

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

Využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací

Application of crowdfunding for non-profit organizations development

Andrea Doleželová

Plzeň 2017

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Andrea DOLEŽELOVÁ**
Osobní číslo: **K14N0045P**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací**
Zadávající katedra: **Katedra financí a účetnictví**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Charakterizujte neziskový sektor a neziskové organizace.
2. Charakterizujte význam a obsah crowdfundingu.
3. Proveďte analýzu a hodnocení crowdfundingových platforem.
4. Navrhněte přínosy crowdfundingu v neziskovém sektoru.

Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah kvalifikační práce: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- **BOUKAL, Petr.** *Nestátní neziskové organizace: (teorie a praxe)*. 1.vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9
- **REKTOŘÍK, Jaroslav a kol.** *Organizace neziskového sektoru - Základy ekonomiky, teorie a řízení*. 3. vyd. Praha: EKOPRESS, 2010. 188 s. ISBN 978-80-86929-54-5
- **TETŘEVOVÁ, Liběna; ČERNOHORSKÁ, Liběna.** *Veřejný a podnikatelský sektor*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2009. 190 s. ISBN 978-80-86946-90-0
- **ŠEDIVÝ, Marek; MEDLÍKOVÁ, Olga.** *Úspěšná nezisková organizace*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. 155 s. ISBN 978-80-247-4041-6

Vedoucí diplomové práce: **Prof. Ing. Lilia Dvořáková, CSc.**
Katedra financí a účetnictví

Datum zadání diplomové práce: **21. října 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **24. dubna 2017**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 21. října 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne

.....

Andrea Doleželová

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala své vedoucí diplomové práce, paní prof. Ing. Lilii Dvořákové, CSc. za věnovaný čas, odborné rady a věcné připomínky.

Dále děkuji své rodině za podporu během studia.

OBSAH

ÚVOD.....	9
1 Veřejný sektor ve struktuře národního hospodářství	11
1.1 Členění národního hospodářství z hlediska principu financování	11
1.2 Členění národního hospodářství dle Pestoffa.....	13
2 Základní vymezení neziskových organizací	16
2.1 Historický vývoj a současné postavení neziskových organizací.....	16
2.2 Definice a charakteristické znaky neziskových organizací.....	17
2.3 Druhy neziskových organizací.....	18
2.3.1 Rozdíl mezi státními a nestátními neziskovými organizacemi.....	19
2.4 Klasifikace neziskových organizací.....	20
2.5 Financování neziskových organizací	23
2.5.1 Principy financování neziskových organizací	23
2.5.2 Způsoby financování neziskových organizací.....	24
2.5.3 Nástroje financování neziskových organizací	25
2.5.4 Finanční zdroje neziskových organizací.....	26
3 Crowdfunding – moderní způsob financování.....	31
3.1 Základní charakteristika crowdfundingu.....	31
3.2 Historie crowdfundingu	33
3.3 Crowdfundingová revoluce	34
3.4 Typy crowdfundingu a rozdělení crowdfundingových projektů.....	36
3.5 Typy sbírek a provizí	38
3.6 Motivace k využití crowdfundingu	38
3.7 Legislativní prostředí crowdfundingu v České republice	41
3.8 Dílčí shrnutí teoretické části.....	41

4	SWOT analýza	43
4.1	SWOT analýza z pohledu přispěvatele	43
4.2	SWOT analýza z pohledu autora.....	44
4.3	SWOT analýza z pohledu crowdfundingové platformy.....	46
5	Analýza crowdfundingových platforem	48
5.1	Zahraniční platformy.....	48
5.2	Kickstarter	48
5.2.1	IndieGoGo	51
5.2.2	Tilt.....	55
5.2.3	Gofundme	56
5.2.4	Network for Good.....	57
5.3	České platformy	60
5.3.1	Hithit	60
5.3.2	Startovač	62
5.3.3	Peněždroj	63
5.3.4	Everfund.....	65
5.3.5	Vision Partners.....	67
5.3.6	Darujme	68
5.3.7	Darujsprávně.....	69
5.4	Komparace českých a zahraničních crowdfundingových platforem	70
5.4.1	Komparace z hlediska podmínek platforem pro projekty.....	70
5.4.2	Komparace z hlediska statistik platforem.....	73
6	Návrhy a hodnocení přínosů crowdfundingu do neziskového sektoru	76
6.1	Uživatelské hodnocení	76
6.2	Crowdfundingový portál (nefinanční příspěvky).....	76

6.3	Nízké náklady na kapitál	78
6.4	Zonky.cz nejen pro fyzické osoby	79
6.5	Dílčí shrnutí praktické části	81
	Závěr	83
	Seznam tabulek	85
	Seznam obrázků	86
	Seznam použitých zkratk	88
	Seznam použité literatury	89
	Seznam příloh	97

ÚVOD

Tématem diplomové práce je využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací. Neziskový sektor je tvořen souborem subjektů a jeho základním cílem je dosahování přímého užitku. Důvody vzniku neziskových organizací byly filantropie, charitativní činnost a svobodné sdružování lidí. Neziskové organizace jsou právnické osoby, které nebyly zřízeny za účelem dosažení zisku. Jejich cílem je poskytování obecně prospěšných služeb. Začaly se hledat nové cesty pro získání finančních prostředků. Výsledkem byl crowdfunding, alternativní metoda a relativně nový způsob financování.

Tato práce si klade za cíl představit problematiku crowdfundingu u neziskových organizací, analýzu jednotlivých vybraných crowdfundingových platforem a jejich následná komparace. Cílem je také zodpovědět, zda existuje crowdfundingové prostředí pro neziskové organizace a jestli existuje rozdíl v konkrétní oblasti mezi českými a zahraničními portály.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část čerpá informace zejména z odborné literatury a internetových zdrojů. Praktická část vychází z údajů čerpaných především z oficiálních webových stránek jednotlivých vybraných crowdfundingových platforem. Výstup této práce má představovat určitý obraz o možnostech crowdfundingu a impulz pro neziskové organizace k využití crowdfundingu, které ještě o tomto způsobu financování dosud neslyšely či se k němu ještě neodhodlaly.

Teoretická část začíná vymezením neziskového sektoru ve struktuře národního hospodářství. V podkapitolách je popsáno členění národního hospodářství z hlediska principu financování a dle Pestoffa. Následující kapitola se zabývá vymezením neziskových organizací. Orientuje se konkrétně na historický vývoj, současné postavení, definice, znaky a druhy neziskových organizací a jejich klasifikace dle jednotlivých kritérií. Podkapitola financování neziskových organizací rozebírá principy, způsoby a jednotlivé zdroje financování neziskových organizací. Další kapitola je věnována crowdfundingu, současnému modernímu způsobu financování. Začíná základní charakteristikou crowdfundingu, jeho historií a crowdfundingovou revolucí. Následují subkapitoly, které se zabývají druhy crowdfundingu, rozdělením projektů, typy sbírek a provizí a motivací k využití crowdfundingu. Teoretickou část uzavírá

podkapitola zaměřená na problematiku legislativního prostředí crowdfundingu v České republice.

Praktickou část otevírá SWOT analýza, jenž stanovuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby ze strany přispěvatele, autora projektu a crowdfundingové platformy. Další kapitola se věnuje analýze crowdfundingových platforem. Jednotlivé podkapitoly obsahují popis základních informací, statistických údajů a konkrétní příklady crowdfundingových kampaní. Dále je zde uvedena komparace vybraných crowdfundingových platforem z hlediska podmínek uveřejnění projektů a z hlediska statistických informací. Poslední kapitola se věnuje návrhům a hodnocení přínosů crowdfundingu pro neziskový sektor.

1 Veřejný sektor ve struktuře národního hospodářství

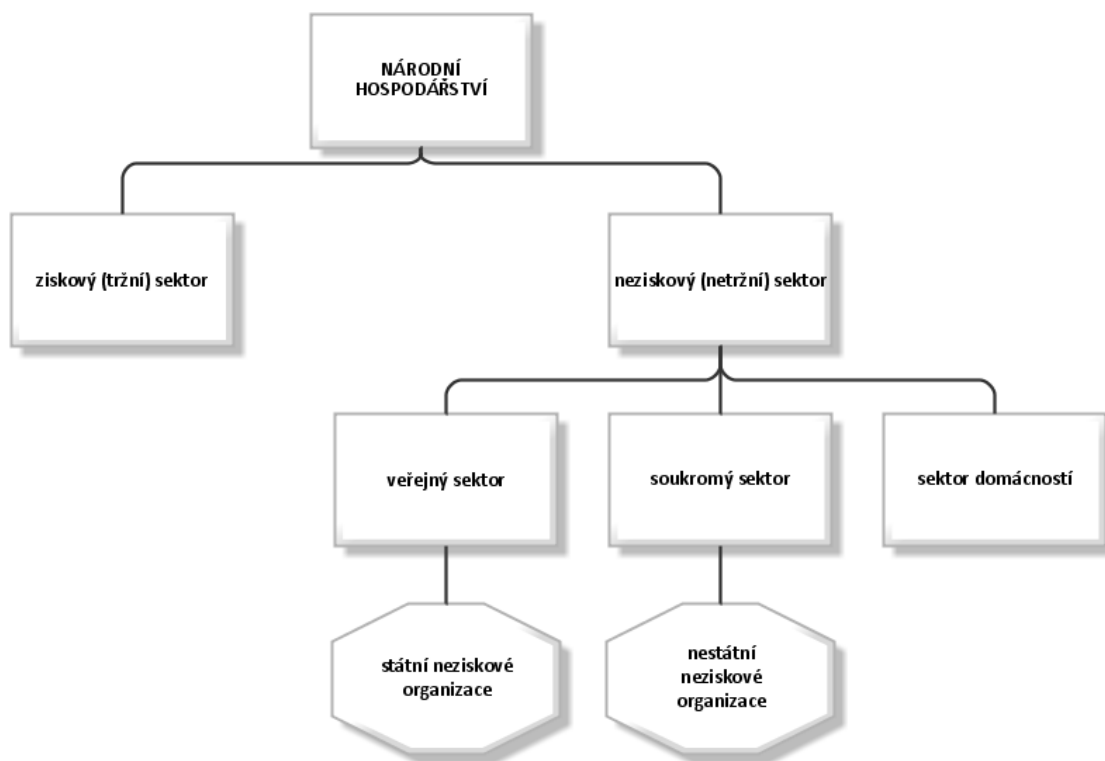
Kapitola se zabývá vymezením pojmu veřejný sektor a dále pak člení národní hospodářství z různých hledisek. Podkapitoly jsou soustředěny na členění národního hospodářství z hlediska principu financování a dle Pestoffa.

Za veřejný sektor považuje Peková (2008) tu část národního hospodářství, která zajišťuje veřejné statky pro celé obyvatelstvo na neziskovém principu. O její produkci se rozhoduje veřejnou volbou, převážně na základě nepřímého rozhodování zvolených zástupců (např. ve volbách do obecního zastupitelstva, do parlamentu), financuje se finančními prostředky z veřejných rozpočtů a převážně z daňových výnosů, je podřízena veřejné kontrole, která je prováděna kontrolními orgány (odborná kontrola) a občany (laická kontrola). Dle Tetřevové (2009) se jedná o netržní sektor, ve kterém rozhodování není založeno na systému tržních cen. Veřejný sektor zabezpečuje nezbytné množství veřejně poskytovaných statků a služeb společnosti, účinně alokuje finanční prostředky z veřejných rozpočtů, vytváří podmínky pro kvalitnější lidský život a spravedlivější rozdělování a přispívá k ekonomickému růstu. Důvodem existence veřejného sektoru je primárně tržní selhání, dalšími důvody jsou zkvalitnění lidského potenciálu, zmírnění sociálních nerovností a ochrana životního prostředí (Nahodil, 2009). Ochraňa (2001) uvádí, že z neekonomického hlediska se mezi příčiny existence veřejného sektoru řadí veřejný zájem, garance a ochrana společenských hodnot.

1.1 Členění národního hospodářství z hlediska principu financování

Členěním národního hospodářství dle principu financování se zabývá Tetřevová (2009). Národní hospodářství člení na ziskový (tržní sektor) a neziskový (netržní) sektor. Neziskový sektor se dělí na sektor domácností, soukromý sektor (sektor firem) a veřejný sektor (vládní sektor). Zmíněnými sektory se prolíná občanský sektor, do něhož se řadí nestátní neziskové organizace. Členění národního hospodářství dle principu financování je znázorněno na obr. č. 1.

Obr. č. 1: Členění národního hospodářství dle principu financování



Zdroj: vlastní zpracování dle Rektoříka, 2010, s. 13

Ziskový (tržní) sektor je tvořen skupinou subjektů, které jsou zřizovány s hlavním cílem dosažení zisku. Tento zisk je tvořen prostřednictvím prodeje statků, které jsou produkovány či distribuovány za tržní cenu. Tyto subjekty jsou nositeli podnikatelského rizika, nemohou se tak spoléhat na zdroje jiných subjektů. Svůj majetek financují vlastními zdroji (kapitálem) či zdroji cizími (půjčkou). Příkladem je skupina ČEZ, A3 Sport, s.r.o., Oknotherm spol. s r.o. či Costa Cofee.

Zatímco **neziskový (netržní) sektor** je dán skupinou subjektů, které jsou zřizovány s primárním cílem dosažení přímého užitku. Tento užitek má zejména charakter veřejné služby. Subjekty financují majetek vlastními zdroji, které získají buď od soukromých subjektů (zřizovatel) nebo veřejných subjektů prostřednictvím přerozdělovacích procesů. I zde je možnost financovat cizími zdroji (půjčkou). Majetek je v držení neziskového subjektu nebo veřejného subjektu v případě, že je jeho zřizovatelem. Neziskový (netržní) sektor se dělí na neziskový veřejný sektor, neziskový soukromý sektor a sektor domácností. Příkladem neziskových organizací je Nadační fond Arnošta z Pardubic, Ruka pro život o.p.s., Český svaz žen z.s. či Nadace české architektury.

Neziskový veřejný sektor je souborem subjektů, které byly založeny veřejnými subjekty (města, obce, státní orgány) s cílem dosažení přímého užitku. Veřejné subjekty vkládají finanční prostředky bez očekávání dosaženého zisku z důvodu zainteresovanosti na přímém užitku. Poskytnutý majetek zůstává ve vlastnictví veřejného subjektu. Veřejné subjekty jsou zároveň neziskovými subjekty, jedná se o příspěvkové organizace. (podrobněji Boukal, 2009). Rektořík (2010) dodává, že primárního cíle je dosahováno poskytováním veřejných služeb. Jde o státní neziskové organizace.

Subjekty v **neziskovém soukromém sektoru** jsou zakládány soukromými subjekty také s hlavním cílem dosažení přímého užitku, neočekávají dosažení zisku. Tyto subjekty jsou označovány jako nestátní neziskové organizace. (Boukal, 2009).

Dle Rektoříka (2010) **sektor domácností** hraje významnou roli ve formování občanské společnosti. Domácnosti vstupují na trh produktu, kapitálu a výrobních faktorů.

1.2 Členění národního hospodářství dle Pestoffa

Čtyřsektorový model (viz obr. č. 2), nazývaný také jako trojúhelník blahobytu, vychází z interakcí a vztahů mezi ziskovým a neziskovým sektorem. Prostřednictvím modelu charakterizuje institucionální jednotky s odlišnou organizačně-právní povahou. Jádrem modelu je plocha trojúhelníku, která znázorňuje národní hospodářství, do níž jsou zakresleny čtyři bloky, které představují jednotlivé sektory. Těmito sektory jsou soukromý ziskový sektor, veřejný neziskový sektor, soukromý neziskový sektor a sektor domácností (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012). V tab. č. 1 je možné vidět charakteristiky organizací v jednotlivých sektorech.

Tab. č. 1: Charakteristika organizací v sektorech definovaných Pestoffem

Sektor	Charakteristika institucí	Příklad
ziskový, soukromý, tržní (první sektor)	ziskové, formální, soukromé (privátní)	akciová společnost, s.r.o.
neziskový, veřejný (druhý sektor)	neziskové, formální, veřejné	obec, kraj, příspěvková organizace
neziskový, soukromý (nevládní, třetí sektor)	neziskové, formální, soukromé (privátní)	občanské sdružení, nadace, církev
neziskový, domácností	neziskové, neformální, soukromé (privátní)	domácnosti

Zdroj: Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012, s. 40

Rektořík (2010) uvádí, že sektor domácností je dán neformálním charakterem (rodiny, domácnosti, sousedské a občanské komunity) bez legislativní formy. Po umístění do tří sektorů do plochy trojúhelníku vzniká prostor pro třetí sektor, resp. soukromý neziskový sektor či sektor nevládních neziskových organizací.

V trojúhelníku jsou dále zóny, které představují překrývání činností a poslání jednotlivých organizací. Tyto organizace jsou proto členěny z hlediska čistoty na smíšené a hraniční. Smíšená organizace může být například soukromá střední škola (Soukromá střední škola výpočetní techniky v Praze, Soukromá střední odborná škola Start či Soukromá střední škola DANAĚ). Její poslání zasahuje do veřejného sektoru, má soukromý charakter a z konkrétní části je financována z veřejných financí. Příkladem hraniční organizace je penzijní fond (Penzijní společnost České Pojišťovny a.s., Allianz penzijní společnost, Penzijní společnost České spořitelny). Penzijní fond má formu akciové společnosti, ale jsou mu zákonem přidělovány příspěvky z veřejných financí a rozdělování zisku je také vymezeno zákonem. Specifickým příkladem hraniční organizace je státní podnik. Ten je zřízen za účelem podnikání prostřednictvím instituce veřejného sektoru a spravuje státní majetek.

Do sektoru domácností zasahuje soukromý neziskový sektor. Vytváří pro činnosti a poslání spolky a seskupení, jež mají neformální charakter (nezřízeny dle platné legislativy). Může jít o spolky se zaměřením charitativním, na využití volného času dětí

a mládeže či hájení zájmů komunity občanů (například spolek Žijeme pro Hradiště, centrum volného času Bilbo).

Do sektoru ziskového tržního zasahuje také soukromý neziskový sektor. Umožňuje tak zakládat právní formy, které mohou vykonávat služby v oblasti charity, vzdělání, sportu a podobně.

Vztahy mezi státem a třetím sektorem jsou dány přesunem finančních zdrojů (dotace, granty, daňové úlevy). Vztahy třetího sektoru k soukromému ziskovému sektoru nabývají formy sponzorství. Domácnosti jsou do činnosti organizací třetího sektoru zapojeny poskytováním peněžních prostředků a zejména dobrovolníků.

Mezi státem a třetím sektorem vznikají tzv. hybridní organizace. Jde o předání části odpovědnosti neziskovým organizacím. Vyznačují se vlastnostmi jak soukromých, tak i veřejných neziskových organizací. Jde například o Fond dětí a mládeže, Státní fond životního prostředí, Státní fond kultury České republiky, Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie či Česká akademie věd.

2 Základní vymezení neziskových organizací

Cílem kapitoly je vymezit základní charakteristiky neziskových organizací od historie a současného postavení ve společnosti, přes definici a druhy neziskových organizací až po jejich klasifikaci dle jednotlivých kritérií.

Novotný (2008) uvádí, že pozice neziskových organizací v současnosti stále roste. Významně roste i vliv na občanskou společnost. Svobodné sdružování lidí, což představuje základní svobodu demokratického státu, je důvodem vzniku zejména soukromých neziskových organizací.

2.1 Historický vývoj a současné postavení neziskových organizací

Ke spolčování za účelem vzájemné podpory a dobročinnosti docházelo již ve 13. století. Už ve středověku se objevovaly filantropické aktivity a to zejména v rámci církve, například starostlivost o nemocné, chudé a sirotky (Frič, Goulli, 2001).

Rektořík (2010) tvrdí, že totalitní režimy šli tvrdě proti svobodě sdružování. 19. století je období bohaté na spolkovou činnost. Mnoho vlasteneckých spolků, které podporovaly umění, kulturu, vědu a vzdělání, vzniklo v čase národního obrození. Některé spolky existují až do dnes například Sokol, spolek Mánes či Hlávková nadace. Po roce 1918, kdy vznikl samostatný stát, zde byl prostor pro svobodnou činnost. Spolky vznikaly na základě spolkového práva, například Zemské a Okresní péče o mládež, Čsl. Červený kříž či Masarykova liga TBC. Po roce 1930 bylo na území Československa přes 5 000 spolků a přes 1 500 ústavů a zařízení věnující se péči o chudé a mládež.

Po roce 1948 byla dobrovolná činnost spolkům hrubě přerušena, omezena a vedení zbylých spolků spadlo zcela pod Komunistickou stranu Československa. Nad organizacemi věnující se vzájemně prospěšné činnosti (kultura, mládež, tělovýchova, odbory) vykonávaly výbory komunistické strany dozor. Pro zcela stranickou kontrolu byla zavedena podmínka, že předseda každé společenské organizace byl členem komunistické strany. Dle Friče a Goulliho (2001) k zintenzivnění aktivit občanů došlo koncem 80. let a vygradovaly v roce 1989 sametovou revolucí a přispěly tak ke změně politického režimu. Sametová revoluce měla za následek vlnu zřizování nadací a nezávislých spolků.

V současnosti se neziskové organizace musely tvrdě prosazovat, kvůli adaptaci společnosti na tržní podmínky. Jisté omezení mají neziskové organizace v získávání odborníků, v prodlužování delegace moci ze státních subjektů na soukromé, ziskové. I přes tyto omezení je zřejmý pozitivní rozvoj neziskového sektoru (Rektořík, 2010).

2.2 Definice a charakteristické znaky neziskových organizací

Rektořík (2010) definuje neziskovou organizaci jako právnickou osobou, která není zřízena za podnikatelským účelem. Dle Dubna (1996) neziskové organizace poskytují obecně prospěšné služby (vzdělání a výchova, zdravotnictví, kultura, tělovýchova a sport, ochrana zvířat, ochrana památek). Je to instituce, která se vyskytuje vně státních struktur, ale slouží veřejným zájmům. Neziskové organizace se vyznačují několika charakteristickými znaky. Mají institucionální strukturu, nehledě na to, zda jsou formálně či právně registrované. Jsou odděleny od státní správy, nejsou jí ani řízeny. Jsou neziskové, tj. nepřerozdělují zisk, který vznikl z činnosti organizace mezi vlastníky organizace. Tento zisk musí být zpět vložen k rozvoji organizace a plnění cílů. Dále jsou samosprávné a nezávislé (autonomní), mají tak kontrolu nad vlastní činností a nepodléhají kontrole státu či jiné instituci stojící mimo ně. Podílejí se na svých aktivitách zcela dobrovolně. Dobrovolnost se může týkat neplacené práce pro organizaci, darů či čestné účasti ve správních radách (Stejskal, Kuvíková & Maťátková, 2012).

Neziskové organizace se realizují v oblasti kultury a umění, sportu a rekreace, vzdělání a výzkumu, zdraví, sociálních služeb, ekologie, rozvoje obce a bydlení, ochrany práv a obhajoby zájmů, politiky, dobročinnosti, náboženství, mezinárodních aktivit a profesních a pracovních vztahů (Frič, Goulli, 2001).

Jak uvádí Stejskal, Kuvíková & Maťátková (2012) neziskové organizace zastávají funkci ekonomickou (producent a spotřebitel statků, zaměstnavatel), sociální (uspokojování potřeb, sdružování se) a politickou (rozvoj demokracie, ochrana obyvatel před porušením základních lidských práv). Duben (1996) uvádí, že mezi orgány neziskové organizace patří správní rada, která zastává statutární funkci neziskové organizace, dozorčí rada, která plní funkci kontrolní.

S neziskovými organizacemi jsou spojena i negativa týkající se nejednoznačné legislativní definice, jejich transparentnosti, přístupu k finančním prostředkům

z veřejných rozpočtů a přidělování statusu na základě schvalování odborné komise (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012).

Cílovou skupinou, kterou se zabývá Medlíková a Šedivý (2011), jsou přímí klienti, nepřímí klienti, zaměstnanci, dobrovolníci a členové statutárních orgánů. Podporovateli jsou členové statutárních orgánů, zaměstnanci, management, média, zakladatelé, sponzoři, subjekty veřejné správy. I v neziskovém sektoru se vyskytuje konkurence. Jedná se o organizace s podobnými aktivitami pro obdobnou cílovou skupinu klientů. Je důležité, aby byla organizace známá, transparentní, významná v klientském přístupu.

2.3 Druhy neziskových organizací

Existuje mnoho typů neziskových organizací. Jejich členění spočívá v závislosti na autorovi. V příloze A je uveden kompletní přehled neziskových organizací. Několik z nich je v kapitole uvedeno.

Mezi státní neziskové organizace patří příspěvkové organizace a organizační složky státu. Do nestátních neziskových organizací patří občanská sdružení (zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů), obecně prospěšné společnosti (zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech), nadace a nadační fondy (zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech), církve, náboženské společnosti a církevní právnické osoby (zákon č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností), politické strany a politická hnutí (zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a politických hnutích), společenství vlastníků jednotek (zákon č. 72/1994 Sb., o vlastnictví bytů; zákon č. 378/2005 Sb., o podpoře výstavby družstevních bytů ze Státního fondu rozvoje bydlení), veřejné vysoké školy (zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách), profesní komory (zákon č. 523/1992 Sb., o daňovém poradenství a Komoře daňových poradců ČR, zákon č. 254/2000 Sb., o auditorech a Komoře auditorů ČR, zákon č. 220/1991 Sb., o České lékařské komoře, České stomatologické komoře, České lékárnické komoře), zájmová sdružení právnických osob a honební společenstva (zákon č. 449/2001 Sb., o myslivosti). Tyto neziskové organizace jsou členěny do dvou skupin, na organizace veřejně prospěšné a organizace vzájemně prospěšné (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012; helpnet, 2014). V příloze B je uveden přehled právních norem upravujících druhy neziskových organizací.

