

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Crowdfunding a jeho možnosti využití
v České republice

Crowdfunding and Possibilities of Its Utilization
in the Czech Republic

Viktorie Krupicová

Plzeň 2020

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Viktorie KRUPICOVÁ**
Osobní číslo: **K17B0074P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Téma práce: **Crowdfunding a jeho možnosti využití v České republice**
Zadávací katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování

1. Definujte crowdfunding a jeho vývoj.
2. Charakterizujte možnosti využití crowdfundingu v ČR.
3. Proveďte analýzu vybraných crowdfundingových platforem v ČR.
4. Vytvořte závěry a zhodnoťte potenciál crowdfundingu.

Rozsah bakalářské práce: **40 – 60 stran**
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0016-6.
- NĚMEC, Libor a Jana ZAHRÁNKOVÁ. *Finanční crowdfunding*. Praha: Wolters Kluwer, 2019. Právní monografie (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7552-980-0.
- OUTLAW, Sally. *Cash from the Crowd: How to crowdfund your ideas and gain fans for your success*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. ISBN 978-1613082607
- STEINBERG, Scott a Ruseř DEMARIA. *The crowdfunding Bible: How to raise money for any startups, video game, or projekt*. New York: Lulu, 2012. ISBN 978-1105726286.

Vedoucí bakalářské práce: **Doc. Ing. Petra Taušř Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **22. října 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **22. dubna 2020**



Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
děkanka





Doc. PaedDr. Dana Egerová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 22. října 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Crowdfunding a jeho možnosti využití v České republice“

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

V Plzni dne

.....

podpis autorky

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí práce doc. Ing. Petře Taušl Procházkové, Ph.D. za její odbornou pomoc a cenné připomínky, které mi pomohly při zpracování této bakalářské práce.

OBSAH

Úvod.....	9
1 Crowdfunding.....	11
1.1 Definování crowdfundingu.....	11
1.2 Související pojmy.....	12
1.3 Historický vývoj crowdfundingu ve světě a v České republice.....	13
1.3.1 První crowdfundingová platforma	13
1.4 Výhody a nevýhody crowdfundingu	14
1.5 Rizika.....	15
1.6 Regulace crowdfundingu.....	16
2 Typy crowdfundingu	18
2.1 Základní modely crowdfundingu	18
2.1.1 Dárčovský crowdfunding	19
2.1.2 Odměnový crowdfunding	20
2.1.3 Půjčkový crowdfunding	21
2.1.4 Podílový crowdfunding	21
2.1.5 Honorářový crowdfunding	21
2.2 Peer-to-peer financování	22
3 Možnosti využití crowdfundingu v České republice.....	24
3.1 Crowdfunding v České republice.....	24
3.2 Vývoj českých crowdfundingových platforem.....	25
3.3 Způsoby využití crowdfundingu.....	27
4 Analýza českých crowdfundingových platforem.....	29
4.1 Crowdfundingové platformy založené na odměně	30
4.1.1 Platforma HitHit.....	30

4.1.2	Platforma Startovač	35
4.1.3	Porovnání CFP na bázi odměn – HitHit a Startovač	38
4.2	Crowdfundingové platformy založené na půjčce	40
4.2.1	Platforma Zonky	40
4.2.2	Platforma SymCredit	44
4.2.3	Platforma Bankerat	45
4.2.4	Platforma Bondster	47
4.2.5	Porovnání CFP na bázi půjček – Zonky, SymCredit, Bankerat a Bondster 50	
4.3	Crowdfundingové platformy založené na darování	52
4.3.1	Platforma Daruj správně	52
4.3.2	Platforma Nadační fond pomoci	54
4.4	SWOT analýza zaměřená na odměnový crowdfunding	57
5	Shrnutí provedených analýz a zhodnocení potenciálu crowdfundingu	61
	Závěr	63
	Seznam použitých zdrojů	64
	Seznam tabulek	68
	Seznam obrázků	69
	Seznam grafů	70
	Seznam použitých symbolů a zkratk	71
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Crowdfunding zaznamenává v posledních letech obrovský rozvoj v oblasti sdílené ekonomiky. Jedná se o alternativní způsob získávání finančních prostředků pro vznik kreativních projektů, neziskových projektů, nových podnikatelských záměrů aj. Crowdfunding představuje způsob financování větším počtem lidí (davem), kteří se po menších částkách skládají k dosažení požadované cílové částky. Díky tomu již bylo zrealizováno mnoho projektů, které by se bez této finanční pomoci nemohly uskutečnit.

Obliba využití tohoto druhu financování v posledních letech velmi stoupá, a to nejen v zahraničí, ale i v České republice. V literaturách minulého desetiletí je crowdfunding často spojován s označením nový, snadný, inovativní, velmi úspěšný a dosud málo probádaný nástroj financování. V současné době se stal crowdfunding nedílnou součástí ekonomiky a je zajímavé sledovat jeho rostoucí potenciál.

Bakalářská práce s názvem *Crowdfunding a jeho možnosti využití v České republice* si klade za hlavní cíl analyzovat vybrané současné české crowdfundingové platformy, následně porovnat platformy mezi sebou a zhodnotit potenciál tohoto způsobu financování v České republice.

Celkem je práce rozdělena do pěti hlavních kapitol, z nichž první tři kapitoly jsou zaměřené zejména na teoretické uchopení vybraného tématu. Obsahují základní definici crowdfundingu a s ním souvisejících pojmů – fundraising a crowdsourcing, historický vývoj tohoto fenoménu a vývoj českých crowdfundingových platform. Také jsou zde uvedeny možné výhody a nevýhody využití crowdfundingu k financování a rozvoji začínajících projektů či jiných podnikatelských aktivit. Jsou zde představena rizika a regulace crowdfundingu. V neposlední řadě představuje teoretická část typy crowdfundingu a jeho způsoby využití v České republice.

Tato bakalářská práce se zaměřuje především na dosavadní využití crowdfundingu v České republice. Kapitoly čtyři a pět pokrývají část praktickou, kde je provedena analýza vybraných crowdfundingových platform fungujících na bázi odměn, půjček a darování. Zvolené platformy jsou v rámci analýzy blíže popsány a zařazeny dle typu modelu, teoretických východisek a jsou dle zvolených parametrů porovnány.

Na závěr kapitoly čtyři je představena analýza SWOT zaměřená na odměnový crowdfunding. Analýza zahrnuje porovnání silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb ze dvou odlišných pohledů.

Empirickou část práce uzavírá celkové shrnutí analýzy a zhodnocení potenciálu crowdfundingu, jakožto skupinového způsobu financování.

1 Crowdfunding

Tato kapitola se zabývá objasněním pojmu crowdfunding, vymezením jeho možných definic včetně základních pojmů a pojmů s ním souvisejících a je zde uvedena krátká zmínka o vzniku tohoto fenoménu v České republice a ve světě. Dále tato kapitola zahrnuje výhody a nevýhody plynoucí z využití crowdfundingu, rizika s ním spojená a na závěr této kapitoly je představen legislativní rámec crowdfundingu.

1.1 Definování crowdfundingu

Pojem crowdfunding vznikl sloučením dvou anglických slov, a to „crowd“, neboli dav či veřejnost a slova „funding“, neboli financování či poskytování peněz. Volně je možné tento pojem přeložit jako „davové financování“ nebo také „financování veřejností“. (Němec a Zahránková 2019, s. 1) V této práci se bude dále pracovat s originálním názvem.

