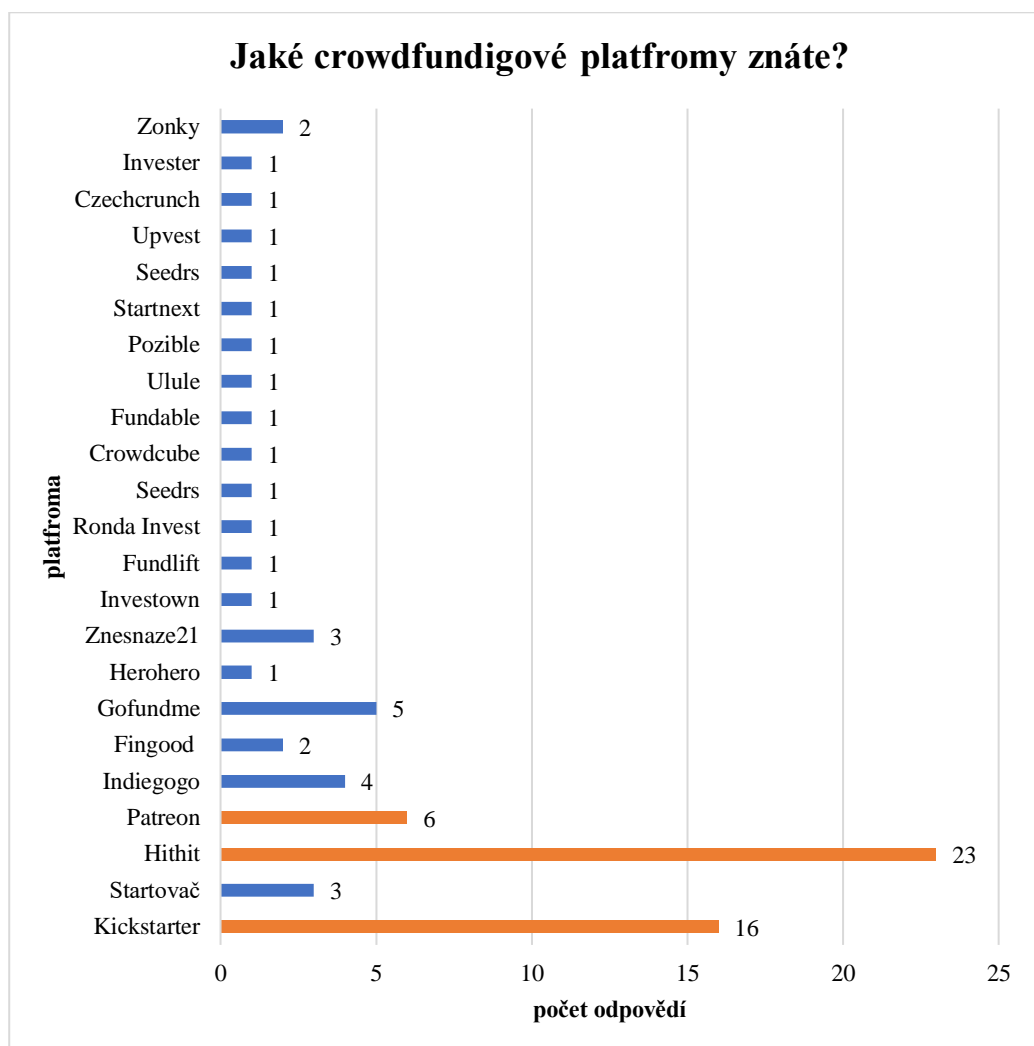
Tabulka 26 Otázka č. 9: Znáte nějaké crowdfundingové platformy?

Otázka č. 9: Znáte nějaké crowdfundingové platformy?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ano	53	60,92
ne	34	39,08
Celkem	87	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Aby bylo možné posoudit, jaká platforma je mezi respondenty nejznámější, byli nejdříve dotazováni, zda nějakou platformu znají. Ano uvedlo celkem 53 uchazečů, což je přibližně 61 %. Zbýlých 39 % respondentů uvedlo, že žádnou crowdfundingovou platformu nezná. Poté byla respondentům položena otázka, zda znají konkrétní crowdfundingovou platformu a dokážou ji tak vyjmenovat. Jeden respondent mohl vypsát více možností odpovědí. Počet celkových odpovědí (108) nesouhlasí s celkovým počtem respondentů (53).

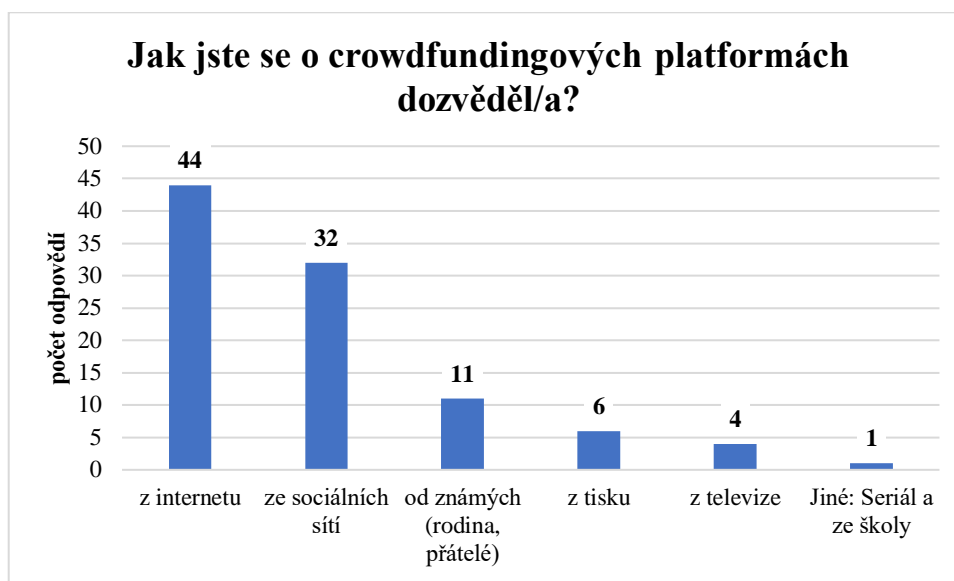
Graf 15 Otázka č. 10: Jaké crowdfundingové platformy znáte?



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Podle odpovědí zobrazených v grafu výše je patrné, že respondenti znají jak české crowdfundingové platformy, tak i zahraniční jako je Indiegogo, Kickstarter nebo Patreon. Méně známými a pouze jednou zmíněnými platformami jsou Pozible, Ulule anebo Herohero. Nejvíce zmíněnou platformou je hybridní platforma Donio, která kombinuje dva typy crowdfundingu – odměnového a příspěvkového. Platforma je známá pravděpodobně díky tomu, že umožňuje zakládat kampaně a sbírky fyzickým osobám, které své příběhy mohou šířit a propagovat prostřednictvím komunit na sociálních sítích. Druhou nejvíce jmenovanou a jednou z prvních platforem existujících v české republice, je Hithit. Poté respondenti nejčastěji vyjmenovávali Patreon, což je platforma, která umožňuje fanouškům platit tvůrcům za jejich příspěvky, jsou jimi často internetové celebrity.

Graf 16 Otázka č. 11: Jak jste se o crowdfundingových platformách dozvěděl/a?



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Dále byli respondenti dotazováni na to, odkud se doslechli o crowdfundingu. Tato otázka nebyla vázaná jen jednou odpovědí, respondenti mohli vybrat více odpovědí, však maximálně 4. Nejvíce z nich uvedlo, že se o crowdfundingu dozvěděli na internetu, druhou nejčastěji zmíněnou možností jsou sociální sítě. Jak již bylo zmíněno, sociální sítě mohou hrát klíčovou roli v šíření založených sbírek nebo kampaní díky tomu, že může být sdílen jak s přáteli, tak s různě tematicky zaměřenými komunitami. Dalším zdrojem pro respondenty byla jejich vlastní rodina a přátelé. Dvěma nejméně zastoupenými zdroji jsou tisk a televize. Jeden uchazeč uvedl vlastní zdroj, odkud se o crowdfundingových platformách dozvěděl – byla to škola a seriál.

Tabulka 27 Přispěl/a jste někdy na nějaký projekt/sbírku přes crowdfundingovou platformu?

Otázka č. 12: Přispěl/a jste někdy na nějaký projekt/sbírku přes crowdfundingovou platformu?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ANO	35	66,04
NE, ale uvažoval/a jsem o tom	16	30,19
NE, nemám důvěru	2	3,77
Celkem	53	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Skupina respondentů, která uvedla, že zná nějaké crowdfundingové platformy, byla dotázána, zda přes nějakou platformu již podpořili projekt nebo sbírku. Celkem 66 % z nich uvedlo, že ano. Dále 30 % respondentů vyplnilo, že nepodpořili sbírku nebo kampaň přes on-line platformu, ale uvažovali o tom. Pouze dva respondenti nepodpořili crowdfundingovou sbírku, protože v neměli důvěru v platformu.

Další otázka se zaměřuje na respondenty, kteří v otázce č. 12 uvedli, že již v minulosti podpořili svými financemi nějakou crowdfundingovou sbírku, byli totiž dotázáni na typ sbírky, kterou svým příspěvkem financovali. Tato otázka umožnila uvést více odpovědí, v případě, že respondent podpořil více typů sbírek/kampaní. Nejvíce byly podpořeny charitativní projekty, poté odměňové a pouze jedna odpověď patřila investičním projektům. Je tedy patrné, že respondenti nejvíce kombinovali podporu charitativních a komerčních projektů, což naznačují výsledky níže:

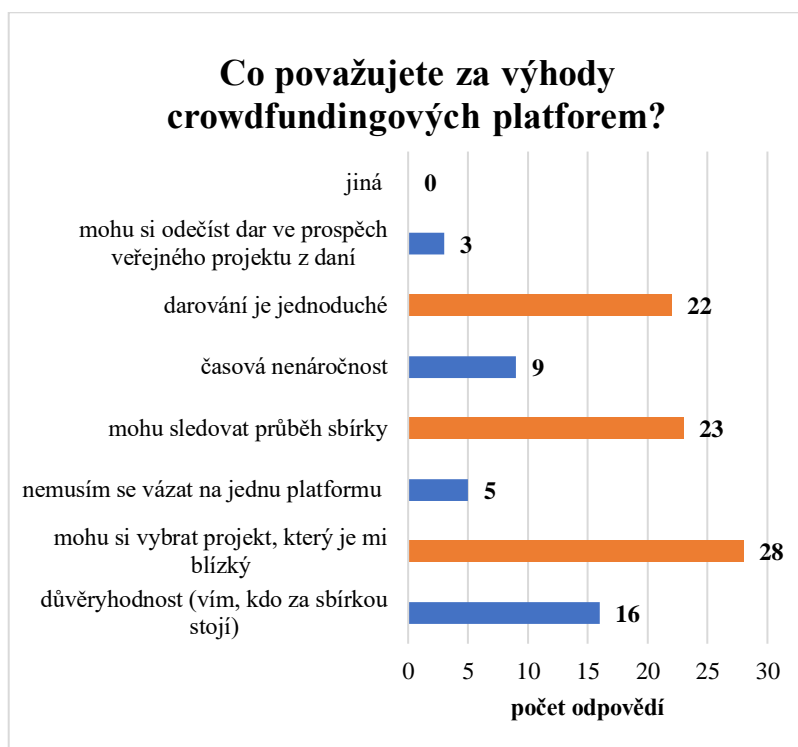
Tabulka 28 Otázka č. 13: Jaký crowdfundingový projekt/sbírku jste podpořil/a?

Otázka č. 13: Jaký crowdfundingový projekt/sbírku jste podpořil/a?		
Odpověď (vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4))	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
charitativní	29	65,91
odměňový (získám předplatné na financovaný produkt/projekt)	14	31,82
investiční (zisk v podobě úroků)	1	2,27
jiná	0	0,00
Celkem	44	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Následující otázka nabídla respondentům již předdefinované skupiny, které by mohli obecně považovat za výhody, které by pro ně mohla crowdfundingová platforma nabízet. Celkem jim bylo nabídnuto osm předdefinovaných výhod, u kterých byla možnost označit až čtyři relevantní pro daného respondenta.

Graf 17 Otázka č. 14: Co považujete za výhody crowdfundingových platform?



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Celkový počet odpovědí je 106. Jako největší výhoda byla označena možnost vybrat si projekt, který je respondentovi blízký a že může v něm sledovat průběh sbírky. Tyto dvě výhody zastupují skoro 50 % odpovědí, třetí největší výhodou on-line platformem jednoduchost samotného darování. Zajímavé je, že v rámci seřazení preferencí kritérií transparentnosti deseti náhodnými respondenty byla informace o tom, zda si mohou vygenerovat potvrzení pro odečet daru z daně, označena za tu nejdůležitější, nicméně na základě grafu výše lze pozorovat, že samotný odečet daru z daní nepovažují za největší výhodu. Důvěryhodnost je považována za výhodu, která je až na pomyslném čtvrtém místě. Jiné výhody respondenti neuvedli, proto je možnost odpovědi jiná prázdná. Je zjevné, že pro respondenty je důležité a zároveň to považují za velkou výhodu, vybrat si projekt, který je jim blízký.

Vedle výhod mohou respondenti a zároveň uživatelé crowdfundingových platform vnímat jisté nevýhody, na toto téma jsou zaměřené dvě následující otázky, v otázce č. 15 měli dotazovaní uvést, jestli nějaké nevýhody vnímají a v případě, že ano, tak měli uvést jaké. Jejich odpovědi zobrazují tabulky níže:

Tabulka 29 Otázka č. 15: Vnímáte na crowdfundingových platformách nějaké nevýhody?

Otázka č. 15: Vnímáte na crowdfundingových platformách nějaké nevýhody?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ne	23	65,71
ano	12	34,29
Celkem	35	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Celkem 12 respondentů uvedlo, že vnímají jisté nevýhody na crowdfundingových platformách. Pozitivní je, že více než 60 % procent dotazovaných žádné nevýhody nevnímá. Jaké jsou tedy nevýhody crowdfundingových platform? Odpovědi na tuto otázku mohou poskytnout užitečné informace o obavách a nedostatcích, které respondenti spojují s touto formou financování.

Tabulka 30 Otázka č. 16: Jaké nevýhody na crowdfundingových platformách vnímáte?

Otázka č. 16: Jaké nevýhody na crowdfundingových platformách vnímáte?	
Odpověď (volná odpověď)	
1.	Záleží na emotivnosti a propagaci příběhu, některé projekty/sbírky získají velkou pozornost, jiné téměř upadnou v zapomnění, byť nezaslouženě.
2.	Riziko.
3.	Relativně vysoké fee.
4.	Nevíte, zda se ten projekt opravdu uskuteční.
5.	Nemusí dojít k pozitivnímu výsledku, který se vztahuje k celkovému naplnění projektu.
6.	Nemusí být 100 %, že se projekt uskuteční. Člověk musí dávat pozor na co a kde přispívá.
7.	Nejistota výtědku, možnost zneužití, podvody.
8.	Nejistota dodržení všech slibů/doručení plného finančního obnosu tam, kam má.
9.	Nedůvěryhodnost některých sbírek.
10.	Možnost podvodu.
11.	Možnost oslovit široký okruh. Zjistit, jestli by o produkt byl zájem a nejsou zde úroky jako u půjčky.
12.	Je jich poslední dobou hodně.
Celkem	12

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Nejvíce zmíněných nevýhod crowdfundingových platform, potažmo projektů či kampaní, se týká nejistoty toho, zda opravdu daný příběh uspěje. V tomto případě by je doporučením pro potenciální dárci podpořit projekt přes platformu, která předá vybrané finance, i přestože nedojde k naplnění cílové částky (spíše charitativní platformy). V případě odměnových a půjčkových platform je právě úspěch kampaně a realizace jejího projektu nejvíce závislý na dosažení cílové finanční částky. Další respondent upozornil na rozdíl v marketingové propagaci kampaní. Některé projekty si podle něj zaslouží daleko větší pozornost veřejnosti, aby nebyly navždy zapomenuty. Tato úvaha také může souviset s dalšími zmíněnými nevýhodami, a to zejména s navyšujícím se počtem platform. Na internetu jsou dostupné nejen české ale i zahraniční, které mohou nabízet další a další dojemné příběhy, bohužel se nemusí dostat k těm správným skupinám dárců. Dále jsou také zmíněny nevýhody jako je nedůvěryhodnost projektů, zejména kvůli možnosti podvodu. Díky porovnání odměnových, půjčkových a příspěvkových platform, bylo zjištěno, že si mohou účtovat poplatek za zprostředkování služby, tuto nevýhodu vysokého „fee“ uvedl jeden respondent ve své odpovědi.

Na následující otázky byli přesměrováni ti respondenti, kteří odpověděli v otázkách č. 7, 9, 12 a 15 ne. Celkový počet odpovídajících v následujících otázkách dotazníkového šetření je 174. Otázky níže mají za úkol zjistit preference jednotlivých dárců nebo jejich ochotu darovat peníze jinými způsoby, než je crowdfundingová platforma.

Tabulka 31 Otázka č. 17: Na jaký typ crowdfundingového projektu byste raději přispěl/a?

Otázka č. 17: Na jaký typ crowdfundingového projektu byste raději přispěl/a?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
charitativní (nečekám, že se mi finance vrátí, přispívám na dobrou věc)	131	75,29
odměnový (získám předplatné na financovaný produkt)	29	16,67
investiční (zisk v podobě úroků)	14	8,05
Celkem	174	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Podle tabulky výše je zřejmé, že tři čtvrtiny respondentů by raději přispěli na charitativní účely, než aby získali jinou odměnu, než je dobrý pocit z dobrého skutku. Pouhých 8 % dotázaných by raději podpořilo investiční projekt, kde by je lákal zisk v podobě úroků. Odměnový projekt se umístil na druhé příčce, podpořilo by ho necelých 17 % odpovídajících.

Podpora crowdfundingové kampaně nemusí být jediný způsob, jak se mohou dárci podílet na příbězích ostatních. Důležité je, že nemusí být na podporu věnovány jen peníze, ale i čas dobrovolníků. Dalším originálním způsobem podpory spíše neziskových organizací jsou dárcovské SMS. Jakými způsoby již respondenti darovali své finance na dobrou věc? Tomuto tématu se věnuje otázka dotazníku přiložená níže:

Tabulka 32 Otázka č. 18: Daroval/a jste někdy finanční prostředky těmito způsoby?

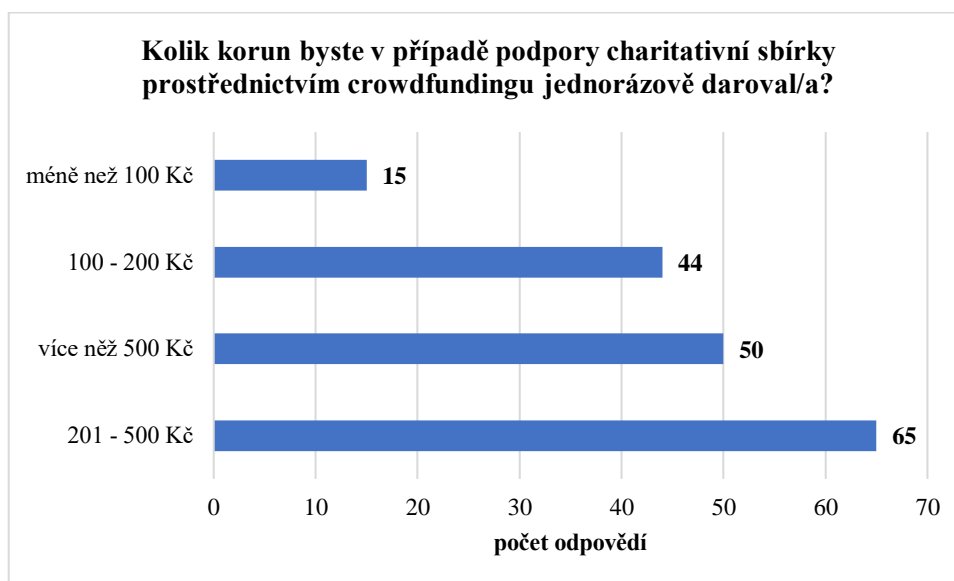
Otázka č. 18: Daroval/a jste někdy finanční prostředky těmito způsoby?		
Odpověď (vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4))	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
veřejná sbírka	128	34,04
nezisková organizace	90	23,94
DMS (dárcovská SMS)	83	22,07
dobrovolnictví (daroval/a jsem čas)	63	16,76
nikdy jsem nedaroval/a	12	3,19
jiná	0	0,00
Celkem	376	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Nejvíce respondentů uvedlo, že již věnovali své finanční prostředky do veřejné sbírky. V rámci této otázky bylo možné zvolit více než jednu odpověď ale maximálně čtyři. Přibližně 24 % odpovídajících podpořilo napřímo neziskovou organizaci. Přibližně stejné množství respondentů poslalo dobročinnou dárcovskou SMS. Pouhá 3 % uvedla, že nikdy nevyužili žádný zmíněný způsob, a tudíž nikdy nedarovali.