Dle Rektořika (2010) se v neziskovém sektoru nachází pět skupin organizací s charakteristickými znaky. Jde o vzájemně prospěšné organizace, veřejně prospěšné organizace, organizační složky a příspěvkové organizace státu a samosprávných územních celků, ostatní veřejnoprávní organizace a obchodní společnosti a jim obdobné. Obecně se dle Rektořika řadí do neziskových organizací obce, kraje, organizační složky státu a územních samosprávných celků, příspěvkové organizace, státní fondy, obecně prospěšné společnosti, veřejné vysoké školy, nadace a nadační fondy, státem uznávané církve a náboženské společnosti, politické strany a hnutí, občanská sdružení včetně odborových organizací, zájmová sdružení právnických osob.

Frič a Goulli (2001) člení neziskové organizace z hlediska míry plnění veřejného prospěchu do dvou skupin, na organizace vzájemně prospěšné a organizace veřejně prospěšné.

Hyánek (2007) vymezuje neziskové organizace do tří skupin, jde o soukromé neziskové organizace, nestátní neziskové organizace a ostatní neziskové organizace.

2.3.1 Rozdíl mezi státními a nestátními neziskovými organizacemi

Neziskové organizace mohou být státní či nestátní. **Státní neziskové organizace** poskytují veřejné služby obyvatelstvu. Patří sem organizační složky a příspěvkové organizace. Těmito organizacemi mohou být organizační složky státu, školy, dětské domovy, domovy pro seniory, muzea, divadla galerie. Hejduková (2015) uvádí, že mezi hlavní právní normy státních neziskových organizací patří zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů. Konkrétním příkladem je dětský domov Charlotty Masarykové, Náprstkovo muzeum, Národní technické muzeum či Galerie hlavního města Prahy.

Nestátní neziskové organizace také poskytují veřejné služby, ale mohou být zřizovány i soukromými subjekty. Tyto organizace fungují na základě soukromého práva. Financování je vícezdrojové, organizace jsou podporovány z veřejných zdrojů a z financí soukromých fyzických a právnických osob. Jde o obecně prospěšné společnosti, církevní právnické osoby, občanská sdružení, nadace a nadační fondy. Tyto organizace jsou upraveny právními předpisy jako je zákon č. 89/2012 Sb.,

občanský zákoník, zákon č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 341/2005 Sb., o veřejných výzkumných institucích, ve znění pozdějších předpisů. Příkladem je Greenpeace, Hnutí duha, Děti země, Liga lidských práv či Amnesty International.

Oba druhy těchto nestátních organizací fungují na obdobných principech i jejich vedení a řízení jsou podobné. Hlavním rozdílem mezi těmito organizacemi je financování. Státní neziskové organizace dostávají každý rok finanční prostředky ze státního rozpočtu od ministerstev a místních úřadů. Naopak nestátní neziskové organizace jsou financovány zejména neveřejnými zdroji. Podstatnou roli tak hraje soukromý sektor, financování z veřejných rozpočtů totiž není nárokové. (mpsv, 2017; Hejduková, 2015).

2.4 Klasifikace neziskových organizací

Boukal, Vávrová & Novotný (2003) třídí organizace dle kritérií odvětví, sektoru, vlastnictví a financování provozu a rozvoje.

Jak uvádí Rektořík (2010) poslání a cílů neziskových organizací je velká škála, proto je potřeba systematizovat organizace na základě několika kritérií. Jedná se o kritéria charakteristiky realizovaných činností, způsobu financování, právně organizační normy, globálního charakteru poslání a zakladatele. Tato klasifikace je v kapitole stručně uvedena.

Kritérium charakteristiky realizovaných činností

Na základě tohoto kritéria se jedná o oborové členění. Neziskové organizace charakterizujeme znaky společnými pro všechny typy neziskových organizací a společnými pouze pro soukromé neziskové organizace.

Organizace charakterizované společnými znaky pro všechny neziskové organizace jsou právníckými osobami (kromě organizačních složek), jejich hlavním cílem není podnikání, nejsou založeny za účelem dosahování zisku, jsou založeny k uspokojování konkrétních potřeb obyvatelstva a komunit a je u nich možné financování z veřejných rozpočtů.

Organizace charakterizované společnými znaky pouze pro soukromé neziskové organizace formují většinou neformální struktury přívrženců, avšak pokaždé v rámci

legislativy, dle které byly zřízeny a dle které provádějí svou činnost. Dále jim zákon povoluje svou vlastní autonomii v souvislosti k vnějšímu okolí a princip členství v těchto organizacích funguje výlučně na základě dobrovolnosti.

V souvislosti s tímto kritériem jsou spojeny tři různé klasifikace. Jedná se o Mezinárodní klasifikace neziskových organizací (ICNPO), Systém klasifikace netržních činností OSN (COPNI) a Odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ). Do roku 2001 byla používána klasifikace OKEČ. Od roku 2002 Český statistický úřad (ČSÚ) využíval klasifikaci COPNI. Od roku 2007 se začala využívat pro statistické účely Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012). Klasifikace ICNPO nekoresponduje s neziskovým sektorem v České republice (ČR) (Frič, Goulli, 2001). V tab. č. 2 jsou uvedeny klasifikace ICNPO, COPNI a OKEČ.

Tab. č. 2: Klasifikace ICNPO, COPNI a OKEČ

Klasifikace ICNPO	Klasifikace COPNI	Klasifikace OKEČ
1. Kultura, sport a volný čas	1. Rekreační, kulturní služby	92. Rekreační, kulturní a sportovní činnost
2. Vzdělávání a výzkum	2. Vzdělávací služby, výzkum	80. Školství 73. Výzkum
3. Zdravotnictví	3. Služby zdravotnické	85.1 Zdravotnictví
4. Sociální služby	4. Sociální služby	85.3 Sociální služby
5. Přírodní a životní prostředí		
6. Komunitní rozvoj a bydlení		
7. Občanskoprávní osvěta a politické organizace		
8. Dobročinnost		
9. Mezinár. nadační aktivity		
10. Náboženství a církve	5. Náboženství a církve	
11. Odbory a profesní spolky	6. Organizace profesní, odborářské a občanská sdružení	91. Činnost společenských organizací (odbory, politické strany, církve a profesní spolky)

12. Nespecifikované činnosti	7. Ostatní služby, smíšené a nespecifikované	93. Ostatní služby
------------------------------	--	--------------------

Zdroj: Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012, s. 21

Kritérium způsobu financování

Dle tohoto kritéria jsou neziskové organizace klasifikovány do čtyř skupin na základě způsobu jejich financování. Jedná se o organizace financované pouze z veřejných rozpočtů, například organizační složky státu či územní celky. Organizace financované pouze z části z veřejných rozpočtů, například příspěvkové organizace, určitá občanská sdružení, náboženské společnosti, církve, politické strany a politická hnutí. Organizace mají ze zákona nárok na příspěvek. Organizace financované z rozličných zdrojů, například sbírky, dary, sponzorství, granty či vlastní činnost a organizace financované převážně z výsledku uskutečnění poslání.

Kritérium právně organizační normy

Na základě tohoto kritéria jsou neziskové organizace členěny na organizace zřízené dle zákonů č. 218/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů a č. 250/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů a dále na organizace zřízené dle ostatních zákonů platných pro neziskové organizace.

Kritérium globálního charakteru poslání

Neziskové organizace jsou rozděleny na organizace veřejně prospěšné a organizace vzájemně prospěšné. Veřejně prospěšné organizace jsou vytvořeny s cílem produkce veřejných a smíšených statků uspokojující potřeby veřejnosti (charita, zdravotnictví, ekologie, vzdělání, veřejná správa). Vzájemně prospěšné organizace jsou naopak založeny s cílem vzájemné podpory skupin občanů se společným zájmem (aktivity v kultuře, profesní zájmy). Jejich úkolem je uspokojení vlastních zájmů, přičemž veřejná správa dohlíží na to, aby neodporovaly zájmům ostatních občanů.

Kritérium zakladatele

Kritérium zakladatele umožňuje rozčlenit neziskové organizace na organizace zřízené veřejnou správou, resp. státní správou (ústřední úřad státní správy, ministerstvo) či samosprávou (magistrát, obec, kraj). To je důvod, proč jsou některé organizace nazývány veřejnoprávními organizacemi. Účel těchto organizací vyplývá ze zákona,

jsou nevýdělečné a případný zisk není rozdělen mezi vlastníky, nýbrž je použit pro prospěch veřejnosti. Dále na organizace zřízené soukromou fyzickou, právnickou osobou či dokonce oběma osobami, které jsou označovány jako soukromoprávní organizace. Tyto organizace jsou výdělečné. Poslední skupinu tvoří organizace vzniklé jako veřejnoprávní instituce, kterým je ze zákona dána povinnost výkonu účelu veřejné služby. Konkrétním příkladem veřejnoprávní instituce je veřejná vysoká škola (Rektořík, 2010).

2.5 Financování neziskových organizací

Tato kapitola se soustředí na principy financování včetně fundraisingu, způsoby financování, nástroje financování a také na jednotlivé zdroje financování.

V začátcích neziskových organizací je často důležitým a jediným zdrojem dobrovolnictví a zaujetí lidí. Dobrovolník se účastní zvolených aktivit, které nejsou spojeny s finančním prospěchem, zcela spontánně a dobrovolně. Postupem času je nutné pro efektivní fungování organizace zabezpečit aktivitu i po finanční stránce (Rektořík, 2010).

2.5.1 Principy financování neziskových organizací

Subjekt musí neustále získávat zdroje financování. Financování je v některých oblastech specifické a inovativní. Stejskal, Kuvíková & Mařátková (2012) považují za základní principy financování vícezdrojovost, samofinancování a fundraising, neziskovost a osvobození od daní.

Zásada **vícezdrojovosti** financování tkví v získání a využití více zdrojů s cílem zabezpečení nezávislosti na jednom jediném zdroji. Většina dárců nechce hradit celé náklady projektu, tudíž je potřeba hledat další zdroje na pokrytí nákladů. Organizace využívá často i své vlastní zdroje, jedná se o tzv. spolufinancování. Existuje různé rozdělení zdrojů. Z hlediska způsobu získání na interní a externí zdroje, z hlediska charakteru zdrojů na finanční a nefinanční (věcné dary, know-how, informace) zdroje, dle původu zdrojů na domácí (místní) a zahraniční zdroje a dle financujícího subjektu (sektoru) na veřejné (samospráva, státní správa) a soukromé (nadace, individuální dárci, podnikatelské osoby) zdroje.

Dalším principem je způsob získání zdrojů financování (vlastních i cizích). Vytváří-li organizace příjmy z vlastní činnosti (např. prodej vlastních výrobků, služeb, příjem z hmotného a nehmotného majetku), využívá tzv. **samofinancování**. Organizace je schopna získat různé druhy příjmů (kromě dotačních příjmů). Samofinancování může sebou nést i rizika jako jsou změny motivace či nároků zaměstnanců, zaměření se na podnikání místo poslání nebo poškození dobrého jména. Ve většině případů organizace závisí na cizích zdrojích. S tím je spojen výraz fundraising, který označuje iniciativní činnost orientovanou na získávání vnějších zdrojů (finančních i nefinančních). Opírá se o filantropii a jedná se o oslovování dárců, se kterými nejlépe vytváří organizace vzájemný a poctivý vztah a partnerství. Výsledkem je dosažení dostatečného množství finančních či nefinančních prostředků a hmotných či nehmotných zdrojů. Rektořík (2010) řadí mezi hlavní způsoby fundraisingu přímý poštovní styk, veřejné sbírky, benefiční akce, osobní dopis, telefonický rozhovor, písemnou žádost o grant, fundraising „od dveří ke dveřím“ a osobní návštěvu. Boukal (2009) uvádí, že fundraising zajišťuje tým lidí, kteří jsou empatičtí, pracovití, schopní týmové práce a jsou sami přesvědčení o poslání organizace.

Dále se uplatňuje neziskový princip rozdělování příjmů. Veškeré příjmy jsou používány na zaplacení nákladů činností, které se pojí s posláním organizace. Zisk tedy nemůže být rozdělen mezi vlastníky. Všechny veškeré vytvořené zdroje jsou použity ve prospěch hlavní činnosti neziskové organizace. Důležitá je transparentnost, jež umožňuje zúčastněným subjektům sledovat použití prostředků. Organizace by měla být schopna prokázat původ a účelnost financí.

Princip **osvobození od daní** neziskových organizací se vztahuje na organizačně-právní formu nebo na činnosti poskytované organizací bez ohledu na jeho právní formu. Nejčastěji je používané osvobození příjmů z hlavní činnosti od daně z příjmů právnických osob. Neziskové organizace mohou uplatnit úlevy na daních. Příspěvatelé také mohou uplatnit úlevy na daních formou nezdanitelné části základu daně či odčitatelnou položkou (Stejskal, Kuvíková & Mat'átková, 2012).

2.5.2 Způsoby financování neziskových organizací

Způsoby financování poukazují na to, jak prostředky vstupují do organizace a jak jsou využity. Za základní způsoby financování se považuje účelové, výkonové, globální

a kombinované financování, kterými se zabývá Stejskal, Kuvíková & Mařátková (2012).

Účelové financování spočívá v tom, že prostředky jsou možné využít jen na schválený projekt. Objem poskytnutých finančních prostředků nesmí být překročen, mohou být využity pouze v příslušném roce, není-li stanoveno jinak. Nevyčerpají-li se všechny poskytnuté prostředky, vracejí se poskytovateli. Tento způsob financování sebou nese výhody, například zajišťuje plnění požadovaných výstupů a činností, umožňuje jednoduchou vnější kontrolu. Jsou zde i určitá rizika, například neobsahuje nástroj zvyšování hospodárnosti.

Následující způsob je opakem účelového financování. **Výkonové** financování tkví v poskytnutí finančních prostředků až po realizaci naplánovaných aktivit nebo vytvoření výstupů. Finanční prostředky jsou odeslány na účet poskytovatele výkonů potom, co je vyfakturuje. Tento způsob je označován jako refundace nákladů. Organizace je tak nucena zajistit výkony hospodárně a v plánovaném objemu. Výhodou je zabezpečení hospodárnosti realizace výkonů. Rizikem může být tlak na hospodárnost, který má za následek potlačení hlavní činnosti.

Podstata **globálního** financování je založena na udělení předem definovaného objemu finančních prostředků. Organizace tak téměř volně manipuluje s přidělenými financemi. Díky tomuto financování se odkrývají možnosti financování doplňkovými finančními prostředky.

Kombinovaný způsob představuje kombinaci výše popsaných způsobů. Často se využívá kombinace výkonového a účelového financování nebo účelové a globální financování.

2.5.3 Nástroje financování neziskových organizací

Nástroje jsou kompetence financující organizace využitelné v oblasti finančního řízení vůči neziskové organizaci, která přijímá finanční prostředky. Cílem je zvýšení finanční kontroly nad financovanou organizací. Využití nástrojů je dáno ze zákona nebo na základě smlouvy. Nástroje mohou být všeobecně platné nebo věcně odlišné. Mezi **všeobecně platné** nástroje patří časové a účelové použití rozpočtových prostředků (vychází ze zákona o rozpočtových pravidlech) a rozpočtová opatření. **Věcně odlišné**

nástroje mají vliv na věcné a osobní výdaje. Užívá se v rozpočtové sféře v oblasti veřejného neziskového sektoru (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012).

2.5.4 Finanční zdroje neziskových organizací

Rektořík (2010) uvádí do hlavních zdrojů neziskových organizací státní instituce a samosprávu (resortní ministerstva, státní fondy), nadace a nadační fondy, podniky a podnikatele, individuální dárci, vlastní činnost, členské příspěvky a daňové úlevy.

Boukal, Vávrová & Novotný (2003) do zdrojů zahrnují vlastní podnikatelské aktivity, veřejné rozpočty, granty, nadace, dárci, sponzory, příjmy z loterie a zahraniční zdroje.

Dle Stejskala, Kuvíkové & Mařátkové (2012) se zdroje členů na vlastní zdroje (členské příspěvky, hlavní činnost, doplňková činnost, podnikání), cizí zdroje (např. bankovní úvěry) a potencionální zdroje (příspěvky ze zdrojů Evropské unie (EU), přímé dotace ze státního rozpočtu, nepřímé dotace ze státního rozpočtu, příspěvky územních samospráv, tj. krajů a obcí, příspěvky nadací a nadačních fondů, firemní dárcovství a individuální dárcovství). Mezi ostatní zdroje uvádí pořádání loterií, které jsou častěji nahrazovány spíše sbírkami nebo DMS kampaněmi. Také daňové úlevy představují určitou formu podpory, jde zejména o daň z příjmů právnických osob. A dále daňovou asignaci, která představuje možnost poplatníka rozhodnout o části odvedené daně z příjmů a stanovit jejího příjemce. V České republice však daňové asignace zavedeny nejsou.

Členské příspěvky

Stanovy dávají povinnost členům neziskové organizace hradit každý rok členský příspěvek, o jehož výši rozhoduje příslušný orgán. Členské příspěvky mohou být tvořeny poplatky příslušející domovské organizační jednotce a obnosy odvodů vyšším organizačním jednotkám. Stanovení výše členského příspěvku musí být podloženo záznamem (usnesení rady nebo výboru organizace). V případě neobvyklé situace mohou být vybrány i mimořádné členské příspěvky (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012). Členské příspěvky využívají zejména občanská sdružení, profesní komory, politické strany či nějaké církve a náboženské společnosti (Rektořík, 2010).

Doplňková činnost

Neziskové organizace disponují majetkem, který neslouží pouze k hlavnímu účelu, ale je využit i pro získání dalších dodatečných prostředků. Příkladem mohou být pronájmy ploch, pozemků, tábořišť, sportovišť, speciálního vybavení či využití kluboven a domů jinými subjekty. Příhodné finanční instrumenty, jako jsou podílové listy, mohou organizaci přinést i volný finanční majetek. Dále doplňkovou činnost tvoří příjmy z poskytovaných služeb, například reklamy podnikatelům, spolupráce s obcemi na společenských akcích či spolupráce se správcem lesa (zakládání porostů, úklid). Pořádání akcí či realizace projektů také může být zdrojem zisku. Na tyto akce a projekty nesmí být dotovány nebo na ně použity příspěvky obcí. Všechny zmíněné aktivity mají dopad na daň z příjmů právnických osob (Stejskal, Kuvíková & Maňátková, 2012).

Podnikání

Stejskal, Kuvíková & Maňátková (2012) definují podnikání jako aktivity, které organizace realizuje záměrně a nepřetržitě za účelem zisku na vlastní jméno a riziko. Podnikatelské aktivity nemohou být hlavní činností a posláním. Zákon č. 586/1992 Sb. definuje nárok neziskových organizací na poskytnutí daňové úlevy z vlastní činnosti (Boukal, Vávrová & Novotný, 2003). Rektořík (2010) uvádí, že do vlastních podnikatelských aktivit lze zařadit prodej vlastních výrobků, poradenství, kurzy, doprava, služby týkající se výpočetní techniky, pronájmy nemovitostí. Dále pořádání kulturních, společenských, sportovních a vzdělávacích akcí.

Příspěvky ze zdrojů EU

Novotný (2008) za nejvýznamnější zdroje z EU považuje fondy EU. Tento druh podpory pomohl k rozvoji neziskového sektoru (např. vznik nových pracovních míst). Nese to však sebou i negativní dopady v podobě růstu administrativy či nutnosti monitoringu projektu. Za nejpodstatnější zdroje jsou považovány strukturální fondy a Fond soudržnosti. Prostředky ze strukturálních fondů jsou uvolňovány prostřednictvím regionálních operačních programů v individuálních oblastech NUTS II (Stejskal, Kuvíková & Maňátková, 2012). Boukal, Vávrová & Novotný (2003) uvádí, že prostředky ze strukturálních fondů slouží pro podporu členských států, konkrétně pro financování opatření napomáhajících k dosažení základních cílů strukturální politiky

(evropská územní spolupráce, konvergence, regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost).

Strukturální fondy jsou tvořeny Evropským fondem pro regionální rozvoj (ERDF), Evropským sociálním fondem (ESF), Evropským zemědělským fondem pro rozvoj venkova (EAFRD), Evropským námořním a rybářským fondem (EMFF). Do ostatních fondů spadají Fond solidarity a Evropský fond pro přizpůsobení se globalizaci (EGF). Finanční prostředky z ERDF slouží na podporu investičních projektů, tj. na modernizaci a posílení hospodářství (stavba silnic a železnic, obnova kulturních památek, rozvoj či rekonstrukce sportovních areálů, vysazení zeleně). ESF přispívá k podpoře projektů neinvestičního charakteru (rekvalifikace nezaměstnaných, vzdělávací programy, zvláštní programy pro děti, mládež, menšiny a osoby zdravotně postižené). EAFRD podporuje posílení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví, zlepšení životního prostředí a zlepšení životních podmínek na venkově. EMFF poskytuje finanční podporu pro aktivity, které se týkají mořského a vnitrozemského rybolovu, zkvalitnění akvakultury, rozvoje zpracovatelského průmyslu. Fond solidarity je určen pro mimořádné situace, jako jsou velké přírodní katastrofy nebo případně na financování opatření, které napomáhají k předcházení přírodních katastrof. EGF má za úkol podporovat pracovníky, kteří byli propuštěni ze zaměstnání v důsledku globalizace (krach podniku, přestěhování továrny mimo území EU, hromadné propouštění v jistém regionu či odvětví). Fond soudržnosti se liší od strukturálních fondů tím, že se zaměřuje na podporu rozvoje chudých států a ne regionů. Slouží k financování projektů investičního charakteru zaměřujících se na dopravní infrastrukturu (transevropské sítě), ochranu životního prostředí a obnovitelnost zdrojů energie (strukturnalni-fondy.cz, 2017).

Přímé dotace ze státního rozpočtu

Dle Stejskala, Kuvíkové & Maťátkové (2012) se peněžní prostředky poskytují přímo ze státního rozpočtu, mezi příjemcem a poskytovatelem nestojí žádný jiný subjekt. Přímé dotace mohou být poskytovány například z rozpočtu Ministerstva životního prostředí či Ministerstva kultury. Ostatní ministerstva poskytují dotace pouze na speciální projekty. Mezi způsoby získání dotací ze státního rozpočtu patří výběrová řízení vyhlášená na projekty nebo na služby vyhlášené kompetentními státními

orgány. Jsou poskytovány dotace a příspěvky na základě zákonů, vyhlášek ministerstev nebo nařízení vlády. Dotace může mít formu i veřejné zakázky, které se týkají zejména aktivit typu humanitárních pomoci, protidrogová prevence, politika státu vůči uprchlíkům.

Nepřímé dotace ze státního rozpočtu

Nepřímé dotace se týkají těch neziskových organizací, které mají vnitřní členění na organizační jednotky a ústředí. Velké organizace mohou žádat o finanční prostředky jen jednou souhrnnou žádostí. Proto ústředí dostane od organizačních jednotek veškeré podklady, které zpracuje a vytvoří žádost, kterou podá na příslušném ministerstvu. Poskytne-li ministerstvo organizaci finanční prostředky, ústředí rozhoduje o rozdělení prostředků na jednotlivé žadatele. Finanční prostředky jsou tedy poskytovány jinému příjemci než příjemci, který je uveden v rozhodnutí o poskytnutí dotace.

Příspěvky územních samospráv

Kraje a velká města mají jasně dané grantové programy, které jsou zveřejňovány obvykle na jejich webových stránkách. Základním předpokladem pro získání příspěvků z rozpočtů územních správ je zjištění informací z úředních materiálů či zkušeností.

Příspěvky nadací a nadačních fondů

Nadace a nadační fondy jsou založeny za účelem pomoci stanovených aktivit. Jednotlivé nadace se zaměřují na konkrétní oblasti, ve které vybírají příhodné projekty (humanitární, vzdělávací, ekologické, sociální). Rektořík (2010) uvádí, že neziskové organizace žádají o finanční příspěvky nadace nebo nadační fondy tak, že vypracují a odevzdají písemnou žádost o grant se zpracovaným projektem. S žádostí se lze obrátit také na několik zahraničních nadací nebo na nadace založených ze zahraničních zdrojů, například Nadace rozvoje občanské společnosti či Open Society Fund Praha.

Firemní dárci

Neziskové organizace mohou přijímat i dary od podniků. Tyto dary mají převážně hmotnou podobu, například peněžní prostředky či poskytnutí významné slevy na zboží nebo služby. Podnikatelský dar může mít různé podoby, může se jednat o finanční dar z rozpočtu firmy, sbírku mezi zaměstnanci, odvod z prodaného zboží nebo aukci (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012). Podle Medlíkové a Šedivého (2011) je zde

možnost i dlouhodobé podpory ze strany firemních dárců. Některé podniky mají vypracovanou strategii sponzoringu. Sponzorský příspěvek lze zahrnout do nákladů v jeho celé výši a snížit si tak zdanitelný zisk. Nejpřitažlivější je pro podnikatele podporovat sportovní organizace, protože se jedná o mediálně atraktivní obory či subjekty (Boukal, Vávrová & Novotný, 2003).

Individuální dárcovství

Individuální dary jsou sice příležitostné a náhodné, ale jsou časté. Podstatnějšími dary jsou veřejné nebo kostelní sbírky. Neziskové organizace aktivně oslovují osoby, aby přispěly na určitý užitečný účel (Stejskal, Kuvíková & Mařátková, 2012).