V Oxfordském slovníku je pojem crowdfunding popsán následovně: „*Praxe financování projektu nebo činnosti pomocí přispívání malých částek peněz od velkého počtu lidí, obvykle prostřednictvím využití internetu.*“. (Oxford Learner's Dictionaries 2020)

Výstižnou definicí crowdfundingu je také: „*Crowdfunding je získávání finančních zdrojů prostřednictvím internetu, a to buď ve formě darů (bez odměny), nebo výměnou za produkt nebo hlasovací práva s cílem podpořit specificky zaměřené projekty.*“. (Belleflamme, Lambert a Schwienbacher 2011, s. 5–6)

Outlaw Sally ve své knize *Cash from the Crowd: How to crowdfund your ideas and gain fans for your success* (2013, s. 8) uvádí definici, jež je spojena s myšlenkou, že crowdfunding je proces získávání peněz tím, že žádáme dav lidí, aby přímo financovali náš nápad v malých peněžních částkách.

Evropský orgán pro bankovníctví, the European Banking Authority (EBA) se odkazuje na definici Evropské komise, která ve svém sdělení z 27. března 2014 definuje crowdfunding jako „*otevřenou výzvu veřejnosti k zajištění finančních prostředků na konkrétní projekt*“. (EBA 2015, s. 8)

1.2 Související pojmy

Ve spojitosti s crowdfundingem by bylo dobré upřesnit některé pojmy, které s ním úzce souvisí. Jako první bude představen pojem **fundraising**.

Boukal a kol. (2013) definují fundraising jako „*soubor činností zaměřených na zdrojové zajištění neziskové organizace založené za účelem konkrétního poslání*“. (Boukal a kol. 2013, s. 15) Pojem fundraising vznikl ze složeniny „fund“, neboli fond/zdroje a „raising“, neboli zvýšení/získávání. Jinými slovy lze fundraising vymežit jako „shromažďování zdrojů“.

Fundraising tedy představuje způsob získávání finančních prostředků, typický zejména pro neziskové organizace nevládního charakteru (dále jen NNO) z vnějších soukromých zdrojů. Za fundraising se většinou nepovažuje získávání finančních prostředků v podobě dotací ze státního rozpočtu, Evropské unie apod. (Vít 2015, s. 100)

Na rozdíl od crowdfundingu, kde jsou za zdroje považovány pouze zdroje finanční, u fundraisingu se může jednat i o zdroje nefinanční. Způsoby, jak je možné získat finanční prostředky pomocí fundraisingu jsou veřejná sbírka, benefiční akce, přímé oslovení dárců, dárcovská DMS, aj. (Krechovská, Hejduková a Hommerová 2018, s. 58, 64)

Při oslovování dárců je velikou snahou, aby jejich spolupráce byla dlouhodobá a vyústila v tzv. partnerství. Za úspěchem fundraisingu také stojí v přední řadě marketing a vícezdrojovost. Vícezdrojovost v NNO snižuje riziko financování, protože jejím úsilím je získání finančních prostředků hned z několika zdrojů. (Krechovská, Hejduková a Hommerová 2018, s. 63)

Dalším, často zaměňovaným výrazem je **crowdsourcing**. Tento pojem vznikl složeninou „crowd“ a „sourcing“. Pojem sourcing by se dal definovat jako pořízení zdrojů/zboží.

McGowan (2018) uvádí, že „*crowdsourcing je proces získávání informací nebo dovedností od skupin nebo skupiny lidí*“. Hlavním rozdílem mezi crowdfundingem a crowdsourcingem je to, že lidé pomocí crowdfundingu hledají už konkrétní způsoby, jak získat peníze z davu lidí. Crowdsourcing se nepoužívá k získávání finančních prostředků, ale k řešení určitého problému. Prostřednictvím crowdsourcingu lidé hledají např. informace, řešení problémů, dovednosti, názory. (McGowan 2018)

1.3 Historický vývoj crowdfundingu ve světě a v České republice

Ačkoli je crowdfunding relativně novým způsobem získávání finančních prostředků, příklady crowdfundingu jsou známy již z minulosti např. výstavba Sochy Svobody v New Yorku. Její výstavba se podařila dokončit díky nakladateli Josephovi Pulitzerovi, který se rozhodl v roce 1885 zahájit veřejnou sbírku ve výši 100 000 dolarů na dokončení podstavce Sochy Svobody. (Outlaw 2013, s. 9) Během pěti měsíců se mu podařilo vybrat 101 091 dolarů od více než 160 000 dárců. Zajímavostí je, že více než tři čtvrtiny peněžních darů byly nižší než jeden dolar, ale i během krátké doby se podařilo vybrat cílové částky k dokončení výstavby. (Clarkson 2015)

Ještě před tím, se rozhodl Alexander Pope v roce 1713 překládat řeckou poezii do angličtiny, a tak požádal své předplatitele o finanční podporu, příslibem dvou zlatých guinejí. (Clarkson 2015) V České republice se poprvé myšlenka veřejného financování objevila při výstavbě Národního divadla v Praze, kdy se během sbírky na opravu po požáru Národního divadla podařilo vybrat milion zlatých, a to pouze během 47 dní. (Vlčková 2014)

1.3.1 První crowdfundingová platforma

Za vůbec první online crowdfundingovou platformu (CFP) je považována platforma ArtistShare, která vznikla v roce 2001. Jde o první tzv. „fan – funding“ platformu, tedy platformu založenou na financování fanoušky. Prvním příkladem se stala v roce 1997 sbírka na britskou hudební skupinu Marillion, jež neměla dostatek peněz na uskutečnění svého turné a díky příznivcům se jí podařilo vybrat potřebných 60 000 dolarů. Tato platforma se poté stala pro mnohé hudební umělce způsobem, jak dosáhnout požadovaných finančních prostředků k dokončení svých alb nebo turné.

Později se začaly objevovat další platformy, založené podobně, jako platforma ArtistShare, na principu odměny, například IndieGoGo (2008), Kickstarter (2009) nebo GoFundMe (2010). Podrobněji se tímto tématem bude zabývat kapitola 2.1.2 Odměnový crowdfunding. (The Startups Team, 2018)

Za první českou crowdfundingovou platformu je považován portál Fondomat.cz, který založili v roce 2011 britští umělci žijící v Praze Joe WakeFord a Conrad Watts. V roce 2015 byl však portál oficiálně ukončen. (Crowder 2018)

1.4 Výhody a nevýhody crowdfundingu

Výhody crowdfundingu

Pozitivem crowdfundingu je to, že nabízí navázání pevnějších vztahů se zákazníky, kteří se po zveřejnění stanou věrnými zákazníky produktu. Díky němu se zvyšuje zájem o projekty, na kterých je možné se podílet, jak už na procesu vývoje nebo na podobě konečného výsledku. Další výhodou je skutečnost, že projekty i podniky zůstávají ve 100% vlastnictví autora projektu. Zároveň má autor projektu možnost mít vše pod kontrolou, např. veškeré náklady, harmonogram, marketing. Pokud je projekt neúspěšný, nebo není dosaženo požadovaného finančního cíle, nedochází na straně autora projektu k žádné finanční ztrátě. (Steinberg a DeMaria 2012, s. 3–5)

Další výhodou je povědomí o značce, tzv. brand awarness. Úspěšná kampaň může budovat větší povědomí u lidí, kteří si kampaň zapamatují. Prostřednictvím crowdfundingu je možné pomocí prototypu otestovat popularitu projektu. Díky tomu může být dosaženo zpětné vazby, která pomůže vylepšit požadované funkce. (Outlaw 2013, s. 11)

Nevýhody crowdfundingu

Průběh crowdfundingových kampaní je mnohdy velmi stresující, z důvodu často se opakujících vzestupů a pádů. Před spuštěním kampaně je zapotřebí se řádně připravit, což představuje neustálou propagaci, a to nejen před spuštěním projektu, ale také během a po skončení kampaně. Autor projektu se neobejde ani bez nepřetržité komunikace s těmi, co přispěli nebo by chtěli přispět. Vyžadována je také znalost sociálních sítí a sociálního marketingu, z důvodu oslovování koncových zákazníků, nikoli profesionálních investorů. Nemělo by se zapomenout ani na stálou existenci konkurence, která by mohla soupeřit o stejnou skupinu přispěvatelů. (Steinberg a DeMaria 2012, s. 6–7)

1.5 Rizika

Kromě výhod a nevýhod přichází s crowdfundingem také určitá rizika. EBA vymezila řadu možných rizik z pohledu investorů, dlužníků a provozovatelů crowdfundingových platforem. Rizika rozdělila do následujících kategorií: *kreditní rizika, rizika podvodu, nedostatek transparentnosti, právní rizika, rizika likvidity, operační rizika, riziko tzv. praní špinavých peněz.*

Charakteristika jednotlivých rizik z různých pohledů je uvedena níže pomocí jednoduché tabulky.