V mapě dárcovství za rok 2022, na které spolupracuje Fórum dárců z.s. s agenturou InsightLab (zajišťuje průzkum veřejného mínění), je uvedeno, že na veřejně prospěšné aktivity je nejčastěji přispíváno částkou mezi 201–500 Kč, což činí 23 %. Na to samé se tázala následující otázka dotazníkového šetření.

Graf 18 Otázka č. 19: Kolik korun byste v případě podpory charitativní sbírky prostřednictvím crowdfundingu jednorázově daroval/a?



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Respondenti měli v případě otázky č. 19 možnost zvolit pouze jednu odpověď. Z dotazníkového šetření vyplívá, že nejčastěji zvolenou možností je částka 201–500 Kč stejně jako uvádí mapa dárcovství pro rok 2022.¹⁵² V rámci dotazovaného vzorku se jedná o zastoupení 37 %. Druhou nejčastěji volenou částkou, kterou by byli respondenti ochotni přispět, je částka větší než 500 Kč. Tento vzorek činí necelých 29 procent. Částka 100–200 Kč je třetí nejčastěji preferovanou částkou. Nejméně by dárce podpořili projekt nejnižší definovanou částkou (do 100 Kč).

Faktory, které mohou přesvědčit a motivovat dárce, závisí na individuálních zkušenostech každého jednotlivce. Jimi může být například vazba na cíl projektu, kterou respondenti potvrdili jako jimi preferovanou výhodu crowdfundingových kampaní (přesněji uvedli, že je pro ně nejvíce preferovanou výhodou možnost výběru příběhu, který je jim blízký). Dalším faktorem, který by mohl ovlivnit rozhodování dárce, je předešlá pozitivní zkušenost, jež v dárce vyvolá pocit dostatečné transparentnosti, tak že si získá jeho důvěru v opakovanou

¹⁵² Mapa dárcovství 2022. [online].

podporu. Kolik respondentů by tedy pravidelně přispělo? Může být pravidelné darování ovlivněno ekonomickou situací dárce, přesněji socioekonomickým statutem? To zobrazí tabulka a graf níže.

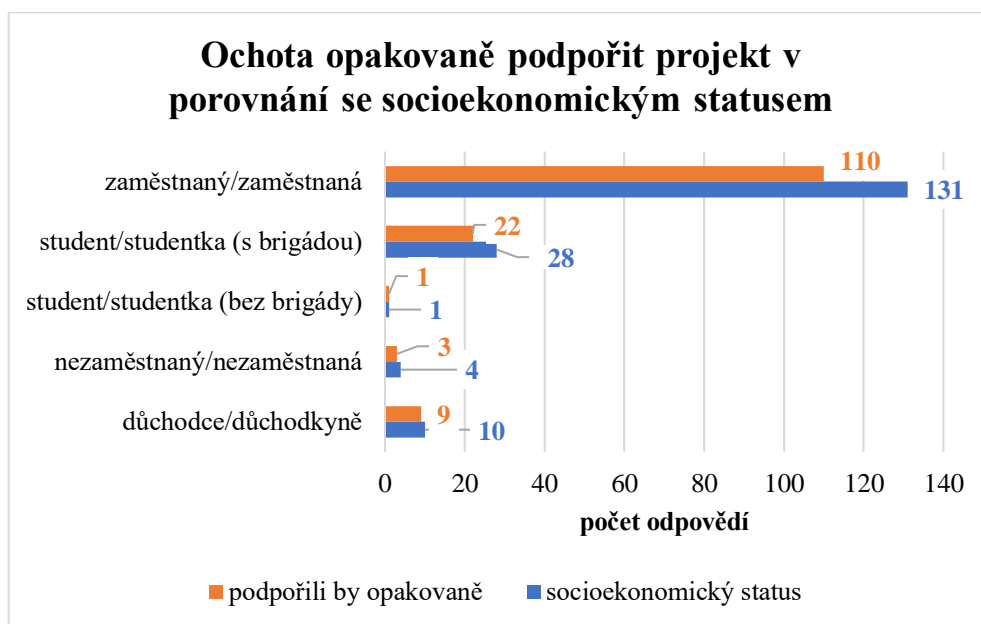
Tabulka 33 Otázka č. 20: Podpořil/a byste charitativní crowdfundingovou sbírku opakovaně?

Otázka č. 20: Podpořil/a byste charitativní crowdfundingovou sbírku opakovaně?		
Odpověď (vyberte jednu odpověď)	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
ano	145	83,33
ne	29	16,67
Celkem	174	100

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Na základě výsledků z tabulky výše, lze pozorovat velmi pozitivní trend, a to že více než 80 % dotazovaných by bylo ochotných podpořit crowdfundingovou sbírku opakovaně. Naopak v grafu níže lze sledovat jednotlivé socioekonomické skupiny a vedle nich to, kolik z nich je ochotných podpořit projekt opakovaně. Všechny skupiny se jeví velmi štědře, protože více než tři čtvrtiny z nich uvedlo, že by opakovaně crowdfundingovou sbírku. Nejmenší procentuální ztrátu mezi těmito porovnávanými odpověďmi byl zaznamenán u studenta nebo studentky bez brigády a u důchodců i nezaměstnaných, u kterých uvedl pouze jeden nebo jedna, že by opakovaně nepodpořil/a sbírku opakovaně. U zaměstnaných uvedlo celkem 11 respondentů, že by opakovaně svoje finance nedarovali, což je ale nevylučuje z toho, že by neposkytli jednorázovou pomoc. Nelze tedy pozorovat rostoucí trend mezi socioekonomickými skupinami a jejich ochotou znovu podpořit sbírku.

Graf 19 Ochota opakovaně podpořit projekt v porovnání se socioekonomickým statutem



Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Motivace dárců může být různá a každý se může zaměřit na jistou sbírku z individuálního důvodu. Je ale opravdu dobrý pocit z pomoci druhým tím, co dárci mimo jiné motivuje podpořit charitativní sbírku? Obzvláště, když si mohou odečíst darovanou částku z daní?

Tabulka 34 Otázka č. 21: Co by vás vedlo k tomu darovat peníze na charitativní crowdfundingovou sbírku?

Otázka č. 21: Co by vás vedlo k tomu darovat peníze na charitativní crowdfundingovou sbírku?		
Odpověď (vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4))	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
chci pomáhat druhým	111	29,29
ztotožňuji se s příběhem (toto téma je mi blízké)	100	26,39
abych z toho měl/a dobrý pocit	95	25,07
mohu si to dovolit	55	14,51
mohu si odečíst dar z daní (podpora veřejně prospěšné sbírky)	15	3,96
jiná: ze soucitu	1	0,26
jiná: chci pomáhat zvířatům v nouzi	1	0,26
jiná: protože je to tak správně	1	0,26
Celkem	379	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Pokud se podíváme na výsledky v tabulce výše, je patrné, že dárce nejvíce vede k podpoře charity chtíč pomáhat. Hned druhým nejčastěji zmíněným důvodem je již zmíněný pocit souznění s příběhem, dárce je osloven příběhem, a proto jej podpoří. Respondenti tento faktor nevnímají tedy jen jako výhodu, ale i jako motivaci pro to, aby darovali. Třetí nejčastěji uvedeným důvodem, dobrý pocit díky dobrému skutku. Dalším důvodem, který respondenti nejčastěji označili je, že pomáhají, protože si to mohou dovolit. Předposledním uvedeným důvodem, který by je motivoval pro zapojení se do sbírky nebo kampaně je právě možnost si odečíst dar z daně. Tento fakt je podle všeho vnímán jako výhoda, ale ne tak důležitá pro to, aby se podle něj dárce rozhodovali. Tři respondenti uvedli své vlastní důvody, jedním z nich je soucit, poté pomoc zvířatům v nouzi a poslední by se dal začlenit do skupiny společenské odpovědnosti – protože je to tak správné. V rámci této otázky mohli respondenti označit maximálně 4 odpovědi, protože jejich motivace může mít více aspektů, nicméně v průměru to vychází na 2 označené odpovědi na jednoho respondenta.

Poslední otázka dotazníkového šetření je zaměřena na preferovanou oblast pomoci. Z analýz, které zveřejnily platformy Donio a Darujme je patrné, že zdraví a humanitární pomoc, poté děti a rodina nebo zvířata jsou velmi oblíbené a preferované oblasti pomoci. Mapa dárcovství uvádí, že nejvíce podporovanou oblastí je vzdělávání a výzkum, nicméně tato data jsou vztažena k TOP 25 firemním a nefiremním nadacím či nadačním fondům.¹⁵³

¹⁵³ Mapa dárcovství 2022. [online]. <https://www.donorsforum.cz/mapa-darcovstvi-2022.html>

Tabulka 35 Otázka č. 22: Jaká tematika charitativní crowdfundingové sbírky by vás oslovila nejvíce?

Otázka č. 22: Jaká tematika charitativní crowdfundingové sbírky by vás oslovila nejvíce?		
Odpověď (vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4))	Celkový počet	Procentuální zastoupení v %
jiná	7	1,52
pomoc sociálně znevýhodněným	16	3,47
sport a volný čas	19	4,12
senioři	21	4,56
kultura, umění a památky	28	6,07
vzdělávání a výzkum	32	6,94
děti, mladí, rodina	65	14,10
životní prostředí, rozvoj regionů a ochrana zvířat	76	16,49
humanitární pomoc a lidská práva	86	18,66
pomoc nemocným a lidem s handicapem	111	24,08
Celkem	461	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování podle dat z dotazníkového šetření

Nejvíce odpovědí podpořilo pomoc nemocným a lidem s handicapem, poté humanitární pomoc a lidská práva a na třetí příčce je oblast životního prostředí, rozvoje regionů a ochrana zvířat. Nejméně odpovědí obdržela oblast na pomoc sociálně znevýhodněným a jiné. V rámci jiných respondenti uvedli pomoc na záchranu ohrožených zvířat nebo pomoc zvířatům v nouzi, či pomoc útulkům nebo na operace zvířat (dalo by se zařadit do skupiny životní prostředí). Respondenti nemysleli jen na pomoc zvířatům, ale také lidem, kteří se o ně starají. Další jinou odpovědí, kterou respondent uvedl, byla oblast nezávislé žurnalistiky nebo pomoc napadené zemi. Jeden respondent uvedl, že zvažoval podporu projektu trabantem kolem světa, ten je ale součástí odměňové charitativní platformy Startovač. Tato odpověď byla proto vyřazena z výsledné statistiky (tabulky).

6 Závěr

V rámci porovnání platform pro půjčkového crowdfundingu byly představeny tři české platformy, kterými jsou Fingood, Investown a Zonky. Nejstarší platformou ze zmíněných je platforma Zonky, která byla založena v roce 2014. Nicméně nejvyšší proinvestovanou částkou se chlubí platforma Investown, která se převážně zaměřuje na úvěrování nemovitostí. Pokud se investor rozhodne podpořit projekt a vložit do něj své finance, nejnižší částku může vložit také na Investown. Nejvyšší výnosové procento v případě investice není jednoznačné, nicméně Fingood nabízí až 12 % p.a. a Investown 10,03 % p.a.. Jediná platforma Zonky nepožaduje vklad zajistit majetkem a umožňuje předčasně ukončit investici. Všechny platformy odměnového crowdfundingu se týká stejná výše daně z výnosu, která činí 15 % a všechny platformy jsou sledované dozorem České národní banky (regulace půjčkového crowdfundingu Evropskou unií).

Z odměnového crowdfundingu byly porovnány platformy Donio, Hithit a Startovač. Hit hit je z porovnávaných platform tou nejstarší, byla zprovozněna již v roce 2012. Startovač neuvádí, jakou částku již proinvestoval, respektive vybral na podporu kampaní, nicméně Donio do roku 2023 vybralo částku 1,3 mld, ale vzhledem k tomu, že platforma poskytuje, jak možnost založit komerční odměnovou sbírku, tak i charitativní, neuvádí bohužel jaká část financí byla proinvestována na komerční účely a dobročinné. To samé platí pro počet kampaní nebo sbírek, které platforma eviduje do konce roku 2023. Nejvyšší provizi z úspěšné kampaně včetně započítaného DPH si účtuje platforma Hithit. Naproti tomu žádné poplatky si neúčtuje platforma Donio. Založení kampaně si neúčtuje žádná z porovnávaných platform. Zakladatelé projektů mohou uvítat možnost samo založení kampaně, kterou neumožňuje jediný Investown. Kromě Startovače umožňují všechny platformy odměnového crowdfundingu platby kartou nebo převodem, dokonce i platby přes digitální peněženky Google Pay a Apple Pay.

Pro porovnání a posouzení transparentnosti byly zvoleny celkem čtyři české dárcovské crowdfundingové platformy, kterými jsou: Donio, Darujme, Darujsprávně a Znesnáze21. Kritéria pro posouzení transparentnosti a porovnání byla až na menší odchylky totožná (v rámci posouzení transparentnosti nebyl brán v potaz počátek fungování). Všechny platformy kromě Donio uvádí svého zřizovatele jako neziskové organizace

(různého typu). U Donio jsou evidováni dva zřizovatelé najednou, je jím nadační fond ale také společnost s ručením omezeným. Platforma neuvádí, jak tyto dva subjekty zasahují do hospodaření platformy. Nekomplikovaná dohledatelnost zřizovatele platformem na jejich webových stránkách by měla být samozřejmostí, ale ve skutečnosti tomu tak není. U Donio se musí návštěvník webu proklikat až do kontaktů, ostatní uvádí informaci o zřizovateli v záhlaví nebo zápatí webu. Pro samotné návštěvníky a potenciální zakladatele sbírek je rozhodující informace, pro koho mohou sbírku pořádat. Na Donio může založit sbírku jakákoli fyzická nebo právnická osoba, kromě politických stran a církevních právnických osob (nejsou umožněny sbírky pro náboženské účely). Jediná platforma Darujsprávně požaduje pro založení sbírky na jejich platformě založit veřejnou sbírku. Všechny platformy uvádí, že provádí ověření zakládané sbírky. Překvapením u darovacích platformem bude asi poplatek z daru, který si účtují všechny platformy kromě Donio. Největší poplatek se strhává z darované částky na Znesnáze21. Tento poplatek podle uvedených informací slouží k pokrytí nákladů na bankovní transakce nebo technologickou správu portálu. Vygenerování potvrzení k odečtu daně a různé typy platebních metod nabízí všechny platformy.

V rámci porovnání a posouzení transparentnosti příspěvkových crowdfundingových platformem byly na základě kritérií transparentnosti neziskové organizace podle Bachmanna (2014), což jsou minimální údaje, jež by měla zveřejňovat nezisková organizace, která by chtěla být považována za transparentní, bylo provedeno základní ověření provozovatelů platformem Donio, Darujme, Darujsprávně a Znesnáze21. Bylo posouzeno, zda zřizovatelé zveřejňují své finanční výkazy na webových stránkách, pokud je mají, nebo jsou aktualizovány ve Veřejném rejstříku a Sbírci listin minimálně tři roky zpětně. Dalším sledovaným kritériem bylo, zda zřizovatelé vydávají výroční zprávy, kde uvádí svou činnost za daný rok. Finanční výkazy všech zřizovatelů jsou dohledatelné na Veřejném rejstříku a Sbírci listin, o webových stránkách se toto již tvrdit nedá. Nadační fond Donio a Donio s.r.o. nemají své webové stránky (pouze platforma), tudíž na nich neuvádí finanční výkazy ani výroční zprávu. V případě Fóra Dárců z.s., což je provozovatel platformy Darujsprávně, nelze říct, že nezveřejňují finanční výkazy a výroční zprávu na svých stránkách, nabízí odkaz na stránkách, který přesměruje na webové stránky Veřejného rejstříku a Sbírcy listin. Lze konstatovat, že všichni zřizovatelé platformem až na Donio s.r.o. a Nadační fond Donio, což jsou provozovatelé platformy

Donio všechny potřebné dokumenty jako finanční výkazy a výroční zprávy zveřejňuje jak na svých webových stránkách, tak ve veřejném rejstříku.

Výsledné vyhodnocení transparentnosti platform bylo podpořeno daty z polostrukturovaného dotazníku, kdy bylo 10 náhodných respondentů dotázáno, jaké informace si ověřují o platformě v případě, že se rozhodují podpořit sbírku na dané charitativní platformě. Respondenti se v odpovědích shodli, že transparentní platforma by měla zveřejňovat informace, například kolik peněz z přispěné částky jde přímo postiženým (kritérium poplatků z daru). Další odpovědi nasvědčovaly tomu, že někteří respondenti musí již platformu odněkud znát, aby byla považována za transparentní a podpořili přes ní sbírku. Poté byli respondenti požádáni o seřazení předefinovaných kritérií podle jejich preferencí. Výsledné preference byly zohledněny při finálním vyhodnocení.

Podle předefinovaných kritérií, která byla ovlivněna vahou sestavenou na základě preferencí 10 respondentů a bodovacího hodnocení podle autorky této práce, bylo vyhodnoceno pořadí platform, kdy za nejvíce transparentní je považována platforma Darujsprávně, na druhém místě se umístila platforma Donio, jejíž umístění nejvíce ovlivnila vysoká váha poplatku za dar, jež platforma uvádí jako nulový. O třetí místo se dělí, jak platforma Darujme, tak i Znesnáze21, protože obě dosáhly totožného bodového součtu. Platformu Znesnáze naopak v rámci výsledného vyhodnocení poškodil nejvyšší poplatek z daru ze všech posuzovaných platform.

Na základě statistik, které uvádí platforma Donio a Darujme na svých webových stránkách, je možné definovat nejoblíbenější oblasti podpory – jednoduše, na jaké typy projektů dárci nejčastěji přispívají, jsou jimi zdraví a humanitární pomoc, proto byly pro posouzení transparentnosti příjemců darů organizace, které podnikají činnost v těchto oblastech. Pro podrobnou analýzu transparentnosti neziskových organizací, tudíž i příjemců darů, byly vybrány organizace: Člověk v tísni o.p.s., Charita Česká republika a Centrum paraple o.p.s.. U všech tří posuzovaných organizací koresponduje poslání organizace s prováděnými aktivitami k jeho naplnění. Vzhledem k tomu, že je Charita Česká republika registrována jako církevní právnická osoba, které jsou evidované pod Ministerstvem kultury, nemá dostupné finanční výkazy na Veřejném rejstříku a Sbíre listin jako Člověk v tísni a Centrum paraple. Nicméně Charita Česká republika všechny výkazy včetně výroční zprávy

zveřejňuje na svých webových stránkách. Všechny informace ohledně hospodaření organizací, tudíž přijatých darech, příjmech z hlavní a doplňkové činnosti včetně uvedených přijatých dotací z veřejného sektoru či Evropské unie, všechny organizace zveřejňují. Jediné Centrum Paraple v roce 2022 nepřijalo žádné dotace od Evropské unie. Taktéž všechny organizace uvádí ve svých výkazech zisků a ztrát výnosy a náklady za daný rok. Podle definovaných kritérií, je také důležité, aby neziskové organizace uváděly informace o tom, zda jsou součástí asociací a jací jsou jejich partneři a dodavatelé. Podle všeho jediná Charita Česká republika nefiguruje v rámci asociace. Co se týče partnerství, tak všechny neziskové organizace mají partnery jak z komerční sféry, tak i veřejného sektoru, či mediálního, kteří jim pomáhají s jejich fungováním a případnou vzájemnou propagací. Nejvíce registrovaných veřejných sbírek eviduje Člověk v tísni, pouze jednu eviduje Centrum paraple. Všechny vypsané sbírky se účelem shodují s posláním organizací – což kontroluje krajský úřad při jejich registraci. Nejvíce peněžních prostředků na crowdfundingové platformě vybrala organizace Člověk v tísni, částka evidovaná k roku 2023 přesáhla 5 milionů korun. Charita Česká republika přes platformu Donio doposud žádnou sbírku nezaložila, zřejmě kvůli podmínkám, které ji jako církevní právnickou osobu vyřazují, nicméně celkem sedm oblastních charit na Donio sbírku založilo s celkovou vybranou částkou 375 tisíc korun. Nejvíce aktivních sbírek na platformě Darujsprávně eviduje Člověk v tísni, kterých je celkem 5. Nejvíce ukončených sbírek na Darujme patří Charitě Česká republika a prvenství na této platformě nese opět Člověk v tísni s celkem dvanácti sbírkami. U trvalých nebo také dlouhodobých sbírek na Darujsprávně není dohledatelná získaná částka. Znesnáze má jinak nastavený filtr ve vyhledávací sbírek, které je možné dohledat podle kraje nebo oblasti, nicméně pro provedení statistiky a přehlednost plyne doporučení nastavit vyhledávání podle názvu organizace.