3 Crowdfunding – moderní způsob financování

Tato kapitola se věnuje základní charakteristice crowdfundingu (CF), jeho historii a crowdfundingové revoluci. Dále následují podkapitoly zabývající se typy crowdfundingu a rozdělení crowdfundingových projektů a motivace k jeho využití z pohledu různých subjektů.

3.1 Základní charakteristika crowdfundingu

Dle Macka (2012) původ CF vychází z širšího pojmu crowdsourcing, jehož význam spočívá v použití malé nebo velké skupiny anonymních lidí, od kterých těží nápady, zpětné spjitosti či východiska specifických úkolů.

Laemmermann (2012) uvádí, že se jedná o společnou snahu jedinců, kteří spojují finanční prostředky s cílem podpořit projekty jednotlivců či skupin.

Belleflamme, Lambert & Schwienbacher (2014) definují CF jako získávání finančních prostředků online, tj. prostřednictvím internetu, v podobě darů bez příslibu odměny, směny za produkt či hlasovacích práv s úmyslem pomoci konkrétně zaměřeným projektům. Každý autor má svou definici, ale podstata CF zůstává stejná. A to, že jde o způsob získávání finančních prostředků na zvolený neziskový projekt prostřednictvím webových stránek nebo sociálních sítí. Celý systém CF funguje online. Více jednotlivců se podílí na projektech drobnější sumou peněžních prostředků k dosažení cílové částky. Pomocí CF se financují projekty, produkty nebo i společnosti různého charakteru. Jedná se převážně o projekty cílené na vzdělání, umění a kulturu. Tento způsob financování využívají nejčastěji jednotlivci, neziskové organizace nebo začínající firmy.

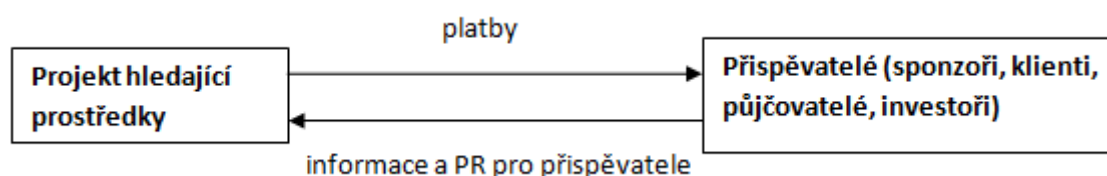
V případě podniků, získané finanční prostředky od veřejnosti slouží jako základní kapitál. Pro získávání těchto finančních prostředků tvůrci crowdfundingových portálů zřídili webové platformy, které umožňují subjektům veřejně publikovat své projekty. Za příspěvek potenciálním přispěvatelům je nabídnuta odměna různého charakteru (Kafuňková, 2015).

Lawton & Marom (2013) popisují crowdfundingovou kampaň jako proces, kdy je konkrétní projekt umístěn na crowdfundingovém portálu. Doba trvání kampaně je individuální, odvíjí se dle zvolených portálů. Obecně se doporučuje 30 dní. V průběhu této doby přispěvatelé poskytují své prostředky k podpoře projektu. Vybere-li

se potřebná suma peněz, tak jsou tyto prostředky předány autorovi. V případě, že vybraná částka nedosahuje na určený limit požadovaného rozpočtu, musí se prostředky vrátit zpět přispěvatelům.

Na obr. č. 2 je dle Hemera (2011) zobrazeno schéma základních procesů CF. Projekt, jenž hledá peněžní prostředky, oslovuje přispěvatele a snaží se na ně zapůsobit. Je-li pro přispěvatele projekt atraktivní a zajímavý, přispějí finančním příspěvkem.

Obr. č. 2: Základní procesy crowdfundingu



Zdroj: vlastní zpracování dle Hemera, 2011

V CF se skrývá mnoho výhod. V počáteční fázi malých a středních podniků a neziskových organizací lze vyplnit prostor nedostatku finančních prostředků bez vzniku závazků. Podporuje nevšední a inovativní projekty, které by obyčejní investoři nepodpořili. Další výhoda spočívá v tom, že díky tomuto způsobu získávání finančních prostředků tvůrce docílí nenákladného marketingu a také průzkumu trhu, je-li o daný výrobek či službu zájem u veřejnosti. Využití CF umožňuje spolupráci s veřejným sektorem, například veřejnými fondy a vznik společných platforem s veřejným sektorem. Poskytuje možnost přechodu od hromadné výroby k osobní výrobě, dále umožňuje nižší transakční náklady a demokracii ve financování. Na jednom místě se spojuje motivace přispěvatelů pro financování zvolených projektů.

CF sebou nese jak výhody, tak i nevýhody a jistá rizika. Velká nevýhoda pro tvůrce spočívá v tom, že je projekt představen veřejnosti. Originální a inovativní projekt tak může být okopírován ostatními lidmi. Z důvodu veřejně dostupných informací mohou například dodavatelé využít informace k tomu, aby zaujali silnou pozici při vyjednávání o ceně. Z důvodu zabezpečení duševního vlastnictví je důležité, aby si tvůrci důkladně hlídali své projekty a technologie či si je nechali patentovat. Mnoho investorů dává přednost raději projektům s vysokým ziskem, které jsou pro ně mnohem atraktivnější než projekty s nízkým ziskem kvůli malým příspěvkům. Velké úskalí sebou nese financování nové firmy. Novou firmu financuje totiž mnoho drobných investorů, kteří

mohou hlasovat a ovlivnit chod firmy. Je zde riziko, že se finalizace projektu dostane do pozadí. To může být způsobeno tím, že velký počet investorů přinutí tvůrce se zabývat mnohem více organizací v komunitě.

Ze strany přispěvatele je zásadním rizikem podvod. Podvodník může zmást důvěřivého přispěvatele tím, že vytvoří falešnou prezentaci projektu na crowdfundingovém webovém portálu. Poté co se podvodníkovi podaří získat stanovenou částku, nedostojí svým závazkům a přestane zcela komunikovat s přispěvateli. Takovýmto nepoctivým praktikám nahrává fakt, že je jednoduché zfalšovat informace o připraveném projektu. Dále spoléhají na to, že tuto skutečnost přispěvatelé nebudou řešit prostřednictvím soudu, jelikož přijdou jen o malou částku, kdy případné náklady na soudní řízení a náklady na žalobu převyšují investovanou částku. Neexistuje žádné uživatelské hodnocení tvůrců projektů, které by napomohlo předcházet možným podvodům. Kdyby existovala taková hodnocení, pomohla by udržet určitou reputaci a pověst. Další možný problém představuje nedodržení termínů projektu. Mnohdy dochází u úspěšně financovaných projektů k dodání se zpožděním. Nové projekty jsou riskantní, přinášejí jisté situace, které tvůrci projektu nemohou ovlivnit. Tyto situace mohou mít až drtivý dopad na daný projekt tím, že může dojít k ukončení projektu. Značnou váhu má nesouměrnost mezi tvůrcem a přispěvatelem a to z důvodu rozdělení rizika ležícího z větší části na straně přispěvatele (podrobněji Agrawal, Catalini & Goldfarb, 2013).

3.2 Historie crowdfundingu

Zásada veřejných sbírek na dobročinnou činnost existovala již před vznikem internetu. Nejznámějším konkrétním příkladem takové sbírky je vyhlášení veřejné sbírky na Sochu svobody, která se nachází v Hudsonském zálivu. Tuto sbírku vyhlásil Joseph Pulitzer. Každý kdo přispěl, byl zveřejněn v novinách a vlastnil symbolický kousek Sochy svobody. Díky veřejné sbírce byl položen základní kámen Národního divadla. Ve druhé sbírce, která byla vyhlášena za účelem výstavby Národního divadla v Praze po velkém požáru, se podařilo vybrat milion zlatých a to jen za pouhých 47 dní (rozhlas.cz, 2016). Young (2013) uvádí, crowdfundingové platformy nejčastěji zveřejňují projekty kulturního nebo uměleckého charakteru. V 90. letech tak fanoušci skupiny Marilion financovali náklady celého turné po Severní Americe. Za celou internetovou kampaň měli zodpovědnost jen oni. Dalším příkladem je financování

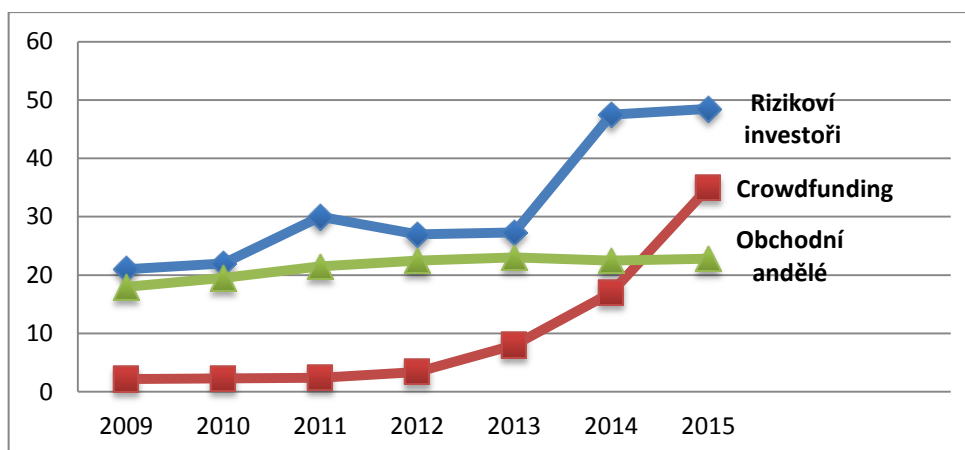
politických kampaní. V roce 2008 bylo vybráno značné množství peněžních prostředků na realizaci prezidentské kampaně Baracka Obamy (Luo, 2008).

3.3 Crowdfundingová revoluce

V posledních letech se o CF mluví jako o fenoménu, moderním způsobu financování. Rozvíjí se specializované platformy zaměřující se na získávání finančních prostředků. Inovativní aspekty se nenacházejí jen v tomto způsobu financování, ale i v podpoře vzniku novinek dotované tímto způsobem. Díky tomu získávají inovativní a kreativní projekty konkrétní podobu a tvar. CF má tedy schopnost poskytnout potřebné peněžní prostředky pro realizaci projektu a má dokonce i vliv na vývojový proces projektu. Hlavním milníkem byl v 21. století příchod internetu a e-commerce. Neziskové organizace mohly vybírat finanční prostředky online, což byl významný počín. Začalo se přispívat komukoliv na celé zemi, za jakýmkoli účelem, protože přispívání bylo mnohem jednodušší a důvěra v platební transakce online vzrostla. Internet přestal být pouze informačním zdrojem. Začal sloužit také ke komunikaci s přáteli, budování vztahů mezi lidmi a ke sdílení. Mohutný rozvoj zažívala i sociální média, která poskytovala vhodné podhoubí pro CF. CF začal nabírat i formu, která umožňovala financovat projekty drobných podnikatelů. JOBS act ustanovený Barackem Obamou byl v tomto značně významným krokem. Umožnil tak crowdfundingové investování do Start-Upů a drobného podnikání. Poté začala vlna zakládání crowdfundingových asociací a dozorčích orgánů (Belleflamme, Lambert & Schwienbacher, 2014).

Na obr. č. 3 je zobrazen vývoj financování v letech 2009 – 2015 mezi rizikovými investory, crowdfundingem a obchodními anděly. V uplynulých letech se CF umístil na druhou pozici největšího a nejrychleji se rozšiřujícího způsobu financování inovativních a kreativních nápadů. Na základě odhadů, předpokladů a dosavadního vývoje je zde možnost, že se vyšplhá časem až na vrchol (penezdroj.cz, 2016).

Obr. č. 3: Vývoj financování v letech 2009 – 2015 (v mld. USD)



Zdroj: vlastní zpracování dle penezdroj.cz, 2016a

Howe (2009) uvádí, že vzestup crowdsourcingu sebou nesl i vzestup CF. Existuje několik důvodů jeho rozvoje. Soukromé osoby mají v důsledku specializace práce intenzivnější zájem na tom, aby ve volném čase přispěly sdílením vědomostí nebo produktivní činností k vylepšení jisté situace, než tomu bylo dříve. Když se rozdělí ambiciózní a těžký cíl na samostatné malé části, je větší pravděpodobnost splnění těchto úkolů. Dále díky prudkému vzestupu internetu je rychle rostoucí dostupnost a potencialita šíření informací mezi širokou veřejností. Obyvatelstvo je organizováno na internetu do online komunit. V poslední době je snadná komunikace mezi specialisty a laiky. Co bylo dříve pouze privilegium na straně specialistů, je teď v rukou samoorganizujících se seskupení laiků.

Dle Hippela (1986) proces rozhodování o investování do projektu probíhá ještě před začátkem procesu výroby, vývoje a realizace. Díky tomu je tak projekt testován spotřebiteli ještě před samotným uvedením na trh a autor projektu získá představu, jak velký je zájem ze strany spotřebitelů o jeho produkt či službu. Za důsledek CF je považován fakt, že se přispěvatelé podílejí na budoucí podobě projektu. To, že se přispěvatelé podílejí na projektu, je přínosem. Utvářejí totiž produkt, aby co nejvíce odpovídal reálným požadavkům zákazníků a přesně splňoval jejich potřeby a preference. Tím, že se podílejí na finální podobě projektu, ovlivňují tak jeho obsah a provedení a mají ve svých rukou i finanční úspěch projektu. Za nejlepší zdroj inovací se považuje zapojení cílového uživatele do samotného projektu, tj. do vývoje nových produktů. Zapojení spotřebitelů do procesu inovace s sebou nese několik výhod.

Uživatelé dobře vědí o potřebách trhu ještě předtím, než na ně trh stihne sám zareagovat. Obecně tvůrce projektu, který zapojí uživatele do procesu vývoje produktu nebo služby a přizpůsobí ho tak více cílovým spotřebitelům, má výhodu před tvůrcem projektu, který uživatele do vývoje produktu nebo služby nezapojí. Jde tedy o vliv, jenž je hodnotný a podporuje proces inovace. Příspěvatelé podílející se na určitém projektu mají tendenci ve svém zájmu sdílet dané inovativní myšlenky. To v důsledku urychlí šíření povědomí a informací a napomáhá tím prosperitě projektu.

3.4 Typy crowdfundingu a rozdělení crowdfundingových projektů

Typy CF se od sebe liší prospěchem pro uživatele, tj. protihodnotou za poskytnuté peněžní prostředky. Jednotlivé projekty mají různé záměry, proto existují čtyři základní modely CF. Jedná se o crowdfunding charitativní (donation-based), odměnový (reward based), dluhový (debt-based) a podílový (equity-based). Následující popis typů CF vychází z informací dostupných na stránkách crowder (2016).

Charitativní crowdfunding

Charitativní CF je využíván neziskovými organizacemi a získané peněžní prostředky slouží k financování společensky prospěšných projektů. Princip modelu tkví ve veřejné sbírce, do které příspěvatelé přispívají drobnými finančními částkami formou darů. Příspěvatelé tak přispívají bez jakéhokoli očekávání protislужby či odměny ze strany organizátora projektu. Protihodnotou tohoto jednání je zejména uspokojení z dobrého skutku, poděkování či symbolický dárek (čestný list dárce, drobný pamětní předmět). Tento typ CF je hojně využíván k financování charit a projektů neziskových organizací. Zástupcem charitativního typu CF je Gofundme. Například Wikipedie si sama žádá o příspěvky na svých webových stránkách (wikipedia.org, 2016a).

Odměnový crowdfunding

Jedná se o nejrozšířenější formu crowdfundingu. Model je založen na principu věcné odměny příspěvateli. Projekty financované tímto způsobem mají kreativní a umělecké zaměření. Motivem k využití odměnového CF jsou protislужby, jde zejména o produkty a služby, které se plánují vyrábět. Nebo může jít dokonce o setkání se známou osobností, která projekt podporuje. Hemer (2011) dodává, že dosáhne-li tvůrce do určitého data na stanovenou cílovou částku, peníze jsou převedeny na jeho účet.

V opačném případě jsou vráceny zpět přispěvatelům. Zástupci českých portálů jsou Hithit, Startovač nebo Peněždroj a zahraničních Kickstarter či Indiegogo.

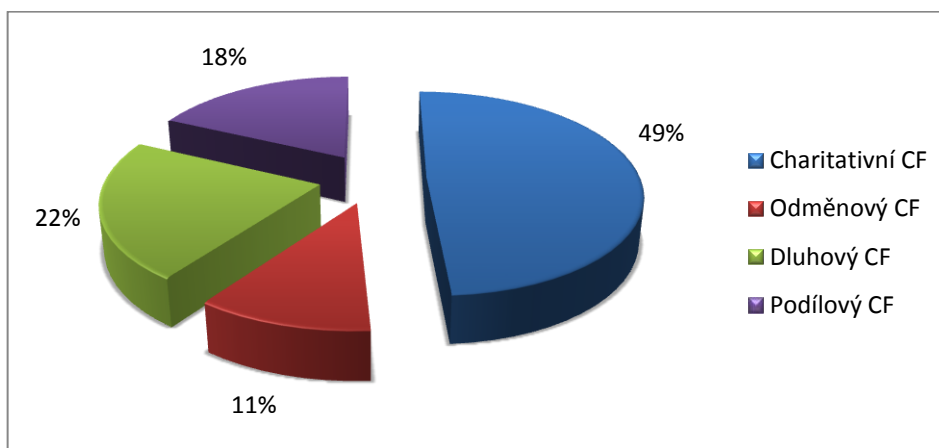
Dluhový crowdfunding

Tím, že se přispěvatelé skládají na půjčku, stávají se věřiteli projektu nebo společnosti. Je přesně stanoven úrok a doba trvání. Jde tedy o nahrazení klasických bank. Věřitelé mohou půjčit přímo těm, kteří mají o půjčku zájem a vidí, na co jsou konkrétně peněžní prostředky vynaloženy a tím tak podpoří odvětví, které chtějí. Využívají ho hlavně začínající firmy s úmyslem získání počátečního kapitálu. V praxi se můžeme setkat s portály Půjčmefirmě, Symcredit či nedávno založený Zonky. V zahraničí jsou to Prosper, Funding Circle či Lending Club.

Podílový crowdfunding

Tím, že lidé přispívají, dostávají za to podíl na vlastnictví projektu nebo společnosti. Podporují-li lidé projekt, stávají se tak akcionáři. Investované finanční prostředky od přispěvatelů jsou buď zhodnoceny, nebo o ně mohou přijít. Portály podílového charakteru jsou Peněždroj, Fundlift v České republice nebo OfferBoard, CircleUp, OurCrowd či CrowdCube.

Obr. č. 4: Poměr jednotlivých využitých typů crowdfundingu



Zdroj: vlastní zpracování dle aia.org, 2013

Hemer (2011) projekty rozděluje z hlediska komerčnosti projektu a z hlediska původu a směřování projektu. Dle komerčnosti se dělí projekty na neziskové (cílem jsou společensky významné cíle, ne zisk), ziskové (cílem je zisk) a smíšené (projekty s dlouhodobým výhledem). Dle původu a směřování se projekty člení na nezávislé

(vytvořené jednotlivci, ne organizacemi), zakotvené (pocházejí ze stávající organizace) a Start-Up (projekty, které začínají nezávisle a končí vznikem podniku či nadace).

3.5 Typy sbírek a provizí

Každá crowdfundingová platforma využívá různé modely sbírek a vyplacení provizí. Mezi nejvíce využívané modely sbírek jsou „Všechno, nebo nic“ a Nenaplněná sbírka. Model „**Všechno, nebo nic**“ je založen na principu stanovení konkrétní částky, kterou je potřeba vybrat. Dále musí být tato částka vybrána za předem daný časový úsek. Pokud se zvládne vybrat za daný časový úsek stanovenou částku, finanční prostředky získá autor projektu. Získá i ty finanční prostředky, které jsou nad rámec cílové částky. Naopak skončí-li kampaň a cílová částka se nevybere, autor nezískává nic a finanční prostředky jsou vráceny přispěvatelům. Model **Nenaplněné sbírky** je taky vybírán v určitém stanoveném časovém úseku, ale liší se tím, že autor projektu získá finanční prostředky, i když nebude nasbírána celá cílová částka (wikipedia.org, 2016b).

Dle Kafuňkové (2015) se můžeme setkat s různými druhy provizí. Jde o provize fixně stanovené, plovoucí, odstupňované a zvýhodněné. **Fixně stanovená** provize spočívá ve zvolení konkrétního procenta, které platí pro všechny projekty bez výjimky. **Plovoucí** provize není pevně stanovena pro všechny projekty. **Odstupňovaná** provize tkví ve stanovení několika úrovní provize, vztahující se k výši vybírané částky. **Zvýhodněná** provize představuje sníženou provizi pro určité projekty.

3.6 Motivace k využití crowdfundingu

Agrawal, Catalini & Goldfarb (2013) uvádí, že CF se účastní tři subjekty, jde o tvůrce projektu, přispěvatele a zprostředkovatele projektu, tj. platformy. Každý subjekt má odlišnou motivaci k využití CF z hlediska cílů, kterých má být dosaženo.

Motivace tvůrců (autorů) projektu

Pro autory je CF prospěšný po finanční stránce, ale i po té nefinanční. Nejvýznamnějším motivem pro tvůrce projektu je především možnost získání levnějšího kapitálu. Díky neustálému růstu crowdfundingových kampaní, roste konkurence na trhu vstupního kapitálu a cena kapitálu se na trhu snižuje. Jedná-li se o malé projekty s potřebou pouze malého počátečního kapitálu, většinou je tento kapitál poskytován z větší části rodinou a přáteli.

Autoři projektu nejsou svazováni geografickými omezeními, například poloha tvůrce či přispěvatele, což jim umožňuje se soustředit přímo na jedince, kteří mají zájem se na daném projektu finančně účastnit. Autorův projekt mají možnost přispěvatelé finančně podpořit, ať už žijí kdekoliv, dokonce i tisíce kilometrů vzdálení. Průměrná vzdálenost obou subjektů je uvedena okolo 4 800 km. Více než 86 % ze všech přispěvatelů je ze vzdálenosti delší než 95 km.

Autoři využívají té skutečnosti, že přispěvatelé jsou ochotni přispět větší sumou finančních prostředků a také oceňují nepeněžní odměny, ať už se jedná o členství v určitém kolektivu či předběžný přístup k produktům. Crowdfundingové platformy umožňují autorům projektů vytváření balíčků odměn, jako jsou limitované edice či poděkování, tj. služeb, které jsou samostatně špatně prodejné v začátku projektu.

V rámci crowdfundingové kampaně je možné přijít k obrovskému množství informací, ať už jde o zájem přispěvatelů, nápady a vylepšení od potenciálních spotřebitelů či přiblížení očekávaného vývoje prodeje. Tvůrce se však musí vyvarovat těm nápadům a vylepšením, které ocení pouze malý vzorek spotřebitelů. Tyto získané informace mají významný vliv na zvyšování zájmu autorů o zdařilé dokončení projektu, snížení ceny kapitálu či přilákání nových přispěvatelů. Zmíněné informace lze dosáhnout i prověřenou formou jako jsou marketingové průzkumy. Tyto průzkumy však s sebou nesou jistou nevýhodu, která spočívá v získání negativních informací, které mohou způsobit růst ceny kapitálu.

Motivace přispěvatelů (investorů) projektu

Motivů přispěvatelů je mnoho a jsou různé pro každý typ CF. Za jeden z nejhlavnějších motivů se dá považovat podpora produktu, služby nebo myšlenky. Příspěvky jsou určeny ziskovým i neziskovým organizacím a mají charitativní charakter. Za poskytnutí finančního příspěvku přispěvatelé nepožadují žádnou protislužbu nebo odměnu, protože projekt financují ze své dobré vůle a největší odměnou je uspokojení z podpory dobré věci. Je-li za finanční příspěvek něco poskytnuto, jde jen o drobné odměny (Giudici, 2012).

Někteří přispěvatelé chtějí být součástí nějaké komunity, což je také motivem pro přispívání projektů. Chtějí být součástí něčeho velkého, angažovat se v projektu, komunikovat s autorem projektu a dalšími přispěvateli (Schreier, 2012).

Dalším významným motivem pro investování, jak uvádí Belleflamme, Lambert & Schwienbacher (2014), je odměna. Otázka odměny je pro investory zásadní. Za poskytnutí peněžních prostředků je přispěvatelům přislíbena odměna. Odměna může nabývat různých forem. Může jít o předplatné produktu, spotřebitel dostane produkt s předstihem ještě před oficiálním uvedením na trh, osobní setkání s autory projektu či účast při vzniku produktu.

Dle Hemera (2011) nestojí na první příčce hmotná odměna, ale odměna nehmotného charakteru. Tyto nehmotné odměny jsou spojeny s vnitřními pohnutkami. Autor mezi ně uvádí ztotožnění se s posláním a cíli projektu, podílení se na společensky prospěšné aktivitě, uspokojení ze zařazení se do komunity sdílející stejné názory a myšlenky, uspokojení z kladného vývoje a úspěšného ukončení financovaného projektu, spolupráce s autory projektu, účast na inovativních a průkopnických projektech či rozšíření sítě kontaktů.

Dále jak Agrawal, Catalini & Goldfarb (2013) uvádí, že jde o přístup k investičním příležitostem. Poskytnutím finančního příspěvku investor dostává určitý podíl na společnosti, jde o státně neregulovanou možnost investice. Přispěvatelé se stávají spoluvlastníky na základě vloženého kapitálu. Vložením počátečního kapitálu očekávají jejich návratnost. Jde tedy o poskytnutou mikropůjčku, u které se očekává především návratnost příspěvku zvýšeného o určitý úrok, ale také zlepšení sociální situace.

Také předčasný přístup k produktům motivuje přispěvatele k financování. Mají tak možnost se dostat k počáteční fázi chystaného produktu či služby nebo finální fázi s předstihem před ostatními potenciálními zákazníky.