Tabulka 1: Rizika půjčkového crowdfundingu

Kategorie	Riziko pro investory	Riziko pro dlužníky	Riziko pro provozovatele CFP
Kreditní rizika	Investoři jsou často vybízeni k investování slibem vysoké míry návratnosti investic.	Dlužník nedostane prostředky vybrané od věřitele.	-
	Investor ztrácí svůj investovaný kapitál v případě, že dlužník není schopen splácet své závazky.	Dlužník by mohl být v případě úvěru odpovědný za selhání CFP	
Riziko podvodu	Investor utrpí ztrátu, pokud jedná dlužník podvodně.	Nejistota reputace dlužníka a bezpečnost CFP.	Půjčky nebudou úmyslně spláceny.
	Zneužití osobních údajů věřitele.	Zneužití osobních údajů dlužníka.	
Nedostatek transparentnosti/zavádějící informace	Věřitel neidentifikuje střet zájmů CFP s jejími akcionáři či klíčovými zaměstnanci.	Nejistota, že hodnocení rizik projektu bylo v souladu s obecně platnými standardy.	-
	Věřitel si není jistý svými právy na odstoupení od investice nebo zrušení.		

Právní rizika	Nejistota ohledně svých práv a povinností.	Nejistota ohledně svých práv a povinností vůči zúčastněným stranám.	-
	Finanční prostředky nemusí být převedeny na dlužníka.	Zkopírování projektového nápadu.	
Rizika likvidity	Dlužník v souladu s dohodnutým splátkovým kalendářem neplní své závazky.	Po skončení projektu dojde ke zpoždění poskytnutí finančních prostředků.	-
Operační rizika	Výskyt technických problémů.	Výskyt technických problémů.	Výskyt hackerských útoků.
Riziko praní špinavých peněz	-	-	Ukončení činnosti CFP z důvodu praní špinavých peněz.

Zdroj: EBA (2015, s. 13), zpracováno autorkou

1.6 Regulace crowdfundingu

V současné době projednává Evropský parlament návrh Evropské komise na přijetí regulačního nařízení pro některé evropské poskytovatele služeb crowdfundingu. Toto nařízení má za cíl regulovat CFP, stanovit jednotná pravidla na úrovni Evropské unie a nastavit společný regulatorní rámec v oblasti tzv. FinTech plánu. (Janiček a Varvařovský 2019)

Význam označení FinTech, neboli „finanční technologie“ je definován dle it-slovníku: „Označuje se tak pomyslné propojení moderních technologií se světem financí. Respektive způsoby, jak moderní technologie zefektivňují přístup k financím.“ Jako příklad je uváděno online bankovníctví, P2P půjčky a crowdfundingové platformy. (It – slovník 2020)

Schejbal (2016) uvádí, že mezi provozovatelem CFP a zájemcem o financování projektu dochází k uzavření tzv. zprostředkovatelské smlouvy. Tato smlouva obsahuje sjednané podmínky pro provozovatele, který se zavazuje, že bude zprostředkovatelem mezi zájemci a přispěvateli, a že projekt na online platformě bude prezentován.

Zájemce se touto smlouvou zavazuje k uhrazení odměny provozovateli CFP. Tato odměna není fixní, ale je to většinou procentní část z celkové vybrané částky. (Schejbal 2016)

Dle § 5 zákona č. 284/2009 Sb., o platebním styku vzniká oprávnění k poskytnutí platebních služeb, z důvodu shromažďování všech finančních prostředků pomocí online CFP. Finanční prostředky jsou po ukončení projektu zasílány na účet zájemce projektu. Oprávnění k poskytování platebních služeb nejprve předchází registrace provozovatele CFP u ČNB a předložení potřebné dokumentace, kterou stanovuje prováděcí vyhláška č. 141/2011 Sb. Toto oprávnění se však nevztahuje na příklad projektu neziskové povahy, protože nepodléhá regulaci zákonu o platebním styku (§ 5 zákona č. 284/2009 Sb., o platebním styku). Neziskové projekty upravuje například zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách. (Schejbal 2016)

2 Typy crowdfundingu

Tato kapitola práce se věnuje rozdělení základních modelů crowdfundingového financování. V následujících podkapitolách jsou jednotlivé modely blíže přiblíženy a jsou k nim uvedeny příklady nejznámějších crowdfundingových platforem, rozdělené na platformy české a zahraniční. Konkrétní popis některých platforem je dále uveden v kapitole čtyři.

2.1 Základní modely crowdfundingu

Jelikož je crowdfunding z moderního hlediska nový pojem a jeho pojetí se stále vyvíjí, nevznikla dosud zatím žádná jednotná klasifikace. Obecně se ale crowdfunding dělí na čtyři základní modely. Pro tuto část bylo vybráno rozdělení uváděné dle Evropského orgánu pro bankovníctví, EBA. Základní rozdělení crowdfundingových modelů lze podle EBA obvykle členit na tyto základní modely crowdfundingu:

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

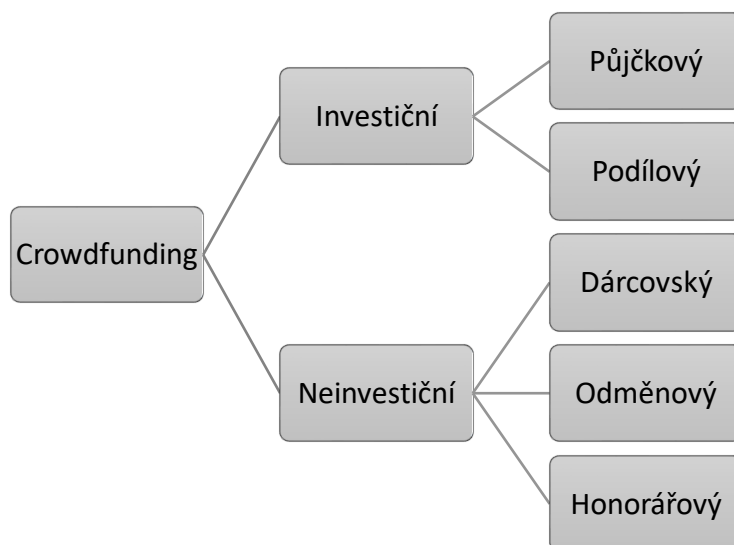
Tyto modely lze dále rozdělit na dvě skupiny, a to podle toho, co poskytovatel finančních prostředků získá jako protiplnění za své poskytnuté peníze. Modely tedy dělíme na **neinvestiční modely** a **modely investiční**. (Krechovská, Hejduková a Hommerová 2018, s. 148–149)

V modelech neinvestičních, jež jsou někdy označovány jako nefinanční, přispěvatel peněz často neočekává finanční návratnost. Mezi příklady nefinančních modelů se řadí model založený na darování a model založený na odměně. Příkladem mohou být nevýdělečné projekty, charitativní akce aj. Protihodnotou poskytovateli této formy crowdfundingu může být např. produkt či služba, která má většinou nižší hodnotu, než byl původní příspěvek. (Němec a Zahránková 2018, s. 4)

Krechovská, Hejduková a Hommerová (2018, s. 149) uvádějí, že pro modely investiční, označované též jako finanční modely, je charakteristické, že investor projektu očekává určitou budoucí finanční návratnost. Mezi příklady investičních modelů patří model půjčkový, podílový a honorářový.