V rámci dotazníkového šetření byly položeny otázky, které podpořily cíl této práce, a to zjistit úroveň znalosti českých občanů ohledně crowdfundingu a posoudit on-line dárcovství v České republice. Ze všech pozorovaných socioekonomických skupin bylo prokázáno, že nejvíce vysokoškolsky vzdělaných by bylo ochotných přispět více než 500 Kč na charitativní sbírku. Nicméně nejčastěji zvolenou částkou, kterou by byli respondenti ochotní přispět je v rozmezí 201–500 Kč. Znalost pojmu, respektive to, zda již respondenti někdy zaslechli pojem crowdfunding podle odpovědí je přesně v polovině – 50 % jej zaslechlo a 50 % nezaslechlo. O crowdfundingu zaslechlo více než 50 % vysokoškoláků,

přesněji to bylo 62 %, v ostatních úrovních vzdělání byla znalost nižší až o polovinu oproti vysokoškolsky vzdělaným, lze tedy pozorovat souvislost mezi úrovní vzdělání a znalostí crowdfundingu. Jak může ovlivnit povědomí o crowdfundingu věk nebo místo bydliště? Je patrné, že z věkových skupin 16–25 let, 26–40 let a více než 60 let tento pojem zaslechla alespoň polovina. V případě respondentů, kteří uvedli, žijí ve městě, je možné pozorovat velké procentuální zastoupení a to až 60 %. O 23 % méně obyvatel vesnice, než těch městských zaslechlo tento pojem. Respondenti, kteří uvedli, že pojem zaslechli byli rovněž dotázáni na definici tohoto pojmu, pouze dva lidé uvedli že nevědí, zbytek svou odpověď napsal. Celkem 53 respondentů uvedlo, že zná nějakou crowdfundingovou platformu, ti také uvedli, jaké znají, vyjmenovali jich celkem 107, z nichž se nejvíce opakovaly české platformy Donio a Hithit, ze zahraničních uvedli nejvíce Patreon. Nejčastěji se respondenti dozvěděli o crowdfundingových platformách na internetu a sociálních sítích. Celkem 66 % ze vzorku dotazovaných již někdy podpořili sbírku nebo kampaň přes crowdfundingovou platformu, dalších 30 % o tom uvažovalo a 4 % neměla důvěru. Nejvíce respondentů podpořilo přes charitativní nebo odměnovou crowdfundingovou platformu. Možnost výběru projektu nebo sbírky, která je dárcům blízká, je považována dotazovanými za největší výhodu, další je například možnost sledování průběhu sbírky a jednoduchost darování. Nevýhody na crowdfundingových platformách vnímá pouze 34 % ze vzorku respondentů. Nejčastěji zmíněnou nevýhodou je nejistota uskutečnění projektu, který je závislý na stanovené cílové částce, jež by měla být vybrána. Také bylo uvedeno, že je velký rozdíl v propagaci jednotlivých projektů a sbírek vzhledem k velkému množství platform, kvůli čemuž se může stát, že některé sbírky nebo projekty zůstanou bez povšimnutí. Celkem tři čtvrtiny všech dotazovaných respondentů potvrdilo, že by raději podpořili charitativní projekt. Dárci nemusí podpořit projekt jen prostřednictvím on-line platform, ale i jinými způsoby. Nejčastěji respondenti uvedli, že již darovali své finanční prostředky do veřejné sbírky nebo přímo neziskovým organizacím. Třetím nejčastěji voleným způsobem podpory je na základě odpovědi respondentů dárcovská SMS. Ochota opakovaně darovat a podpořit znovu sbírku na crowdfundingové platformě je vysoká (83 %). Motivace dárců může být různá, nicméně v pozorovaném vzorku je patrné, že je nejsilnější motivace je chtít pomáhat druhým a ztotožnění se s daným příběhem. Respondenty a zároveň potenciální dárci nejsou podle všeho tolik motivováni odečtem darů z daní. Nejvíce preferovanou oblastí, do jaké by respondenti zaslali svůj finanční dar, je na pomoc nemocným a lidem s handicapem a humanitární pomoc a lidská

práva. Další oblíbenou oblastí je podpora zvířat a životního prostředí. Je zjevné, že respondenti a případní dárci podporují charitativní iniciativy zejména díky přítomnému soucitu a empatii. Další významný faktor může být také odpovědnost vůči druhým či morální povinnost.

Crowdfundingová platforma může být důležitým nástrojem jak pro dáorce, tak pro neziskovou organizaci, která přijímá dary, z několika důvodů. poskytuje dárcům možnost zapojit se do podpory konkrétních projektů nebo iniciativ, které jim jsou blízké. Dárce může vybírat z různých projektů a rozhodnout se, který chce podpořit na základě svých zájmů, hodnot nebo životních zkušeností. Díky transparentnosti a přehlednosti crowdfundingových platforem mají dárci možnost sledovat, jak jsou jejich peníze využity. Platformy často poskytují detailní informace o cílech projektů, plánech využití finančních prostředků a průběhu realizace. To posiluje důvěru dárců v organizace a projekty, které podporují. Podpora prostřednictvím crowdfundingové platformy umožňuje dárcům pocit, že přispívají k pozitivní změně ve světě. Viditelné výsledky projektů a přímý dopad jejich podpory mohou posílit pocit uspokojení a naplnění z jejich příspěvku. Naopak Crowdfundingové platformy poskytují neziskovým organizacím možnost získat finanční prostředky od široké veřejnosti na podporu své činnosti nebo jejího rozvoje. Tato možnost může být důležitá pro menší organizace, které nemusí mít přístup k tradičním zdrojům financování. Úspěšné crowdfundingové kampaně mohou pomoci organizacím získat pozornost veřejnosti a zvýšit povědomí o své činnosti.

Celkově lze říct, že crowdfundingové platformy hrají klíčovou roli v podpoře charitativních iniciativ a organizací tím, že poskytují jednoduchý a efektivní způsob, jak propojit dáorce s projekty a organizacemi, které potřebují finanční podporu.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Knižní literatura

1. BASHIR, Ifran. BANZE, Ravina. *Crowdfunding: The Story of People*. Project Nile. 2020. ISBN 9789354266119.
2. BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 9788024516509.
3. BRIGGMAN, Salvador. *NonProfit Crowdfunding Explained: Online Fundraising Hacks*. CreateSpace Independent Publishing Platform: 2016. ISBN 9781537685465.
4. CUMMING, Douglas, HORNUF, Lars. *The Economics of Crowdfunding: Startups, Portals and Investor Behavior*. Springer International Publishing: 2018. ISBN 9783319661193.
5. CUMMING, J. Douglas, JOHAN, A, Sofia. *Crowdfunding: Fundamental Cases, Facts, and Insights*. Elsevier Science: 2019. ISBN 9780128146385.
6. FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005. ISBN 9788024709390.
7. HALTOFOVÁ, Barbora. *Crowdsourcing jako nástroj znalostního managementu. Manažment podnikania a vecí veřejných – dialogy 29*. Bratislava. 2015. ISSN 13370510.
8. HOWE, David. *A brief introduction to social work theory*. New York: Palgrave Macmillan, 2009. ISBN 9780230365230.
9. CHOVCANULIAK, Róbert. *Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět*. Praha: Grada, 2020. ISBN 9788027117550.
10. KRAFTOVÁ, Ivana. *Finanční analýza municipální firmy*. Praha: C. H. Beck, 2002. ISBN 9788071797784.

11. KRECHOVSKÁ, Michaela. HEJDUKOVÁ, Pavlína. HOMMEROVÁ, Dita. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 9788024730752.
12. LENART-GANSINIEC, Regina. CHEN, Jin. *Crowdfunding in the Public Sector Theory and Best Practices: Theory and Best Practices*. Polsko: Springer. 2021. ISBN-978-3-030-77841-5.
13. MEJIA, J. URREA, G. PEDRAZA-MARTINEZ, A. J. (2019). *Operational Transparency on Crowdfunding Platforms: Effect on Donations for Emergency Response*. *Production and Operations Management*, 28(7), 1773-1791. <https://doi.org/10.1111/poms.13014>.
14. NĚMEC, Libor. Jana ZAHRÁNKOVÁ. *Finanční crowdfunding*. Praha: Wolters Kluwer, 2019. Právní monografie. ISBN 9788075529800.
15. OTRUSINOVÁ, Milana a Dana KUBÍČKOVÁ. *Finanční hospodaření municipálních účetních jednotek: po novele zákona o účetnictví*. C.H. Beck, 2011. ISBN 9788074003424.
16. PELIKÁNOVÁ, Anna. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky, 3. aktualizované vydání*. Praha: Grada Publishing. 2018. ISBN 9788027121175.
17. REES-MOGG, Modwenna. *Crowd Funding: How to Raise Money and Make Money in the crowd*. Hodder&Stoughton, 2013. ISBN 9781780592039.
18. ROUZÉ, Vincent. *Cultural Crowdfunding: Platform Capitalism, Labour and Globalization*. University of Westminster Press. 2019. ISBN 9781912656394.
19. RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 2., aktualiz. vyd.* Praha: Grada, 2008. ISBN 9788024724812.

20. SHNEOR, Rotem et al. *Advances In Crowdfunding: Research and Practise*. Springer International Publishing. 2020. ISBN 9783030463090.
21. SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy. 3., aktualizované vydání*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 9788027104130.
22. ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací. 4. vyd.* Hradec Králové: GAUDEAMUS Univerzita Hradec Králové, 2009. ISBN 9788070410837.
23. TETŘEVOVÁ, Liběna a kol. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing. 2017. ISBN 9788027102853.
24. TORABI, Omid. MIRAKHOR, Abbas. *Cwordfunding with Enchanced Reputation Monitoring Mechanism (Fame)*. Rakousko: De Gruyter. 2020. ISBN 9783110580167.
25. VASSALLO, Walter. *Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation (Advances in Business Strategy and Competitive Advantage)*. Pensylvánie: IGI Global. 2016. ISBN 9781522505693.

7.2 Vědecké publikace

26. AGRAVAL, Ajay et al. Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*. 2015.
27. ATTUEL-MENDÉS, Laurence. Crowdfunding and Crowdfinance, an Evolution of Models for Entrepreneurship of the Poor. *Open Access Library Journal*. 2016.
28. BELLEFLAMME, Paul et al. Individual crowdfunding practises. *Venture Capital*. 2013.
29. BENKLER, Y. The Unselfish Gene. *Harvard Business Review*. 2011.
30. CARROLL B, Archie. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*. 1979.
31. KLEEMAN, Frank. GÜNTER, G. Un(der)paid Innovations: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. *STI Studies*. 2008.
32. R. POPE, Adam. Sustainable Crowdfundig: Research-Based Analysis for Communication Campaigns. *Taylor&Francis*. 2023.

7.3 Internetové zdroje

33. *A Short History of Grameen Bank* [online]. [cit. 2023-19-07].
Dostupné z: https://de.scribd.com/doc/74392667/A-Short-History-of-Grameen-Bank?utm_medium=cpc&utm_source=google_search&utm_campaign=3Q_Google_DSA_NB_RoW&utm_term=&utm_device=c&gclid=CjwKCAjw5remBhBiEiwAxL2M91ifHzag0fIudzpeRPrITo3xzgMygd1wkHs2m_9u84nRnpX9DQY74BoCCvkQAvD_BwE#
34. ALIAPULIOS, Janis. *Zonky bude nově provozovat Home Credit. Novým šéfem půjčkové platformy se stane Novák*. *Hospodářské noviny*[online]. [cit. 2024-18-01].
Dostupné z: <<https://byznys.hn.cz/c1-65692980-home-credit-bere-pod-sva-kridla-pujckovou-platformu-zonky-obmeni-se-i-sef-projektu-tvaruzkovou-nahradi-novak>>
35. BEDNORZ, Jan. *Crowdfunding Industry Market [Survey of 70 Platforms]* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z: <<https://p2pmarketdata.com/articles/crowdfunding-statistics-worldwide/>>
36. *Běžná likvidita (CR – Current Ratio)* [online]. [cit. 2023-12-08]. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/bezna-likvidita>>
37. BREJLOVÁ, Iva. *Za minutu dvanáct. Fingood získal posvěcení pro fungování od ČNB, s ním hned mluví o expanzi*. [online]. [cit. 2024-17-01]. Dostupné z: <<https://cc.cz/za-minutu-dvanact-fingood-ziskal-posveceni-pro-fungovani-od-cnb-s-nim-hned-mluvi-o-expanzi/>>
38. *Bulánci se vrací*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.startovac.cz/projekty/bulanci>>
39. BUSTA, David. *Srovnali jsme nejoblíbenější úvěrové investiční platformy. Využívají je desítky tisíc lidí*. *Hospodářské noviny, 2023*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <

<https://benative.hn.cz/c1-67207680-srovnali-jsme-nejoblibenejsi-uverove-investicni-platformy-vyuzivaji-je-desitky-tisic-lidi>>

40. CARTER, Cait. *How to Use SMS for Nonprofits* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z: <<https://www.constantcontact.com/blog/sms-for-nonprofits/>>
41. *Centrum paraple*. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://www.paraple.cz/paraple/>>
42. *Charitativní crowdfunding podle pravidel*. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://www.znesnaze21.cz/o-nas>>
43. CLARKSON, N . *A brief history of crowdfunding*. [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z:<<https://www.startups.com/library/expert-advice/history-of-crowdfunding>>
44. *Co je GoodyDo?* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z: <<https://goodydo.cz/cs/#jak-to-funguje>>
45. *Co je to nadace?* [online]. [cit. 2023-06-08]. Dostupné z: <<https://www.profineziskovky.cz/cs/nadace-a-nadacni-fondy/co-je-to-nadace/a-3791/>>
46. *Co je to nadační fond?* [online]. [cit. 2023-06-08]. Dostupné z: <<https://www.profineziskovky.cz/cs/nadace-a-nadacni-fondy/co-je-to-nadacni-fond/a-3792/>>
47. *Crowdfunding explained* [online].]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <https://single-market-economy.ec.europa.eu/access-finance/guide-crowdfunding/what-crowdfunding/crowdfunding-explained_en>

48. *Crowdfunding Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Equity-based, Debt-based) By Application (Food & Beverage, Technology, Media, Healthcare, Real Estate), By Region, And Segment Forecasts, 2022 – 2030*. [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z:< <https://www.researchandmarkets.com/reports/5702219/crowdfunding-market-size-share-and-trends>>
49. *Časté otázky* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z:
< <https://www.znesnaze21.cz/caste-dotazy>>
50. ČESKO. § 1 odst. 1 zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách) - znění od 28. 6. 2022. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010–2023 [cit. 6. 8. 2023]. Dostupné z:
<<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-117#p1-1>>
51. *Člověk v tísní*. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Clov%C4%9Bk_v_t%C3%ADsni>
52. *Dali jste šanci na uzdravení pro Letušku Lenku*. . [online]. [cit. 2024-22-01]. Dostupné z:
z: <<https://www.donio.cz/sance-na-uzdraveni-pro-letusku-lenku>>
53. *Dárcovství v Česku*. [online]. [cit. 2024-15-03]. Dostupné z:
<<https://www.donorsforum.cz/o-dacovstvi/darcovstvi-v-cesku.html>>
54. *Dárcovství: základní pojmy* [online]. [cit. 2023-09-08]. Dostupné z:
< <https://sancedetem.cz/darcovstvi-zakladni-pojmy>>
55. *Darujte pravidelně*. [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné z:
<https://www.donio.cz/pravidelne-darovani?promo_source=menu>
56. ELAD, Barry. *Crowdfunding Statistics – By Country, Success, Rate, Region, Funding Amount, Industry*. [online]. [cit. 2024-15-01]. Dostupné z:
<<https://www.enterpriseappstoday.com/stats/crowdfunding-statistics.html>>

57. *FAQ pro organizace*. [online]. [cit. 2024-21-02]. Dostupné z: <<https://www.darujme.cz/o-darujme/faq-pro-organizace/>>
58. *FAQ*. [online]. [cit. 2024-21-02]. Dostupné z: <<https://www.darujspravne.cz/faq>>
59. *Find and compare crowdfunding platforms* [online]. [cit. 2023-09-07]. Dostupné z: <<https://thecrowdspace.com/platforms/>>
60. *Fondomat, aneb jak získat peníze na svůj projekt* [online]. [cit. 2023-19-07]. Dostupné z: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1207321-fondomat-aneb-jak-ziskat-penize-na-svuj-projekt>>
61. *For reporters* [online]. [cit. 2023-11-08]. Dostupné z: <<https://gofraudme.com/mediacheatsheet/>>
62. HLADKÁ, Marie. *Veřejné sbírky: Jak je organizovat, čeho se vyvarovat a jak se bránit podvodníkům, aneb Desatero pro organizátory, občany i strážce zákonů*. [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <<https://www.mvcr.cz/soubor/manual-sbirky-pdf.aspx>>
63. *Charitativní crowdfunding* [online]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <<https://www.donorsforum.cz/o-dacovstvi/charitativni-crowdfunding.html>>
64. *Chceme Zonky ještě více posilovat. V investicích proto budeme dál sázet už jen na Zonky Rentiera*. [online]. [cit. 2024-18-01]. Dostupné z: <<https://forum.zonky.cz/t/chceme-zonky-jeste-vice-posilovat-v-investicich-proto-budeme-dal-sazet-uz-jen-na-zonky-rentiera/1071>>
65. *Investown od ČNB jako první v ČR získal licenci na crowdfundingové investování*. [online]. [cit. 2024-18-01]. Dostupné z: <<https://www.investown.cz/post/investown-od-cnb-jako-prvni-v-cr-ziskal-licenci-na-crowdfundingove-investovani>>

66. *Jak to funguje*. [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <<https://www.darujspravne.cz/jak-to-funguje>>
67. *Jak to funguje?* [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.startovac.cz/jak-to-funguje?ref=NAV>>
68. *Jaký byl rok 2023 na platformě Donio*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/rok-2023>>
69. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2024-15-02]. Dostupné z: <<https://www.donorsforum.cz/foru-darcu/kdo-jsme.html>>
70. *Kontakt*. [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/kontakt>>
71. KOPECKÝ, Josef. *Plicní ventilátory vyvinuté na Chrudimsku nejspíš skončí ve skladu. Skončila výjimka pro jejich použití*. [online]. [cit. 2023-11-08]. Dostupné z: <<https://pardubice.rozhlas.cz/plicni-ventilatory-vyvinute-na-chrudimsku-nejspis-skonci-ve-skladu-skoncila-jim-8442348>>
72. *Mapa dárcovství 2022*. [online]. [cit. 2024-15-02]. Dostupné z: <<https://www.donorsforum.cz/mapa-darcovstvi-2022.html>>
73. *Martínek může díky vám podstoupit léčbu v zahraničí*. . [online]. [cit. 2024-22-01]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/zivot-pro-martinka>>
74. *Nejúspěšnější české projekt*. [online]. [cit. 2024-20-01]. Dostupné z: <<https://www.startovac.cz/sin-slavy?ref=DISCOVER>>
75. *Několik aktuálních postřehů ohledně nařízení o crowdfundingu* [online]. [cit. 2023-19-07]. Dostupné z: <<https://www.epravo.cz/top/clanky/nekolik-aktualnich-postrehu-ohledne-narizeni-o-crowdfundingu-114418.html>>

76. NĚMCOVÁ, Veronika. *Lidé půjčují lidem už neplatí, Zonky končí s manuálním investováním*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.mesec.cz/clanky/lide-pujcuji-lidem-uz-neplati-zonky-konci-s-manualnim-investovanim/>>
77. *Neskákej jim na špek*. [online]. [cit. 2024-15-02]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/neskakej-jim-na-spek>>
78. *Neskákej jim na špek*. [online]. [cit. 2024-20-01]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/neskakej-jim-na-spek>>
79. *Nezištným projektům neúčtujeme provizi*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.startovac.cz/novinky/detail/DLE0er4aP>>
80. *Nová regulace pro crowdfunding* [online] [cit. 2023-19-07]. Dostupné z: <<https://pravniradce.ekonom.cz/c1-67030040-nova-regulace-pro-crowdfunding>>
81. *O Darujme.cz*. [online] [cit. 2023-19-07]. Dostupné z: <<https://www.darujme.cz/o-darujme/>>
82. *O nás*. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://www.charita.cz/kdo-jsme/o-nas/>>
83. *O nás*. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://www.darujspravne.cz/o-nas>>
84. *O nás*. [online]. [cit. 2024-17-01]. Dostupné z: <<https://www.fingood.cz/o-nas>>
85. *O značce*. [online]. [cit. 2024-15-01]. Dostupné z: <<https://www.znackaspolehlivosti.cz/>>

86. *Ověřené sbírky*. [online]. [cit. 2024-15-01]. Dostupné z:
<https://www.znesnaze21.cz/sbirky?f0200%5Bf0200-source_fundings_fundings_categories%5D%5B%5D=1&f0200%5Bf0200-source_fundings_ordering%5D%5B%5D=best_ones&form-action=f0200>
87. *Od filantropie k udržitelným strategiím: Kam se posunula udržitelnost za poslední dekádu*. [online]. [cit. 2023-11-08]. Dostupné z:
<<https://www.businessinfo.cz/clanky/od-filantropie-k-udrzitelnym-strategiim-kam-se-posunula-udrzitelnost-za-posledni-dekadu/>>
88. *Od románu SEVERKA k pohádce TOTA LÍTÁ*. [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z:
<<https://www.donio.cz/od-romanu-severka-az-k-pohadce-tota-lita>>
89. *Otázky a odpovědi* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z:
< <https://www.shoptet.cz/faq/>>
90. *Ověřené veřejné sbírky* [online]. [cit. 2023-23-07]. Dostupné z:
<<https://www.donorsforum.cz/o-dacovstvi/overene-verejne-sbirky.html>>
91. PIROCHTOVÁ, Jana. *Právní formy organizace neziskového sektoru – Církevní právnické osoby*. 2023. [online]. [cit. 2024-15-03]. Dostupné z:
<<https://money.cz/novinky-a-tipy/dane/pravni-formy-organizace-neziskoveho-sektoru-cirkevni-pravnicke-osoby/>>
92. *Podmínky pro používání služby Donio*. [online]. [cit. 2024-19-02]. Dostupné z:
<<https://www.donio.cz/podminky>>
93. *Poměrové ukazatele vyjadřují informace o výkonnosti podniku* [online]. [cit. 2023-12-08]. Dostupné z: < <https://www.finanalysis.cz/pouzite-pomerove-ukazatele.html>>
94. *Pomohli jste mamince Izabelky s bojem proti nádoru na mozku*. [online]. [cit. 2024-15-02]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/mamince-izabelky>>