V rané fázi projektu mezi přispěvatele patří převážně známí a rodinní příslušníci. Crowdfundingové platformy zastupují roli prostředníka, pomocí nichž se transakce stávají formální a dohledatelné. To vede k ochraně vztahů mezi zúčastněnými stranami při pozdějších vyrovnáních.

Motivace crowdfundingových platforem

Účelem crowdfundingových platforem je vytvoření zisku. Mnohé z těchto platforem si strhává poplatek z každých úspěšně ukončených projektů ve výši zhruba 5 % ze získané částky. Právě tento poplatek je hnacím motorem pro platformy, aby na jejich internetových portálech bylo co největší množství úspěšně ukončených projektů.

Vynakládají tak velké úsilí k přilákání a získání velkého počtu tvůrců, ale i přispěvatelů a vytváří jim vhodné podmínky, tj. přehledné prostředí pro možný vznik kvalitních projektů. V rámci přípravy vhodného prostředí je také nutné, aby portály zavedly procesy, které mají za úkol snížit podvody a podvodné jednání a také procesy, které umožňují snadné a intuitivní hledání projektů. Portály se snaží přitáhnout mediálně významné projekty z toho důvodu, aby o sobě rozšířily povědomí, získaly publicitu, nové uživatele a investory.

3.7 Legislativní prostředí crowdfundingu v České republice

CF není v České republice řízen speciálním zákonem. Jednotlivé platformy se tak řídí zákony o sbírkách, darech, ochranou soukromí atd. K založení CF platformy není potřeba žádných speciálních povolení či licencí. CF portály jsou zejména společnosti s ručením omezeným a řídí se zákonem č. 480/2004 Sb. o některých službách informační společnosti. Například platforma Everfund je vedena jako nezisková organizace založena veřejně prospěšnou organizací. Tento zákon určuje podmínky firemní komunikaci a upravuje uzavírání smluv na dálku prostřednictvím internetu.

Problém nastává u otázky komerčních projektů, jelikož není přesně stanovena výše daní, kterou má autor projektu odvést. Proto se finanční příspěvky daní zejména dle daně z příjmů, vše ale záleží na speciálním nastavení projektu a na rozhodnutí finančního úřadu. I přes rozvoj CF zatím není potřeba žádných specifických zákonů, tj. funguje dobře i za stávající legislativy (Staszkiwicz, Zubíček, 2014).

3.8 Dílčí shrnutí teoretické části

V rámci teoretické části je vymezen veřejný sektor s uvedením členění národního hospodářství z hlediska principu financování a také dle Pestoffa. Dále jsou charakterizovány neziskové organizace (historický vývoj, současné postavení, definice a znaky, druhy neziskových organizací a jejich klasifikace dle jednotlivých kritérií). Další kapitola se zabývá financováním neziskových organizací, resp. principy, způsoby a finančními zdroji.

Poslední kapitola teoretické části se věnuje současnému modernímu způsobu financování, tj. crowdfundingu. Kapitola začíná jeho základní charakteristikou, popisem historie a crowdfundingové revoluce. Dále jsou zde uvedeny typy crowdfundingu,

rozdělení projektů a typy sbírek a provizí. Následuje podkapitola týkající se motivace k využití tohoto způsobu financování. V poslední podkapitole je uvedeno legislativní prostředí crowdfundingu v České republice.

4 SWOT analýza

Kapitola se zabývá stanovením silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. SWOT analýza se zaměřuje na všechny účastníky CF. Je aplikována na přispěvatele (investora), autora (tvůrce) projektu a zprostředkovatele (webové portály).

4.1 SWOT analýza z pohledu přispěvatele

V tabulce č. 3 je uvedena analýza zaměřující se na přispěvatele.

Tab. č. 3: SWOT analýza – přispěvatel

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Ochota podpory inovativních projektů	Nízké úspory
Dobrá vůle a víra	Vysoký podíl rizika
Úspory	Nerozpoznání podvodného projektu
	Neochota soudních řízení
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Investiční příležitost	Podvod
Exkluzivita	Soudní řízení
Odměna	Neúspěšné ukončení projektu
Komunita	
Daňové úlevy	

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Do silných stránek přispěvatele se řadí ochota přispět na nevšední a inovativní projekty. Dále podporovat projekt z dobré vůle přispěvatele. Přispěvatel chce přispět na dobrou věc či podpořit projekt, který ho zajímá a chce se na něm podílet, protože věří v úspěšnost daného projektu. Disponuje také volnými peněžními prostředky, kterými může přispět na libovolně orientované projekty.

Slabými stránkami přispěvatele mohou být malé úspory, tudíž i nízký potenciální finanční příspěvek pro autora projektu. Dále rozdělení podílu rizika mezi autorem a investorem projektu. Investorovi totiž připadá většinový podíl rizika vzhledem k vloženým finančním prostředkům. V neposlední řadě je velmi těžké rozpoznat podvodný projekt, který je zpracovaný tak, aby budil důvěryhodný dojem od projektu pravého. Také je to neochota soudního řízení v případě podvodného jednání. Většinou je to pro přispěvatele ekonomicky nevýhodné a to napomáhá možným podvodným činům.

Mezi příležitosti patří získávání přístupu k investičním možnostem. Otevírají se jim bohaté možnosti, kam mohou investovat své volné prostředky. Díky finančnímu příspěvku mohou získat exkluzivitu, předčasný přístup k produktům před ostatními spotřebiteli. CF přispěvatelům umožňuje příležitost stát se součástí nějaké komunity, získání odměn různého charakteru a daňové úlevy.

Nejvýznamnější hrozbou je bezesporu podvod. Přispěvatelé poskytnou své finanční prostředky na falešnou prezentaci projektu. S tímto je spojena i další hrozba, tj. soudní řízení, které je vyústěním již zmíněného podvodného jednání. Dále je zde možnost neúspěšného ukončení projektu, který se investor rozhodl podpořit s vírou úspěšného konce.

4.2 SWOT analýza z pohledu autora

Nadcházející tabulka č. 4 ukazuje silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby z pohledu autora projektu.

Tab. č. 4: SWOT analýza – autor

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Vícezdrojové financování	Nejasné vymezení projektu
Transparentnost	Veřejně dostupné informace
Unikátní nápad	Nepatentovaný produkt
Bezbariérovost investice	

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Průzkum trhu (informace)	Špatná volba kampaně či platformy
Levný kapitál	Nízký zájem přispěvatelů
Příliv financí ze ziskového sektoru	Odcizení
	Ekonomická situace

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Mezi silné stránky může patřit vícezdrojové financování, dále transparentnost, kdy hospodaření je zveřejněno např. ve výročních zprávách. Autor projektu disponuje unikátním nápadem, který zpracuje do konečné podoby projektu a zveřejní z důvodu získání potřebného množství financí. Dále je to bezbariérovost investice. Investování do projektu není spjato s žádnými geografickými omezeními. Přispět tak může kdokoli a ne jen investoři z okolí.

Do slabých stránek může patřit autorovo nejasné vymezení projektu. Potenciální investoři pak nemají ucelený přehled a jasnou představu o záměru. Což má v důsledku negativní vliv na důvěru. Veškeré informace o projektu jsou představeny veřejnosti v rámci crowdfundingové kampaně. To představuje autorovu nevýhodu a další možnou slabou stránku. Velkým nedostatkem je také absence patentu daného produktu či nápadu. Není-li produkt patentován, je zde riziko odcizení nápadu.

Do příležitostí, které se autorovi naskytnou, patří určitě zjištění mnoho užitečných informací. Získá jakýsi průzkum trhu. Autor projektu tak může zjistit zájem o jeho produkt ze strany spotřebitelů, nápady na inovace od potenciálních spotřebitelů či předpokládaný vývoj prodeje. Další příležitostí je získání levného kapitálu. To je dáno nižšími transakčními náklady. Také růst konkurence na trhu vstupního kapitálu způsobuje snížení ceny na trhu. Dále CF umožňuje příliv finančních prostředků ze ziskového sektoru.

Významnou hrozbou je pro autora špatné naplánování a realizace crowdfundingové kampaně a následné nevhodné zvolení crowdfundingové platformy. Špatná kampaň může mít za následek to, že nikoho neosloví, nebude atraktivní. Je důležité zvolit vhodnou platformu, vzhledem k charakteru projektu. Dále je to nezájem přispěvatelů

podílet se na financování projektů. Možnou hrozbu představuje skutečnost, že projekt a všechny informace s ním související jsou veřejně dostupné a pokud si autor svůj nápad nepatentuje, je zde možnost jeho odcizení (okopírování). Také ekonomická situace může ovlivnit výši volných peněžních prostředků (úspor) přispěvatelů. V případě špatné ekonomické situace se úspory snižují.

4.3 SWOT analýza z pohledu crowdfundingové platformy

SWOT analýza uvedená v tab. č. 5 se soustřeďuje na crowdfundingové platformy, které představují zprostředkovatele tohoto způsobu financování.

Tab. č. 5: SWOT analýza – crowdfundingová platforma

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Moderní trend	Přístup k PC, Internetu
Bezbariérovost	Neexistence uživatelského hodnocení
Bezhotovostní platby	Design a funkčnost
Vhodné prostředí	
Drobné příspěvky	
Dobře cílená reklamní kampaň	
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Zisk	Nezájem ze strany přispěvatelů
Spolupráce	Špatné hodnocení („word of mouth“)
Účast na významných projektech	Podvodné projekty
Rozšíření povědomí	Nové trendy

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Do silných stránek platforem jistě patří to, že se jedná o moderní trend v oblasti získávání finančních zdrojů. Webové portály nikoho neomezují z hlediska oblasti původu, jelikož zprostředkovávají bezbariérové investice. Přispěvatelé nikam nemusí

fyzicky chodit, vše probíhá v pohodlí domova, práce či kavárny. Taky je zde vyloučena jakákoliv manipulace s hotovostí, vše probíhá zcela bezhotovostně. Portály se nezaměřují pouze na velké investory, ale i na ty drobné, které přispívají jakoukoli sumou. Také dobře cílená reklamní kampaň tu má své místo.

Slabou stránkou portálu může být nutnost přístupu k potřebnému zařízení a připojení k Internetu. Téměř pro většinu lidí to již není problém, ale je zde stále menšina potenciálních přispěvatelů, pro které je to omezující podmínka. Portály se musí soustředit na procesy vedoucí ke snížení rizika podvodu. Proto se do slabých stránek řadí neexistence uživatelského hodnocení, kde by přispěvatelé hodnotili a komentovali autory projektů pro budoucí přispěvatele. Za slabou stránku lze považovat i nedostatečně atraktivní design portálu a hlavně jeho funkčnost, kdy orientace na webovém portále přispěvatelům a autorům je nejasná.

Mezi příležitostmi patří zejména zisk, který portál získává prostřednictvím provizí. Může spolupracovat na různých projektech jak se ziskovým sektorem, tak i tím neziskovým. Další příležitostí je účast na mediálně významných projektech či se známými osobnostmi. To má za následek rozšíření povědomí, což představuje další bod v analýze.

Hrozbou všech platforem je nezájem ze strany přispěvatelů, ať jde o jakýkoli důvod (např. postoj, úspory, zkušenost). Nízká účast investorů na zprostředkovaných projektech je problém. Dále to může být špatné hodnocení ze strany účastníků, které se může šířit velmi rychle a spolehlivě prostřednictvím „word of mouth“. Zásadní hrozbou je samozřejmě podvodné jednání, kterým se portály snaží předcházet či minimalizovat pomocí procesů snižující riziko podvodu, ale nikdy ho nelze vyloučit. Také příchod nových trendů v oblasti financování mohou mít za následek to, že lidé ztratí zájem o tento způsob financování.

5 Analýza crowdfundingových platforem

Obsahem této kapitoly je analýza zahraničních a českých crowdfundingových platforem, pomocí nichž mohou získávat finanční prostředky i neziskové organizace. U jednotlivých platforem jsou uvedena deskripce, statistiky projektů a příklady konkrétních crowdfundingových kampaní.

Platformy orientující se na neziskový sektor člení projekty do několika hlavních skupin. Lidé se tak mnohem lépe orientují a najdou tak jednodušeji ty projekty, které chtějí podpořit. Příkladem skupiny je například společnost a komunita, zdraví, zvířata, umění a kultura, děti a vzdělání, věda či technologie. V příloze C je uveden návrh zásad k tvorbě úspěšné kampaně.

5.1 Zahraniční platformy

Ve světě existuje mnoho různých webových stránek podporujících a umožňujících CF. Mezi nejznámější zahraniční platformy patří zejména Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe, Tilt či Network for Good. Razoo a Buzzbnk jsou crowdfundingové platformy, které jsou zaměřeny pouze na neziskový sektor. Zahraniční projekty se nejvíce orientují na technologii, počítačové hry a mobilní aplikace. Následují deskripce jednotlivých vybraných crowdfundingových portálů.

5.2 Kickstarter

Jedná se o celosvětově nejznámější platformu, která byla založena v roce 2009. Kickstarter se snaží oživit různé kreativní projekty umělců, muzikantů, designerů a ostatních tvůrců. Projekty jsou rozčleněny dle charakteru do 15 možných kategorií (hry, technologie, design, film a video, hudba, jídlo, publikování, móda, umění, komiksy, divadlo, fotografie, tanec, žurnalistika a řemesla). Nevybere-li se požadovaná cílová částka, peníze jsou vráceny přispěvatelům. Přijímány jsou projekty pouze ze zemí Spojených států amerických, Velké Británie a Kanady (Kickstarter, 2017a). Od roku 2015 se Kickstarter zařadil mezi veřejně prospěšné organizace. Snaží se dávat najevo, že stěžejním cílem pro něj není pouze zisk, ale i pozitivní dopad na celou společnost. 5 % ze svého výdělků po zdanění daruje na různorodé vzdělávací programy nebo organizacím, které bojují za rovnoprávnost. Protože jde o věnované peníze

po zdanění, nejde tak o využití darování peněz pro účel srážky daně (svethardware, 2017). Na obrázku č. 5 je zobrazeno logo serveru Kickstarter.

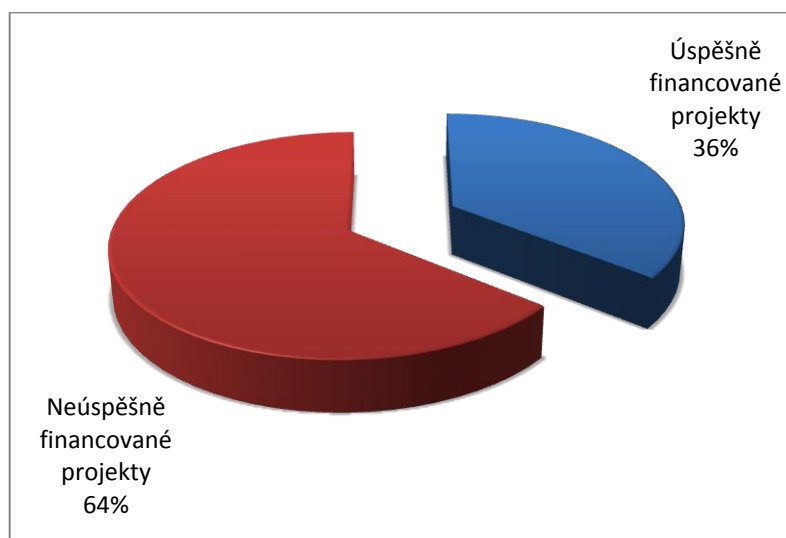
Obr. č. 5: Logo Kickstarter

KICKSTARTER

Zdroj: Kickstarter, 2017b

Od jeho založení bylo zahájeno více než 342 tisíc projektů a vybráno přes 2,9 bilionu dolarů od více než 12,5 milionů přispěvatelů. Přes čtyři miliony lidí jsou opakovanými podporovateli. Kickstarter vybírá provizi v hodnotě 5 % z celkové vybrané částky. (Kickstarter, 2017c). V následujících grafech jsou uvedeny pouze projekty, jejichž financování je kompletní, tj., kampaň je ukončena. Obr. č. 6 znázorňuje úspěšnost financování všech projektů.

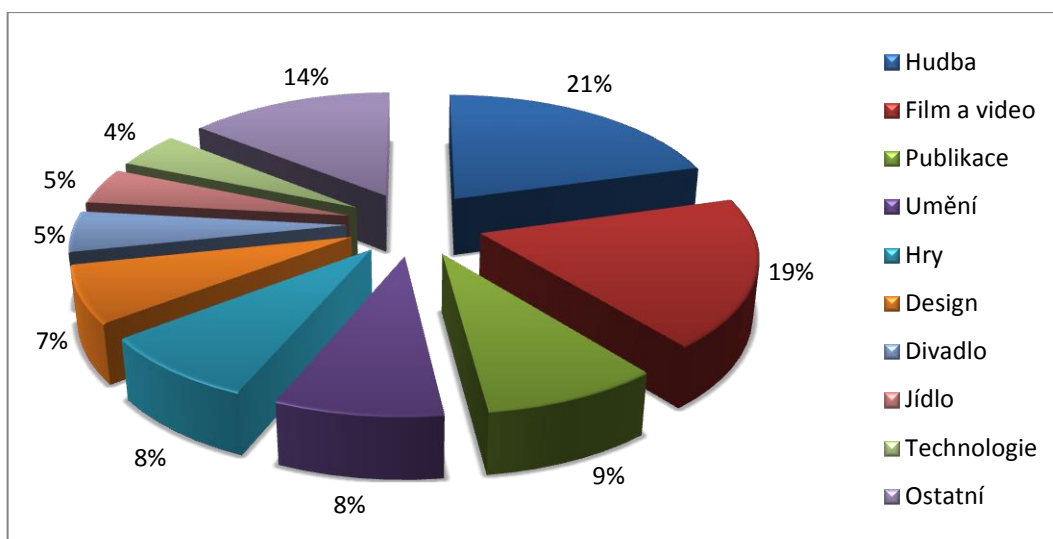
Obr. č. 6: Úspěšnost financování projektů - Kickstarter



Zdroj: vlastní zpracování dle Kickstarter, 2017c

Kickstarter podpořil více než 120 tisíc projektů (36 %), které byly úspěšně financovány. Naopak více než 217 tisíc (64 %) bylo financováno neúspěšně. Na obrázku č. 7 je graficky znázorněná statistika úspěšných kampaní dle skupin na serveru Kickstarter.

Obr. č. 7: Statistika úspěšných projektů dle skupin – Kickstarter



Zdroj: vlastní zpracování dle Kickstarter, 2017c

Z grafu je patrné, že nejúspěšnějšími projekty v rámci úspěšnosti financování jsou projekty v kategorii hudba s 21 %, film a video s 19 %. Následuje publikace s 9 %, dále umění a hry, každá z těchto kategorií představuje 8 % z celkových úspěšně financovaných projektů. Skupina ostatní obsahuje kategorie komiks, móda, fotografování, tanec, řemesla a žurnalistika.

Pomocí této platformy byl zrealizován projekt *Podzemní park v New York City (LowLine)*. Projekt k celoročnímu využití veřejného prostoru vznikl v roce 2012. Opuštěná podzemní tramvajová zastávka v Lower East Side na Manhattanu se přemění na park o velikosti 6 tisíc metrů čtverečních. Půjde o zarostlé zahrady, které budou sloužit jak k odpočinku, tak i k venkovním aktivitám. Součástí projektu je také osvětlení podzemí prostřednictvím solární energie. Projekt by měl být dokončen a otevřen pro veřejnost v roce 2021. Na tento projekt bylo potřeba vybrat 100 tisíc dolarů. Podařilo se však vybrat přes 155 tisíc dolarů během 44 dnů od 3,3 tisíce přispěvatelů. Jelikož byl projekt neziskový, byly odměny marketingového charakteru. V případě nižších příspěvků taška a trička s logem projektu, setkání s autory. 3D model budoucího podzemního parku v případě příspěvků vyšších než pět tisíc dolarů (Kickstarter, 2017d). Obr. č. 8 představuje budoucí vzhled podzemního parku.

Obr. č. 8: Podzemní park v New York City



Zdroj: Kickstarter, 2017d

5.2.1 IndieGoGo

IndieGoGo je další významná crowdfundingová platforma, která byla založena v roce 2008. Portál umožňuje získávat finanční prostředky na projekty různého zaměření bez předchozího schválení. Projekty mohou být podpořeny jakoukoliv částkou, což je typické a vhodné hlavně pro charitativní projekty. Výhodou je možnost zažádat o peníze bez omezení, tj. každý může prezentovat projekt, ať už pochází odkudkoli. Žadatelé se mohou zdarma zaregistrovat a vytvořit kampaň. Vybírají si také mezi fixním a variabilním modelem. Fixní model je založen na principu „vše, nebo nic“ a flexibilní model umožňuje nechat si vybrané příspěvky i v případě nedosažení cílové částky. Portál umožňuje podporu a získání finančních příspěvků dokonce i na charitativní či osobní účely. Tento portál je oblíbený pro autory projektů díky neomezenému přístupu a pro přispěvatele z důvodu možnosti příspěvku od jednoho dolaru. Z této skutečnosti plyne růst přispěvatelů, sdílení na sociálních sítích a také růst celkové vybrané sumy peněz. Na obr. č. 9 je logo crowdfundingového portálu IndieGoGo.

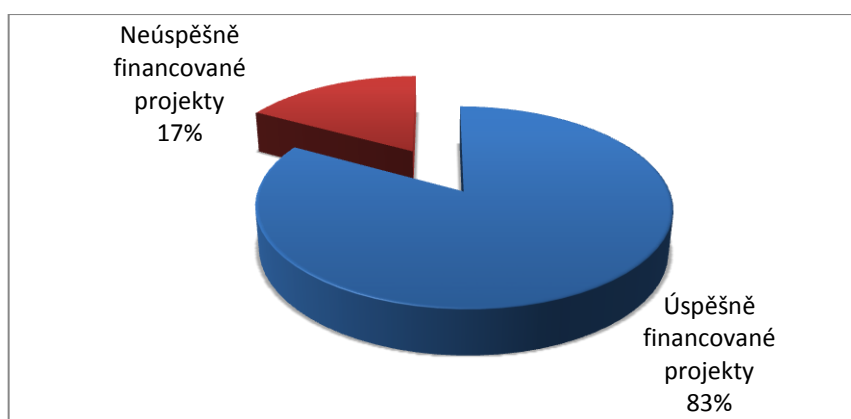
Obr. č. 9: Logo IndieGoGo

INDIEGOGO

Zdroj: IndieGoGo, 2017a

Za uveřejnění projektu nejsou vybírány poplatky. Poplatky jsou odečteny až z celkové vybrané sumy finančních příspěvků. Poplatek je stanoven na 5 % z vybrané částky. Pokud autor nedosáhne cílové částky, musí zaplatit poplatek ve výši 9 % z vybrané částky. Neziskové organizace neplatí portálu žádné poplatky kromě 3 % z vybrané částky a 0,30 dolaru z každé proběhnuté transakce, které patří poskytovatelům bankovních transakcí. V případě využití internetového platebního systému PayPal či plateb kreditní kartou se navíc účtuje ještě 3 – 5 %. Kampaně s bankovními účty mimo USA jsou zpoplatněny navíc zvláštním poplatkem ve výši 25 dolarů za bankovní převod. Od založení bylo vybráno více než jeden bilion dolarů a rozesláno do 223 zemí. Na obr. č. 10 je zobrazen graf úspěšnosti kampaní (IndieGoGo, 2017a).

Obr. č. 10: Úspěšnost projektů – IndieGoGo

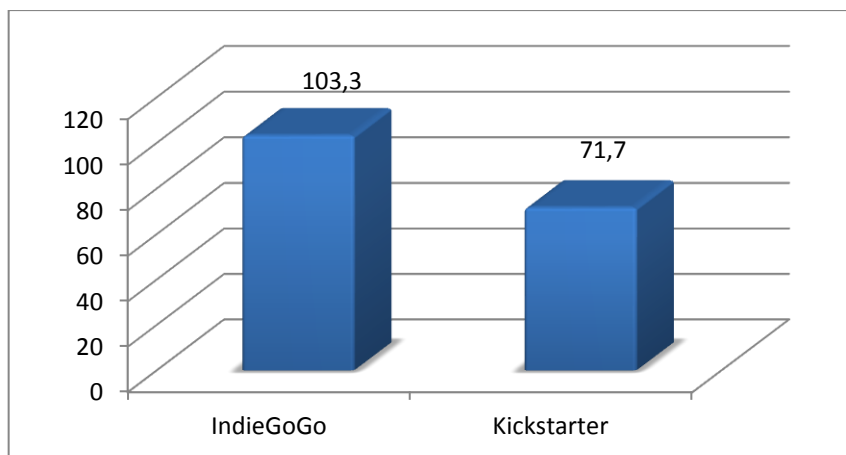


Zdroj: vlastní zpracování dle IndieGoGo, 2017b

Míra úspěšnosti projektů je 83 %. Může za to hlavně flexibilní systém financování, který umožňuje nechání si finančních příspěvků bez nutnosti dosažení cíle a prvotřídní zákaznický servis. Zbylých 17 % tvoří projekty, které nebyly úspěšně financovány (IndieGoGo, 2017b).

IndieGoGo v porovnání s Kickstarter má více kampaní. Reálně má okolo 7 000 kampaní, Kickstarter jen 4 000. A každý den přijímá v průměru 260 nových kampaní. Na základě údajů z webové stránky The crowdfunding formula (2017) následující grafy vychází z 500 nejúspěšnějších projektů obou platforem z prosince 2016. Na obr. č. 11 je graf zobrazující celkovou měsíční sumu vybraných příspěvků na 500 nejúspěšnějších projektů.