Pro větší přehlednost je k dělení modelů crowdfundingu uveden následující obrázek.

Obrázek 1: Přehled rozdělení modelů crowdfundingu



Zdroj: Zpracováno na základě Krechovské, Hejdukové a Hommerové (2018, s. 148), které vycházely z Ondráčkové a Černého (2015), Černého (2015)

2.1.1 Dárcovský crowdfunding

Dárcovský crowdfunding nebo také benefiční či charitativní je značně využíván neziskovými organizacemi za účelem získání finančních prostředků, které jsou využity na financování charitativních projektů. V tomto modelu lidé, přispěvatelé podporují svými finančními prostředky projekty, jelikož věří v přínos projektu. Jako protislužbu dárci očekávají pouze poděkování či svůj dobrý pocit. (Crowder 2018) Jedná se o nejjednodušší přístup, nejčastěji používaný pro sociální účely, charitu, projekty neziskových organizací a politické kampaně. (Outlaw 2013, s. 19)

Příklady dárcovského crowdfundingu:

- české portály: Daruj správně, Nadační fond pomoci,
- zahraniční portály: GoFundMe, Crowdrise.

2.1.2 Odměnový crowdfunding

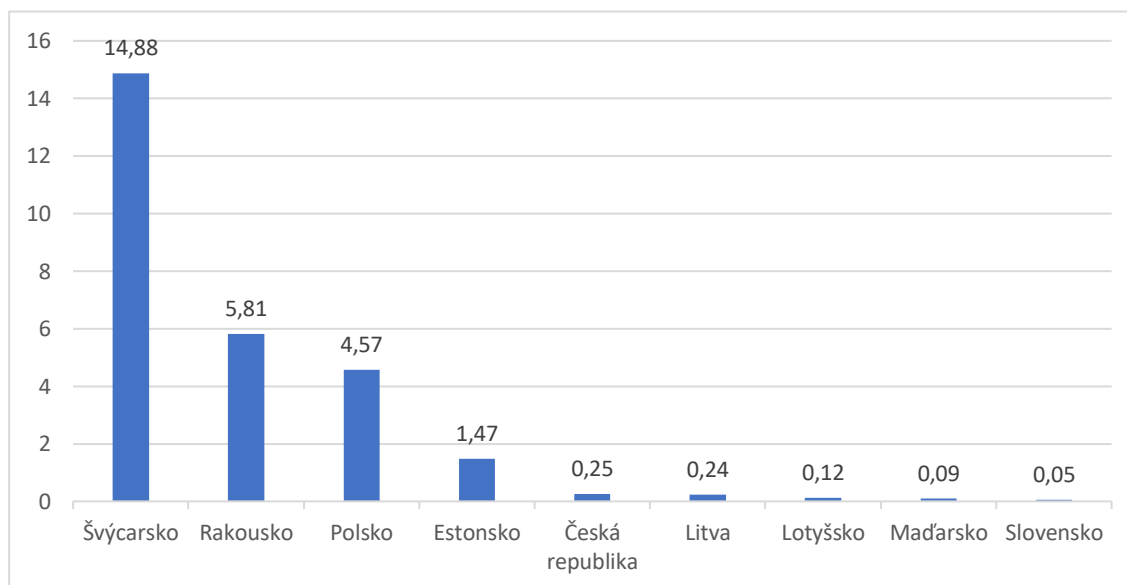
Odměnový crowdfunding též zvaný jako „model založený na výhodách“ je takový přístup crowdfundingu, ve kterém přispěvatelé nezískávají žádné finanční zisky za své dary. Nejčastější nabízenou odměnou jsou produkty či služby. (Outlaw 2013, s. 20)

Projekty, které jsou financované touto formou jsou většinou velmi poutavé. Lidé za svoje příspěvky získávají odměnu ve formě věcné odměny, zviditelnění, slevy či poděkování. (Crowder 2018)

Příklady odměnového crowdfundingu:

- české portály: Startovač, HitHit,
- zahraniční portály: Kickstarter, IndieGoGo.

Graf 1: Objem finančních prostředků v rámci odměnového crowdfundingu v roce 2017 ve střední a východní Evropě vyjádřen v milionech eur



Zdroj: Statista (2019a)

Ve grafu je zobrazen objem finančních prostředků za rok 2017 zaměřený na střední a východní Evropu. Česká republika zaznamenává pouze 0,25 milionů eur z hlediska objemu finančních prostředků odměnového crowdfundingu.

2.1.3 Půjčkový crowdfunding

Tento model financování je velmi podobný klasickým úvěrům od bank. Lidé, kteří se podílejí svými penězi na půjčce, se stávají věřiteli projektu. Věřitelé tak mají možnost vidět, na co jsou finance použity a mohou si vybrat, který projekt se jim zdá zajímavý, a který projekt chtějí podpořit. (Crowder 2018)

Výhodou tohoto modelu je snazší dostupnost a nižší náklady na financování, než je tomu u bankovních úvěrů, kde navíc každý musí projít složitým a nákladným procesem podávání žádosti o bankovní úvěr. Jelikož se stále jedná o půjčku, každá půjčka má jasně definovanou dobu trvání a úrokovou sazbu. (Outlaw 2013, s. 20)

Příklady půjčkového crowdfundingu:

- české portály: Zonky, SymCredit, Bankerat, Bondster,
- zahraniční portály: LendingClub, Funding Circle.

2.1.4 Podílový crowdfunding

V tomto modelu crowdfundingu lidé získávají za své finanční příspěvky podíl na vlastnictví projektu či společnosti a stávají se z nich tzv. akcionáři. Výhodou pro ně může být značné zhodnocení vložených peněz, naopak rizikem se stává skutečnost, že můžou o vše přijít. Jedná se tedy o nejrizikovější typ. (Crowder 2018)

Příklady podílového crowdfundingu:

- české portály: Fundlift, Peněždroj,
- zahraniční portály: CircleUp, OurCrowd.

2.1.5 Honorářový crowdfunding

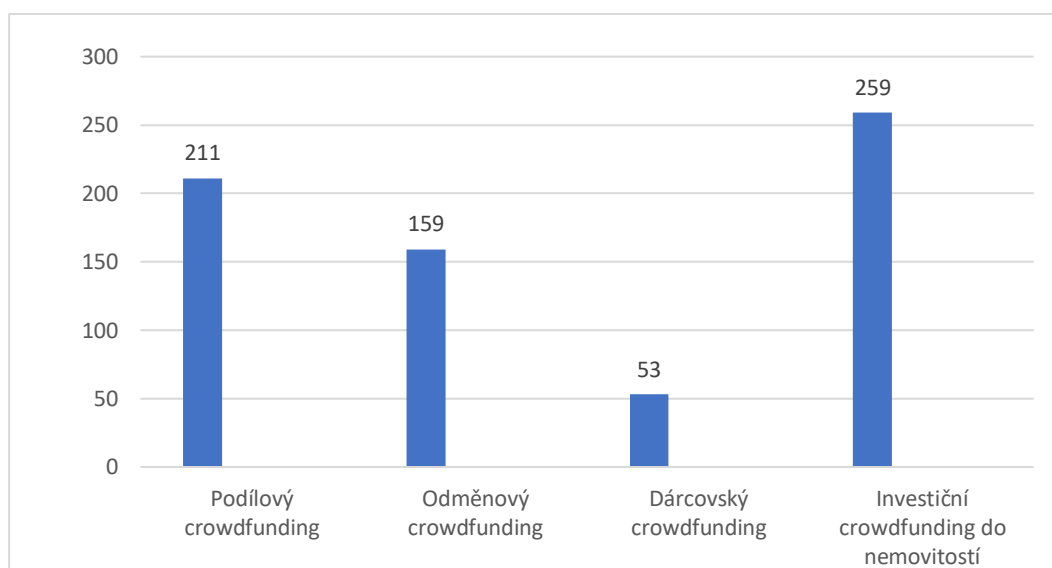
Posledním typem crowdfundingu je model honorářový. Tento druh crowdfundingu nabízí svým podporovatelům procentuální podíl na výnosech z projektu. Nabízí každému, kdo se podílí na procesu tvorby produktu a kdo přidává hodnotu konečnému produktu, malé procento z prodeje. (Outlaw 2013, s. 20) V České republice se tento druh crowdfundingu zatím nevyskytuje.