95. *Position Paper: Crowdfunding* [online]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <<https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2015/11/2014-smmsg-010.pdf>>
96. *Potvrzení o daru informace* [online]. [cit. 2023-09-08]. Dostupné z: <<https://www.darcovskasms.cz/potvrzeni.html>>
97. *Přehled vstupních kritérií pro zájemce o značku Prověřená veřejně prospěšná organizace* [online]. [cit. 2024-15-01]. Dostupné z: <<https://www.znackaspolehlivosti.cz/wp-content/uploads/2023/06/Vstupni-kriteria.pdf>>
98. *Přes 15 000 investorů pomohlo lidem ušetřit. 2019.* [online]. [cit. 2024-19-01]. Dostupné z: <<https://www.zonky.cz/novinky/pres-15-000-investoru-pomohlo-lidem-usetrit/>>
99. *Regulace crowdfundingu odstartovala. Licenci získaly jen tři české platformy, další zůstaly v šedé zóně.* [online]. [cit. 2024-17-01]. Dostupné z: <<https://www.kurzy.cz/zpravy/749246-regulace-crowdfundingu-odstartovala-licenci-ziskaly-jen-tri-ceske-platformy-dalsi-zustaly-v-sede/>>
100. *Regulation on European Crowdfunding Service Providers (ECSP): Latest information on ECSP-licensed Crowdfunding Platforms* [online]. [cit. 2023-19-07]. Dostupné z: <<https://www.crowdfundinghub.eu/ecsp/>>
101. *Reward-based crowdfunding* [online]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <https://single-market-economy.ec.europa.eu/access-finance/guide-crowdfunding/different-types-crowdfunding/rewards-based-crowdfunding_en>
102. *Roční statistiky 2023.* [online]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <<https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/web.darujme.cz/prod/uploads/2016/10/Statistiky-Report-2023-1-2.pdf>>

103. Sbírký. online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z:
<<https://www.darujspravne.cz/sbirky>>
104. SEDLÁČEK, Vojtěch. *Vynalézaví a dobročinní Češi. Na plicní ventilátory do nemocnic se za jediný den vybralo přes 15 milionů korun.* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z: <<https://cc.cz/vynalezavi-a-dobrocinni-cesi-na-plicni-ventilatory-do-nemocnic-se-za-jediny-den-vybralo-pres-15-milionu-korun/>>
105. *Seznam veřejných sbírek.* [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z:
<<https://aplikace.mvcr.cz/seznam-verejnych-sbirek/Default.aspx>>
106. *Srovnání českých crowdfundingových platforem.* [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://www.donio.cz/srovnani-platforem#platformy-pro-komerční-projekty>>
107. *Srovnání darovacích portálů.* [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné z:
<<https://www.dtest.cz/clanek-8455/srovnani-darovacich-portalu>>
108. *Statistiky Investownu.* [online]. [cit. 2024-18-01]. Dostupné z:
<<https://www.investown.cz/statistiky>>
109. *The Crowdfunding Escalator: Pick the Right Crowdfunding Platform* [online]. [cit. 2023-09-07]. Dostupné z:
< <https://crowdfundsuite.com/crowdfunding-escalator-pick-right-crowdfunding-platform>>
110. *Tipy pro úspěšnou sbírku* [online]. [cit. 2023-10-08]. Dostupné z:
< <https://www.znesnaze21.cz/tipy-pro-uspesnou-sbirku>>
111. *Transparency in Crowdfunding Increases Donations, Study Find.* [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://philanthropynewsdigest.org/news/transparency-in-crowdfunding-increases-donations-study-finds>>

112. *Transparentnost a veřejná prospěšnost českých neziskových organizací* [online]. [cit. 2023-11-08]. Dostupné z: < <https://www.vlada.cz/>>
113. *Účetní závěrka [2022], výroční zpráva [2022], zpráva auditora*. Fórum Dárců. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=77448709&subjektId=744965&spis=330198>>
114. *Účetní závěrka [2022], výroční zpráva [2022]*. Centrum Paraple o.p.s. [online]. [cit. 2024-21-01]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=78219774&subjektId=692968&spis=384480>>
115. *Ukazatele aktivity: z čeho je vyčíst a proč je dobré je sledovat* [online]. [cit. 2023-12-08]. Dostupné z: < <https://cashbot.cz/blog/ukazatele-aktivity-kde-je-vycist/>>
116. VLČKOVÁ, Z. *Crowdfunding – financování pomocí veřejné sbírky*. [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: < <https://plus.rozhlas.cz/crowdfunding-financovani-pomoci-verejne-sbirky-7689528>>
117. *Výroční zpráva Fóra dárců*. [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: < <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sldetail?dokument=77448709&subjektId=744965&spis=330198>>
118. *Výroční zpráva Nadační fond pomoci 2022*. [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: < <https://www.znesnaze21.cz/files/vyrocní-zprava-2022-nadacni-fond-pomoci-final-mensi-verze.pdf>>
119. *Výroční zprávy. Charita Česká republika*. . [online]. [cit. 2024-14-03]. Dostupné z: <<https://www.charita.cz/media/vyrocní-zpravy/>>
120. *Základní informace* [online]. [cit. 2023-09-08]. Dostupné z: <<https://www.darcovskasms.cz/darcovska-sms/zakladni-informace.html>>

121. *Zdraví portfolia Fingood*. [online]. [online]. [cit. 2024-15-01]. Dostupné z: <<https://www.fingood.cz/zdravi-portfolia-fingood>>

122. Zonky. [online]. [cit. 2024-18-01]. Dostupné z: <<https://www.zonky.cz/>>

7.4 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

7.4.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 Rozdělení respondentů podle demografických údajů.....	17
Obrázek 2. Tok finančních prostředků v crowdfundingu.....	20
Obrázek 3. Dělení crowdfundingu	20
Obrázek 4 Crowdfundingový eskalátor.....	25
Obrázek 5. Velikost trhů crowdfundingu ve světě pro rok 2020.....	26
Obrázek 6 Počet investičních crowdfundingových platforem ve světě	48
Obrázek 7 Crowdfundingová sbírka na plicní ventilátory Donio.....	50
Obrázek 8 Značka spolehlivosti neziskové organizace	56
Obrázek 9 Statistiky za rok 2023 Darujme.cz	72
Obrázek 10 Porovnání uvedených informací o provozovateli platforem Darujsprávně a Donio v záhlaví webu.....	75

7.4.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 Porovnávací kritéria platforem půjčkového a odměnového crowdfundingu	14
Tabulka 2 Kritéria pro porovnání a posouzení transparentnosti platforem příspěvkového crowdfundingu	15
Tabulka 3 Kritéria pro základní ověření transparentnosti zřizovatelů příspěvkových platforem.....	15
Tabulka 4 Crowdfundingové platformy v ČR a zahraničí podle jejich typu.....	24
Tabulka 11 Plusy a mínusy modelů crowdfundingu.....	52
Tabulka 12 Výhody a nevýhody crowdfundingu.....	53
Tabulka 13 Minimální údaje, které by nezisková organizace měla zveřejnit.....	55
Tabulka 14 Porovnání základních ukazatelů platforem Fingood, Zonky, Investown v roce 2023.....	62
Tabulka 15 Srovnání odměnových crowdfundingových platforem: Donio, HitHit, Startovač	66
Tabulka 20 Srovnání příspěvkových crowdfundingových platforem: Donio, Darujsprávně, Znesnáze21, Darujme.....	74

Tabulka 21 Porovnání zveřejňovaných údajů jednotlivých zřizovatelů příspěvkových crowdfundingových platforem.....	76
Tabulka 23 Vyhodnocení transparentnosti příspěvkových platforem – bodovací metoda s váhou	83
Tabulka 24 Výsledné hodnocení transparentnosti příspěvkových platforem	85
Tabulka 25 Hodnoticí tabulka transparentnosti neziskových organizací – Člověk v tísni, Charita Česká republika, Centrum paraple.....	87
Tabulka 26 Přehled aktivit / sbírek neziskových organizací Člověk v tísni, Charita Česká republika, Centrum Paraple na crowdfundingových platformách	90
Tabulka 27 Otázka č. 1: Jste	92
Tabulka 28 Otázka č. 2: Kolik Vám je let?	92
Tabulka 29 Otázka č. 3: Žijete v ČR?	93
Tabulka 30 Otázka č. 4: Kde bydlíte?.....	93
Tabulka 31 Otázka č. 5: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	94
Tabulka 32 Vzdělání vs. výše darované částky	94
Tabulka 33 Otázka č. 6: Jaký je Váš socioekonomický status?	95
Tabulka 34 Otázka č. 7: Zaslchl/a jste již pojem crowdfunding?	95
Tabulka 38 Otázka č. 8: Víte, co tento pojem (crowdfunding) znamená?.....	98
Tabulka 39 Otázka č. 9: Znáte nějaké crowdfundingové platformy?.....	99
Tabulka 42 Přispěl/a jste někdy na nějaký projekt/sbírku přes crowdfundingovou platformu?	101
Tabulka 43 Otázka č. 13: Jaký crowdfundingový projekt/sbírku jste podpořil/a?	102
Tabulka 44 Otázka č. 15: Vnímáte na crowdfundingových platformách nějaké nevýhody?	104
Tabulka 45 Otázka č. 16: Jaké nevýhody na crowdfundingových platformách vnímáte?.	104
Tabulka 46 Otázka č. 17: Na jaký typ crowdfundingového projektu byste raději přispěl/a?	105
Tabulka 47 Otázka č. 18: Daroval/a jste někdy finanční prostředky těmito způsoby?.....	106
Tabulka 49 Otázka č. 20: Podpořil/a byste charitativní crowdfundingovou sbírku opakovaně?	108
Tabulka 51 Otázka č. 21: Co by vás vedlo k tomu darovat peníze na charitativní crowdfundingovou sbírku?.....	109

Tabulka 52 Otázka č. 22: Jaká tematika charitativní crowdfundingové sbírky by vás oslovila nejvíce?	111
---	-----

7.4.3 Seznam grafů

Graf 1 Počet probíhajících veřejných sbírek v ČR podle krajů – k 3.8.2023	31
Graf 2 Počet dárců mezi roky 2011–2015 - právnické osoby.....	38
Graf 3 Důvody investorů pro podporu kampaní	46
Graf 4 Celková hodnota transakcí crowdfundingu ve světě (v bilionech USD).....	47
Graf 5 Žebříček zemí s nejvyššími hodnotami crowdfundingových transakcí (velikost trhu) pro rok 2023.....	47
Graf 6 Hodnota crowdfundingových transakcí příspěvkového crowdfundingu v Evropě (kromě Spojeného království) v letech 2015–2020 v milionech dolarů	51
Graf 7 Kategorie dobročinných sbírek na Donio v roce 2023	68
Graf 8 Vývoj darů v roce 2023 na platformě Donio	69
Graf 9 Objem darů v mil. Kč v roce 2023 na platformě Darujme.cz.....	72
Graf 10 Kam se nejvíce na platformě Darujme přispívalo	73
Graf 11 Důležitost kritérií darovacích platforem	82
Graf 12 Znalost pojmu crowdfundingu na věku	96
Graf 13 Závislost znalosti pojmu crowdfunding na vzdělání	97
Graf 14 Závislost znalosti pojmu crowdfunding na místě bydliště.....	98
Graf 15 Otázka č. 10: Jaké crowdfundingové platformy znáte?.....	100
Graf 16 Otázka č. 11: Jak jste se o crowdfundingových platformách dozvěděl/a?	101
Graf 17 Otázka č. 14: Co považujete za výhody crowdfundingových platforem?.....	103
Graf 18 Otázka č. 19: Kolik korun byste v případě podpory charitativní sbírky prostřednictvím crowdfundingu?	107
Graf 19 Ochota opakovaně podpořit projekt v porovnání se socioekonomickým statutem	109

8 Přílohy

Příloha č. 1 Ukázka darovacího widgetu GoodyDo

1 **Nákupní košík** 2 **Doprava & platba** 3 **Informace o vás**

Pokud jste registrovaný uživatel, můžete použít **přihlášení** a my automaticky vyplníme vaše údaje.

Osobní údaje

Jméno a příjmení *

Email *

+420 Telefon *

Fakturační adresa

Nakupuji na firmu

Ulice a číslo domu *

Město *

PSČ *

Země *
Česká republika

Doručit na jinou adresu
 Zadat poznámku pro prodejce

Onkologická čekárna s vůní kávy

21 Kč

Přidat do košíku →
darovací podmínky.

Potřebujete pomoc? ▾

Rekapitulace objednávky

Lampička na knihu - Tiny Tim	1 ks	310 Kč
Celkem za zboží:		310 Kč
Osobní odběr		ZDARMA
Hotově		ZDARMA
		Celkem k úhradě:
		310 Kč

Odesláním objednávky souhlasíte s **obchodními podmínkami** a **podmínkami ochrany osobních údajů**

Odeslat objednávku

Zdroj: Dostupné z: <https://doplanky.shoptet.cz/goodydo>



PRINCIPY ETICKÉHO CHOVÁNÍ NADACÍ

My, nadace sdružené v Asociaci nadací při Fóru dárců, jsme se dohodly na následujících principech etického chování, které respektujeme a považujeme pro svou činnost za závazné. Vyzýváme ostatní nadace, aby se k těmto etickým principům připojily.

PREAMBULE

Filantropie představuje nezištnou pomoc penězi, věcnými dary, časem a dovednostmi bez očekávání osobního zisku. Jde o činnost zaměřenou na dosahování veřejně prospěšných cílů. Tradice dárcovství a péče o druhé je pro kvalitu života zcela zásadní. Nadace a nadační fondy jsou projevem organizované filantropie v ČR. Tyto subjekty, i ostatní, které mají stejné záměry, potřebují pro svou činnost jasné principy etického chování v oblasti poskytování prostředků tak, aby filantropie získala všeobecnou důvěru a respekt široké veřejnosti.

Nadace jsou účelovými sdruženími majetku k trvalé službě společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu, jejichž hlavním posláním je poskytování nadačních příspěvků - grantů - třetím osobám (zejména z výnosů z vlastního majetku a dalších příjmů). Svou podstatou představují zdroje finančních prostředků pro různorodé aktivity, nejen veřejně prospěšné, ale i soukromé např. pro správu majetku atd., ovšem s výjimkou podpory politických stran a hnutí. Podílejí se na podpoře mnoha různorodých oblastí a aktivit ve všech regionech České republiky. Kromě jejich hlavní funkce vyplývající ze zákona se nadace zabývají i dalšími činnostmi - pořádají benefiční akce, sbírky, tomboly, vydávají publikace apod. Nadace často rychle zasahují v naléhavých (krizových) situacích (přírodní katastrofy, válkou zničené regiony), mají úlohu iniciátorů společenských změn i důležitých procesů.

Od roku 2014 je účinný tzv. "nový" občanský zákoník, který přinesl výrazné změny do právní úpravy značné části subjektů pohybujících se na neziskovém poli. Nový občanský zákoník tak nově obsahuje i úpravu nadací a nadačních fondů.

Nadace si uvědomují, že jejich účelem je spravovat a rozdělovat finanční prostředky pro veřejně prospěšné účely a tím sloužit celé společnosti. Tohoto účelu dosahují zejména prostřednictvím podpory nestátních neziskových organizací. Jejich přístup ke společenským otázkám je nestrannický.

Tento dokument shrnuje základní etické principy činnosti nadací, které respektují a přesahují rámec současného zákona. Dokument předjímá budoucí normy jednání a působení nadací na veřejnosti. Zveřejněním dokumentu usilují jeho signatáři o to, aby se zde uvedené zásady staly obecně přijímanými.

V souladu s etickými principy nadace:

- používají své prostředky na obecně prospěšný účel, pro který byly zřízeny
- dodržují princip rozdělování nadačních příspěvků třetím osobám
- minimalizují náklady na svoji vlastní administrativu
- hospodaří s majetkem jim svěřeným zakladateli a dárci tak, aby byl trvalým a pokud možno rostoucím zdrojem dalších příjmů
- poskytují veřejnosti možnost seznámit se se svými statuty a grantovými pravidly
- vedou řádně své účetnictví a zajišťují vyjádření nezávislého auditora ke svému hospodaření
- uveřejňují výroční zprávu o činnosti a výsledcích hospodaření s majetkem, vyčíslují významné dary a uvádějí přehled významných poskytnutých nadačních příspěvků
- dodržují své jasně a srozumitelně definované poslání, cíle a programy
- v souladu se svým posláním, statutem, cíli a programy:
 - dbají na to, aby se udělování nadačních příspěvků řídilo jednoznačnými a předem uveřejněnými pravidly
 - dbají na to, aby proces rozhodování o poskytování nadačních příspěvků probíhal řádným a objektivním způsobem a aby nedošlo ke konfliktu zájmů osob, které se účastní výběru uchazečů a rozhodování o výši nadačních příspěvků
 - dbají na uzavírání smluv obsahujících podmínky pro poskytnutí nadačního příspěvku
 - dbají o kontrolu řádného využití poskytnutých nadačních příspěvků v souladu s podmínkami zákona a příslušných smluv
 - pečlivě sledují a průběžně hodnotí výsledky své nadační činnosti

Fórum dárců, spolek V Túních 11, 120 00 Praha 2, tel. +420 240 201 191
donorsforum@donorsforum.cz
www.donorsforum.cz

- dbají o minimalizaci nákladů na správu tak, aby nejenom dodržovaly zákonem stanovené omezení zapsané ve statutu, ale aby ušetřené prostředky mohly být použity pro plnění cílů a programů
- dbají o zachování morálního kreditu členů správních a dozorčích orgánů
- ochraňují intelektuální hodnoty vložené žadatelem do předložených projektů a dbají na to, aby nápady žadatele, ani jejich část, nebyly využity ve prospěch jiného subjektu bez vědomí autora
- dbají na ochranu informací o osobních údajích žadatelů, které získají v souvislosti se žádostmi o nadační příspěvek
- informují o své činnosti prostřednictvím pravidelně vydávaných zpráv:
 - o svém poslání, cílech, programech a činnosti v uplynulém kalendářním roce
 - o grantových pravidlech a jejich úpravách
 - o zdrojích příjmů a jejich výši, včetně zákonem požadovaného výčtu nadačních darů
 - o výši provozních nákladů
 - o celkových výdajích a jejich struktuře, včetně výčtu významných poskytnutých nadačních příspěvků
 - o změnách statutu nebo dalších významných dokumentů veřejného charakteru
 - o členech správní a dozorčí rady
- dbají o řádnou evidenci přijatých nadačních darů a poskytnutých nadačních příspěvků
- projevují úctu a vážnost ve vztahu k zakladatelům a dárcům
- respektují projevenou vůli a přání dárců, pokud nejsou v rozporu se zákonem nebo statutem
- informují dárce o skutečnostech, které se vztahují k jeho osobě, jsou-li použity v dokumentech vydávaných nadací
- dojednávají s dárce, zda a v jaké formě bude uvedena ve výroční zprávě informace o poskytnutém daru
- řádně spravují svůj majetek a usilují o jeho zajištění do budoucnosti
- volí etické prostředky k propagaci své činnosti
- jednájí vždy s vědomím odpovědnosti za celkový obraz a vývoj neziskového sektoru

Fórum dárců, spolek V Túních 11, 120 00 Praha 2, tel. +420 240 201 191
 donorsforum@donorsforum.cz
 www.donorsforum.cz

V Praze dne 9. dubna 2002

**PRINCIPY ETICKÉHO CHOVÁNÍ
NADACÍ**

Nadace:.....

Připojujeme se k etickým principům ve znění schváleném Valnou hromadou
Asociace nadací.

Svým podpisem stvrzujeme, že je tímto respektujeme a považujeme pro svou
činnost za závazné.

V dne.....

.....

Podpis statutárního zástupce

Fórum dárců, spolek V Túních 11, 120 00 Praha 2, tel. +420 240 201 191
donorsforum@donorsforum.cz
www.donorsforum.cz

Zdroj: Dostupné z: https://www.donorsforum.cz/downloads/1511601171_4_eticky-kodex_nadace-pdf.pdf

Příloha č. 3 Aktuální ceník poplatků značky spolehlivosti – Asociace veřejně prospěšných organizací ČR



Aktuální ceník poplatků značky spolehlivosti (platný od 10. 12. 2024)

Značka spolehlivosti je udělována na dobu čtyř let.