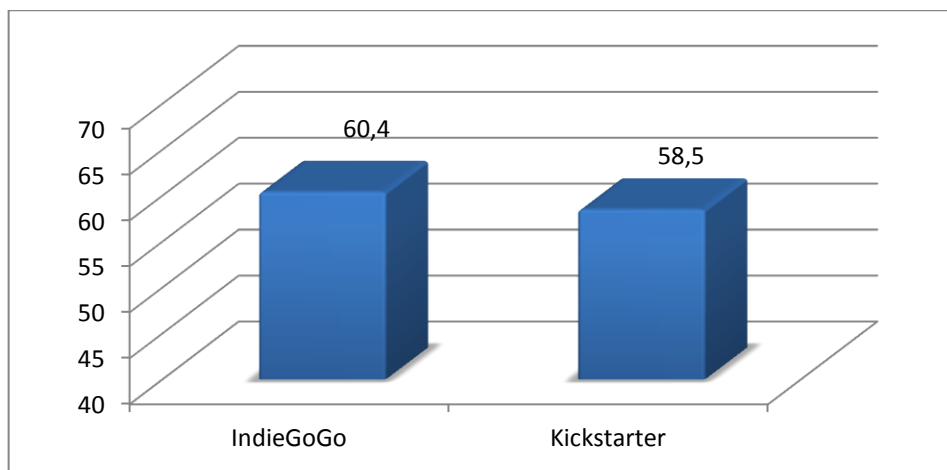
Obr. č. 11: Celkové měsíční příspěvky – IndieGoGo, Kickstarter (v mil. USD)



Zdroj: vlastní zpracování dle The crowdfunding formula, 2017

Top 500 projektů Kickstarteru obdrželo 103,3 milionů dolarů. IndieGoGo se podařilo vybrat na tyto projekty 71,7 milionů dolarů. Přestože Kickstarter podporuje 2,3 krát více projektů než IndieGoGo, tak vybraná celková suma na 500 nejúspěšnějších projektů je pouze 1,4 krát vyšší než u IndieGoGo. Na obr. č. 12 je statistika objemu peněžních prostředků 500 projektů v kategorii technologie a design.

Obr. č. 12: Objem peněžních prostředků v kategorii technologie a design – IndieGoGo, Kickstarter (v mil. USD)



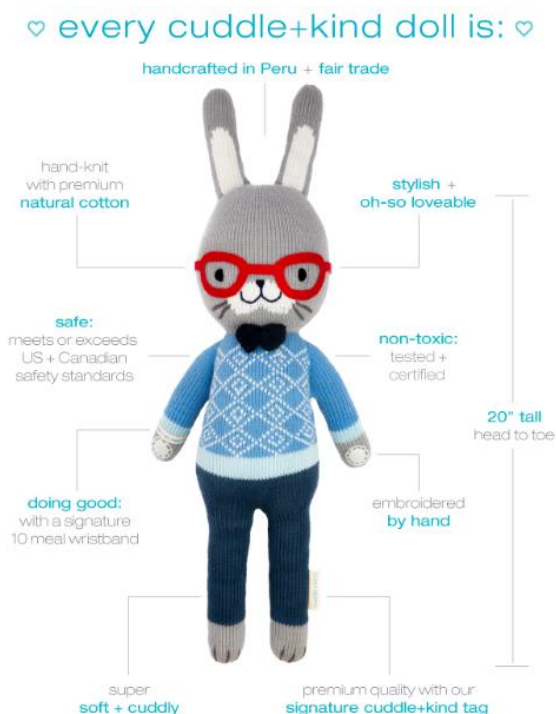
Zdroj: vlastní zpracování dle The crowdfunding formula, 2017

Významný podíl na 500 nejúspěšnějších projektů má kategorie technologie a design. V případě IndieGoGo získaly projekty ve zmíněné kategorii 60,4 milionů dolarů

v rámci 500 projektů. Kickstarter vybral pro projekty v této kategorii 58,5 milionů dolarů. V této oblasti tak portál IndieGoGo předběhl Kickstarter.

Konkrétním příkladem projektu je projekt *Cuddle+kind doll*. Projekt je zaměřený na zlepšení života dětí. Cílem je nakrmit děti, které to potřebují. Hlad představuje jeden z významných problémů na světě a ne každé dítě ve škole je dobře situované, aby si mohlo dovolit chodit na oběd do školní jídelny jako ostatní děti. Princip projektu spočívá v zakoupení pletené panenky. Každá zakoupená panenka totiž představuje deset jídel pro děti do škol, které jsou v nouzi. Nakrmením dětí nutričně vyváženým jídlem ve škole, jim dodá patřičnou energii k učení. Stravování je zajištěno prostřednictvím Světového potravinového programu USA a Dětského fondu pro hladovějící. Všechny panenky jsou ručně dělané, výroba jedné panenky sebou nese 42 kroků. Přispěvatelé mají na výběr z devíti druhů panenek. Panenky jsou vyrobené z přírodní bavlny, jsou bezpečné a netoxické (testováno a certifikováno). Kampaň byla ukončena v listopadu roku 2015 s vybranými prostředky v hodnotě přes 400 tisíc dolarů od více než 4,9 tisíc přispěvatelů. Na obr. č. 13 je ukázka pletené panenky *cuddle+kind doll*.

Obr. č. 13: Cuddle+kind doll



Zdroj: IndieGoGo, 2017c

5.2.2 Tilt

Jak Fraňková (2015) uvádí, je to místo pro podporu jakéhokoli projektu. Je možné vybrat příspěvky i pro neziskové projekty, za které nejsou nabízeny žádné odměny. Většina projektů žádá pouze menší částky, ale jsou takové projekty, které vyžadují větší částku, například podpora jamajského bobového týmu, aby mohl odjet na olympiádu v Sochi či výstavba základní školy v Indii. Nedosáhne-li se minimální částky, příspěvky se vracejí zpět přispěvatelům. V případě výběru finančních prostředků pro neziskové organizace se posílají rovnou jim, není tak jejím oficiálním zástupcem. Na obr. č. 14 je logo Tilt.

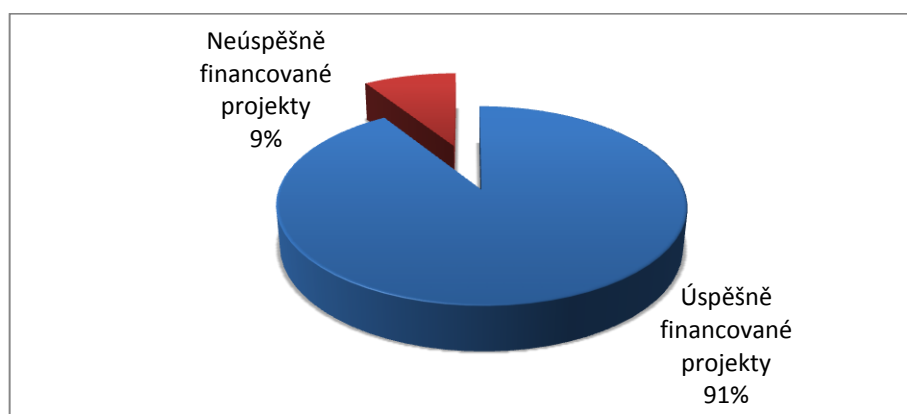
Obr. č. 14: Logo Tilt



Zdroj: Tilt, 2017a

V průměru se vybere na projekty až 192 % cílové částky. Od roku 2012 využilo služeb portálu přes 500 tisíc lidí. V případě sbírek pro charitativní účely organizace neplatí žádné provize, v případě ostatních projektů je provize ve výši 3 %. Dále je nutné uhradit i transakční poplatky (Tilt, 2017b). Na obr. č. 15 je uvedena míra úspěšnosti projektů.

Obr. č. 15: Úspěšnost projektů – Tilt



Zdroj: vlastní zpracování dle Tilt, 2017b

Díky drobným projektům požadující nižší částky se míra úspěšnosti vyšplhala až na 91 %. Zbýlých 9 % nedosáhly na stanovenou minimální částku a peníze byly vráceny.

V roce 2013 byl založen projekt *LIFE Camp*. Cílová částka byla stanovena na 100 tisíc dolarů, podařilo se však vybrat necelých 132 tisíc dolarů od téměř 500 přispěvatelů. Je to program, který se orientuje na mladé jedince žijící v chudých rodinách v Queensu. Usiluje o ukončení násilí, zbraní, chrání životy a propaguje mír jako životní styl. Vedou dospívající k zaměstnanosti. V rámci LIFE Camp spolupracuje veřejný a soukromý sektor. Společně reagují, spolupracují a poskytují terapie v otázce násilí, jenž má vliv na jižní Jamaicu, Queens a New York. Před spuštěním programu v uplynulých 18 měsících bylo v komunitě postřeleno 17 osob. Po zavedení programu se předešlo 115 incidentům, které by vedly k násilí. Celých 340 dní bylo bez střelby v cílové oblasti jižní Jamajky (Tilt, 2017a).

5.2.3 Gofundme

Další významnou zahraniční platformou je Gofundme, která se specializuje na dárcovství a byla založena v roce 2010. Zaměřuje se tedy zejména na osobní projekty, které se týkají pomoci lidem v těžkých životních situacích, lze zde také nalézt i žádosti drobných podnikatelů či různé kreativní projekty. Nejvíce podporovanými projekty jsou ze skupiny zdravotní péče, vzdělání, dobrovolnictví, zvířata a osobní neštěstí. Tento webový portál funguje celosvětově (USA, Itálie, Francie, Německo, Rakousko, Austrálie atd.). Gofundme se odlišuje od ostatních portálů tím, že zde nejsou žádné mezní termíny pro výběr finančních prostředků, ani zde není omezena cílová částka. Žadatel si sice určí částku, kterou by rád vybral, ale i v případě nižší obdržené částky má nárok na její vyplacení. Žadatelé jsou vzhledem k neomezené době příspěvků přeposílány na účet pravidelně ve zvolených obdobích. Projekt je aktivní až do doby než autor požádá o jeho zrušení. Portál zaštiťuje tři typy sbírek, kterými jsou sbírky „vše, nebo nic“, osobní a charitativní sbírky. Na obr. č. 16 je zobrazeno logo portálu.

Obr. č. 16: Logo Gofundme



Zdroj: Gofundme, 2017a

Od založení vybral portál tři miliardy dolarů od více než 25 milionů dárců. Portál si účtuje poplatek ve výši 5 % z celkové vybrané částky.

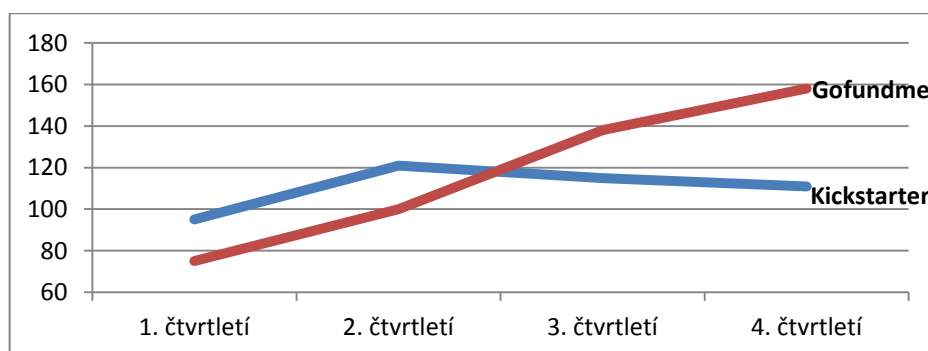
Barringer High School vytvořila projekt *knihovny* do třídy, ve které budou k dispozici noviny a časopisy pro všechny studenty. Veškeré periodikum si mohou studenti přečíst ve škole nebo půjčit a přečíst doma. Od 24 přispěvatelů se za měsíc vybralo 565 dolarů, cílová částka činila 400 dolarů. (Gofundme, 2017b).

Dalším příkladem je projekt na podporu Russelville Cyclone Band. Jde o školní kapelu Russelville High School s dlouhou tradicí. Kapela již vystupovala na třech prezidentských inauguračních pochodech. Cílem bylo vybrat 150 tisíc dolarů. Za dva měsíce se podařilo stanovenou sumu vybrat od 114 přispěvatelů (Gofundme, 2017c).

Greenville Elementary je základní škola v chudinské čtvrti. Michael Bonner je učitel, který informoval o zoufalé potřebě finančních prostředků. Mnoho ze studentů jsou bezdomovci či se nacházejí v těžkých životních situacích. Studentům jsou na škole nabízeny unikátní a zábavné učební plány a aktivity, které mají za úkol je zaujmout. Mnoho učitelů financují školní pomůcky, oblečení či dokonce stravu ze svých vlastních peněz. Veškeré příspěvky slouží k naplnění poslání školy. V lednu roku 2017 bylo za pouhý měsíc vybráno přes 88 tisíc dolarů od více než 2,3 tisíce přispěvatelů (Gofundme, 2017d).

Na obr. č. 17 je možné vidět čtvrtletní statistiku vybraných finančních prostředků z roku 2014 dvou již zmíněných významných platforem (Kickstarter a Gofundme).

Obr. č. 17: Statistika vybraných finančních prostředků v roce 2014 - Kickstarter a Gofundme (v mil. USD)



Zdroj: vlastní zpracování dle Gofundme, 2017e

5.2.4 Network for Good

Princip těchto webových stránek spočívá v internetových platbách (systém DonateNow). Tento systém umožňuje dárčům provádět platby prostřednictvím internetu

na stránkách Network for Good či rovnou na webových stránkách konkrétních organizací. Finanční příspěvky jsou zde poskytovány neziskovým organizacím nehledě na to, na jaké konkrétní účely je využije. Dále portál nabízí poradenské služby pro neziskové i charitativní organizace ve formě bezplatných tipů a školeních na témata jako online marketing, komunikace s dárci a fundraising. Pro neziskové organizace je registrace a využití finančních služeb zdarma. V tomto případě jsou poplatky hrazeny ze strany dárce. Hodnota poplatku může být stržena z hodnoty příspěvku nebo o hodnotu poplatku navýšit příspěvek. Na obr. č. 18 je zobrazeno logo webového portálu (Network for Good, 2017a).

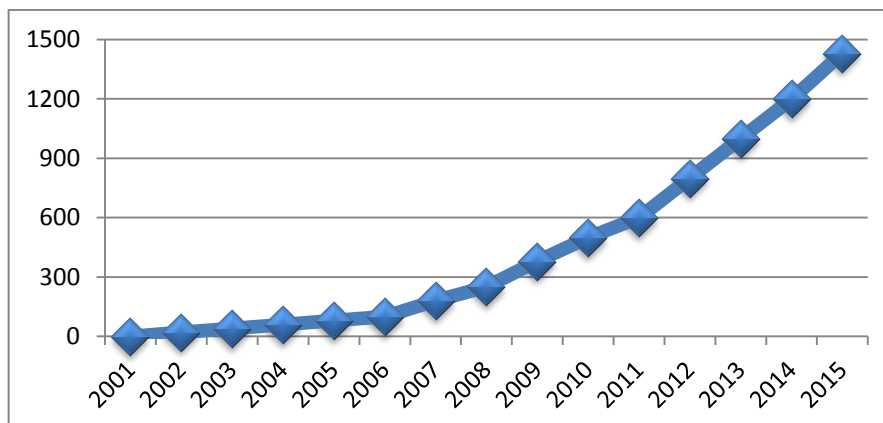
Obr. č. 18: Logo Network for Good



Zdroj: Network for Good, 2017a

Od založení roku 2001 pomohla crowdfundingová platforma vybrat přes 1,4 bilionu dolarů více než 125 tisícům neziskových organizací. Nejsilnější období z celého roku z hlediska příspěvků je jednoznačně prosinec. Výše provize se pohybuje mezi 3 – 5 % z vybrané částky v závislosti na využitých službách (Network for Good, 2017b). 31 % z poskytnutých příspěvků v roce 2014 bylo vybráno v prosinci. Během posledních tří dnů v roce 2014 bylo vybráno 12 % ze všech poskytnutých příspěvků tohoto roku (Nonprofit Tech for Good, 2017). Na obr. č. 19 je graf představující vývoj finančních příspěvků od založení portálu, tj. v letech 2001 – 2015 v mld. dolarů.

Obr. č. 19: Vývoj příspěvků v letech 2001 – 2015 – Network for Good (v mld. dolarů)

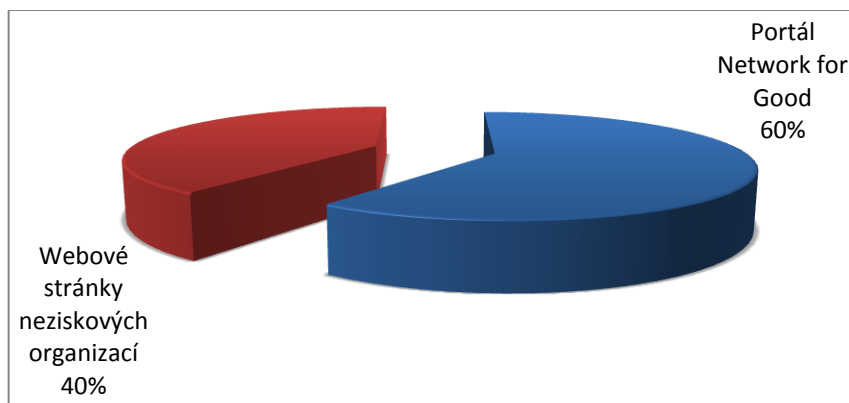


Zdroj: vlastní zpracování dle Network for Good, 2017b

Jak je z grafu zřejmé, objem vybraných finančních prostředků má progresivní charakter. Do roku 2015 platforma vybrala 1,4 bilionu dolarů pro financování neziskových organizací. Rostoucí tendence objemu vybraných finančních prostředků se očekává i v následujících letech.

Na obr. č. 20 je zobrazen graf udávající informace o zvolení nástroje pro darování finančních příspěvků.

Obr. č. 20: Způsob poskytování finančních příspěvků – Network for Good



Zdroj: vlastní zpracování dle Network for Good, 2017b

60 % ze všech příspěvků jsou darovány přes tento webový portál. Zbýlých 40 % jsou poskytovány neziskovým organizacím přímo prostřednictvím jejich oficiálních webových stránek.

5.3 České platformy

Na českých serverech dominují zejména projekty v kulturní a sociální oblasti. Nejvýznamnějšími crowdfundingovými platformami v českém prostředí, pomocí kterých mohou neziskové organizace financovat své projekty, jsou například Hithit, Startovač, Darujme, Everfund, Penězdroj či Darujsprávně.

Jelikož se jedná o poměrně mladé odvětví v českém prostředí, byla potřeba diskuse, která by téma CF zpracovala globálně, tj. jak z ekonomického, legislativního, tak i uživatelského rizika. Aspen Institute Prague tak spustil projekt Crowdfunding Visegrad. Tento projekt měl za úkol zmapovat rostoucí trend v oblasti komunitního financování v zemích Visegrádské čtyřky a také zhodnotit jejich další možný rozvoj (The Aspen Institute, 2017).

5.3.1 Hithit

Tento český portál funguje na obdobném principu jako zahraniční portál Kickstarter. Hithit vznikl v roce 2012. Hithit nabízí prostor pro financování kreativních projektů a nápadů a těší se velké atraktivnosti a oblíbenosti. Jako příklad kreativních projektů je možno uvést natáčení filmů, vydávání hudebních alb, výroba inovativních či desénových produktů, vývoj mobilních aplikací a softwarů. Financování charitativních projektů a projektů neziskových organizací je spíše výjimečné, nikoliv zakázané. Portál využívá sbírku „Všechno, nebo nic“ (Hithit, 2017a). Na obr. č. 21 je uvedeno logo portálu Hithit.

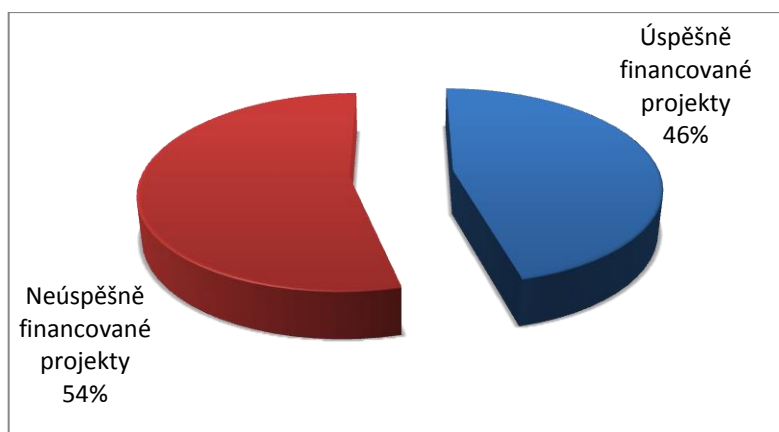
Obr. č. 21: Logo Hithit



Zdroj: Hithit, 2017a

Portál Hithit (2017b) na svých webových stránkách uvádí, že projekt může být uveřejněn maximálně po dobu 45 dní. V případě úspěšných projektů náleží portálu provize ve výši 9 % z celkové vybrané částky, administrativní poplatek v hodnotě 499 korun a transakční poplatky. Pokud projekt není úspěšně financován, neplatí se žádná provize ani poplatky. Od jeho založení se podařilo vybrat 70 milionů korun na více než 1,3 tisíc projektů (Hithit, 2017b). Na obr. č. 22 je graf úspěšnosti projektů.

Obr. č. 22: Úspěšnost projektů – Hithit



Zdroj: vlastní zpracování dle Hithit, 2017b

Z grafu je vidět, že úspěšnost projektů je velmi přijatelná. Celých 46 % tvoří projekty, které byly úspěšně financovány, zbylých 54 % tvoří neúspěšně financované projekty.

Příkladem z méně častých projektů neziskových organizací je *Festival osobnostního rozvoje*. Spolek Kalokagathia se zaměřuje na rozvoj a zlepšení života. Proto spolek přišel s tímto projektem, ve kterém je myšlenka víkendového festivalu s workshopy zaměřenými na komunikaci, improvizaci, relaxaci či zkušenostně reflektivní učení. Úkolem bylo vybrat 152 tisíc korun, nakonec se vybralo přes 190 tisíc od necelých 200 přispěvatelů, čímž se podařilo financovat projekt na 125 % (Hithit, 2017c).

Spolek ALSA je organizace, která sdružuje pacienty a odborníky na amyotrofickou laterální sklerózu. Cíle projektu je vybudování *sociálně zdravotnického centra*, které bude poskytovat všechny potřebné aktivity. Cílová částka byla stanovena na jeden milion korun. Na konci kampaně se podařilo vybrat přes 1,1 milionu korun od více než 2,1 tisíc přispěvatelů. Projekt byl tak úspěšně financován na 111 % (Hithit, 2017d).

Skautský 21. oddíl vložil na portál projekt, týkající se výstavby hlavní části *klubovny* pro své členy, jejichž počet se každoročně zvyšuje. Cílová částka byla stanovena na 330 tisíc korun, avšak podařilo se získat nad 387 tisíc korun. Na projekt přispělo 219 přispěvatelů a pomocí nich se podařilo financovat projekt na 117 % (Hithit, 2017e).

5.3.2 Startovač

Startovač vznikl v roce 2013. Funguje na stejném principu jako Hithit. Dle Startovače (2017a) by měly být projekty kreativního charakteru s jasně definovaným záměrem a dobou, kdy bude projekt dokončen (omezeno 18 měsíci). Portál nezveřejňuje projekty s podnikatelským záměrem, charitativní ani projekty s osobním prospěchem jednotlivce. Funguje na principu („všechno, nebo nic“) dosažení cílové částky, jinak se peníze vracejí zpět přispěvatelům. Autor projektu má možnost si sám vybrat dobu kampaně (15, 30 či 60 dní). Na obr. č. 23 je logo Startovače.

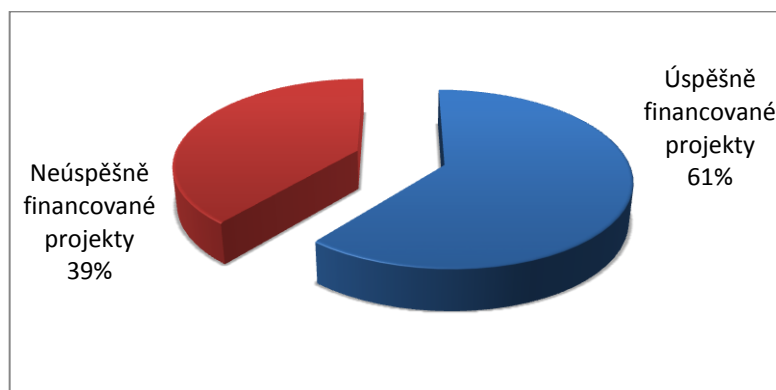
Obr. č. 23: Logo Startovač



Zdroj: Startovač, 2017a

Do roku 2015 bylo vybráno přes 19 milionů korun. Z úspěšných projektů vybírá portál provize v rozmezí 5 – 9 % z vybrané částky. Zmíněná procenta závisí na výši vybrané částky. Dále autor hradí transakční náklady (Startovač, 2017a). Na obr. č. 24 je graf zobrazující úspěšnost projektů.

Obr. č. 24: Úspěšnost projektů – Startovač



Zdroj: vlastní zpracování dle Startovač, 2017a

Míra úspěšnosti je na 61 %. Hodnota úspěšnosti je vyšší než má konkurenční portál Hithit. Zbýlých 39 % projektů neukončili financování úspěšně.