Příklady honorářového crowdfundingu:

- zahraniční portály: RoyaltyClouds.

V následujícím grafu č. 2 jsou zobrazeny hodnoty transakcí crowdfundingu v Evropě v roce 2017. Graf rozlišuje crowdfunding z hlediska typu a veškeré hodnoty jsou vyjádřené v milionech eur. V grafu nejsou zahrnuty transakce Velké Británie. Nejlepší hodnoty zaznamenal investiční crowdfunding. Naopak nejnižší hodnoty představuje model crowdfundingu na bázi darování.

Graf 2: Hodnoty transakcí crowdfundingu v Evropě (nezahrnující Velké Británii) v roce 2017, podle typu, vyjádřené v milionech eur



Zdroj: Statista (2019b)

2.2 Peer-to-peer financování

Půjčování peer-to-peer (P2P) neboli spotřebitelské půjčky, představují crowdfunding založený na dluhu. Prostřednictvím online platform se setkávají věřitelé, kteří půjčují peníze lidem, či podnikům, aniž by bylo využito tradičního způsobu zprostředkování půjček, jako jsou finanční instituce banky. Poskytovateli půjček P2P jsou jednotlivci nebo institucionální investoři a odměnou jim většinou bývají platby úroků, které závisejí na době trvání půjčky a případném prodlení ve splácení ze strany dlužníka. Dlužníky bývají často malé a střední podniky, které vidí výhodu P2P půjček především v jejich jednoduchosti, rychlejší dostupnosti a nízkých vstupních investicích, oproti bankovním úvěrům. (P2P Market Data 2020)

Příkladem P2P platformy je z českého prostředí platforma Zonky, SymCredit nebo Bankerat.

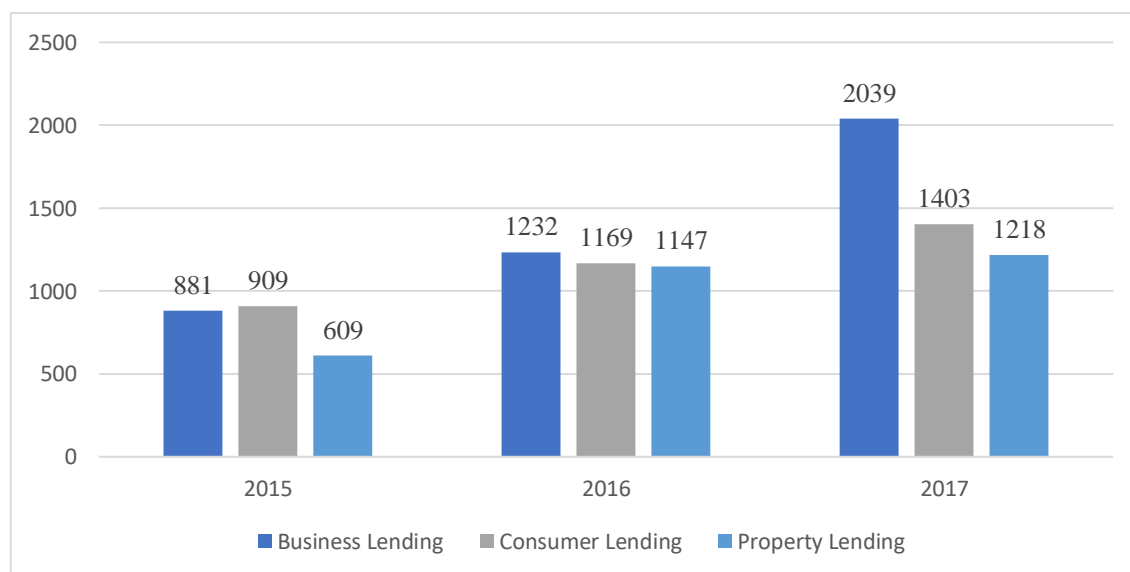
V Evropě je za největší P2P trh považovaný trh britský. Právě ve Velké Británii vznikla v roce 2005 první crowdfundingová platforma založená na spotřebitelských půjčkách – Zopa. (P2P Market Data 2020)

Dle zprávy *Cambridge University the 5th UK Alternative Finance Industry Report 2018*, hodnota P2P obchodních půjček přesáhla v roce 2017 hodnotu 2 miliard liber, což představuje nárůst o více než jeden a půl násobek oproti roku 2016. (Zhang a kol. 2018)

Následující graf č. 3 zahrnuje hodnoty P2P půjček ve Velké Británii v letech 2015–2017 uvedené v milionech liber. Půjčky business lending zde představují půjčky obchodní, ve vztahu k malým podnikům, fungující na základě P2B – peer-to-business. Spotřebitelské půjčky (consumer lending) bývají často půjčky v podobě hypoték na bydlení, studentských půjček aj. Posledním typem je crowdfunding nemovitostí (property lending).

Z grafu je patrné, že hodnoty P2P půjček v čase stoupají. Ačkoliv v roce 2015 byly hodnoty spotřebitelských půjček v největším zastoupení, v roce 2017 tento druh půjček nebyl nejvyužívanějším typem. Naopak na popularitě se dostalo v roce 2017 půjčkám obchodním, které zaznamenaly za rok nárůst o více než 60 %. Patrný nárůst zaznamenal také typ půjček nemovitostí s nárůstem od roku 2015–2016 o téměř 90 %.

Graf 3: Hodnoty P2P půjček ve Velké Británii v letech 2015–2017 uvedené v milionech liber



Zdroj: Zhang a kol. (2018), zpracováno autorkou

3 Možnosti využití crowdfundingu v České republice

Crowdfunding je v České republice využíván v mnoha směrech. Následující kapitola se pokusí některé možnosti více přiblížit. Na začátku této kapitoly je uveden vývoj crowdfundingu na českém trhu, dále jsou vysvětleny dva způsoby financování, jejichž vysvětlení je důležité pro samotnou analýzu této práce. Další částí této kapitoly je přehled vzniku crowdfundingových platforem v České republice a v závěru této kapitoly jsou uvedeny různorodé možnosti k crowdfundingu.

3.1 Crowdfunding v České republice

Crowdfunding představuje oproti tradičnímu financování, kde se z jednoho či více zdrojů financují větší částky, skupinové financování, využívající crowdfunding jako alternativní možnost financování pomocí menších částek, od většího počtu dárců (davů) skrze online crowdfundingové platformy.