Cena se odvíjí od ročních výnosů žadatele.

Celková cena se skládá z několika poplatků, které jsou rozloženy do období čtyř let:

- poplatek za vstupní hloubkové hodnocení (20 000 Kč - 35 000 Kč);
- poplatek za roční kontrolní ověření (3 x 8 000 Kč – 3 x 12 000 Kč).

Bez úspěšného kontrolního ověření nesmí organizace značku dále používat.



Výše poplatků v jednotlivých letech a celková cena

Roční výnosy organizace	Vstupní hodnocení	1. ověření	2. ověření	3. ověření	Celkem
do 5 mil. Kč	20 000 Kč	8 000 Kč	8 000 Kč	8 000 Kč	44 000 Kč
5 - 30 mil. Kč	25 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	55 000 Kč
nad 30 mil. Kč	35 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč	71 000 Kč

Zdroj: Dostupné z: <https://www.znackaspolehlivosti.cz/wp-content/uploads/2023/12/Cenik-znacky-spolehlivosti-od-10.-12.-2023.pdf>

Příloha č. 4 Přehled vstupních kritérií pro zájemce o značku Prověřená veřejně prospěšná organizace



Přehled vstupních kritérií pro zájemce o značku Prověřená veřejně prospěšná organizace

1. Organizace je právnickou osobou soukromého práva se sídlem na území České republiky.
2. Organizace existuje ke dni podání žádosti minimálně 2 roky.
3. Alespoň v posledním uzavřeném účetním období se uskutečnil finanční audit hospodaření organizace (pro organizace s ročními výnosy nad 5 mil. Kč).
4. Organizace je aktivní v individuálním či firemním fundraisingu a alespoň část jejich výnosů tak pochází ze soukromých zdrojů. Za takové výnosy jsou považovány také nadační příspěvky. Naopak se za ně nepovažují vklady či dary zakladatelů a členské příspěvky.
5. Organizace provozuje vlastní webové stránky
6. Organizace za každé z posledních dvou uzavřených účetních období zveřejnila, alespoň na vlastních webových stránkách, výroční zprávu včetně účetní závěrky.
7. Organizace vede účetnictví (též „podvojně“ účetnictví).
8. Organizace je veřejně prospěšná – jejím cílem (posláním) je přispívat k veřejnému blahu. Za veřejně prospěšné organizace jsou považovány zejména organizace působící v jedné těchto oblastí: sociální nebo zdravotní činnost, rozvojová spolupráce nebo humanitární pomoc, ochrana lidských práv, ochrana životního prostředí a ekologie, kultura, umění, ochrana památek, volnočasové a zájmové aktivity, rekreační sport, vzdělávání.
9. Organizace není založena či zřízena za účelem podnikání, vyjma sociálního podnikání, a jejím faktickým hlavním cílem není dosahovat výdělků či zajišťovat obživu vlastních členů či zaměstnanců.

Zdroj: Dostupné z:

<https://www.znackaspolehlivosti.cz/wpcontent/uploads/2023/06/Vstupni-kriteria.pdf>

2. Seřadte jednotlivá kritéria transparentnosti charitativní platformy podle jejich důležitosti:

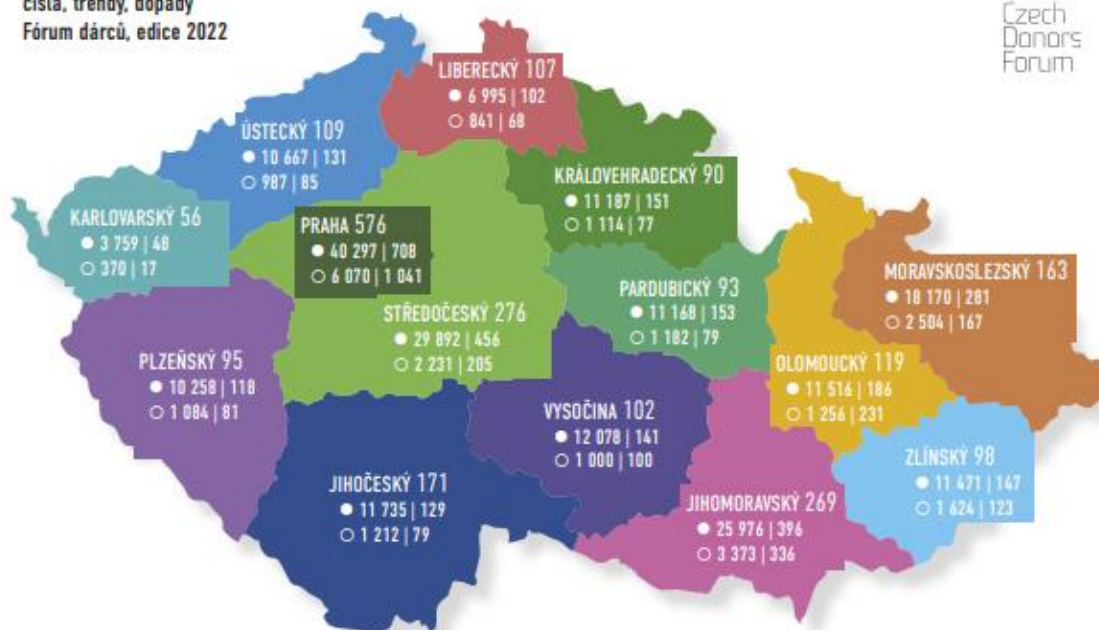
(1. - nejdůležitější, poslední - nejméně důležitá)

- ◇ 1. Forma zřizovatele/provozovatele platformy (nadace, nadační fond / s.r.o.)
- ◇ 2. Snadná dohledatelnost informace o tom, kdo je zřizovatelem/provozovatelem platformy
- ◇ 3. Dostupnost provozních, darovacích podmínek
- ◇ 4. Informace o tom, kdo může vybírat peníze (fyzické osoby, neziskové organizace, apod.)
- ◇ 5. Povinnost založení veřejné sbírky zakladatelem sbírky (ověření krajským úřadem)
- ◇ 6. Informace o tom, že platforma prověřuje zakladatele sbírky
- ◇ 7. Mohu přispět kartou nebo převodem
- ◇ 8. Mohu při platbě využít Google Pay nebo Apple Pay
- ◇ 9. Informace o tom, že si mohu vygenerovat potvrzení o daru k odečtu daně
- ◇ 10. Jaká je výše poplatku z daru (poplatek za zprostředkování služby platformou) - kolik peněz se dostane k potřebným

Zdroj: Vlastní zpracování v aplikaci Survio

Mapa dárcovství 2022

čísla, trendy, dopady
Fórum dárců, edice 2022



Počet veřejných sbírek v krajích (číslo vedle názvu krajů) *

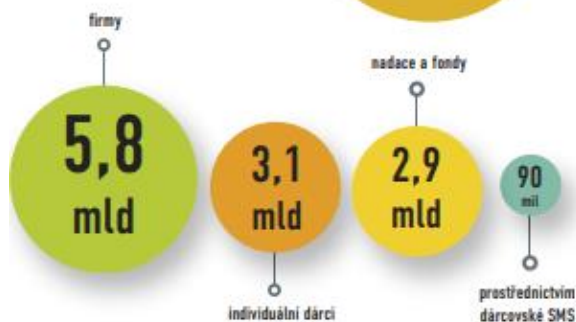
- Počet fyzických osob, které si odečetly dar z daní | Celková výše darovaných peněz v krajích v mil. Kč **
- Počet právnických osob, které si odečetly dar z daní | Celková výše darovaných peněz v krajích v mil. Kč **

* Poslední dostupná data z databáze Ministerstva vnitra k 18. 11. 2022
** Poslední dostupná data Generálního finančního ředitelství k 26. 08. 2022

České dárcovství v roce 2021

NA VEŘEJNÉ PROSPĚŠNÉ ÚČELY

▶ **11,9 mld Kč**



Poznámka: Expertní odhad Fóra dárců, který vychází z vlastních analýz a dostupných dat Generálního finančního ředitelství.

TOP 10 nadací a fondů 2021

(firemních i nefiremních) podle výše rozdělených nadačních příspěvků

- DOBŘÝ ANDĚL, nadace ▶ 367 327 504 Kč
- Nadace VIA ▶ 213 166 495 Kč
- Prague Civil Society Centre, nadační fond ▶ 200 443 000 Kč
- Nadace ČEZ ▶ 183 289 000 Kč
- Nadace Karel Komárek Family Foundation ▶ 106 852 000 Kč
- Nadace České spořitelny ▶ 96 544 644 Kč
- Nadace THE KELLNER FAMILY FOUNDATION ▶ 92 086 667 Kč
- Česko-německý fond budoucnosti, nadační fond ▶ 84 605 818 Kč
- Nadační fond pomoci ▶ 84 517 946 Kč
- Nadace Open Society Fund Praha ▶ 75 666 521 Kč

TOP 3 nadací a fondů 2021

dle nadačního jmění

- Česko-německý fond budoucnosti, nadační fond ▶ 4 672 227 615 Kč
- Nadace rodiny Holečkových ▶ 1 977 458 000 Kč
- Nadace České spořitelny ▶ 1 734 000 000 Kč

Fórum dárců, edice 2022

Zdroj: Analýzy FD

Profesionální dárci v Česku: Nadace a fondy

V ROCE 2022 PŮSOBÍ V ČESKÉ REPUBLICE ► 3043 nadací a nadačních fondů, což je oproti roku 2021 o ► 196 subjektů více.

Z toho je ► 565 nadací (543 v roce 2021) a ► 2 478 nadačních fondů (2 304 v roce 2021).

V ČR PŮSOBÍ CELKEM ► 465 firemních nadačních subjektů (441 v roce 2021), z toho ► 132 nadací (130 v roce 2021) a ► 333 nadačních fondů (311 v roce 2021).

FIREMNÍ NADACE A FONDY v roce 2021 rozdělily téměř ► 0,87 miliardy korun.

NEJVĚTŠÍM FIREMNÍM DÁRCEM je Nadace ČEZ, který rozdělil více než ► 183 milionů korun.

V ČR PŮSOBÍ CELKEM ► 2578 nefiremních nadačních subjektů (2406 v roce 2021), z toho ► 433 nadací (413 v roce 2021) a ► 2145 nadačních fondů (1993 v roce 2021).

NEFIREMNÍ NADACE A FONDY investovaly v roce 2021 do veřejně prospěšných projektů přes ► 2 miliardy korun.

NEJVÍCE PROSTŘEDKŮ ROZDĚLIL OPĚT DOBRÝ ANDĚL, nadace, a to více než ► 367 milionů korun.

Celkem nadace a nadační fondy v roce 2021 rozdělily ► 2,87 mld korun (zjištění ke dni 12.09.2022)

Objem rozdělených prostředků v roce 2021

Více než 100 MILIONŮ Kč za rok 2021 rozdělilo 5 subjektů ► 4 NADACE a 1 NADAČNÍ FOND (druhý údaj je za rok 2020):

DOBRÝ ANDĚL, nadace ► 367 327 504 Kč | 314 552 019 Kč

Nadace VIA ► 213 166 495 Kč | 45 300 268 Kč

Prague Civil Society Centre, nadační fond

► 200 443 000 Kč | 88 746 000 Kč

Nadace ČEZ ► 183 289 000 Kč | 193 365 000 Kč

Nadace Karel Komárek Family Foundation

► 106 852 000 Kč | 63 807 000 Kč

Více než 50 a méně než 100 milionů Kč rozdělilo v roce 2021 celkem 11 subjektů.

Nejvíce profesionálních dárců je v hlavním městě

POČET PROFESIONÁLNÍCH DÁRCŮ (tj. nadací a nadačních fondů) celkem ► 3043

Praha ► 1300

Olomoucký ► 122

Jihomoravský ► 318

Plzeňský ► 102

Středočeský ► 241

Ústecký ► 100

Moravskoslezský ► 195

Pardubický ► 89

Jihočeský ► 136

Vysočina ► 72

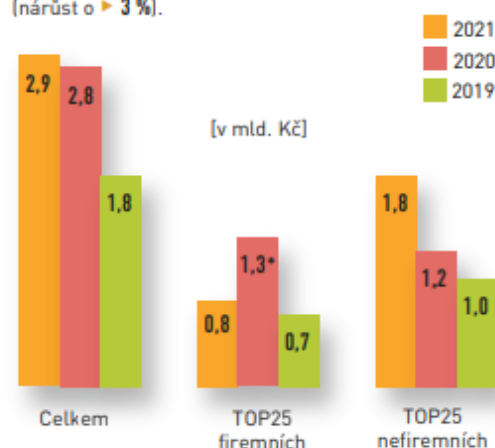
Zlínský ► 131

Liberecký ► 66

Královéhradecký ► 123

Karlovarský ► 48

V roce 2021 rozdělily české nadace a nadační fondy o 0,1 MLD. KORUN VÍCE než v roce 2020 (nárůst o ► 3 %).



* V roce 2020 se firemní Nadační fond AVAST podílel na přerozdělení globálního grantu na pomoc v boji s pandemií COVID-19; nad rámec běžného provozu nadačního fondu uvolnila společnost Avast na tento účel částku 25 mil. USD.

Nadace a nadační fondy jako pořadatelé veřejných sbírek

Celkem ► 8 % nadací a nadačních fondů získává prostředky od veřejnosti do veřejné sbírky. Veřejné sbírky konané nadačními subjekty tvoří ► 12 % z celkového objemu ohlášených veřejných sbírek.

Nejvíce podporovanou oblastí je stále vzdělávání a výzkum

[vychází z údajů za Top 25 firemních a Top 25 nefiremních nadací a fondů 2021]



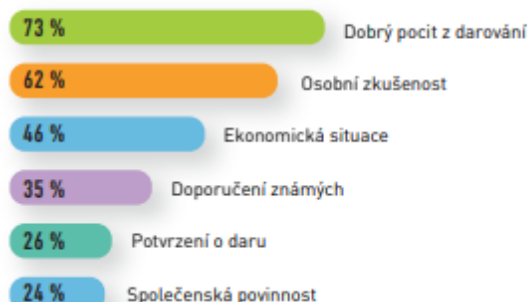
Zdroj: Analýzy FD

Názory veřejnosti – dárcovství

Motivace k darování

Většinu dárců motivuje **dobry pocit z darování** ▶ 73 %. Pro dárce je podstatná také **osobní zkušenost**, jako motivaci k darování ji uvádí téměř dvě třetiny dárců ▶ 62 %. **Potvrzení o daru** uvádí jako motivaci asi čtvrtina dárců ▶ 26 %.

JE PRO VÁS UVEDENÝ DŮVOD MOTIVACÍ K DAROVÁNÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ? (ano)

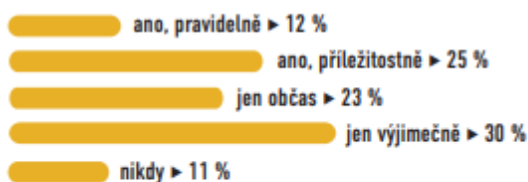


Podpora veřejně prospěšných aktivit

Pouze ▶ 12 % lidí ze svého příjmu **pravidelně** podporuje nějakou veřejně prospěšnou aktivitu, což je o ▶ 2 % méně než při šetření v loňském roce. **Pravidelně nebo příležitostně** se pak jedná o ▶ 36 % lidí (o ▶ 5 % méně než v loňském roce).

Dominantním důvodem, **proč ostatní lidé** na veřejně prospěšné aktivity **nepřispívají** je **nedostatek finančních prostředků** ▶ 31 % a **nedůvěra**, že neziskové organizace využijí finanční příspěvek správným způsobem ▶ 31 %.

PODPORUJETE FINANČNĚ RŮZNÉ VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉ AKTIVITY?



Ženy jsou v darování mírně **aktivnější** než muži. Z hlediska věku jsou nejčastějšími dárce ve prospěch veřejně prospěšných aktivit **lidé mezi 30 a 59 lety** ▶ 39 %.

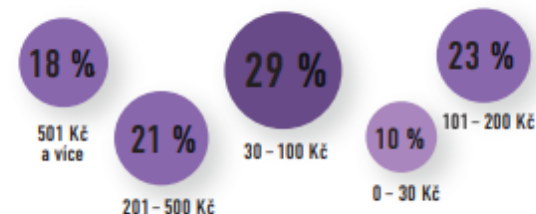
Ročně přispívají lidé na veřejně prospěšné aktivity **nejčastěji částkou 201 – 500 Kč** ▶ 20 %.

Nižší roční příspěvky jsou typické zejména pro **dárce starší 60 let a mladší 29 let**.

Nejstřednějšími dárce jsou lidé ve věku **30–44 let**.

V hotovosti jsou **častější nižší dary** (do 200 Kč), **vyšší částky** lidé naopak darují prostřednictvím **online plateb**. Asi **dvě třetiny dárců** využívají k darování finančních prostředků **pouze jeden ze způsobů platby** (hotově nebo online). Online platební metody k darování finančních prostředků využívají ze všech věkových skupin nejméně dárce starší 60 let.

ODHADNĚTE, JAKÁ JE PRŮMĚRNÁ VÝŠE JEDNÉ VAŠÍ PLATBY NA PODPORU VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝCH AKTIVIT?



▶ 83 % dárců daruje jednorázově **maximálně 500 Kč**. **Průměrná výše** jednoho finančního daru se pohybuje nejčastěji **mezi 30 a 100 Kč**.

Z hlediska věku darují v průměru **menší částky mladí lidé** do 29 let. Menší částkou jednorázově přispívají také lidé s nižším vzděláním a nižšími příjmy (do 30 Kč).

PŘI JAKÝCH PŘÍLEŽITOSTECH OBVYKLE DARUJETE VE PROSPĚCH VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝCH ORGANIZACÍ?



Lidé **nejčastěji** darují **mimo sezónní či mimořádné sbírkové akce** ▶ 61 %. Během **Giving Tuesday** daruje pouze ▶ 6 % Čechů, což je srovnatelné s evropským prostředím, kde lidé darují spíše u příležitosti tradičních evropských svátků či v průběhu celého roku.

Vliv současné situace na podporu veřejně prospěšných aktivit

Téměř čtvrtina ▶ 24 % dárců uvádí, že v současné době **daruje méně než před mimořádnými světovými a domácími událostmi v posledním roce**. Méně než dříve darují zejména lidé starší 60 let, lidé se základním vzděláním, lidé s nižšími příjmy a lidé z obcí do 1000 obyvatel. ▶ 12 % dárců daruje v současné situaci **více než dříve**.

Více než třetina ▶ 36 % dárců zároveň očekává, že v příštím roce bude **darovat méně než v letošním roce**. Pouze ▶ 5 % lidí se domnívá, že v dalším roce finanční podporu nějaké veřejně prospěšné aktivity navýší. Více než letos plánují darovat zejména mladí lidé do 29 let.

Zdroj: Průzkum veřejného mínění realizovaný FÚ ve spolupráci s agenturou InsightLab, říjen 2022

Fórum dárců, edice 2022

Dárcovství v krizových situacích

► 59 % lidí uvádí, že daruje do sbírek souvisejících s živelními či humanitárními katastrofami.

TORNÁDO NA JIŽNÍ MORAVĚ

Tornádo na jižní Moravě bylo významným impulsem pro darování. V souvislosti s touto tragédií darovalo finanční prostředky na veřejně prospěšný účel ► 56 % lidí.

VÁLEČNÝ KONFLIKT NA UKRAJINĚ

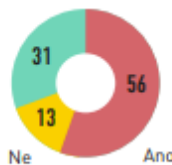
Válka na Ukrajině byla podnětem pro finanční dar pro ► 44 % lidí.

Zdroj: Průzkum veřejného mínění realizovaný FD ve spolupráci s agenturou InsightLab, říjen 2022

Mladé hlasy 2022

MÁ SMYSL POMÁHAT UKRAJINSKÝM UPRCHLÍKŮM?

Nevím, jiná odpověď

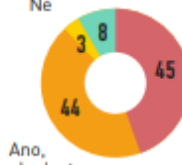


Větší ochota pomáhat ukrajinským uprchlíkům panuje mezi dětmi, které mají vysokoškolsky vzdělané rodiče ► 64 %, a dětmi z příjmově silnějších rodin ► 64 %.

► 34 % dětí se do pomoci aktivně zapojilo, nejčastěji formou materiální pomoci.

JE DŮLEŽITÉ POMÁHAT OSTATNÍM?

Nevím



9 z 10 dětí se shoduje, že pomáhat ostatním je důležité.

► 33 % dětí uvádí, že pomoc druhým patří mezi jednu z nejdůležitějších hodnot, které se v jejich rodině předávají.

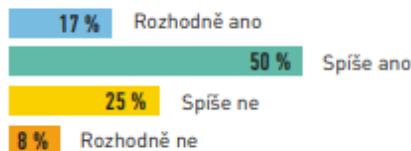
Zdroj: Závěrečná zpráva z výzkumu UNICEF: Mladé hlasy 2022 realizovaného ve spolupráci s agenturou STEM/MARK, srpen-září 2022

Společenská odpovědnost firem

Názory veřejnosti

► 67 % lidí považuje podporu veřejně prospěšného sektoru za důležitou součást firemních aktivit. Tento názor sdílí nejvíce mladí lidé ve věku 18–29 let a častěji muži než ženy.