Příkladem projektu je například projekt na výstavbu nového prostornějšího *výběhu* ve Faunaparku v Horní Lipové. Výběh bude sloužit pro mládě tygra sibiřského. Nový výběh musí být prostorný, mít bazén pro osvěžení v horkých dnech a zázemí

umožňující bezpečné krmení. Odměny pro přispěvatele jsou předměty ve formě jednorázových vstupenek, fotek mláděte tygra či trička s jeho potiskem a mnohé další. Cílová částka byla stanovena na 200 tisíc korun. Podařilo se však vybrat 215 tisíc od 169 přispěvatelů. Projekt byl tedy financován na 107 %.

Koalice VLASTA představila projekt, který umožní vydání *Dobrych novin* pro Prahu 10. Noviny mají informovat občany o sousedských a komunitních aktivitách. Tištěná verze novin se dostane do všech domácností, takže není potřeba mít Internet. Vybrané peníze pokryjí profesionální grafiku, vytištění a distribuci novin pro téměř 2/3 domácností z Prahy 10. Minimální požadovaná částka byla 80 tisíc korun. Vybráno bylo však přes 124 tisíc korun od 175 startérů, tj. minimální hranice byla překročena o 55 %.

Spolek Podprůhon uveřejnil projekt týkající se zvelebení kladentského Podprůhonu. Cílem je zasadit do městské čtvrti ukovanou kopii *plastiky „Slunce“* od Viktora Stříbrného a také výroba a umístění smaltové uliční cedule (Náměstíčko Viktora Stříbrného). Požadováno bylo 75 tisíc korun, vybrat se nakonec podařilo pře 88 tisíc korun od 95 investorů, tj. překročení minima o 18 %. Na obr. č. 25 je zobrazena plastika „Slunce“ (Startovač, 2017d).

Obr. č. 25: Plastika „Slunce“



Zdroj: Startovač, 2017d

5.3.3 Peněždroj

Crowdfundingová platforma Peněždroj (2017b) funguje na principu „všechno, nebo nic“. Portál zveřejňuje zejména podnikatelské a komerční projekty, ale mohou zde zveřejňovat projekty i neziskové organizace. Autoři projektů za finanční prostředky

nabízí odměny, podíly ve společnosti či kombinaci odměny a podílu. Dále Peněždroj nabízí projektové, marketingové či finanční poradenství. Na obr. č. 26 je zobrazeno logo Peněždroje.

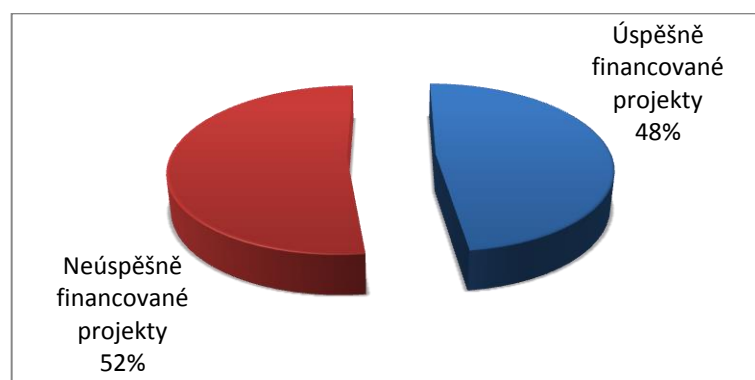
Obr. č. 26: Logo Peněždroj



Zdroj: Peněždroj, 2017b

Portálu se podařilo vybrat 1,42 milionu korun od více než 800 podporovatelů. Již 14 projektů bylo úspěšně financováno. V případě úspěšného financování projektu je účtována provize ve výši 7 % z celkové vybrané částky s případnými transakčními poplatky. Na obr. č. 27 je zobrazena úspěšnost projektů.

Obr. č. 27: Úspěšnost projektů - Peněždroj



Zdroj: vlastní zpracování dle Peněždroj, 2017c

Jak z grafu vyplývá, míra úspěšnosti projektů je 48 %. Tudiž neúspěšně financované projekty tvoří 52 % ze všech projektů.

Český skaut Junák umístil na webový portál projekt zaměřený na rekonstrukci *skautské mohyly* na památku skautů zavražděných na konci 2. světové války na Ivančeně. Rekonstrukce je nevyhnutelná, jelikož postupem času a povětrnostních podmínek přestala být mohyla bezpečná. Cílovou částkou projektu bylo 70 tisíc korun. Nakonec se však podařilo vybrat přes 78 tisíc od 157 přispěvatelů. Projekt byl tedy financován na 111 %. Na obr. č. 28 je návrh skautské mohyly na Ivančeně.

Obr. č. 28: Návrh mohyly na Ivančeně



Zdroj: Peněždroj, 2017d

5.3.4 Everfund

Na webových stránkách Everfund (2017a) uvádí, že je plzeňská crowdfundingová platforma. Je zapsána v rejstříku obecně prospěšných společností. Založena byla v roce 2013 společností Plzeň 2015 o.p.s. Portál není zaměřen pouze na určité odvětví, je otevřen projektům různého charakteru (festival, školka pro česko-německé děti), které mají nápad a potenciál město proměňovat k lepšímu. Nesmí být užit pro čistě charitativní účely. Projekty nejsou omezeny pouze na Plzeň, jsou zde i projekty například pro Prahu či České Budějovice. Autoři mohou dokonce své nápady a myšlenky konzultovat s týmem lidí, kteří pomůžou vytvořit projektu, který může být prezentován. Je zde využíván model „všechno, nebo nic“, tj. není-li vybrána cílová částka, jsou peníze vráceny zpět investorům. Zvláštností na tomto portálu je to, že zájemci mohou přispět nejen finanční sumou, ale i nefinanční podporou (např. nevyužité prostory, automobil či poskytnutí vlastních služeb). Na obr. č. 29 je logo portálu Everfund.

Obr. č. 29: Logo Everfund

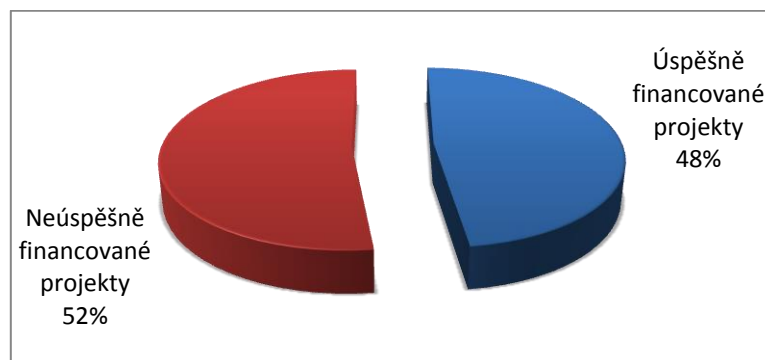


Zdroj: Everfund, 2017a

Od založení Everfund vybral již 827 tisíc korun. Nejúspěšnější projekt získal 251 tisíc, což představuje 30,4 % z celkové vybrané částky portálu. Maximální doba kampaně

jsou tři měsíce. V případě úspěšného projektu je účtována provize ve výši 8 % z vybrané částky a transakční náklady. Na obr. č. 30 je graf zobrazující úspěšnost projektů.

Obr. č. 30: Úspěšnost projektů - Everfund



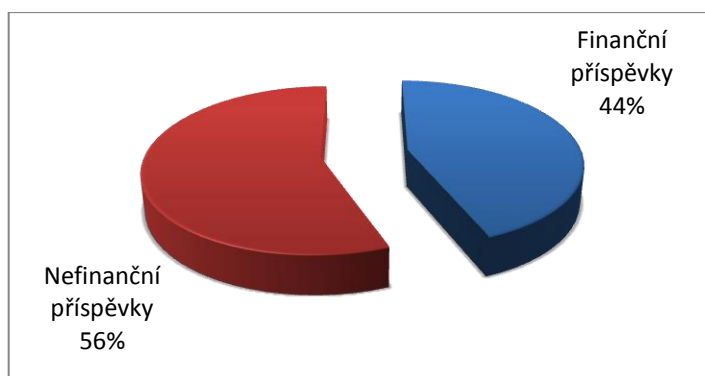
Zdroj: vlastní zpracování dle Kafuňková, 2015

Míra úspěšně financovaných projektů je 48 %, tudíž míra neúspěšně financovaných projektů je 52 %.

Skautský oddíl Žlutá Střelka zveřejnil projekt, jenž se zaměřuje na *výstavbu nové klubovny*. Stará klubovna byla zničena požárem, který založil neznámý pachatel. Projekt obnovy klubovny je vyčíslen na 1,3 milionu korun. Skautskému oddílu se podařilo zajistit granty a dary, které pokryly $\frac{3}{4}$ ceny. Na zbylou sumu, tj. 75 tisíc korun byl vytvořen projekt. Od 75 přispěvatelů se vybralo přes 87 tisíc korun, tj. 116 % nad hranicí cílové částky (Everfund, 2017b).

Waldorfská základní škola Dobromysl o.p.s. v Plzni uveřejnila projekt „*Kopni si do školy!*“. Projekt se týkal opravy opadávající omítky vnitrobloku. Oprava omítky umožní přístup dětem do přilehlé zahrady. Přispěvatelé mohli přispět finančními prostředky (odměna ve formě slaňování budovy), ale také přiložením ruky k dílu (skopávání omítky, svážení suti a natírání penetrací). Cílová částka byla stanovena na 48 tisíc korun. Během kampaně se podařilo vybrat od 43 přispěvatelů přes 52 tisíc korun, tj. o 9 % více než byla cílová částka. Z toho nefinanční příspěvky tvořily více než polovinu (29 300 Kč) z celkové sumy (Everfund, 2017c). Na obr. č. 31 je graf zobrazující poměr vybraných finančních a nefinančních příspěvků.

Obr. č. 31: Poměr finančních a nefinančních příspěvků projektu „Kopni si do školy!“



Zdroj: vlastní zpracování dle Everfund, 2017c

Z grafu vyplývá, že 56 % z celkových vybraných příspěvků tvoří příspěvky nefinančního charakteru (práce a poskytnutý materiál). Zbylých 44 % bylo vybráno ve formě finančních prostředků.

5.3.5 Vision Partners

Jde o crowdfundingový portál založený v roce 2014, který podporuje kulturní, sportovní, dobročinné a podnikatelské projekty. V případě charitativních projektů odměny nejsou nabízeny, v ostatních případech jsou nabízeny odměny různého charakteru. Autor získá peněžní prostředky pouze v případě získání cílové částky, v opačném případě se peníze vracejí přispěvatelům. Neziskové organizace mohou vytvořit projekt neziskové organizace či projekt „Podpoř neziskovou organizaci“. Aby mohla nezisková organizace vytvořit na portálu projekt, musí mít na danou činnost vyhlášenou veřejnou sbírku a tato sbírka musí být zapsána v seznamu veřejných sbírek, který vede Ministerstvo vnitra. V případě projektu „Podpoř neziskovou organizaci“ jsou získané finanční příspěvky zaslány rovnou na účet dané neziskové organizace (Vision Partners, 2017a). Na obr. č. 32 je logo Vision Partners.

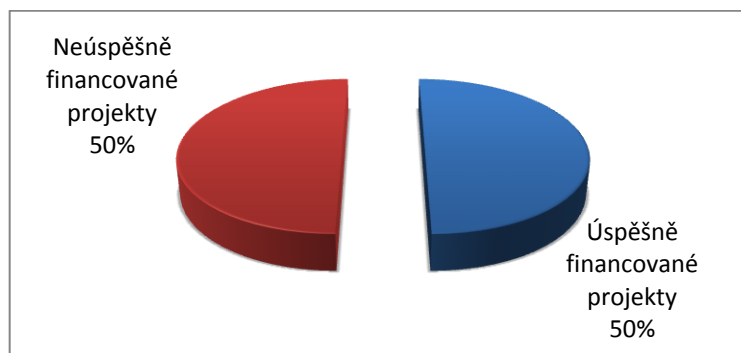
Obr. č. 32: Logo Vision Partners



Zdroj: Vision Partners, 2017a

Prostřednictvím Vision Partners bylo již vybráno přes více než 270 tisíc korun. Provize činí 5 % z celkové vybrané částky. Na obr. č. 33 je graf vypovídající o podílu úspěšných a neúspěšných projektů.

Obr. č. 33: Úspěšnost projektů – Vision Partners



Zdroj: vlastní zpracování dle Kafuňková, 2015

Míra úspěšnosti projektů je přesně na 50 %. Od založení bylo na portále uveřejněno pouze deset projektů, přičemž pět projektů bylo úspěšně ukončeno, ostatních pět projektů nedosáhly cílové částky. Všech pět neúspěšných kampaní pocházelo od neziskových organizací (Vision Partners, 2017b).

Občanské sdružení Keltoi uveřejnilo na webu projekt na akci *Samhain* (oslava keltského nového roku, kdy navíc byla možná komunikace se zemřelými předky). Jedná se o benefiční akci, jehož výtěžek je určen na rekonstrukci srubů v archeoparcích (Prášily, Letovice). Cílem bylo vybrat 25 tisíc korun, podařilo se však vybrat pouze 7,5 tisíce korun. Projekt byl financován tedy jen z 30 %, tudíž kampaň skončila neúspěšně. (Vision Partners, 2017c).

Projekt *Maminky pomáhají maminkám* pochází od neziskové organizace Naše místo, která umožňuje pořádat a účastnit se vzdělávacích kurzů a navíc pomáhá v začátcích podnikání prostřednictvím podpory prodeje výrobků. Cílem bylo vybrat 60 tisíc korun, nicméně se ve skutečnosti vybralo osm tisíc korun, což představuje jen 13 % z cílové částky (Vision Partners, 2017d).

5.3.6 Darujme

Jedná se o nekomerční projekt vytvořený v roce 2010 neziskovými organizacemi. Crowdfundingový portál slouží k realizaci online fundraisingu neziskových organizací.

Podmínkou využívání služeb je, že nezisková organizace musí být transparentní (vydávání výročních zpráv, informovanost dárců o účelnosti poskytnutých zdrojů). Na portálu mohou neziskové organizace vytvořit konkrétní projekt či si zaregistrovat svůj profil a přijímat finanční prostředky bez konkrétního projektu. Organizace tak získá dárcovský widget, který propojuje webové stránky neziskových organizací s portálem Darujme. Pomocí widgetu přispěvatelé zvolí výši daru a pro další kroky jsou přesměrováni na portál Darujme. Přispěvatelé si vybírají možnost jednorázových či pravidelně se opakujících plateb. U projektů nejsou stanoveny žádné hraniční termíny. Přispěvatelé si vybírají, zda dar poskytnou na konkrétní účel (projekt) organizace či je poskytnou organizaci a ta je využije na jakýkoliv účel dle svého uvážení. Všechny peněžní příspěvky jsou odevzdány konkrétním neziskovým organizacím. Portál sděluje organizacím osobní údaje přispěvatelů, tudíž s nimi může být v budoucnu navázán další kontakt. Na obr. č. 34 je uvedené logo portálu Darujme.

Obr. č. 34: Logo Darujme



Zdroj: Darujme, 2017a

Od založení se podařilo vybrat 70 milionů korun pro více než 300 neziskových organizací. Portál vybírá poplatek ve výši 2 % z celkové výše daru. Dále je nutné zaplatit registrační poplatek a roční poplatek za užívání služeb. Nejsilnějším měsícem z hlediska objemu darů je jednoznačně prosinec. (Darujme, 2017a).

Jak již bylo v textu zmíněno, na portálu je registrováno více než 300 neziskových organizací. Mezi nejznámější patří například Lékaři bez hranic, Greenpeace, Člověk v tísni, Adra, Armáda spásy, Sdružení SOS dětských vesniček či UNICEF Česká Republika (Darujme, 2017b).

5.3.7 Darujsprávně

Jedná se o projekt realizovaný Fórem dárců, který vznikl v roce 2009. Jde o první portál tohoto typu, který vznikl v České republice a je založen na obdobném principu fungování jako zahraniční crowdfundingové portály. Portál je přímo zaměřen na veřejně prospěšné nestátní neziskové organizace, které mají povolenou veřejnou sbírku a fungují alespoň jeden rok. Organizace získají určitou formu prezentace zdarma,

jelikož platforma klade důraz na propagaci vůči široké veřejnosti. Darování je prováděno anonymně a příjemce obdrží 100 % darované částky. Na obr. č. 35 je logo Darujsprávň.

Obr. č. 35: Logo Darujsprávň



Zdroj: Darujsprávň, 2017a

Na portálu je možné vybrat z 301 sbírek. Od založení bylo vybráno 55 milionu korun. Na portálu právě probíhá jedna aktivní sbírka.

Obecně prospěšná společnost Mezi námi rozjela projekt *Zpátky do tanečních*. Společnost podporuje propojení seniorů s dětmi. Smyslem projektu je terapie tancem, resp. společné cvičení na rytmickou hudbu. Do konce kampaně ještě zbývá měsíc. Cílová částka je stanovena ve výši 21 tisíc korun. Doposud je vybráno 1 180 korun, tj. 6 % z cílové částky (Darujsprávň, 2017b).

5.4 Komparace českých a zahraničních crowdfundingových platforem

Tato kapitola se zaměřuje na komparaci českých i zahraničních crowdfundingových platforem, které byly analyzovány v předchozí kapitole. Jedná se konkrétně o portály Kickstarter, IndieGoGo, Tilt, Gofundme, Network for Good, Hithit, Startovač, Peněždroj, Everfund, Vision Partners, Darujme a Darujsprávň. V rámci komparace jsou portály porovnávány z hlediska podmínek platforem pro zveřejnění projektu a z hlediska statistik platforem. Český CF je oproti tomu zahraničnímu stále téměř v počátcích. České úspěšné platformy vznikaly kolem roku 2012, oproti tomu zahraniční již zhruba o čtyři roky dříve. Lze tedy situaci zahraničního CF relativně brát jako možný obraz budoucího vývoje v českém prostředí.

5.4.1 Komparace z hlediska podmínek platforem pro projekty

Stanovení podmínek pro autory projektu je plně v režii samotných portálů. Právě tyto podmínky jsou předmětem konkurence. Podmínky se také liší v souvislosti zaměření portálu. Portály zaměřující se na veřejně prospěšné projekty mají jiný princip fungování a stanovené podmínky než jiné platformy zaměřené na komerční projekty. V rámci

podmínek pro autory projektu jsou posuzovány informace týkající se modelu CF, zaměření, typu sbírky a výše poplatků. Pro potřeby podmínky určující typ sbírky budou používány pojmy fixní a flexibilní model. Fixní model je založen na principu „vše, nebo nic“ a flexibilní model umožňuje nechat si vybrané příspěvky i v případě neúspěchu. Tab. č. 6 obsahuje informace portálů z hlediska podmínek platforem pro projekty.

Tab. č. 6: Komparace platforem dle podmínek pro projekty

Název portálu	Model CF	Zaměření	Typ sbírek (model)	Výše provize
Kickstarter (US)	Odměnový	Komerční projekty (kromě charitativních projektů)	Fixní	5 %
IndieGoGo (US)	Odměnový	Jakékoliv projekty	Fixní a flexibilní	5 % (9 %); 3 %
Tilt (US)	Odměnový	Jakékoliv projekty	Fixní	3 %
Hithit (CZ)	Odměnový	Jakékoliv projekty	Fixní	9 %
Startovač (CZ)	Odměnový	Kreativní projekty	Fixní	5 – 9 %
Penězdroj (CZ)	Odměnový	Jakékoliv projekty (kromě charitativních projektů)	Fixní	7 %
Vision Partners (CZ)	Odměnový	Jakékoliv projekty	Fixní	5 %
Everfund (CZ)	Odměnový	Jakékoliv projekty (kromě charitativních projektů)	Fixní	8 %
Gofundme (US)	Charitativní	Charitativní a neziskové projekty	Flexibilní	5 %
Network for Good (US)	Charitativní	Charitativní a neziskové projekty	Flexibilní	3 – 5 %
Darujme (CZ)	Charitativní	Charitativní a neziskové projekty	Flexibilní	2 %
Darujsprávně (CZ)	Charitativní	Charitativní a neziskové projekty	Flexibilní	-

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

České a zahraniční platformy se modelem CF od sebe téměř neliší. Převážná část z uvedených platforem funguje na odměnovém crowdfundingu. Pokud neziskové organizace zveřejní projekty na portále Tilt či Vision Partners, nejsou nabízeny žádné odměny, ačkoliv se jedná o portály s odměnovým CF. Poslední čtyři platformy

v tabulce jsou založeny na charitativním crowdfundingu, tj. příspěvatelům za dary nejsou nabízeny žádné protislužby.

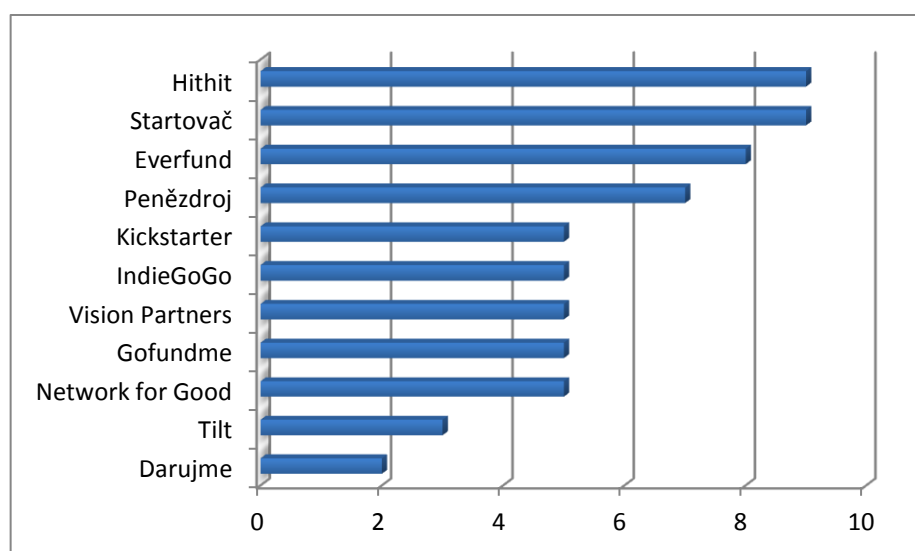
Autor projektu musí správně kategorizovat svůj projekt, jelikož každá platforma se liší svým zaměřením. Většina platform přijímá projekty jakéhokoli zaměření projektu, jde o IndieGoGo, Tilt, Hithit a Vision Partners. Některé portály však své zaměření specializují nebo omezují. Konkrétně Kickstarter, Peněždroj a Everfund se zaměřuje na různé projekty kromě projektů pro charitativní účely. Startovač slouží pro kreativní projekty, které nemají podnikatelský, charitativní záměr nebo neslouží k osobnímu prospěchu jednotlivce. Portály s charitativním CF se zaměřují na charitativní a neziskové projekty organizací. Ani v případě zaměření platform zde nejsou žádné velké rozdíly. Většinou se zaměřují na jakékoliv projekty, u některých platform své zaměření více specifikují.

Většina platform českých i zahraničních využívá fixní model sbírky, tj. finanční příspěvky jsou předány pouze v případě, že jejich výše dosáhla stanovené cílové částky. Naopak čistě charitativní platformy využívají druhého modelu (flexibilního), který tedy umožňuje organizaci přijmout jakoukoli nasbíranou částku. Specifickým případem je zahraniční portál IndieGoGo, který využívá obou modelů v závislosti, o jaký typ projektu se jedná.

Ve většině případů jsou provize stanoveny procentně a počítají se z celkové vybrané částky (výjimkou jsou portály Darujme, Network for Good, kdy jsou provize placeny ze strany dárce). Z tabulky je zřejmé, že výše provizí je u českých portálů mírně vyšší než u zahraničních. V průměru se u zahraničních portálů provize pohybuje okolo 5 %. U Network for Good se pohybuje provize mezi 3 – 5 % v závislosti na využitých službách, navíc jsou poplatky hrazeny ze strany dárce. Výše provize portálu Tilt je nejnižší ze všech uvedených platform, je stanovena ve výši 3 % z celkové vybrané částky. Tato provize je stanovena pro všechny projekty kromě těch charitativních (ty nejsou zpoplatněny). IndieGoGo má také rozdělené poplatky v závislosti o jakého jde autora. Neziskové organizace platí 3 % z vybrané částky. Pro ostatní subjekty je provize ve výši 5 %. Portál však zavedl poplatek i u neúspěšně financovaných projektů ve výši 9 %. Z uvedených českých portálů má nejvyšší provizi Hithit (9 %), dále Everfund (8 %), Peněždroj (7 %). U portálu Startovač se provize pohybuje

v rozmezí 5 – 9 % v závislosti na výši vybrané částky. Portál Darujme stanovuje provizi v hodnotě 2 % z poskytnutého daru. Zatímco Darujsprávně si za dary neúčtuje žádnou provizi. Na obr. č. 36 je graf, který určuje pořadí portálu dle výše provizí v %. Je-li výše provize určena v rozmezí, je do grafu zahrnuta horní hranice provize.

Obr. č. 36: Pořadí platforem dle výše provize (v %)



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Z tabulky je zřejmé, že české platformy jsou patrně dražší. První čtyři příčky jsou obsazeny portály Hithit, Startovač, Everfund a Penězdroj. Nejvíce četnými jsou provize ve výši 5 %.

5.4.2 Komparace z hlediska statistik platforem

Uvedené platformy se liší různým zaměřením, druhem CF a zemí působení. Tab. č. 7 obsahuje informace o statistikách jednotlivých platforem. Tyto informace se týkají celkových vybraných příspěvků a procentní úspěšnost projektů k určitému okamžiku roku 2017.