Crowdfundingová platforma má funkci online zprostředkovatele mezi přispěvatelem a zákazníkem. Umožňuje jim komunikovat mezi sebou a je dobrým nástrojem pro prezentování projektu veřejnosti. Platformy získávají za své činnosti finanční odměnu v podobě poplatků a provize od zákazníků. S činností crowdfundingových platforem souvisí také dobře nastavená crowdfundingová kampaň, nezbytná pro úspěšný projekt. (Černý a Ondráčková 2015)

Každý projekt realizovaný přes CFP by měl mít nastavený maximální limit pro nasbírání požadované cílové částky. Platformy často využívají způsobu „**všechno nebo nic**“, anglickým názvem – „all-or-nothing“. Cumming a Johan (2019, s. 76) uvádějí, že v případě vybrání menší finanční částky, než byla původně stanovena, podnikatel nezískává nic a veškeré peníze jsou navráceny.

V České republice je příkladem modelu „všechno nebo nic“ crowdfundingový portál HitHit a Startovač.

Druhým způsobem financování je „**nech si vše**“, anglickým názvem – „keep-it-all“. Pokud na konci crowdfundingové platformy není vybraná požadovaná částka, peníze nejsou navraceny zpět přispěvatelům, ale podnikatel má na výběr si ponechat veškeré peníze. (Cumming a Johan 2019, s. 76) V České republice tento způsob financování používají platformy Daruj správně a Nadační fond pomoci.

3.2 Vývoj českých crowdfundingových platforem

O prvních možnostech crowdfundingu v České republice se začalo teoreticky mluvit v roce 2011 v souvislosti se vznikem první české crowdfundingové platformy – Fondomat. V témže roce vznikla druhá česká crowdfundingová platforma Nakopni.mě, s podobným charakterem jako zahraniční platforma Kickstarter. Expanzi přinesl rok 2012, ve kterém vznikly hned tři platformy – Kreativci sobě, Music Cluster a nedlouho poté portál HitHit. Platforma HitHit, patřící do kategorie odměnového crowdfundingu se stala v následujících letech velmi populární. Rok poté vznikla platforma Startovač, řadící se stejně jako HitHit do odměnového crowdfundingu. V roce 2014 následoval vznik platforem Everfund, Vision Partners a Katalyzátor. (Staszkiwicz a Zubíček 2014)

CrowdfundingHub (2016) uvádí ve své studii – *Current State of Crowdfunding in Czech Republic 2016*, že v České republice bylo nejvíce využíváno crowdfundingu na bázi odměn. Jen za rok 2015 se portálu HitHit podařilo získat o 80 % více peněz než v roce 2014.

Další formou crowdfundingu je v České republice využívána služba P2P – peer-to-peer, jinak řečeno poskytování spotřebitelských půjček, kdy lidé půjčují přímo lidem. Tuto formu zprostředkování peněz reprezentuje v České republice portál Zonky, který byl spuštěn v roce 2015. O rok dříve vznikl portál Benefi a SymCredit. (CrowdfundingHub 2016) Dalšími portály z oblasti P2P je crowdfundingový portál Bondster, který vznikl v roce 2017 a crowdfundingový portál Bankerat, který byl spuštěn již v roce 2010 a je tak nejstarším crowdfundingovým portálem P2P v České republice.

Tabulka 2: Přehled crowdfundingových platforem v České republice

Portál	Typ crowdfundingu	Rok vzniku	Aktivní/Neaktivní
Bankerat	Půjčkový	2010	Aktivní
Symcredit	Půjčkový	2013	Aktivní
Fundlift	Půjčkový	2015	Aktivní
Zonky	Půjčkový	2015	Aktivní
Bondster	Půjčkový	2017	Aktivní
HitHit	Odměnový	2012	Aktivní
Startovač	Odměnový	2013	Aktivní
Nadační fond pomoci	Dárcovský	2012	Aktivní
Daruj správně	Dárcovský	2016	Aktivní
Penězdroj	Podílový, odměnový	2015	Aktivní
Fondomat	Odměnový	2011	Neaktivní
Nakopni.me	Odměnový	2011	Neaktivní
Kreativci sobě	Odměnový	2012	Neaktivní
Katalyzátor	Odměnový	2014	Neaktivní
Odstartováno	Odměnový	2014	Neaktivní
Vision Partners	Odměnový	2014	Neaktivní
Benefi	Půjčkový	2014	Neaktivní

Zdroj: vlastní zpracování, 2020

Tabulka č. 2 zobrazuje crowdfundingové platformy v České republice. Každá platforma je zařazena dle charakteru do typu modelu crowdfundingu, dále je v tabulce uveden rok vzniku platformy a zda je platforma stále aktivní nebo již ukončila svoji činnost.

3.3 Způsoby využití crowdfundingu

Využití crowdfundingu jako nástroj pro financování neziskových organizací

Crowdfunding je v posledních letech hojně využíván v oblasti neziskového sektoru. NNO se snaží stále hledat nové způsoby, jak financovat své charitativní činnosti. Crowdfunding se pro ně stává zajímavou příležitostí a klíčovým zdrojem pro uskutečnění jejich charitativních projektů. Tento typ financování a jeho princip byl již popsán v kapitole 2.1.1. a jde o **dárcovský crowdfunding**. Aby mohl být projekt spuštěn přes některou z crowdfundingových platforem, musí být organizace registrovaná a splňovat dvě podmínky.

První podmínkou je veřejná sbírka, která je dle Víta (2015, s. 109) definovaná jako: *„získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel“*.

Druhou podmínkou je 100% transparentnost.

V České republice na tomto principu funguje crowdfundingový portál Daruj správně, který má aktuálně přes 300 prověřených registrovaných organizací. Lidé si mohou vybrat mezi projekty např. podpora lidí s hendikepem, kultura a umění nebo podpora životního prostředí. (Daruj správně 2020a)

Využití crowdfundingu pro začínající podnikatele a startupy

Díky možnosti crowdfundingu bylo financováno již nespočet startupových projektů, kterým scházely finanční prostředky k realizování. Výhodou, proč se mnozí malí a střední podnikatelé vydávají cestou crowdfundingu je celkem rychlá a málo nákladná realizace. Důležitými aspekty, vedoucími k úspěchu je vhodně zvolený crowdfundingový portál, dobře nastavená požadovaná cílová částka a samozřejmě promyšlená crowdfundingová kampaň. Může se jednat o krátké poutavé video nebo propagace přes sociální sítě. Lidé tvoří své projekty v oblastech umění, vzdělávání, módy, videoher, technologií aj.

V České republice je považován za jeden z prvních velmi úspěšných projektů projekt **Kingdom Come: Deliverance**, spuštěný v roce 2014 přes CFP Kickstarter. Jednalo se o projekt v oblasti videoher a celková vybraná částka tehdy přesáhla původní myšlenou částku 300 tisíc liber o téměř 300 %. (Kickstarter 2020)

Crowdfunding jako další varianta, jak získat peněžní prostředky

V této souvislosti jde konkrétně o financování prostřednictvím crowdfundingu založeném na půjčce a využití P2P půjček. Tento druh crowdfundingu nahrazuje klasickou možnost využití bankovních úvěrů nebo obchodních úvěrů. Bankovní instituce ne vždy vyhoví lidem, kteří žádají o půjčku, a tak se naskytuje možnost crowdfundingu. Výhody využití tohoto způsobu financování plynou jak pro začínajícího podnikatele (tvůrce crowdfundingové kampaně), tak i pro přispěvatele, který se stává věřitelem. Výhodou pro žadatele o úvěr je také obvykle nižší úrok než úrok poskytovaný u bankovních institucí.

Věřitel má možnost vložit své finanční prostředky do vybrané investiční příležitosti a zhodnotit tak své úspory.