MĚLA BY BÝT PODPORA VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉHO SEKTORU SOUČÁSTÍ FIREMNÍCH AKTIVIT?



Polovina zaměstnanců ► 50 % uvádí, že jejich firma koná veřejně prospěšné aktivity.

Nejčastěji podporovanou oblastí ze strany těchto firem je sociální a humanitární oblast ► 47 %, děti a mládež ► 32 % a zdravotní oblast ► 31 %.

Zkušenosti manažerů

► 81 % dotázaných firem koná nějaké veřejně prospěšné aktivity, nejčastěji v sociální a humanitární oblasti ► 52 %.

► 72 % dotázaných firem organizuje zaměstnanecké sbírky, z toho nejčastěji 2x či vícekrát do roka ► 67 %.

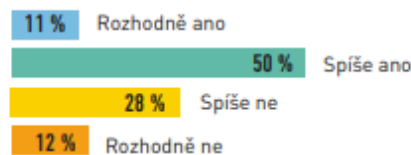
Firmy pomáhají také v reakci na mimořádné situace. Sbírkovou akci na podporu oblastí zasažených loňským tornádem uspořádalo ► 55 % dotázaných firem, do pomoci Ukrajině se zapojilo ► 59 % firem.

Organizaci dobročinných aktivit od svého stávajícího či potenciálního zaměstnavatele očekává ► 40 % lidí. Toto očekávání mají nejčastěji mladí lidé do 29 let.

Lidé společenskou odpovědnost firem vnímají i při rozhodování o nákupu. Pro ► 63 % lidí je při rozhodování o nákupu důležité, zda se firma chová společensky odpovědně. Pro ► 48 % lidí je společensky odpovědná aktivita firmy důvodem k doporučení značky.

► 61 % lidí je ochotno si připlatit za výrobek, pokud je určitá částka z prodeje určena na veřejně prospěšný projekt. Větší ochotu si v takovém případě připlatit projevují mladí lidé do 29 let.

JSTE SI OCHOTNÝ/OCHOTNÁ PŘIPLATIT ZA VÝROBEK, POKUD JE URČITÁ ČÁSTKA Z JEHO PRODEJE URČENA NA VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝ PROJEKT?



Jakou formou koná Vaše firma společensky prospěšné aktivity?

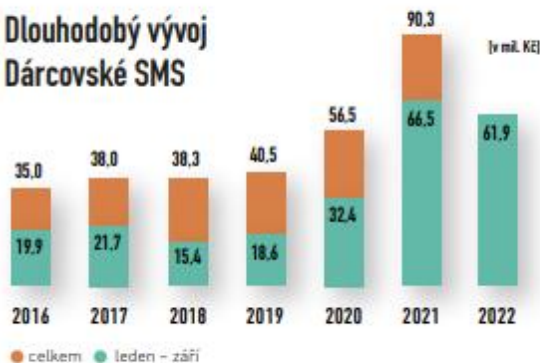
Finanční firemní dar ► 79 %
Finanční zaměstnanecké sbírky ► 59 %
Firemní dobrovolnictví ► 55 %
Materiální firemní dar ► 38 %
Materiální zaměstnanecké sbírky ► 34 %
Matchingový fond ► 34 %
Benefiční firemní snídane ► 24 %
Benefiční trhy na pracovišti ► 17 %
Zaměstnanecký grantový fond ► 17 %
Benefiční plesy/večírky ► 14 %
Jinou formou ► 17 %

Zdroj: Průzkum veřejného mínění realizovaný FD ve spolupráci s agenturou InsightLab, říjen 2022

Dárcovské SMS v číslech

Dárcovská SMS je oblíbeným dárcovským nástrojem již od doby svého vzniku v roce 2004. Dle průzkumu Fóra dárců ji v současnosti využívá **7 z 10** dárců. Za celou historii tohoto unikátního českého projektu poslali lidé více než **25 milionů dárcovských SMS** a darovali tak přes **850 milionů korun**.

Dlouhodobý vývoj Dárcovské SMS



Dárci v loňském roce prostřednictvím DMS darovali více než **90,3 milionů korun**, což představuje **rekordní roční výnos za celou historii dárcovských SMS**. Ve prospěch veřejně prospěšných projektů bylo v průběhu roku 2021 odesláno celkem **1,4 milionu DMS**.

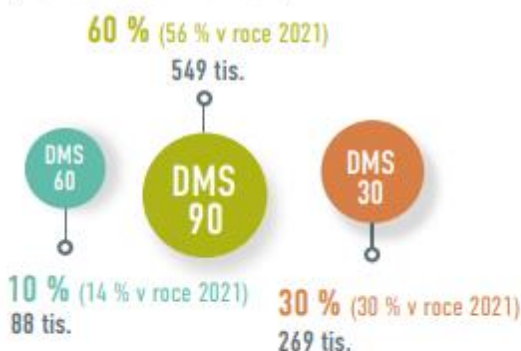
Meziroční srovnání za období leden – září

2021 | 996 tis. DMS ► 66,537 mil. korun neziskovkám

2022 | 906 tis. DMS (▼ pokles o 9 %) ► 61,871 mil. korun neziskovkám (▼ pokles o 7 %)

Přehled dárcovských SMS dle cenových hladin

(za období leden – září 2022)



Čísla zahrnují jednorázové DMS i trvalou podporu.

Inovace Dárcovské SMS 2022

Doposud mohli dárci podporovat veřejně prospěšné projekty dárcovskými SMS v ceně 30, 60 a 90 Kč. Dle statistik **oblíbenost nejvyšší cenové hladiny** od inovací v roce 2017 **stále narůstá**. Nejvyšší cenovou hladinu volí také drtivá většina dárců během humanitárních katastrof (pandemie COVID-19, tornádo na jižní Moravě, ozbrojený konflikt na Ukrajině). V roce 2021 tvořily devadesátikorunové DMS **54 %** a v prvních třech kvartálech roku 2022 dokonce **60 %** všech odeslaných dárcovských SMS.



Ke stávajícím třem cenovým hladinám (30 Kč, 60 Kč a 90 Kč) přibyla od listopadu 2022 **nově cenová hladina ve výši 190 Kč**. Dárci tak nyní mají možnost podpořit veřejně prospěšné projekty stodevadesátikorunovou dárcovskou SMS, a to jak jednorázově, tak trvale. Podpořená organizace z každé této DMS obdrží 189 Kč.

Přehled dárcovských SMS dle typu

(jednorázové vs. trvalé za období leden – září 2022)



DMS heslo SOSUKRAJINA bylo mimo jiné komunikováno během speciálního benefičního koncertu, který se konal 1. března na Václavském náměstí. Koncert byl vysílán Českou televizí, TV Nova a Českým rozhlasem a prostřednictvím DMS se během vysílání vybralo téměř **22 milionů korun**. Jednalo se tak o **rekordní výnos jednorázové benefiční akce v historii dárcovské SMS**.



Zdroj: Analýzy FD

Fórum dárců, edice 2022

Zahraniční dárcovství

Slovensko

V roce 2021 bylo na Slovensku celkem ► **17 626** příjemců 2% daňových asignací. Tyto organizace získaly téměř ► **87,2 milionů eur** (jedná se o zhruba **2,12 mld. českých korun**).

Došlo tak k meziročnímu **nárůstu rozdělených prostředků** o ► **39 %** a nárůstu počtu organizací ucházejících se o daňové asignace o ► **12 %**.

Průměrná výška přijaté asignace v roce 2021 byla ► **4 947 eur** (3 372 eur v roce 2020), medián přijaté asignace byl ► **1 461 eur** (900 eur v roce 2020).

TOP 10 příjemců asignací

Nadácia Pontis ► **3 095 608,57 €**
Nadácia EPH ► **2 365 197,41 €**
Nadácia SPP ► **2 292 431,01 €**
Asociácia pomoci postihnutým – APPA ► **1 734 541,98 €**
Nadácia Slovenskej sporiteľne ► **1 447 647,50 €**
PLAMIENOK n.o. ► **1 176 042,56 €**
Nadácia ADELI ► **1 099 884,99 €**
NADÁCIA VOLKSWAGEN SLOVAKIA ► **1 018 086,66 €**
Nadácia Tatra Banky ► **777 994,87 €**
ČSOB nadácia ► **618 481,82 €**

Zdroj: asfin.sk

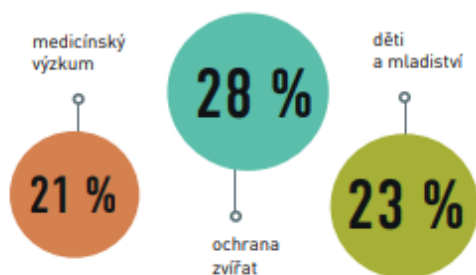
Velká Británie

Objem darovaných prostředků od veřejnosti se v UK během roku 2021 snížil zpět na předpandemickou úroveň. Britové přispěli v loňském roce celkem ► **10,7 mld. liber** (11,3 mld. liber v roce 2020).

- **27 %** dotázaných přispívá pravidelně na charitu
- **6 %** nedaruje nikdy

Výběr oblasti podpory je často ovlivněn pohlavím či věkem dárce. Ženy oproti mužům více přispívají na ochranu zvířat (► **34 %** vs ► **22 %**) či aktivity na podporu dětí a mladistvých (► **26 %** vs ► **20 %**). Lidé starší 65 let oproti mladším dárčům častěji podporují činnost nemocnic a hospiců (► **25 %**) či náboženské aktivity (► **17 %**).

Nejvíce podporované oblasti



Dopad zvyšování životních nákladů na dárcovství



Zdroj: UK Giving Report 2022, Charities Aid Foundation

Dárcovská podpora Ukrajiny

► **32 %** darovalo v březnu 2022 v souvislosti s válečnou krizí na Ukrajině
Průměrný měsíční příspěvek se tak během března 2022 vyšplhal na rekordních ► **85 liber**.



Fórum dárců je jediný celorepublikový spolek zastřešující dárce v České republice. Na budování a rozvoji prostředí pro dárcovství pracuje Fórum dárců úspěšně již 25 let, od roku 1997. Při Fóru dárců se vyprofilovaly Asociace nadací, Asociace nadačních fondů a Asociace firemních nadací a fondů, které sdružují přes pět desítek členů.

Při přípravě Mapy dárcovství, edice 2022, jsme pracovali s následujícími zdroji:

Fórum dárců – analýza a šetření 2021-2022, údaje Ministerstva vnitra ČR, údaje Generálního finančního ředitelství, průzkumy veřejného mínění agentury InsightLab ve spolupráci s Fórem dárců 2022, UK Giving Report 2022, Charities Aid Foundation, údaje Asociace firemních nadací a fondů.

Zpracovala Hana Daňková

www.donorsforum.cz | www.darujspravne.cz | www.cenyforadarcu.cz | www.dendarcu.cz | www.darcovskasms.cz

Zdroj: Dostupné z: <https://www.donorsforum.cz/mapa-darcovstvi-2022.html>

Statistika respondentů

202

Počet návštěv

178

Počet dokončených

0

Počet nedokončených

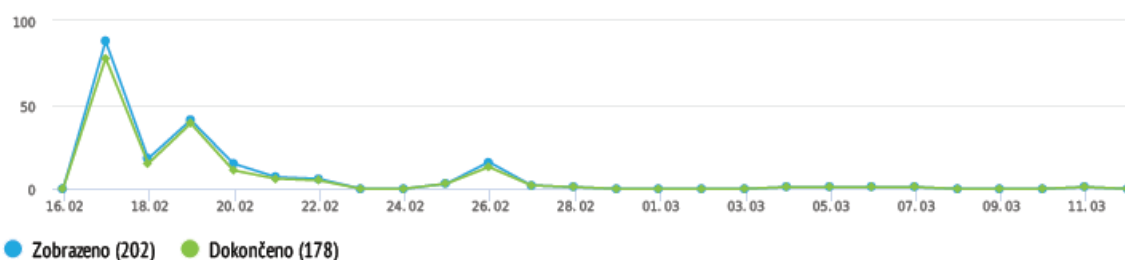
24

Pouze zobrazení

88,1%

Celková úspěšnost vyplnění dotazníku

Historie návštěv (17. 02. 2024 – 11. 03. 2024)

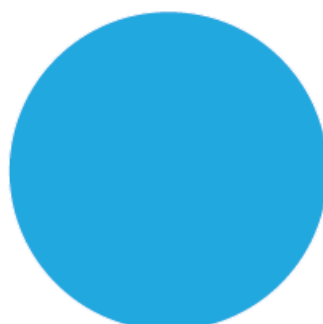


Celkem návštěv



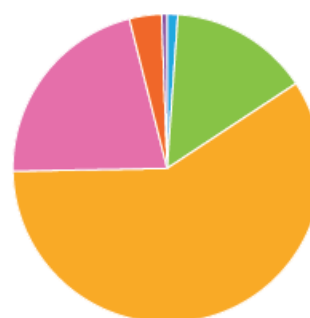
- Pouze zobrazeno (11,9 %)
- Dokončeno (88,1 %)
- Nedokončeno (0,0 %)

Zdroje návštěv



- Přímý odkaz (100,0 %)

Čas vyplňování dotazníku



- <1 min. (1,1 %)
- 1-2 min. (14,6 %)
- 2-5 min. (59,0 %)
- 5-10 min. (21,3 %)
- 10-30 min. (3,4 %)
- >60 min. (0,6 %)

Filtry podle



Vyřazených odpovědí

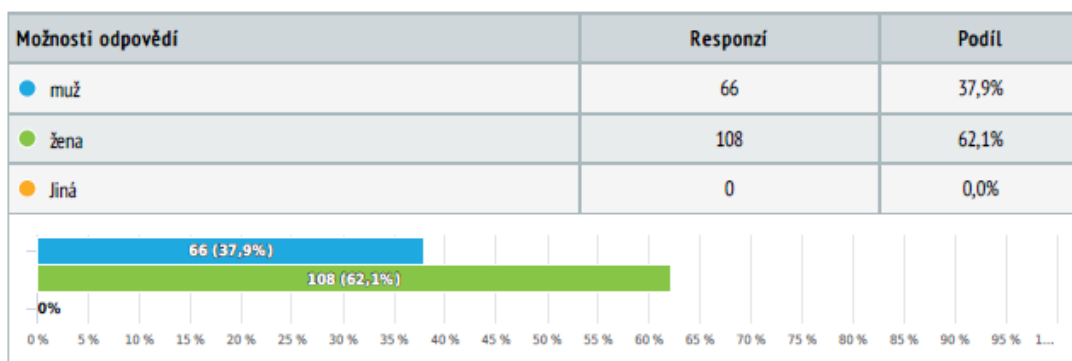
4

Crowdfunding jako metoda financování

Výsledky

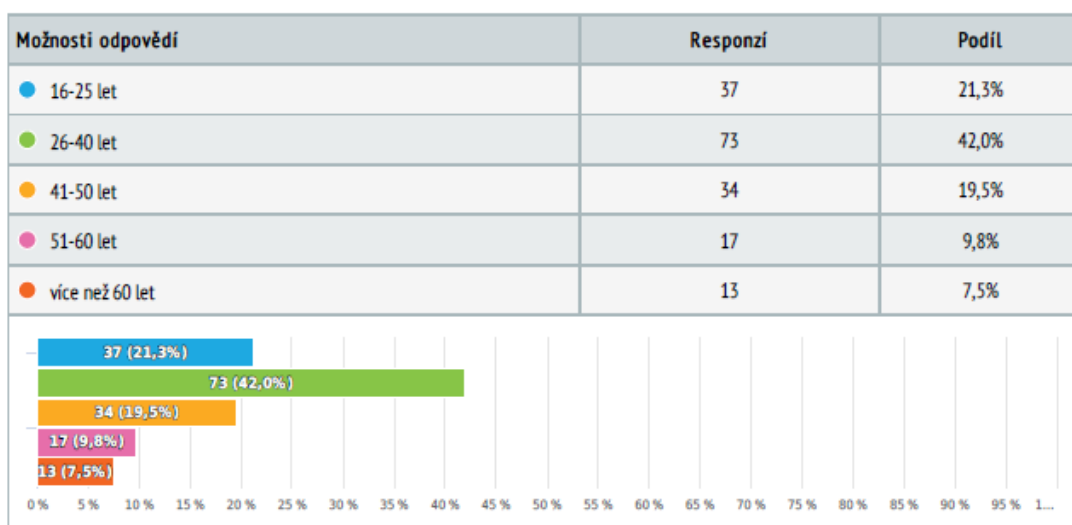
1 Jste

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



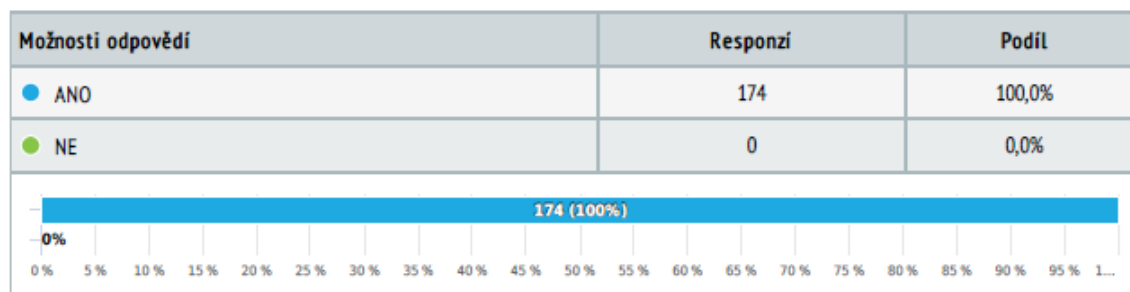
2 Kolik Vám je let?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



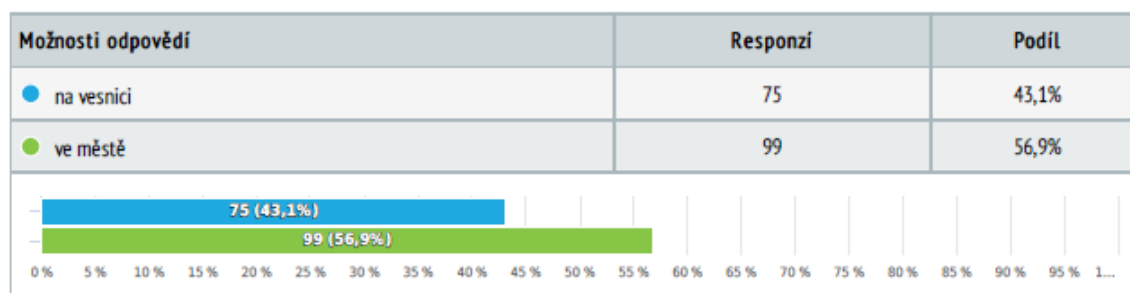
3 Žijete v ČR?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



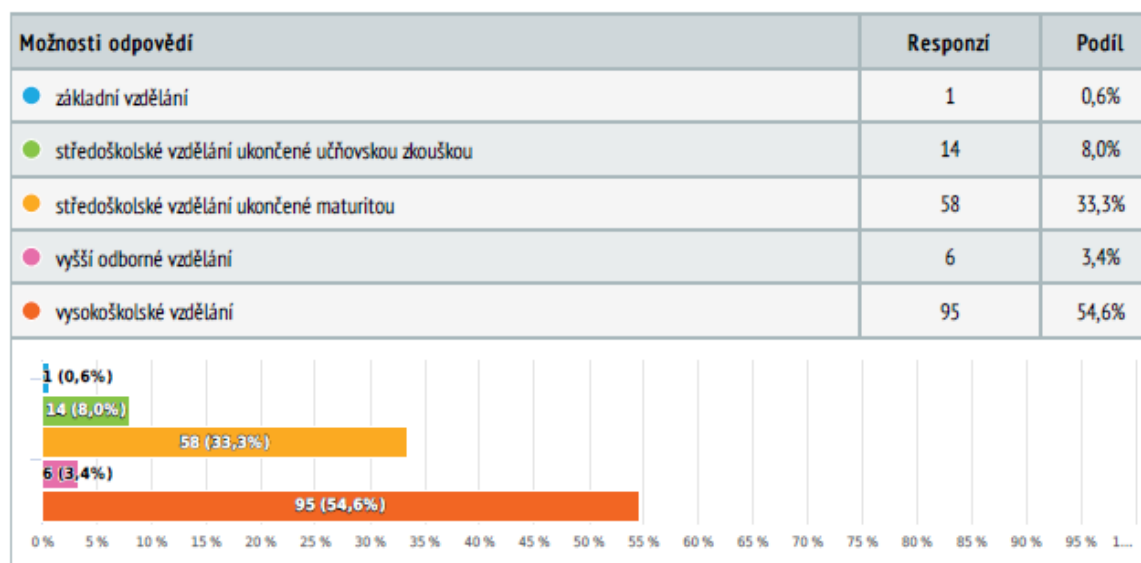
4 Kde bydlíte?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