Tab. č. 7: Komparace platformem dle statistických informací

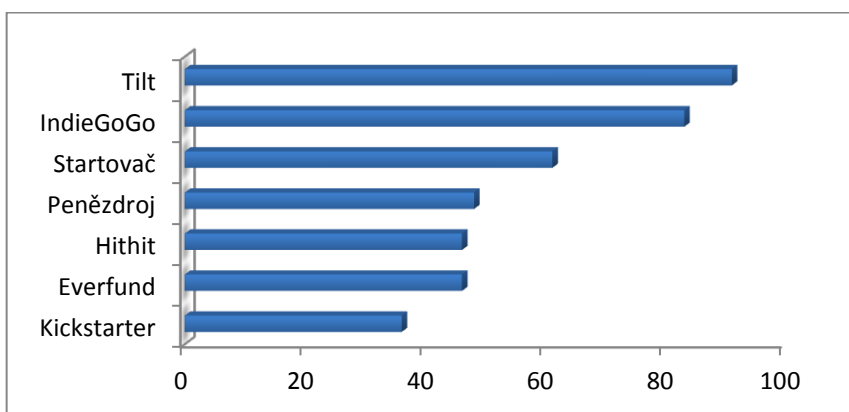
Název portálu	Celkové vybrané příspěvky	Úspěšnost projektů (v %)
Kickstarter (US)	2,9 bil. USD	36
IndieGoGo (US)	1 bil. USD	83
Tilt (US)	-	91
Hithit (CZ)	70 mil. Kč	46
Startovač (CZ)	19 mil. Kč	61
Peněždroj (CZ)	1,42 mil. Kč	48
Vision Partners (CZ)	270 tis. Kč	-
Everfund (CZ)	827 tis. Kč	48
Gofundme (US)	3 mld. USD	-
Network for Good (US)	1,4 bil. USD	-
Darujme (CZ)	70 mil. Kč	-
Darujsprávně (CZ)	55 mil. Kč	-

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Z tabulky je patrný velmi výrazný rozdíl mezi českými a zahraničními portály. Důvodem je jistě lokalita (stát), množství přispěvatelů a také skutečnost, že CF je v českém prostředí poměrně mladý fenomén. I přes to existují v České republice platformy, které již fungují několik let a podařilo se jim vybrat peněžní prostředky v řádech desítek milionů korun. Mezi českými portály stojí na vrcholu nejznámější a nejoblíbenější portál Hithit, což potvrzuje i výše celkových příspěvků. S jeho pomocí se podařilo vybrat 70 milionů korun. Vysoké sumy příspěvků se podařilo úspěšně vybrat i českým charitativním portálům Darujme (70 milionů korun) a Darujsprávně (55 milionů korun). Startovač vybral 19 milionů korun. Výše vybraných příspěvků ostatních portálů se pohybuje v řádech sta tisíců korun. Z řad zahraničních portálů jednoznačně vede nejznámější portál Kickstarter s 2,9 biliony dolarů. Network for Good vybral 1,4 biliony dolarů. Dále následuje IndieGoGo s 1 bilionem dolarů.

Z hlediska úspěšnosti projektů vede z českého prostředí Startovač, jehož míra úspěšnosti je 61 %. Za Startovačem jsou ostatní portály, které mají podobnou míru úspěšnosti, Peněždroj (48 %), Everfund (48 %) a Hithit (46 %). Ze zahraničních portálů jednoznačně vede Tilt s 91 %. Za tuto velmi vysokou úspěšnost mohou drobné projekty, jejichž cílové částky jsou nízké, a tudíž snadno splnitelné. Druhou největší úspěšnost projektů má portál IndieGoGo s 83 %, což je způsobeno možností flexibilního modelu sbírky. Dále Kickstarter s 36 %. Charitativní portály Gofundme, Network for Good, Darujme a Darujsprávně úspěšnost projektů nezveřejňují. Nezveřejňují je z důvodu využívání flexibilního modelu, tj. všechny finanční příspěvky jsou posílány autorům projektu či registrovaným charitám a neziskovým organizacím. Na obr. č. 37 je graf zobrazující pořadí portálů dle míry úspěšnosti projektů v %.

Obr. č. 37: Pořadí portálů dle míry úspěšnosti projektů (v %)



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Pořadí dle procentní míry úspěšnosti je následující Tilt, IndieGoGo, Startovač, Peněždroj, Hithit, Everfund a Kickstarter.

6 Návrhy a hodnocení přínosů crowdfundingu do neziskového sektoru

Tato kapitola se zabývá návrhy a hodnocením přínosů CF do neziskového sektoru.

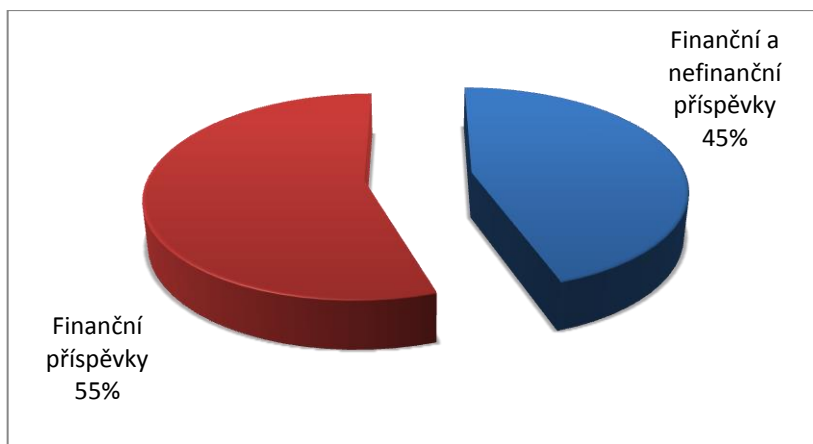
6.1 Uživatelské hodnocení

Jednou ze slabých stránek či nedostatků je neexistence uživatelského hodnocení. Pro toto hodnocení si může jakákoliv platforma vymezit určité místo na svém webovém portálu. Úpravy si provede sama nebo správce, který je zodpovědný za správu webových stránek (externí subjekt). Toto hodnocení by sloužilo k předání informací o projektu. Příspěvatelé by psali komentáře týkající se hodnocení spolupráce s konkrétním autorem projektu - jednoduše zkušenost s ním či celkově s projektem. Tato hodnocení by byla prospěšná potenciálním příspěvatelům, pomohla by jim v rozhodnutí přispět na daný projekt či ne. Hodnocení by sloužilo také i jako nástroj ke snižování podvodného jednání nebo alespoň k menším škodám (nižší vybraná částka, méně podvedených příspěvatelů). Většinou než se přijde na to, že projekt je pouze podvod, autor podvodného projektu vybere mnoho finančních příspěvků. Lidé mohou být pak velmi opatrní a nedůvěřiví k tomuto způsobu financování. Proto možnost takového hodnocení může příspěvatele uklidnit a ujistit, že své finanční prostředky vkládají na opravdu uvedený účel. Tato jistota by mohla mít vliv na zvýšení poskytnutých příspěvků.

6.2 Crowdfundingový portál (nefinanční příspěvky)

Speciálním druhem crowdfundingové platformy je portál Everfund. Jeho zvláštností je to, že příspěvatelé mají možnost přispět nejen finančními prostředky, ale mohou poskytnout i nefinanční podporu. Příkladem nefinanční podpory jsou nevyužitá prostora, automobil nebo poskytnutí vlastní služby (grafické či překladatelské dovednosti). Na obr. č. 38 je graf obsahující statistiku projektů dle charakteru vybraných příspěvků bez ohledu na to, zda projekty byly či nebyly úspěšně financovány.

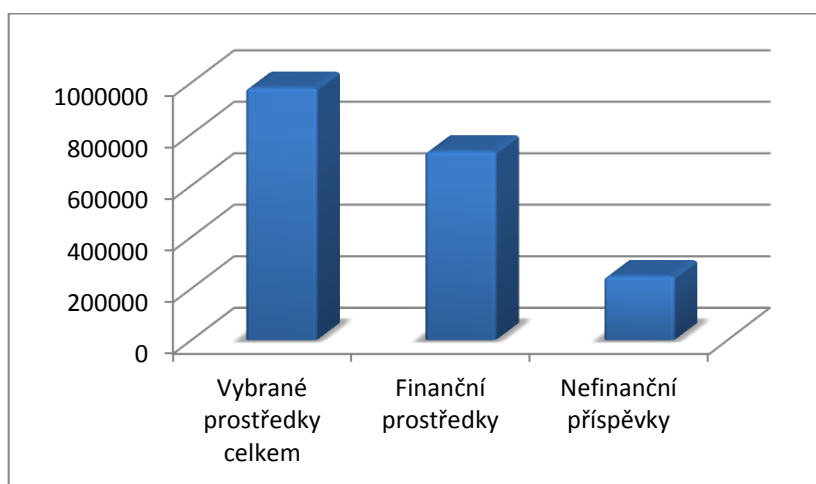
Obr. č. 38: Statistika projektů dle charakteru vybraných příspěvků – Everfund



Zdroj: vlastní zpracování dle Everfund, 2017d

Everfund (2017d) zveřejnil od založení celkem 29 projektů. Z toho 13 projektů (45 %) vybralo kromě finančních příspěvků i příspěvky nefinančního charakteru. 55 % ze všech uveřejněných projektů bylo podpořeno pouze finančními prostředky. Na obr. č. 39 je zobrazen graf, který udává souhrnné částky finančních a nefinančních příspěvků všech uveřejněných projektů v Kč na portále Everfund bez ohledu na to, zda projekty byly či nebyly úspěšně financovány.

Obr. č. 39: Hodnoty finančních a nefinančních příspěvků uveřejněných projektů (v Kč) - Everfund



Zdroj: vlastní zpracování dle Everfund, 2017d

Celkově ze všech projektů bylo vybráno 979 653 Kč, z toho 732 423 Kč tvořily finanční prostředky a nefinanční prostředky v hodnotě 247 230 Kč.

Z toho je patrné, že autoři projektů mají často zájem i o nefinanční podporu (převážně neziskové organizace). Zde je mezera pro využití této skutečnosti a pro možný vznik platformy zaměřující se na tento druh podpory. Platforma, kde mohou neziskové organizace zveřejňovat své projekty a kde přispěvatelé mohou přispět svým časem a prací. Dále mohou mít přispěvatelé založený svůj osobní profil, kde budou mít uvedený druh svých dovedností a služeb, které mohou nabídnout. Organizace pak přímo zadají, co potřebují získat pro svůj projekt a vyberou si z dostupných dobrovolníků, které pak osloví ke spolupráci.

6.3 Nízké náklady na kapitál

Významným přínosem CF pro neziskový sektor je získání levného kapitálu. Náklady za kapitál jsou tvořeny poplatky portálů (provizemi) a také náklady na případné odměny. Pro demonstraci byl zvolen projekt týkající se výstavby nové klubovny zveřejněný na portálu Everfund. Zadavatel projektu je Skautský oddíl Žlutá Střelka. Projekt je blíže popsán v předchozí kapitole. Cílem projektu bylo získat 75 tisíc korun na výstavbu klubovny. Skautský oddíl zvolil odměny ve formě různých venkovních výcviků a táboráků. Do odměn pro přispěvatele byl tedy investován čas vedoucích skautského oddílu. Nebylo tak třeba vynaložit velké finanční prostředky pro poskytování odměn. Portál Everfund si účtuje za úspěšný projekt provizi ve výši 8 % z vybrané částky. Projekt byl úspěšně ukončen a provize byla odvedena portálu ve výši šesti tisíc korun (Everfund, 2017b).

Autor projektu má možnost zvolit si jakýkoliv portál s ohledem na charakter projektu. Jedním z kritérií rozhodování může být právě procentní výše provize, tj. kolik náleží portálu za zprostředkování úspěšné kampaně. V tabulce nejsou zahrnuty charitativní platformy. Ze zahraničních portálů jsou zahrnuty pouze ty, které přijímají projekty i z jiných zemí. Provize jsou přepočteny na české koruny. V tab. č. 8 jsou zobrazeny výše provizí v Kč jednotlivých portálů za podmínek zmíněného projektu.

Tab. č. 8: Výše provizí jednotlivých portálů – projekt výstavby klubovny (Skautský oddíl Žlutá Střelka)

Název portálu	Provize (v %)	Výše provize (v Kč)
Hithit	9	6 750
Startovač	7	5 250
Vision Partners	5	3 750
Peněždroj	7	5 250
Everfund	8	6 000
IndieGoGo	3	2 250
Tilt	3	2 250

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Provize portálu Everfund, který byl zvolen pro tento projekt, je druhá nejvyšší ze všech porovnávaných českým portálů. Prvenství nese portál Hithit. Co se týká výše provize, je nejvýhodnější zvolit z českých platform portál Vision Partners, jehož výše provize činí 3 750 Kč (8 % ze 75 tisíc korun). Zahraničních portály mají shodnou výši provize 3 % (2 250 Kč).

6.4 Zonky.cz nejen pro fyzické osoby

Novodobý portál Zonky je platforma zaměřená na dluhový CF. Portál je striktně zaměřen pouze na fyzické osoby. Půjčky jsou poskytovány pouze fyzické osobě na konkrétní jméno. Autoři projektu zveřejňují své projekty a přispěvatelé půjčují peníze, tj. lidé půjčují lidem. Přispěvatelé tak očekávají, že jim peníze budou vráceny. Nahrazují se tak klasické banky. Půjčka je levnější než u banky. Zonky si účtuje poplatky za zprostředkování ve výši 2 % z půjčené částky.

Nevybere-li organizace prostřednictvím ostatních druhů CF, je zde možnost dluhového CF. Poskytování služeb portálu Zonky fyzickým i právnickým osobám nebo vznik nového dluhového portálu by umožnil neziskovým organizacím levnější půjčky. Toto

tvrzení bude prokázáno na příkladu projektu výstavby nové klubovny (Skautský oddíl – Žlutá Střelka).

V tab. č. 9 je porovnání půjčky na portálu Zonky a vybraných bankovních institucí. Uvedené částky jsou vypočteny prostřednictvím online kalkulaček umístěných na webových stránkách portálu Zonky a webových stránkách příslušných bank (Česká spořitelna, Equa bank, Komerční banka, mBank). Přesné kalkulace půjček jsou uvedeny v příloze D.

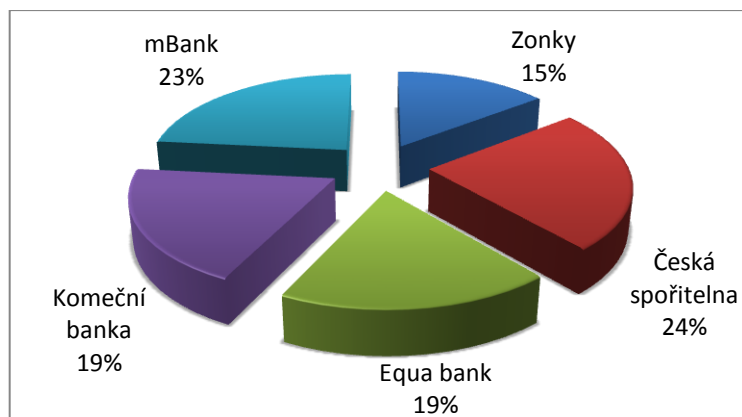
Tab. č. 9: Výše půjček prostřednictvím portálu Zonky a vybraných bankovních institucí (v Kč)

Název	Výše půjčky (v Kč)	Doba splácení (v měsících)	Úrok (v %)	Výše splátky (v Kč)	Celková splatná částka (v Kč)
Zonky	75 000	42	5,99	1 990	85 045
Česká spořitelna	75 000	48	9,40	1 893	91 610
Equa bank	75 000	48	7,90	1 828	87 744
Komerční banka	75 000	48	8,00	1 865	88 359
mBank	75 000	48	9,90	1 899	91 133

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Z tabulky je zřejmé, že portál Zonky nabízí nejnižší úrok ve výši 5,99 %. Výše půjčky je 75 tisíc korun a celková splatná částka je 85 045 korun. U ostatních možností se celková splatná částka vyšplhala k 88 či dokonce 91 tisícům korun. Autor projektu by tak přeplatil menší částku než u půjček vybraných bank. Nejdražší půjčky mají Česká spořitelna a mBank. Obr. č. 40 zobrazuje graf, o kolik autor přeplatí navíc.

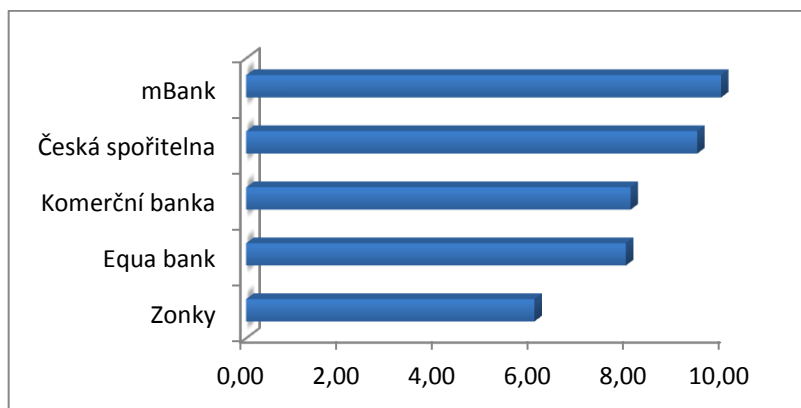
Obr. č. 40: Procentní podíl o kolik autor přeplatí částku půjčky



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Pokud by zvolil autor projektu půjčku u České spořitelny, přeplatil by o celých 24 % výši půjčky. Jak již vyplynulo z tabulky, nejméně autor přeplatí (o 15 %) v případě půjčky přes CF portál Zonky. Obr. č. 41 představuje graf určující pořadí dle výše úroku v %.

Obr. č. 41: Pořadí dle výše úroku půjčky v %



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Graf ukazuje na portál Zonky, jako na poskytovatele nejnižšího úroku (5,99 %). Úroky bank se pohybují v rozmezí 8 – 10 %.

6.5 Dílčí shrnutí praktické části

Praktická část začíná kapitolou, která obsahuje SWOT analýzu z pohledu přispěvatele, autora projektu a crowdfundingového portálu. Následující kapitola popisuje jednotlivé vybrané portály (zahraniční i české). U každého portálu jsou uvedeny základní

charakteristiky a informace. Další kapitola se soustředí na komparaci vybraných crowdfundingových platforem a to z hlediska podmínek platforem k uveřejnění projektů a z hlediska statistických informací. Poslední kapitola je věnována návrhům a hodnocení přínosů crowdfundingu pro neziskový sektor. Návrhy přínosů, které jsou blíže analyzovány v jednotlivých subkapitolách, se týkají vzniku uživatelského hodnocení a crowdfundingového portálu zaměřujícího se na nefinanční příspěvky. Dalším přínosem jsou nízké náklady na získání kapitálu a dále možnost výběru platforem dle výše provize (nákladů na pořízení kapitálu). Poslední návrh se týká poskytování dluhového crowdfundingu portálu Zonky i pro právnické osoby.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo představit problematiku crowdfundingu u neziskových organizací jako novodobou metodu jejich financování. Na podkladě provedené analýzy jednotlivých vybraných crowdfundingových platforem byla provedena jejich komparace. Diplomová práce odpovídá na otázky, zda existuje crowdfundingové prostředí pro neziskové organizace a jestli existuje v konkrétní oblasti rozdíl mezi českými a zahraničními crowdfundingovými portály.

Neziskový sektor se člení na státní neziskové organizace (veřejný sektor), nestátní neziskové organizace (soukromý sektor) a sektor domácností. Neziskové organizace jsou založeny za účelem dosažení přímého užitku ze služeb, které nejsou zabezpečeny státem, ne za účelem zisku. Neziskové organizace fungují na principu dobrovolnosti a schopnosti zajištění finanční podpory. Crowdfunding je nová metoda financování. Jde o snahu jedinců, kteří spojují finanční prostředky s cílem podpořit projekty jednotlivců či skupin. Crowdfunding nabývá odměnové, dluhové, podílové či charitativní podoby.

Praktická část diplomové práce se zabývala SWOT analýzou všech účastníků crowdfundingu. Dále byly analyzovány platformy (české i zahraniční), jejichž služby mohou využívat i neziskové organizace. Následně jsou vybrané platformy porovnány z hlediska podmínek pro projekty a z hlediska statistických údajů. Z komparace vychází, že výše provizí je u českých portálů mírně vyšší než u zahraničních.

Kapitola návrhů a hodnocení přínosů crowdfundingu do neziskového sektoru se věnuje návrhům. Uvedenými návrhy jsou vznik uživatelského hodnocení, který by mohl být mít pozitivní vliv na snížení podvodného jednání a vznik platformy orientující se na příspěvky nefinančního charakteru. Orientace portálu Zonky (dluhový crowdfunding) i na ostatní subjekty (ne pouze fyzické osoby) by poskytla levnější finanční prostředky v porovnání s bankovními institucemi.

Na základě průzkumu aktuálních možností crowdfundingových aktivit na trhu, se zapojení do programů dárcovských portálů jeví jako nejvhodnější prostředek pro činnost neziskových organizací. Tyto portály nabízí výhodné podmínky, které jsou speciálně upravené a určeny neziskovým organizacím. Crowdfundingové prostředí je pro neziskové organizace více než přívětivé. Celkově se crowdfunding hodí k financování sociálních a veřejně komunálních projektů (rekonstrukce škol, komunitní

centra). Crowdfunding by mohl být využit v budoucnu i pro čistě veřejné statky. Bylo by však potřeba většího množství přispěvatelů a naději by měly jen lokální projekty.

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Charakteristika organizací v sektorech definovaných Pestoffem.....	14
Tab. č. 2: Klasifikace ICNPO, COPNI a OKEČ	21
Tab. č. 3: SWOT analýza – přispěvatel	43
Tab. č. 4: SWOT analýza – autor.....	44
Tab. č. 5: SWOT analýza – crowdfundingová platforma	46
Tab. č. 6: Komparace platforem dle podmínek pro projekty	71
Tab. č. 7: Komparace platforem dle statistických informací	74
Tab. č. 8: Výše provizí jednotlivých portálů – projekt výstavby klubovny (Skautský oddíl Žlutá Střelka)	79
Tab. č. 9: Výše půjček prostřednictvím portálu Zonky a vybraných bankovních institucí (v Kč).....	80

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Členění národního hospodářství dle principu financování	12
Obr. č. 2: Základní procesy crowdfundingu	32
Obr. č. 3: Vývoj financování v letech 2009 – 2015 (v mld. USD).....	35
Obr. č. 4: Poměr jednotlivých využitých typů crowdfundingu.....	37
Obr. č. 5: Logo Kickstarter	49
Obr. č. 6: Úspěšnost financování projektů - Kickstarter.....	49
Obr. č. 7: Statistika úspěšných projektů dle skupin – Kickstarter	50
Obr. č. 8: Podzemní park v New York City.....	51
Obr. č. 9: Logo IndieGoGo	51
Obr. č. 10: Úspěšnost projektů – IndieGoGo.....	52
Obr. č. 11: Celkové měsíční příspěvky – IndieGoGo, Kickstarter (v mil. USD).....	53
Obr. č. 12: Objem peněžních prostředků v kategorii technologie a design – IndieGoGo, Kickstarter (v mil. USD).....	53
Obr. č. 13: Cuddle+kind doll	54
Obr. č. 14: Logo Tilt	55
Obr. č. 15: Úspěšnost projektů – Tilt.....	55
Obr. č. 16: Logo Gofundme.....	56
Obr. č. 17: Statistika vybraných finančních prostředků v roce 2014 - Kickstarter a Gofundme (v mil. USD).....	57
Obr. č. 18: Logo Network for Good	58
Obr. č. 19: Vývoj příspěvků v letech 2001 – 2015 – Network for Good (v mld. dolarů)	59
Obr. č. 20: Způsob poskytování finančních příspěvků – Network for Good.....	59
Obr. č. 21: Logo Hithit.....	60

Obr. č. 22: Úspěšnost projektů – Hithit	61
Obr. č. 23: Logo Startovač.....	62
Obr. č. 24: Úspěšnost projektů – Startovač	62
Obr. č. 25: Plastika „Slunce“	63
Obr. č. 26: Logo Peněždroj.....	64
Obr. č. 27: Úspěšnost projektů - Peněždroj	64
Obr. č. 28: Návrh mohyly na Ivančeně.....	65
Obr. č. 29: Logo Everfund.....	65
Obr. č. 30: Úspěšnost projektů - Everfund	66
Obr. č. 31: Poměr finančních a nefinančních příspěvků projektu „Kopni si do školy!“	67
Obr. č. 32: Logo Vision Partners	67
Obr. č. 33: Úspěšnost projektů – Vision Partners.....	68
Obr. č. 34: Logo Darujme.....	69
Obr. č. 35: Logo Darujsprávně	70
Obr. č. 36: Pořadí platforem dle výše provize (v %)	73
Obr. č. 37: Pořadí portálů dle míry úspěšnosti projektů (v %).....	75
Obr. č. 38: Statistika projektů dle charakteru vybraných příspěvků – Everfund.....	77
Obr. č. 39: Hodnoty finančních a nefinančních příspěvků uveřejněných projektů (v Kč) - Everfund	77
Obr. č. 40: Procentní podíl o kolik autor přeplatí částku půjčky	81
Obr. č. 41: Pořadí dle výše úroku půjčky v %	81

Seznam použitých zkratk

CF	Crowdfunding
COPNI	System klasifikace netrzních cinnosti OSN
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DMS	Dárcovská SMS
EAFRD	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
EGF	Evropský fond pro přizpůsobení se globalizaci
EMFF	Evropský námořní a rybářský fond
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
ICNPO	Mezinárodní klasifikace neziskových organizací
KČ	Koruna česká
KM	Kilometr
NUTS II	Klasifikace územních statistických jednotek
OKEČ	Odvětvové klasifikace ekonomických cinností (nevýrobních)
OSN	Organizace spojených národů
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
USA	Spojené státy americké
USD	Americký dolar

Seznam použité literatury

Tištěné zdroje

- Boukal, P. (2009). *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha: Oeconomica.
- Boukal, P., Vávrová, H., & Novotný, J. (2003). *Ekonomika a řízení neziskových organizací – Pracovní sešit*. Praha: Oeconomica.
- Duben, R. (1996). *Neziskový sektor v ekonomice a společnosti*. Praha: Codex Bohemia s.r.o.
- Frič, P., & Goulli, R. (2001). *Neziskový sektor v České republice*. Praha: Eurolex Bohemia.
- Hejduková, P. (2015). *Veřejné finance: teorie a praxe*. Praha: C. H. Beck.
- Hyánek, V., et al. (2007). *Neziskové organizace ve veřejných službách*. Brno: Printeco s.r.o.
- Kafuňková, M. (2015). *Financování kulturních projektů v České republice pomocí crowdfundingových portálů*. (Diplomová práce). Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.
- Laemmermann, K. (2012). *Crowdfunding: Raising capital online*. London: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Lawton, K., & Marom, D. (2013). *The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media*. New York: McGraw-Hill.
- Medlíková, O., & Šedivý, M. (2011). *Úspěšná nezisková organizace*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Merlíčková Růžičková, R. (2011). *Neziskové organizace: vznik, účetnictví, daně*. Olomouc: Anag.
- Nahodil, F., et al. (2009). *Veřejné finance v České republice*. Plzeň: Aleš Čeněk, s.r.o.
- Novotný, J., et al. (2008). *Faktory úspěchu nestátních neziskových organizací*. Praha: Oeconomica.
- Ochrana, F. (2001). *Veřejný sektor a efektivní rozhodování*. Praha: Management Press.