V České republice takto funguje například online crowdfundingový portál Zonky, který nabízí lidem výhodnější bezúčelové půjčky, s úrokem okolo 3 % p.a. Lidé si mohou půjčit na cokoli, podmínkou však zůstává doložení jakýchkoliv příjmů a bonita žadatele o půjčku. (Zonky 2020a)

4 Analýza českých crowdfundingových platforem

Následující kapitola obsahuje představení nejvýznamnějších českých crowdfundingových platforem, které jsou mezi sebou porovnány a jsou zohledněna následující kritéria: **kategorie a zaměření, vznik, princip fungování, poplatky a provize, počet úspěšně dokončených projektů a neúspěšnější projekty**. Tato kritéria jsou podstatná pro závěrečné zhodnocení jednotlivých platforem. Součástí popisu některých crowdfundingových platforem je také krátká zmínka o zajímavostech, která však není zahrnuta do konečného porovnání.

K analýze byly vybrány CFP ze tří skupin modelů crowdfundingu – odměnový, půjčkový a dárcovský. Podílový a honorářový model crowdfundingu nebyl vybrán z důvodu málo dostupných dat pro analýzu. Do analýzy byly zahrnuty pouze vybrané aktivní české platformy. Cílem této analýzy je poskytnutí informací o způsobech využití crowdfundingu v České republice za pomoci porovnání crowdfundingových portálů a nabízených služeb.

Z odměnového crowdfundingu byly vybrány platformy **HitHit** a **Startovač** z důvodu nejvýraznější aktivity na českém trhu. Z půjčkového crowdfundingu budou popsány platformy **Zonky**, **SymCredit**, **Bankerat** a **Bondster**. Všechny zmíněné platformy jsou v současnosti aktivními portály ve službách půjček a investic. V poslední části budou popisovány portály z oblasti dárcovského crowdfundingu. Vybrány byly platformy **Daruj správně** a **Nadační fond pomoci**, které patří mezi nejvyužívanější v České republice.

Dále tato kapitola zahrnuje analýzu SWOT. Kotler (2013, s. 90) definuje SWOT analýzu jako: „*Celkové zhodnocení silných a slabých stránek společnosti, jejich příležitostí a ohrožení se nazývá SWOT analýza. Je nástrojem pro monitorování vnějšího a vnitřního marketingového prostředí.*“

SWOT analýza je v této práci použita za účelem přehledného zohlednění jednotlivých vlivů, které jsou podstatné vzít v úvahu před vstupem na trh crowdfundingu. V rámci SWOT analýzy jsou představeny silné/slabe stránky, příležitosti a hrozby z pohledu zakládajícího projektu (autora) a z pohledu přispěvatele na vybraný projekt.

4.1 Crowdfundingové platformy založené na odměně

4.1.1 Platforma HitHit

Kategorie a zaměření platformy

Společnost HitHit, s.r.o. je v České republice úspěšnou CFP založenou na odměně. Zaměřuje se na podporu kreativních nápadů od oblasti umění až po technologie.

Tabulka 3: HitHit – kategorie projektů

Kategorie				
umění	vzdělávání	film	sport	jídlo
desing	technologie	divadlo	móda	fotografie
impact hub	hry	tanec	média	ekologie
antivir	hudba	literatura	komunita	

Zdroj: HitHit (2020d)

Vznik – listopad 2012

Princip fungování

Každý nově vzniklý projekt přes platformu HitHit by měl mít stanovenou cílovou částku a na vybrání požadované částky má každý projekt maximálně 45 dní. Pokud se v tomto čase nepodaří dosáhnout cílové částky, projekt nedostane ani korunu a veškeré peníze jsou zaslány zpět na účet přispěvatele do deseti dnů od vyhodnocení projektu. HitHit totiž funguje na principu „všechno nebo nic“. (HitHit 2020a)

Doba trvání kampaně – maximálně 45 dní

Poplatky a provize

V případě neúspěšného projektu neexistují transakční poplatky nebo provize. Pokud je projekt vyhodnocen jako úspěšný, tedy v limitu maximálně 45 dní je dosaženo cílové částky, tvůrce projektu obdrží veškeré finance a přispěvateli je zaslána odměna, kterou si při přispívání zvolil. (HitHit 2020a)

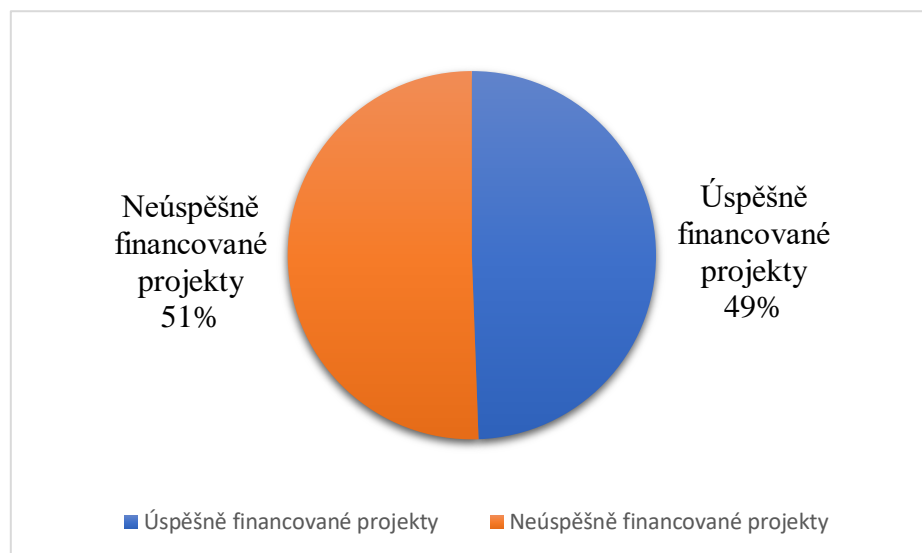
Provize je dále vypočítána podle výše cílové částky. Při cílové částce do 200 000 Kč je výše provize 9 % (+ DPH) z celkové vybrané částky a dále se sem započítává administrativní poplatek o výši 699 Kč. Vznik projektu na této platformě je rychlý a jednoduchý, stačí mít kreativní nápad, registrovat se na této platformě a vhodně si stanovit cílovou částku. (HitHit 2020c)

Úspěšnost projektů realizované přes CFP HitHit

HitHit během své existence od listopadu 2012 úspěšně ukončil přes 3000 projektů. Díky přispěvatelům se podařilo vybrat přes 250 milionů Kč. (HitHit 2020b)