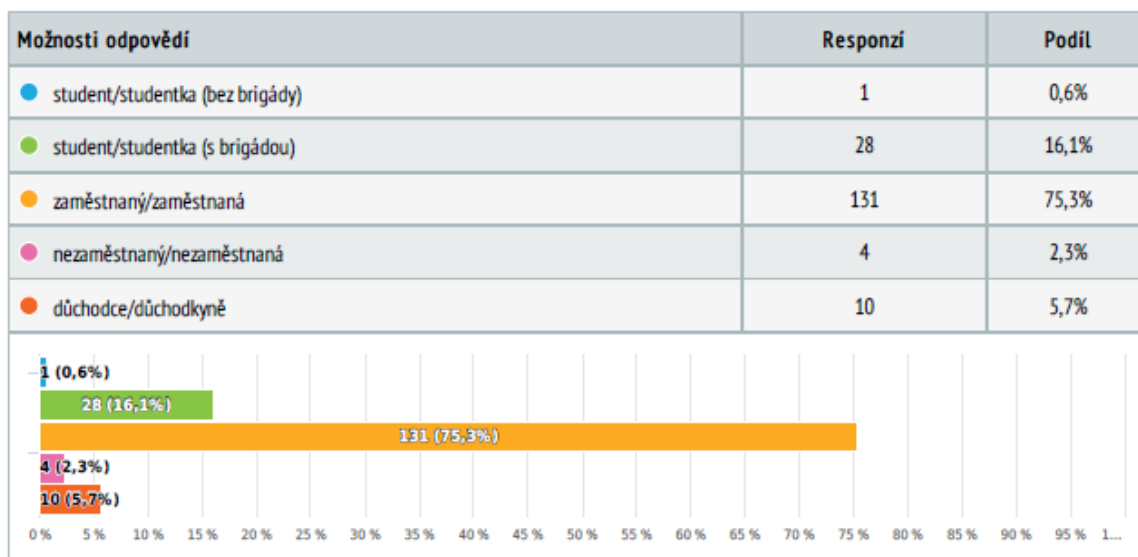
5 Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



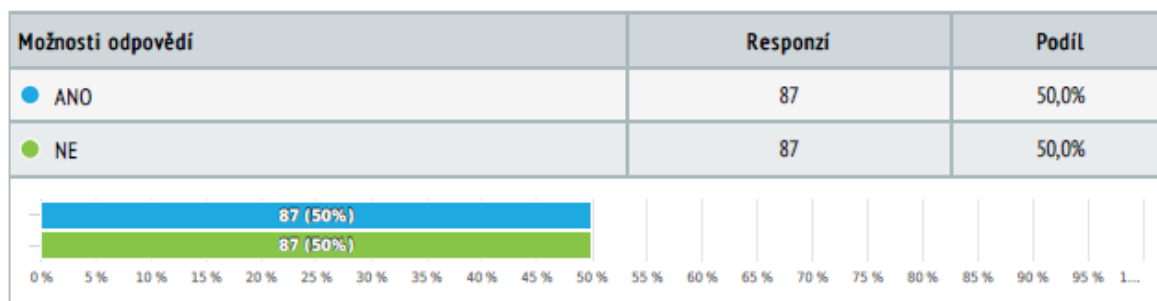
6 Jak je Váš socioekonomický status?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



7 Zaslchl/a jste již pojem crowdfunding?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



8 Víte, co tento pojem (crowdfunding) znamená?

Textová odpověď, zodpovězeno 87 x, nezodpovězeno 87 x

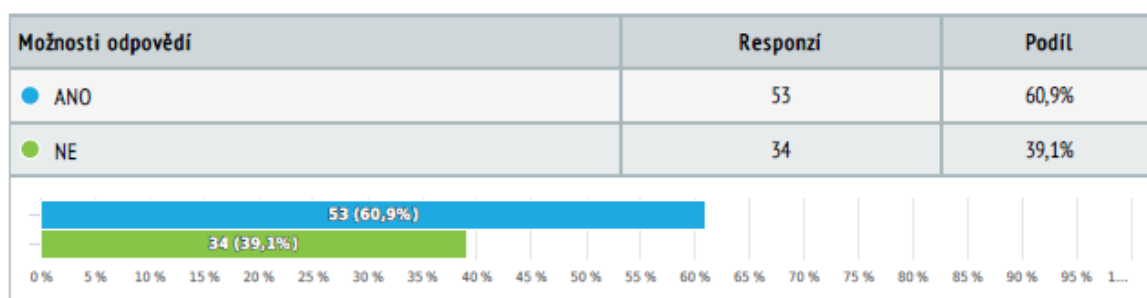
- ano
- (3x) Ano
- Ano, získávání finančních zdrojů.
- Ano, získávání peněz od velkého množství lidí (crowd) na financování projektu, ať už podnikatelského nebo sociálního.
- Crowdfunding je online způsob financování projektů, kdy jednotlivci přispívají malými částkami peněz přes internet a sociální média.
- Crowdfunding je způsob financování, kdy jednotlivci nebo organizace hledají financování pro své projekty nebo podnikatelské záměry od širokého spektra lidí
- Crowdfunding je způsob financování, kdy jednotlivci nebo organizace hledají financování pro své projekty nebo podnikatelské záměry od širokého spektra lidí. Toto financování se obvykle získává online
- Crowdfunding je způsob shromažďování peněz od skupiny investorů ve snaze získat kapitál k podnikání.
- Dobrovolná veřejná finanční výpůjčka pro rozjezd projektů.
- Financování daného projektu prostřednictvím vyhlášené sbírky, která je charakterizována anonymním poskytováním převážně nižších částek.
- Financování konkrétního projektu více jednotlivci.
- financování malými částkami získanými od více různých zdrojů
- Financování nějakého projektu z peněz dobrovolných dárců.
- financování od více lidí
- Financování projektu pomoci veřejné sbírky mezi dobrovolnými darcí
- Financování projektu prostřednictvím investorů.
- financování projektu větší skupinou malých zakazníků
- Financování projektu z peněz drobných darců, zpravidla prostřednictvím speciálních platform nebo na sociálních sítích
- Financování projektu z veřejných zdrojů - od lidí
- financování různých projektů od veřejnosti pomocí příspěvků
- Financování větších projektů malými částkami od mnoha lidí
- finanční příspěvek více lidí na nějaký projekt
- Finanční sbírka většího počtu lidí na podporu jakékoliv věci či záležitosti, která je cílem crowdfundingové kampaně.
- Hodně lidí financuje, přispívá klidně menším obnosem peněz na nějaký projekt
- Investice do prověřených firem
- Jedná se o menší příspěvky od většího počtu dárců

- Jednotlivci přispívají finančními obnosy k dosažení cílové částky.
- Je to způsob financování. Kdy projekt (firmu) financuje velké množství lidí.
- Kampan
- Když se komunita lidí skládá na nějaký výrobek či software který zatím neexistuje a rádi by ho viděli na trhu.
- Komunitní financování projektových konceptů
- možnost získat finanční prostředky na svůj projekt od vícero lidí (veřejnosti)
- Nalezení investora pro projekty
- (2x) Ne
- Něco jako veřejná sbírka
- Nejsm si jistá, ale dobrovolně vybírání peněz na konkrétní věc/záležitost
- označujeme to jako financování, při kterém větší počet jednotlivců přispívá menším obnosem k cílové částce požadované pro realizaci předmětu financování - produkty, společnosti nebo politické kampaně
- Popsal bych tento pojem jako veřejnou peněžní sbírku na vybraný projekt (jednotlivce, skupiny, společnosti). Přispěvatelé někdy (podle projektu) mohou za svůj příspěvek dostat i odměny.
- Proces získávání financí na konkrétní projekt z více zdrojů (od jednotlivců)
- Přispívání po malých částkách od více lidí
- Sběrka
- sbírka na určitou věc - založení firmy nebo možná také charitativní sbírka pro dobrou věc?
- Sběrka peněz na dobročinné účel
- Shromažďování peněz od veřejnosti (komunity která se o dané téma/projekt zajímá) na podporu nějakého projektu (ať je to nějaká pomoc či projekt).
- Skupina lidí - komunita, zafinancuje nějaký projekt

- Skupina lidí přispěje na určitý projekt.
 - skupinové financování
 - Skupinové financování
 - (2x) skupinové financování
 - Skupinové financování
 - (3x) Skupinové financování
 - Skupinové financování, charitativní akce
 - Skupinové financování, pomocí menších částek skupina financuje celek
 - Skupinové financování - více lidí se finančně složí
 - Skupinové financování, využívá se např. V různých projektech
 - Slovo Crowdfunding mi neříká nic. Ale český překlad :společné financování už ano.
 - společné financování
 - Společné investování
 - Společně vložený kapitál od velkého počtu malých investorů do jednoho začínajícího/nově vznikajícího projektu
 - Spolu financování
 - Spolu financování
 - Úplně přesně nevím, ale znám například crowdfundingovou kampaň, kde se více lidí podílí na jejím financování menšími částkami. Řekla bych tedy, že crowdfunding bude obecně nějaké skupinové financování
 - Uspořádání sbírky, která se v současné době dá velmi dobře zpropagovat na internetu. Na základě sbírky se vyberou peníze, které se dají na daný účel (lidé s postižením, po nehodě apod.).
 - Více lidí financuje společně jednu věc
 - více lidí přispívá malou částkou na určité "akce"
 - Více lidí přispívá na jeden projekt
 - vím
 - Výběr peněz od davu budoucích, potenciálních zákazníků.
-
- Vydělávání na penězích, které nevlastním :) z pohledu firmy..z pohledu vlastníka peněz je to charita :")
 - Zainteresovaní přispějí na projekt
 - Z anglického "crowd" - dav a "funding" - finanční podpora. Tedy lidé se hromadně skládají, aby podpořili nějakou věc/projekt.
 - Z angličtiny bych zjednodušeně řekl hledání v davu (skupinu jednotlivců, kteří společně zafinancují projekt).
 - Zdroj financování projektu. Dav přispívá na projekt. Výměnou buď za předčasné předplatné produktů nebo služeb, případně bez odměny za příspěvek na projekt.
 - získání balíku peněz od různých investorů, tímto byl financován např. vývoj a výroba ultrahuman ring
 - Získání finančních prostředků od veřejnosti
 - získávání investorů pro svoji práci (?)
 - Získávání peněz od velkého množství osob přes online platformy. Tyto peníze jsou použity pro financování firem a start-upů.
 - zisk finančních prostředků od veřejnosti pro nějaký projekt skrze kampaň
 - způsob financování, do kterého se můžou zapojit obyčejní lidé
 - Způsob financování, kdy přispívá více lidí po menších částkách
 - způsob financování projektů, podnikatelských záměrů nebo i sbírky na pomoc potřebným od širokého spektra lidí

9 Znáte některé crowdfundingové platformy?

Výběr z možností, zodpovězeno 87 x, nezodpovězeno 87 x



10 Jaké crowdfundingové platformy znáte?

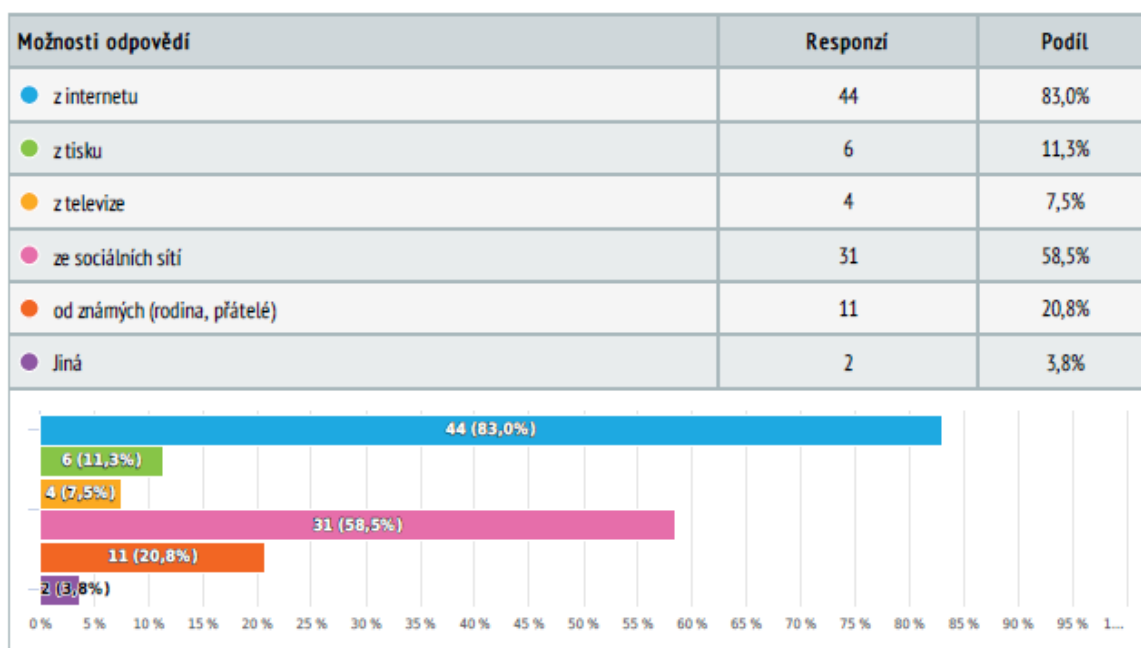
Textová odpověď, zodpovězeno 53 x, nezodpovězeno 121 x

- CZ - donio, patreon
- Dobou, Kickstarter, Herohero, Patreon, Indiegogo
- donio
- (8x) Donio
- Donio
- Donio, czechcrunch
- Donio, Gofundme
- Donio, hithit
- Donio, Hit Hit
- Donio, HitHit
- Donio Hithit Kickstarter
- Donio, Hithit, Kickstarter
- donio, kickstarter, hithit, gofundme

- Donio, Kickstarter, Patreon, GoFundMe, Indiegogo
- Donio nebo hithit
- Donio, nepamatuji si nevím, jestli jsou to i někdy neziskovky
- Donio,znesaze21,gofundme
- Fingood
- GoFundMe
- hithit
- Hit hit
- (2x) Hithit
- Hithit
- Hithit.com
- Hithit, donio
- Hit hit, Donio
- hithit, donio, patreon, kickstarter a další
- Hithit, Donio, Startovač
- Hit hit, kick starter
- HitHit, Kickstarter
- Hit hit, z nesnáze
- Investor, Kickstarter, Upvest či HitHit.
- Investown, RONDA INVEST, Fundlíft, Fingood, Donio
- (2x) Kickstarter
- Kickstarter, Indiegogo...
- Kickstarter Indiegogo GoFundMe Patreon Seedrs Crowdcube Fundable Ulule Pozible Startnext
- Kickstarter - pro financování zajímavých projektu deskových her
- např. donio.cz, hithit.cz
- Patreon
- startovac.cz kickstarter.com
- startovač, kick starter
- V sociální oblasti DONIO, ve vydávání knih nakladatelství POINTA Praha, občas je na něco i reklama v televizi, ale nepamatuju si název, začíná na Z...
- Znesnaze
- Zoonky

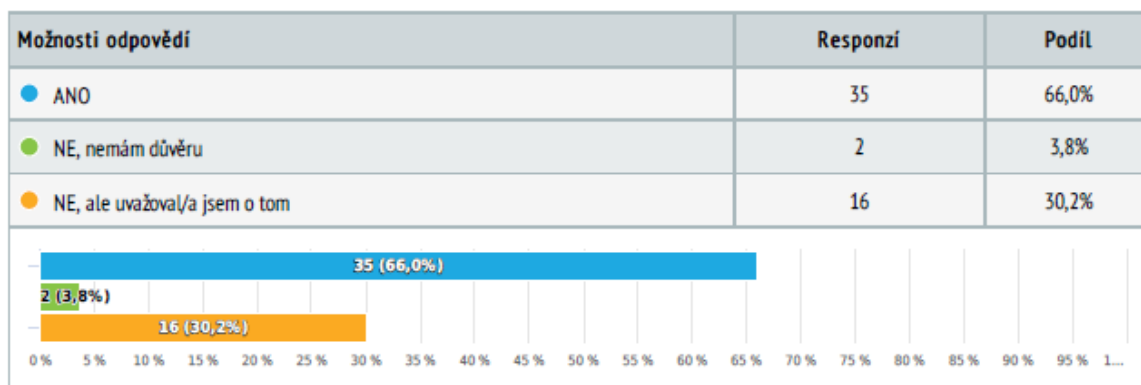
11 Jak jste se o crowdfundingových platformách dozvěděl/a?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 53 x, nezodpovězeno 121 x



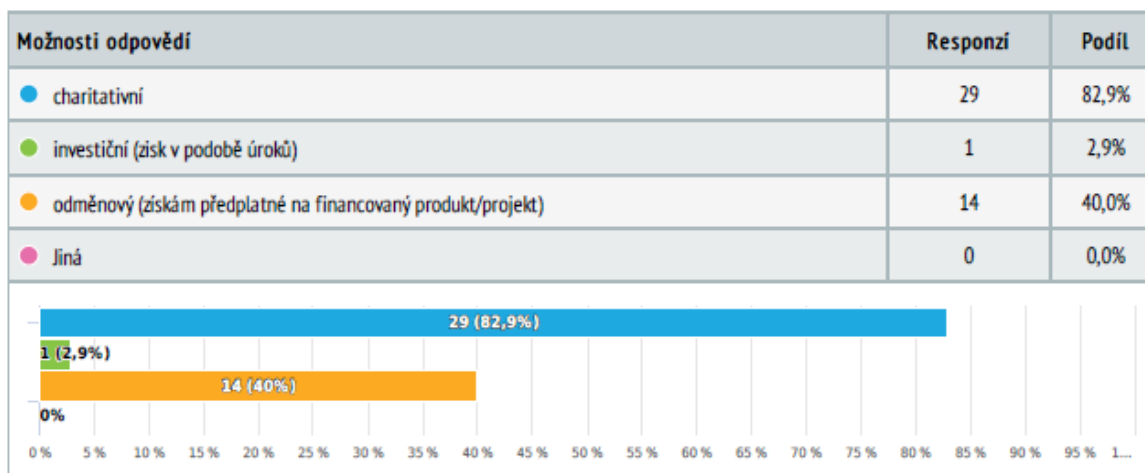
12 Přispěl/a jste někdy na nějaký projekt/sbírku přes crowdfundingovou platformu?