Peková, J. (2008). *Veřejné finance: úvod do problematiky*. Praha: ASPI.

Rektořík, J. et al. (2010). *Organizace neziskového sektoru – Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Praha: EKOPRESS, s.r.o.

Stejskal, J., Kuvíková, H., & Mařítková, K. (2012). *Neziskové organizace – vybrané problémy ekonomiky se zaměřením na nestátní neziskové organizace*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika.

Tetřevová, L., et al. (2009). *Veřejný a podnikatelský sektor*. Praha: Professional Publishing.

Young, T. E. (2013). *The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding : understand crowd psychology: gain an online presence: create a successful crowdfunding campaign : promote your campaign to reach hidden funding sources*. Mass.: Adams Media.

Elektronické zdroje

Agrawal, A. K., Catalini, Ch., & Goldfarb, A. (2013). *Some Simple Economics of Crowdfunding*. Dostupné z: <http://www.nber.org/papers/w19133>

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). *Crowdfunding: Tapping the Right Crowd*. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1578175

Centrum pro výzkum neziskového sektoru (2014). *Helpnet*. Cit. 05.03.2017, dostupné z: <http://www.helpnet.cz/aktualne/prehled-legislativy-pro-neziskovky-0>

Crowder. Cit. 30.11.2016, dostupné z: <http://www.crowder.cz/>

Česká spořitelna. Cit. 03.04.2017, dostupné z: www.pujckacs.cz

Darujme. Cit. 14.03.2017a, dostupné z: <https://www.darujme.cz/jak-fungujeme/>

Darujme. Cit. 14.03.2017b, dostupné z: <https://www.darujme.cz/organizace/>

Darujsprávně. Cit. 15.03.2017a, dostupné z: <http://www.darujspravne.cz/pro-neziskovky>

Darujsprávně. Cit. 15.03.2017b, dostupné z: <http://www.darujspravne.cz/zpatky-dotanecnich-s-mezi-nami-o-p-s-963>

Equa bank. Cit. 03.04.2017, dostupné z: <https://www.equabanking.cz/cashloans/20907c48-5f23-4f87-941a-7f98cbcc1bde>

Everfund. Cit. 14.03.2017a, dostupné z: <http://everfund.cz/cs/napoveda/obecne>

Everfund. Cit. 14.03.2017b, dostupné z: <http://www.everfund.cz/cs/projekt/z-popelastavime-novou-klubovnu>

Everfund. Cit. 14.03.2017c, dostupné z: <http://www.everfund.cz/cs/projekt/kopni-si-doskoly>

Everfund. Cit. 29.03.2017d, dostupné z: <http://www.everfund.cz/projekty/uzavrene>

Fraňková, K. (2015). *Forbes*. Cit. 12.03.2017, dostupné z: <http://www.forbes.cz/kickstarter-a-dalsi-4-weby-kde-muzete-ziskat-penize-na-svuj-projekt/>

Giudici, G. (2012). *Crowdfunding: The New Frontier for Financing Entrepreneurship?* Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2157429

Gofundme. Cit. 09.03.2017a, dostupné z: <https://www.gofundme.com/about-us>

Gofundme. Cit. 09.03.2017b, dostupné z: <https://www.gofundme.com/real-news-for-the-classroom>

Gofundme. Cit. 09.03.2017c, dostupné z: <https://www.gofundme.com/russellville-high-school-band>

Gofundme. Cit. 09.03.2017d, dostupné z: <https://www.gofundme.com/greenville>

Gofundme. Cit. 09.03.2017e, dostupné z: <https://www.gofundme.com/blog/2015/01/13/gofundme-tops-kickstarter-as-worlds-1-crowdfunding-platform/>

Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10419/52302>

Hippel, E. (1986). *Lead users: a source of novel product concepts*. Dostupné z: <http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.32.7.791>

Hithit. Cit. 13.03.2017a, dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>

Hithit. Cit. 13.03.2017b, dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/terms>

Hithit. Cit. 13.03.2017c, dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/3281/festival-osobnostniho-rozvoje>

Hithit. Cit. 13.03.2017d, dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/2250/spolecne-proti-bezmoci>

Hithit. Cit. 13.03.2017e, dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/2998/nenechte-skauty-zmrznout>

Howe, J. (2009). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. Dostupné z: <http://www.bizbriefings.com/Samples/IntInst%20---%20Crowdsourcing.pdf>

Husták, Z. (2015). *Crowdfunding - nové příležitosti a regulační implikace*. Dostupné z: http://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2015/05-2015/06_biatec_5-15_hustak.pdf

IndieGoGo. Cit. 11.03.2017a, dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204456408-How-much-does-Indiegogo-cost-Fees-Pricing>

IndieGoGo. Cit. 11.03.2017b, dostupné z: https://www.indiegogo.com/how-it-works#/success_stories

IndieGoGo. Cit. 12.03.2017c, dostupné z: <https://www.indiegogo.com/projects/cuddle-kind-knit-dolls-that-help-feed-children#/>

Kickstarter. Cit. 17.02.2017a, dostupné z: <https://www.kickstarter.com/charter?ref=hello>

- Kickstarter*. Cit. 17.02.2017b, dostupné z: <https://www.kickstarter.com/?ref=nav>
- Kickstarter*. Cit. 17.02.2017c, dostupné z: https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=about_subnav
- Kickstarter*. Cit. 09.03.2017d, dostupné z: https://www.kickstarter.com/projects/855802805/lowline-an-underground-park-on-nycs-lower-east-sid?ref=nav_search
- Komerční banka*. Cit. 03.04.2017, dostupné z: https://www.kb.cz/calculators/#/cs/consumer-loan?strZdroj=Kalkula%C4%8Dka%20spot%C5%99ebitelsk%C3%BDch%20%C3%BAv%C4%9Br%C5%AF&strZdrojURL=https:%2F%2Fwww.kb.cz%2Fcalculators%2F%23%2Fcs%2Fconsumer-loan&wt_mc=interni.kalkulacky.spotrebiteleske-uvery.detail&ref=999008003&amount=100000&maturity=72&product=1
- Luo, M. (2008). Obama Hauls in Record \$750 Million for Campaign. *The New York Times*, p. A29. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2008/12/05/us/politics/05donate.html>
- Mack, E. (2012). *A Brief History of Crowdsourcing*. Dostupné z: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/a-brief-history-of-crowdsourcinginfographic/12532>
- mBank*. Cit. 03.04.2017, dostupné z: <https://www.mbank.cz/osobni/uvery/mpujcka/>
- Ministerstvo práce a sociálních věcí (2009). *Mpsv*. Cit. 05.03.2017, dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/7721>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2012). *Evropské strukturální a investiční fondy*. Cit. 14.11.2016, dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU>
- Network for Good*. Cit. 10.03.2017a, dostupné z: <http://www.networkforgood.com/about/>

Network for Good. Cit. 10.03.2017b, dostupné z: <http://www.networkforgood.com/digitalgivingindex/>

Nonprofit Tech for Good. Cit. 10.03.2017, dostupné z: <http://www.nptechforgood.com/2015/09/16/20-must-know-fundraising-and-social-media-stats/>

Penezdroj. Cit. 27.11.2016a, dostupné z: <https://penездroj.cz/projekt/10-penezdroj#detail>

Penezdroj. Cit. 14.03.2017b, dostupné z: <https://penездroj.cz/informace/5-o-penezdroji>

Penezdroj. Cit. 14.03.2017c, dostupné z: <https://penездroj.cz/>

Peněždroj. Cit. 14.03.2017d, dostupné z: <https://penездroj.cz/projekt/38-rekonstrukce-mohyly-ivancena#detail>

Schreier, J. (2012). *Wired.* Cit. 9.12.2016, dostupné z: <http://www.wired.com/2012/02/kickstarter-blindside/>

Startovač. Cit. 13.03.2017a, dostupné z: <https://www.startovac.cz/casto-kladene-dotazy/>

Startovač. Cit. 13.03.2017b, dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/tygr/>

Startovač. Cit. 13.03.2017c, dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/dobrenoviny-pro-prahu-10/>

Startovač. Cit. 13.03.2017d, dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/slunce/>

Svethardware. Cit. 09.03.2017, dostupné z: <http://www.svethardware.cz/kickstarter-jenyni-verejne-prospesna-spolecnost/41124>

The American Institute of Architects (2013). *Aia.* Cit. 03.12.2016, dostupné z: <http://www.aia.org/aiaucmp/groups/aia/documents/pdf/aiab097668.pdf>

Staszkiwicz, M., Zubíček, M. (2014). *The Aspen Institute*. Cit. 13.03.2017, dostupné z: http://www.aspeninstitutece.org/images_upload/files/crowdfunding_visegrad_FINAL.pdf

The Aspen Institute. Cit. 12.03.2017, dostupné z: http://www.aspeninstitutece.org/images_upload/files/Crowdfunding/TZ-Crowdfunding%20Visegrad.pdf

The crowdfunding formula. Cit. 11.03.2017, dostupné z: <http://thecrowdfundingformula.com/2015/11/13/kickstarter-vs-indiegogo-2/>

The LowLine. Cit. 09.03.2017, dostupné z: <http://thelowline.org/lab/>

Tilt. Cit. 12.03.2017a, dostupné z: <https://www.tilt.com/tilts/give-life-to-life-camp-no-more-bullets-in-the-hood>

Tilt. Cit. 12.03.2017b, dostupné z: <https://www.tilt.com/learn/fees>

Vision Partners. Cit. 14.03.2017a, dostupné z: <https://www.visionpartners.cz/info/visionary>

Vision Partners. Cit. 14.03.2017b, dostupné z: <https://www.visionpartners.cz/projects>

Vision Partners. Cit. 14.03.2017c, dostupné z: <https://www.visionpartners.cz/projects/show/samhain-keltsky-novy-rok>

Vision Partners. Cit. 14.03.2017d, dostupné z: <https://www.visionpartners.cz/projects/show/maminky-pomahaji-maminkam>

Vlčková, Z. (2014). *Český rozhlas*. Cit. 26.11.2016, dostupné z: http://www.zpravy.rozhlas.cz/plus/zaostreno/_zprava/crowdfunding-financovani-pomoci-verejne-sbirky--1372523?print=1

Wikipedia. Cit. 30.11.2016a, dostupné z: <https://donate.wikimedia.org/w/index.php?title=Special:FundraiserLandingPage&cou>

ntry=CZ&uselang=cs&utm_medium=sidebar&utm_source=donate&utm_campaign=C1
3_cs.wikipedia.org

Wikipedia. Cit. 04.12.2016b, dostupné
z: https://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_crowdfunding_services

Zonky. Cit. 03.04.2017, dostupné z: <https://zonky.cz/>

Seznam příloh

Příloha A: Přehled druhů neziskových organizací v ČR

Příloha B: Přehled právních norem upravujících druhy neziskových organizací

Příloha C: Návrh zásad k tvorbě úspěšné kampaně

Příloha D: Kalkulace půjček jednotlivých institucí

Příloha A: Přehled druhů neziskových organizací v ČR

Druh neziskové organizace	Zákonný předpis		Povinnost registrace
	Číslo	Zákon ...	
Zájmová sdružení právnických osob s právní subjektivitou	40/1964 Sb.	občanský zákoník	Ministerstvo vnitra
Občanská sdružení včetně odborových organizací	83/1990 Sb.	o sdružování občanů	Ministerstvo vnitra
Politické strany a politická hnutí	424/1991 Sb.	o sdružování v politických stranách a v politických hnutích	Ministerstvo vnitra
Registrované církve a náboženské společnosti	3/2002 Sb.	o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů (zákon o církvích a náboženských společnostech)	Ministerstvo kultury
Nadace a nadační fondy	227/1997 Sb.	o nadacích a nadačních fondech a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (zákon o nadacích a nadačních fondech)	krajský rejstřík. soud
Obecně prospěšné společnosti	248/1995 Sb.	o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů	krajský rejstřík. soud
Věřejné vysoké školy	111/1998 Sb.	o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách)	Ministerstvo školství
Věřejné výzkumné instituce	341/2005 Sb.	o veřejných výzkumných institucích	Ministerstvo školství
Organizační složky státu	218/2000 Sb. 219/2000 Sb.	o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla) o majetku České republiky a jejím vystupování v právních vztazích	kraje, obce
Organizační složky	250/2000 Sb.	o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů	zřizovatel – organizační složka státu

Druh neziskové organizace	Zákonný předpis		Povinnost registrace
	Číslo	Zákon ...	
Příspěvkové organizace	218/2000 Sb. 219/2000 Sb.	o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla) o majetku České republiky a jejím vystupování v právních vztazích	zřizovatel - organizační složka státu
Příspěvkové organizace	250/2000 Sb.	o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů	krajský rejstřík, soud
Školská právnická osoba	561/2004 Sb.	o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon)	Ministerstvo školství nebo krajský úřad podle zřizovatele
Vyšší územní samosprávné celky	347/1997 Sb. 129/2000 Sb.	o vytvoření vyšších územních samosprávných celků a o změně ústavního zákona ČNR č. 1/1993 Sb., Ústava ČR o krajích (krajské zřízení)	Ministerstvo vnitra krajský rejstřík, soud
Státní fondy:			
• Státní fond životního prostředí	388/1991 Sb.	o Státním fondu životního prostředí ČR	
• Státní fond kultury	239/1992 Sb.	o Státním fondu kultury ČR	
• Státní fond na podporu kinematografie	241/1992 Sb.	o Státním fondu ČR pro podporu a rozvoj české kinematografie	
• Státní zemědělský intervenční fond	256/2000 Sb.	o Státním zemědělském intervenčním fondu a o změně některých dalších zákonů (zákon o Státním zemědělském intervenčním fondu)	
• Pozemkový fond ČR	569/1991 Sb.	o Pozemkovém fondu ČR	
• Státní fond dopravní infrastruktury	104/2000 Sb.	o Státním fondu dopravní infrastruktury a o změně zákona č. 171/1991 Sb., o působnosti orgánů ČR ve věcech převodů majetku státu na jiné osoby a o FNM ČR, ve znění pozdějších předpisů	

Druh neziskové organizace	Zákonný předpis		Povinnost registrace
	Číslo	Zákon ...	
• Státní fond rozvoje bydlení	211/2000 Sb.	o Státním fondu rozvoje bydlení a o změně zákona č. 171/1991 Sb., o působnosti orgánů ČR ve věcech převodů majetku státu na jiné osoby a o FNM ČR, ve znění pozdějších předpisů	
Subjekty, o nichž tak stanoví zvláštní zákon			
• Obce	128/2000 Sb.	o obcích (obecní zřízení)	Ministerstvo vnitra
• Komora daňových poradců	523/1992 Sb.	o daňovém poradenství a KDP ČR	
• Česká lékařská komora	220/1991 Sb.	o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře	nezapisuje se
• Česká stomatologická komora	220/1991 Sb.		
• Česká lékárnická komora	220/1991 Sb.		
• Komora auditorů	93/2009 Sb.	o auditorech a o změně zákona č. 165/1998 Sb.	
• Česká advokátní komora	85/1996 Sb.	o advokacii	
• Česká komora architektů, Česká komora autorizovaných inženýrů a techniků činných ve výstavbě	360/1992 Sb.	o výkonu povolání autoriz. architektů a o výkonu povolání autoriz. inženýrů a techniků činných ve výstavbě	
• Notářské komory a Notářská komora ČR	358/1992 Sb.	o notářích a jejich činnosti (notářský řád)	
• Česká televize a Český rozhlas	231/2001 Sb.	o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů	licence Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
• Česká televize	483/1991 Sb.	o České televizi	nezapisuje se
• Český rozhlas	484/1991 Sb.	o Českém rozhlasu	nezapisuje se

Druh neziskové organizace	Zákonný předpis		Povinnost registrace
	Číslo	Zákon ...	
<ul style="list-style-type: none"> Společenství vlastníků bytových jednotek 	72/1994 Sb.	kterým se upravují některé spoluvlastnické vztahy k budovám a některé vlastnické vztahy k bytům a nebytovým prostorům a doplňují některé zákony (zákon o vlastnictví bytů)	krajský rejstřík, soud
<ul style="list-style-type: none"> Honební společenstvo 	449/2001 Sb.	o myslivosti	Ministerstvo životního prostředí
Veřejné neziskové ústavní zdravotnické zařízení	245/2006 Sb.	o veřejných neziskových ústavních zdravotnických zařízeních a o změně některých zákonů	Ministerstvo zdravotnictví
Regionální rada regionů soudržnosti	248/2000 Sb.	o podpoře regionálního rozvoje	nezapisuje se

Zdroj: Merlíčková Růžičková, 2011

Příloha B: Přehled právních norem upravujících druhy neziskových organizací

Druh neziskové organizace	Nomenklatura právní normy
zájmová sdružení právnických osob	§ 20f a následující zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník
občanská sdružení včetně odborových organizací	zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů
politické strany a politická hnutí	zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích
registrované církve a náboženské společnosti	zákon č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností
nadace, nadační fondy	zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech
obecně prospěšné společnosti	zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech
veřejné vysoké školy	zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách
veřejné výzkumné instituce	zákon č. 341/2005 Sb., o veřejných výzkumných institucích
školy a školské právnické osoby podle zvláštního právního předpisu	zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání
obce	zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení)
kraje	zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení)
příspěvkové organizace a organizační složky státu	zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech
příspěvkové organizace a organizační složky obcí a krajů	zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů
státní fondy	každý státní fond je zřízen zvláštním zákonem
organizace s mezinárodním prvkem	zákon č. 116/1985 Sb., o podmínkách činnosti organizace s mezinárodním prvkem
společenství vlastníků bytových jednotek	zákon č. 72/1994 Sb., kterým se upravují některé spoluvlastnické vztahy k budovám a některé vlastnické vztahy k bytům a nebytovým prostorům
honební společenstva	zákon č. 449/2001 Sb., o myslivosti

Zdroj: Steskal, Kuvíková & Mařítková, 2012

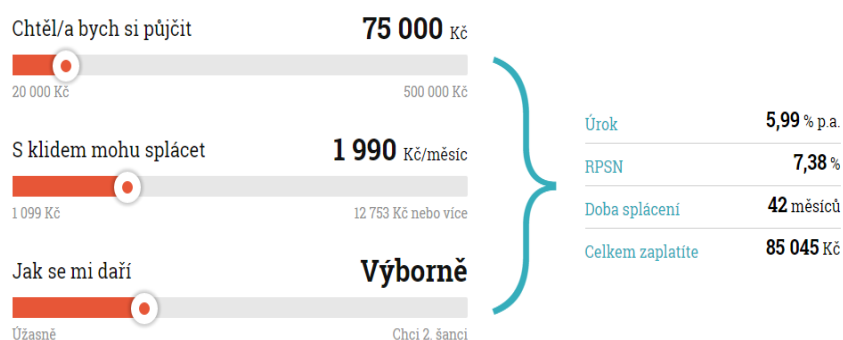
Příloha C: Návrh zásad úspěšné kampaně

1. Nadpis a popis projektu	Nadpis musí zaujmout a vypovídat o cíli projektu. Podtitulek ukazuje důvod vzniku či výhodu projektu.
2. Cíl projektu	Sílu crowdfundingu je zacílení na konkrétní projekt či příspěví na konkrétní věc.
3. Video	Z důvodu multimediálního světa je preferováno video před psaným textem. Video je pohodlný a rychlý způsob předání informací o projektu. Vhodně zpracované video přiměje k většímu zájmu. Kvalitní video musí oslovit, vyvolat emoce, chytit za srdce a vyvolat touhu po pomoci.
4. Vhodná forma odměny	Vhodně zvolit množství odměn vzhledem ke zvolené cílové částce. Odměna má být pouze symbolická. Nicméně by měla být kreativní a originální. Finanční hodnota odměny musí být menší než částka stanovená pro její získání.
5. Cílová částka	Lépe se financují menší projekty. Šance na úspěch je vysoká s cílovou částkou projektu do 150 tisíc korun. Je nutné akci rozhábat hned na začátku a překonat hranici minimálně 10%.
6. Vhodná volba platformy	Je důležité zvolit vhodný crowdfundingový portál vzhledem k charakteru projektu. Je důležité zvážít různé parametry, například provozní podmínky portálů (provize, forma plateb příspěvků), oblíbenost portálů a zmíněný charakter projektu.
7. Komunikační strategie	Základem úspěšné kampaně je získat skupinu příznivců ještě před spuštěním projektu. Příznivci mohou být zapojeni do procesu příprav kampaně prostřednictvím nápadů na odměny. Příznivci tak mají větší zájem pomoci s propagací, protože budou chtít odměnu získat. Důležité je také znát cílovou skupinu projektu a dle toho přizpůsobit svoji komunikaci.

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Příloha D: Kalkulace půjček jednotlivých institucí

Zonky



Zdroj: Zonky, 2017

Česká spořitelna

	Výsledná půjčka	Úroková sazba	RPSN*	Celkem zaplatíte	Doba splácení
Standardní úvěr:	75 000 Kč	9.4 %	10.5 %	91 610 Kč	48 měsíců

Zdroj: Česká spořitelna, 2017

Equa bank



Výše půjčky 75 000 Kč na 48 měsíců při měsíční splátce 1 828 Kč, roční úroková sazba 7,90 % p.a. a RPSN 8,21 %.

Celkové náklady splatné spotřebitelem 87 744 Kč.

Měsíční splátka
1 828 Kč
[Žádat online](#)

Zdroj: Equa bank, 2017

Komerční banka

Výše anuitní splátky

1 865 Kč / měsíčně

Pevná zápůjční úroková sazba od

8,00 % p.a.

RPSN *

8,67 %

Celková splatná částka *

88 359,41 Kč

Volitelné pojištění schopnosti splácet pro zvolený počet
spolužadatelů

75,00 Kč / měsíčně

Zdroj: Komerční banka, 2017

mBank

Online kalkulačka

Výše úvěru

10000 50000 100000 250000 600000

75 000 Kč

Doba splatnosti

12 24 36 48 60 72 84

48 měsíců

Vaše měsíční splátka:

1 899 Kč

Počet měsíců: 48

Celková částka splatná spotřebitelem: **91 133 Kč**

Poplatek za poskytnutí půjčky: **0 Kč**

RPSN: **10.36 %**

Úroková sazba: **9.9 % p.a.**

Zdroj: mBank, 2017

Abstrakt

DOLEŽELOVÁ, Andrea. *Využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací*. Plzeň, 2017. 97 s. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

Klíčová slova: crowdfunding, crowdfundingová platforma, nezisková organizace

Předložená práce je zaměřena na využití crowdfundingu pro rozvoj neziskových organizací. Cílem je představení crowdfundingu jako možný způsob financování neziskových organizací. Teoretická část obsahuje základní vymezení neziskového sektoru, neziskových organizací a crowdfundingu. Teoretickou část uzavírá legislativní prostředí crowdfundingu v České republice. Praktická část začíná SWOT analýzou jednotlivých účastníků crowdfundingu. Následná kapitola je zaměřena na největší české a zahraniční crowdfundingové platformy, na jejich deskripci a analýzu podmínek pro tvorbu projektu, na vybrané projekty a následnou komparaci vybraných crowdfundingových platforem. Poslední kapitola obsahuje návrhy a hodnocení přínosů crowdfundingu pro neziskový sektor.

Abstract

DOLEŽELOVÁ, Andrea. *Application of crowdfunding for non-profit organizations development*. Pilsen, 2017. 97 p. Master Theses. University of West Bohemia. Faculty of Economics.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platform, non-profit organisation

The presented thesis is focused on application of crowdfunding for non-profit organisations development. The goal of the thesis is to introduce the crowdfunding as a possible way of non-profit organisations financing. The theoretic part includes basic demarcation of non-profit sector, non-profit organisations and crowdfunding. The theoretic part is concluded by legal environment of crowdfunding in Czech republic. The practical part starts with SWOT analysis of each participant of crowdfunding. The following chapter is focused on the largest czech and foreign crowdfunding platforms, their description and analysis of conditions for project creation, selected projects and subsequent comparison of selected platforms. The last chapter contains proposals and evaluation benefits of crowdfunding for non-profit sector.