Výběr z možností, zodpovězeno 53 x, nezodpovězeno 121 x



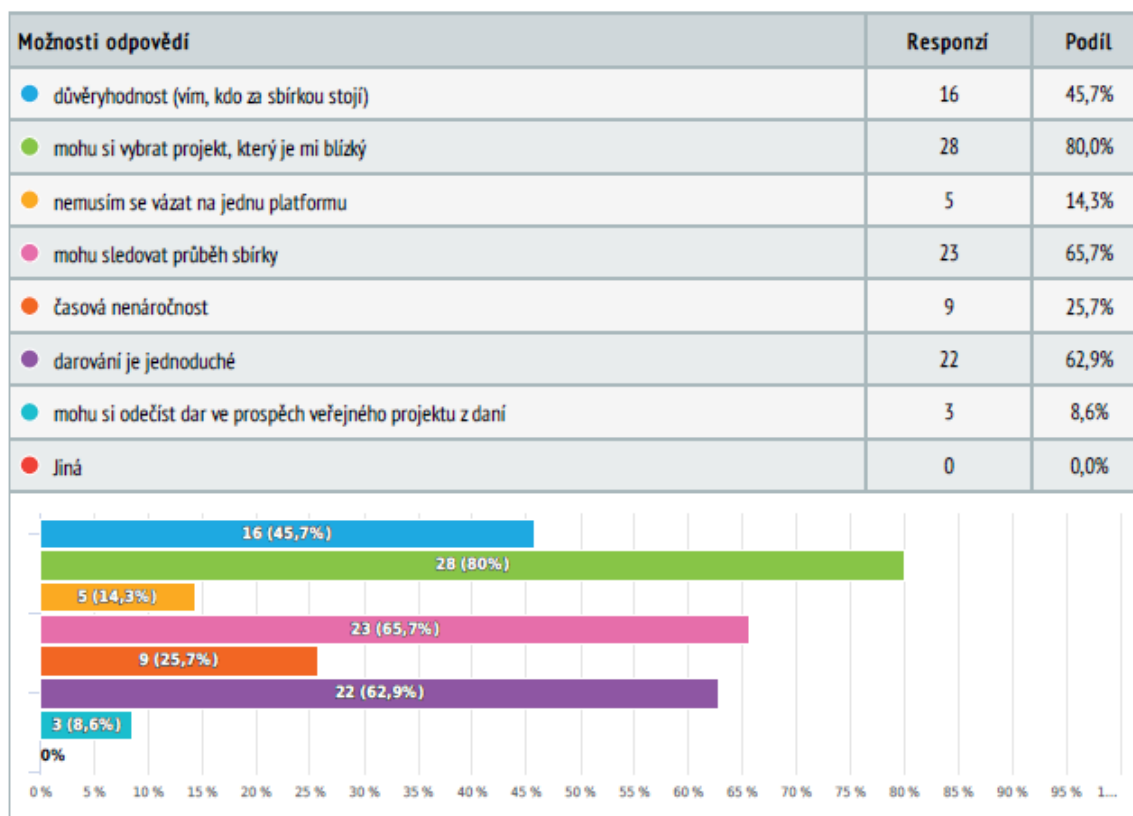
13 Jaký crowdfundingový projekt/sbírku jste podpořil/a?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 35 x, nezodpovězeno 139 x



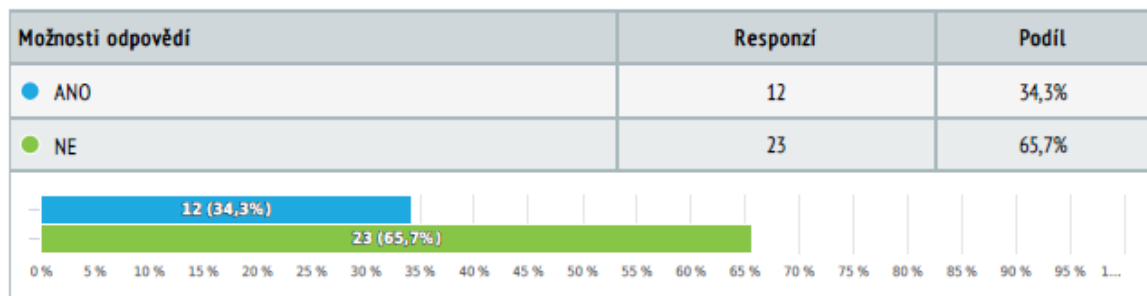
14 Co považujete za výhody crowdfundingových platform?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 35 x, nezodpovězeno 139 x



15 Vnímáte na crowdfundingových platformách nějaké nevýhody?

Výběr z možností, zodpovězeno 35 x, nezodpovězeno 139 x



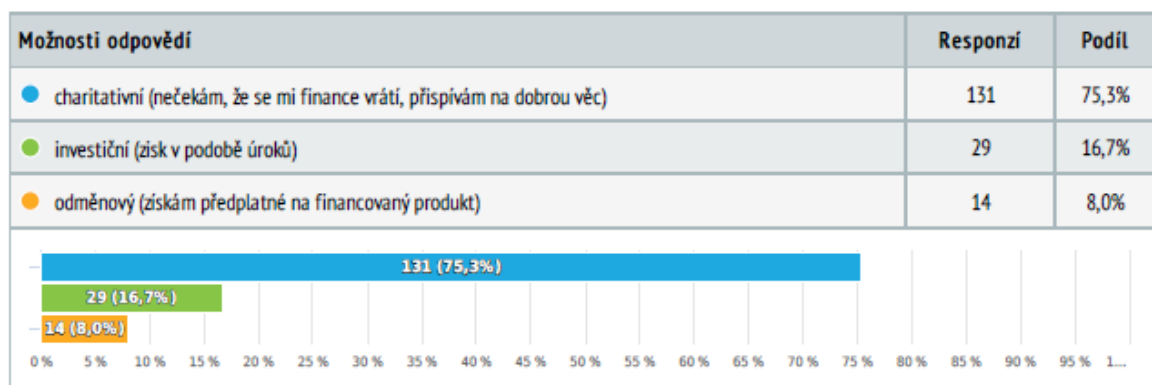
16 Jaké nevýhody na crowdfundingových platformách vnímáte?

Textová odpověď, zodpovězeno 12 x, nezodpovězeno 162 x

- Je jich poslední dobou hodně
- Možnost oslovit široký okruh. Zjistit jestli by o produkt byl zájem a nejsou zde úroky jako u půjčky
- Možnost podvodu
- Nedůvěryhodnost některých sbírek
- Nejistota dodržení všech slibů/doručení plného finančního obnosu tam, kam má
- Nejistota výdělku, možnost zneužití, podvody.
- Nemusi být 100 %, že se projekt uskuteční. Člověk musí dávat pozor na co a kde přispívá.
- Nemusi dojít k pozitivnímu výsledku, který se vztahuje k celkovému naplnění projektu.
- Nevíte, zda se ten projekt opravdu uskuteční.
- Relativně vysoké fee
- Riziko
- Záleží na emotivnosti a propagaci příběhu, některé projekty/sbirky získají velkou pozornost, jiné téměř upadnou v zapomnění byt nezalouzene.

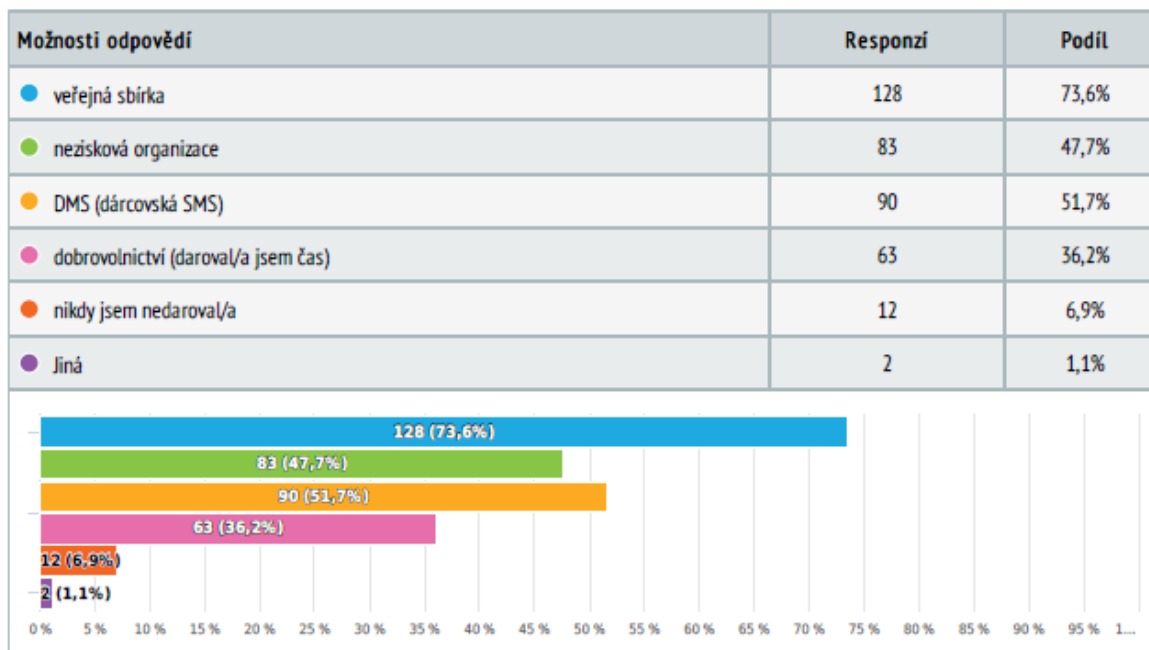
17 Na jaký typ crowdfundingového projektu byste raději přispěl/a?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



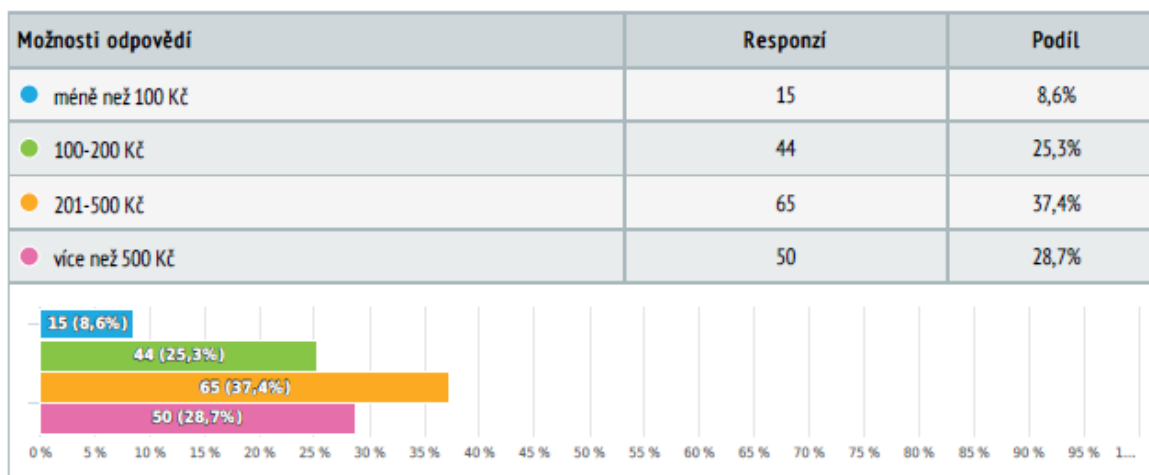
18 Daroval/a jste někdy finanční prostředky těmito způsoby?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



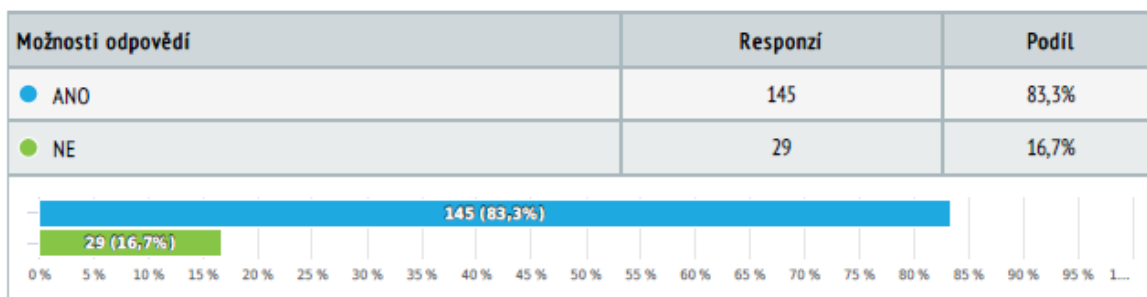
19 Kolik korun byste v případě podpory charitativní sbírky prostřednictvím crowdfundingu jednorázově daroval/a?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



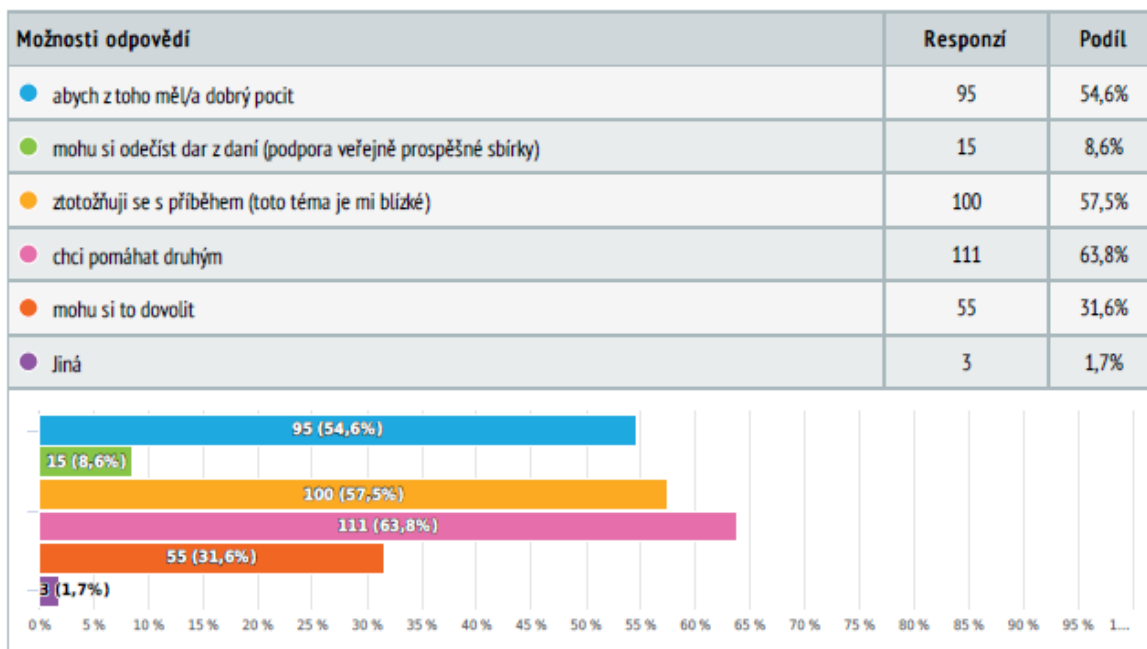
20 Podpořil/a byste charitativní crowdfundingovou sbírku opakovaně?

Výběr z možností, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x



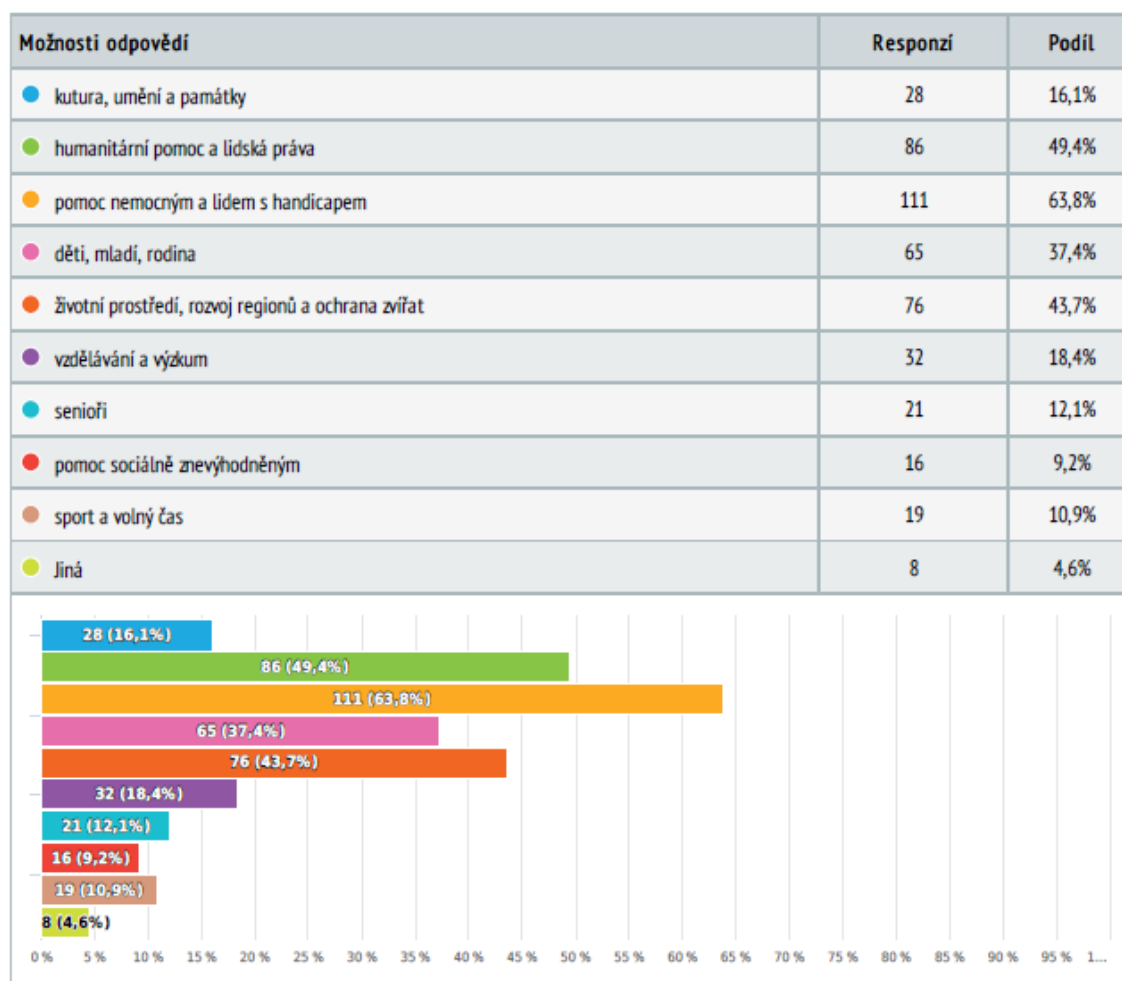
21 Co by vás vedlo k tomu darovat peníze na charitativní crowdfundingovou sbírku?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x







22 Jaká tematika charitativní crowdfundingové sbírky by vás oslovila nejvíce?



Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 174 x, nezodpovězeno 0 x





Nastavení dotazníku


-  Povolit odeslat vícekrát? 

-  Povolit návrat k předchozím otázkám? 

-  Zobrazovat čísla otázek? 

-  Oznámení o vyplnění dotazníku na e-mail?

-  Ochrana heslem?

-  IP omezení?

Příloha: dotazník

Crowdfunding jako metoda financování

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze a tento dotazník je určen k vypracování diplomové práce věnované totožnému tématu. Hlavním cílem dotazníkového šetření je zjistit úroveň povědomí populace v ČR o crowdfundingu.

Tímto bych Vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku. Vaše odpovědi jsou zcela anonymní a získané informace budou použity pro zpracování praktické části diplomové práce.

Děkuji Vám za ochotu a Váš čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.

Čas strávený nad tímto dotazníkem: max. 10 minut.

Barbora Vítová

1 Jste

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- muž žena
 Jiná

2 Kolik Vám je let?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- 16-25 let 26-40 let 41-50 let 51-60 let více než 60 let

3 Žijete v ČR?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ANO NE

4 Kde bydlíte?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- na vesnici ve městě

5 Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- základní vzdělání středoškolské vzdělání ukončené učňovskou zkouškou středoškolské vzdělání ukončené maturitou vyšší odborné vzdělání
- vysokoškolské vzdělání

6 Jaký je Váš socioekonomický status?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- student/studentka (bez brigády) student/studentka (s brigádou) zaměstnaný/zaměstnaná nezaměstnaný/nezaměstnaná
- důchodce/důchodkyně

7 Zaslchl/a jste již pojem crowdfunding?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ANO NE

8 Víte, co tento pojem (crowdfunding) znamená?

9 Znáte některé crowdfundingové platformy?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- ANO NE

10 Jaké crowdfundingové platformy znáte?

11 Jak jste se o crowdfundingových platformách dozvěděl/a?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4)

- z internetu z tisku z televize ze sociálních sítí od známých (rodina, přátelé)
 Jiná

12 Přispěl/a jste někdy na nějaký projekt/sbírku přes crowdfundingovou platformu?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- ANO NE, nemám důvěru NE, ale uvažoval/a jsem o tom

13 Jaký crowdfundingový projekt/sbírku jste podpořil/a?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4)

- charitativní investiční (zisk v podobě úroků) odměnový (získám předplatně na financovaný produkt/projekt)
 Jiná

14 Co považujete za výhody crowdfundingových platforem?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4)

- důvěryhodnost (vím, kdo za sbírkou stojí) mohu si vybrat projekt, který je mi blízký nemusím se vázat na jednu platformu mohu sledovat průběh sbírky
 časová nenáročnost darování je jednoduché mohu si odečíst dar ve prospěch veřejného projektu z daní
 Jiná

15 Vnímáte na crowdfundingových platformách nějaké nevýhody?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ANO NE

16 Jaké nevýhody na crowdfundingových platformách vnímáte?

17 Na jaký typ crowdfundingového projektu byste raději přispěl/a?

Nápověda k otázce: *Crowdfunding je metoda získávání finančních prostředků, kdy se velký počet lidí skládá na daný projekt malými částkami. Příkladem crowdfundingové platformy je například Hit Hit, Donio nebo Znesnaze.cz. Nejsledovanějším příběhem na Donio je aktuálně příběh Martínka, jehož nákladnou léčbu mohla rodina zaplatit díky sbírce. Z cílové částky 100 milionů korun bylo vybráno 151 284 599 Kč. Vyberte jednu odpověď.*

- charitativní (nečekám, že se mi finance vrátí, přispívám na dobrou věc) investiční (zisk v podobě úroků) odměnový (získám předplatné na financovaný produkt)

18 Daroval/a jste někdy finanční prostředky těmito způsoby?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí (max 4)*

- veřejná sbírka nezisková organizace DMS (dárcovská SMS) dobrovolnictví (daroval/a jsem čas) nikdy jsem nedaroval/a
- Jiná

19 Kolik korun byste v případě podpory charitativní sbírky prostřednictvím crowdfundingu jednorázově daroval/a?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- méně než 100 Kč 100-200 Kč 201-500 Kč více než 500 Kč

20 Podpořil/a byste charitativní crowdfundingovou sbírku opakovaně?

Nápověda k otázce: *(provoz neziskové organizace, pravidelně konané akce: adventní koncerty, benefiční běhy apod.) Vyberte jednu odpověď.*

- ANO NE

21 Co by vás vedlo k tomu darovat peníze na charitativní crowdfundingovou sbírku?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4)*

- abych z toho měl/a dobrý pocit mohu si odečíst dar z daní (podpora veřejně prospěšné sbírky) ztotožňuji se s příběhem (toto téma je mi blízké) chci pomáhat druhým
- mohu si to dovolit
- Jiná

22 Jaká témata charitativní crowdfundingové sbírky by vás oslovila nejvíce?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí (max. 4)*

- kultura, umění a památky humanitární pomoc a lidská práva pomoc nemocným a lidem s handicapem děti, mládí, rodina
- životní prostředí, rozvoj regionů a ochrana zvířat vzdělávání a výzkum senioři pomoc sociálně znevýhodněným
- sport a volný čas
- Jiná