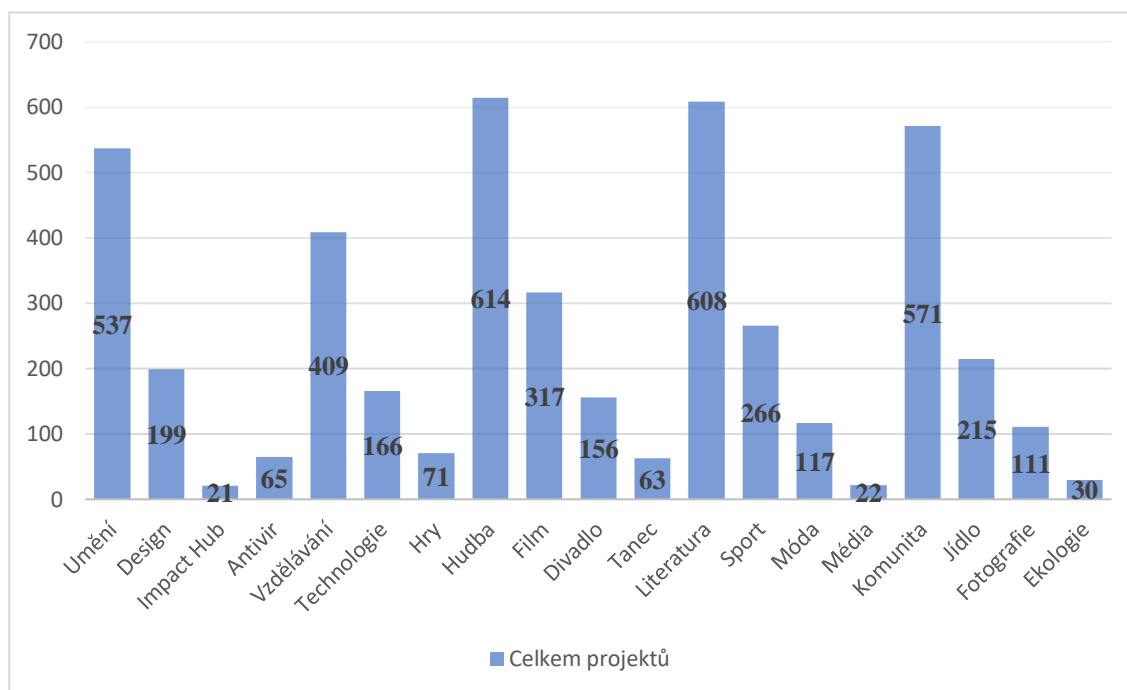
K 19. dubnu 2020 bylo ukončeno 3017 projektů. Z následujícího grafu č. 4 vyplývá, že dosavadní úspěšnost projektů je 49 % a míra neúspěšnosti je 51 %. Z 3017 projektů je 1491 projektů úspěšných a 1526 nedosáhlo v limitu 45 dní cílové částky. Některé projekty jsou zařazeny do více kategorií, proto celkový počet projektů v jednotlivých kategoriích je 4558. S touto hodnotou je dále pracováno v grafech č. 5 a 6. Pro dosažení úspěchu je třeba vzít v úvahu mnoho faktorů, které by mohly úspěšnost projektu narušit. K neúspěchu projektu dochází nejčastěji z důvodu špatně nastavené cílové částky a nedostačující nebo zcela chybějící crowdfundingové kampaně. Aby mohl být projekt považován za úspěšný, je třeba vybrat 100 % požadované částky. Je zcela na uvážení autora projektu, jakou hodnotu nastaví jako cílovou.

Graf 4: Úspěšnost projektů – HitHit



Zdroj: HitHit (2020d), zpracováno autorkou

Graf 5: Počet uskutečněných projektů přes CFP HitHit

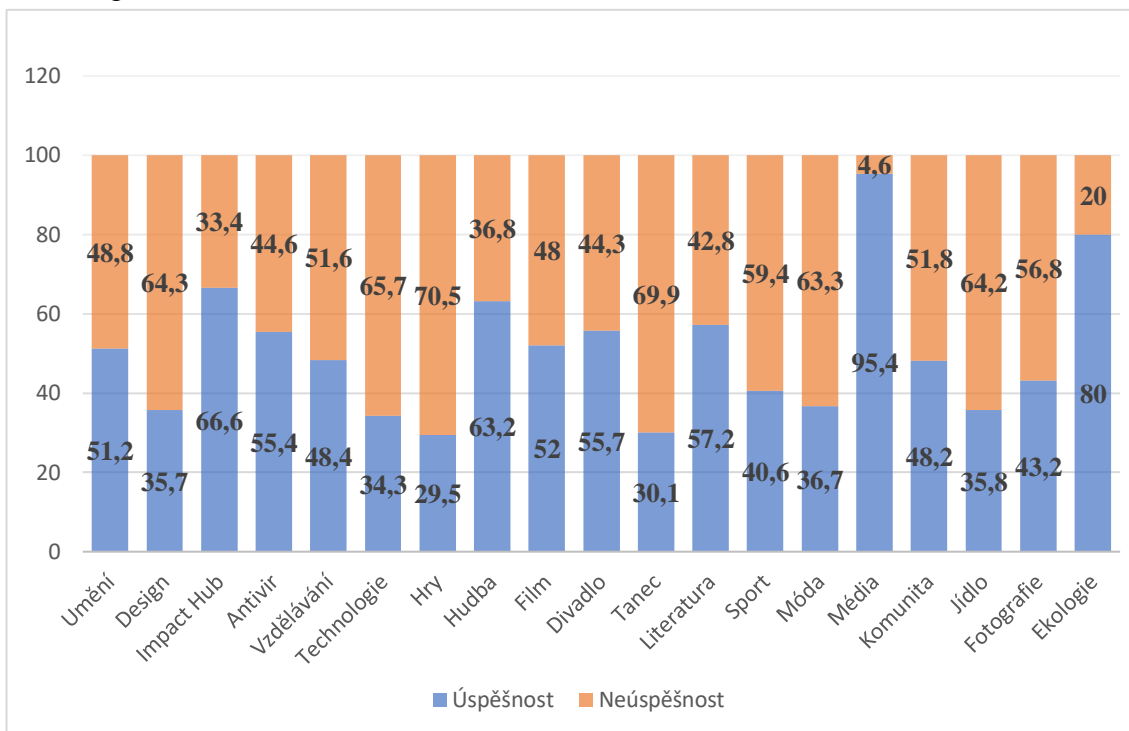


Zdroj: vlastní zpracování, 2020

Z grafu výše vyplývá, že se prostřednictvím portálu HitHit nejvíce investuje do projektů z kategorie literatury, hudby a umění, nejméně se investuje do projektů z kategorie impact hub, ekologie a médií. Zajímavý je počet uskutečněných projektů z kategorie antivir. Tato kategorie vznikla nově a za krátkou dobu se stihlo uskutečnit celkem 65 projektů (více informací ohledně kategorie antivir je uvedeno níže v textu).

Nadcházející graf č. 6 zahrnuje úspěšné a neúspěšné projekty realizované přes CFP HitHit k 19. dubnu 2020 v procentuálním vyjádření. Nejvyšší podíl úspěšnosti mají projekty z kategorie média s 95,4% mírou úspěšnosti. Je to dáno skutečností, že z celkových 22 projektů bylo 21 z nich úspěšných a pouze jeden projekt neúspěšný. Vyšší podíl úspěšnosti zaznamenává také kategorie hudba s 63,2 %. Z celkových 614 projektů bylo 388 z nich úspěšných a 226 neúspěšných.

Graf 6: Podíl úspěšnosti a neúspěšnosti projektu přes CFP HitHit uvedený v procentech, dle kategorie



Zdroj: vlastní zpracování, 2020

Nejúspěšnější projekty realizované přes platformu HitHit

Následující tabulka č. 4 obsahuje výčet nejúspěšnějších projektů realizovaných přes platformu HitHit. Tyto projekty jsou zapsány sestupně dle procenta vybraných peněz. Ke každému projektu je vždy uvedena zamýšlená cílová částka, datum ukončení crowdfundingové kampaně, počet přispěvatelů a konečná suma vybraných peněz. Nejúspěšnějším projektem přes platformu HitHit je aktuálně k 19. dubnu 2020 projekt s názvem – Barefoot konopné tenisky Bohempia. Jedná se o projekt z kategorie desing, móda, který měl za hlavní cíl získat finanční prostředky na zahájení výroby tenisek z konopného materiálu. Tento podnikatelský záměr podpořilo celkem 1636 přispěvatelů a celková vybraná částka činila necelé 4 miliony.

Tabulka 4: Nejúspěšnější projekty CFP HitHit – seřazeno dle nejvyššího procenta vybraných peněz

Projekt	Cílová vybraná částka (Kč)	Datum dokončení	Suma vybraných peněz (Kč)	Počet příspěvatelů	Poměr suma vybraných peněz k cílové vybrané částce
Barefoot konopné tenisky Bohempia	490 000	2. 11. 2018	3 962 664	1 636	808 %
Footshop pro Sportovci Hrdinům	50 000	8. 1. 2017	359 252	1 333	718 %
Štokrle/ záchodová stolička boří střevní tabu	75 000	29. 11. 2017	465 378	333	620 %
SKINNERS – botky do kapsy	90 000	4. 9. 2015	542 051	503	602 %
The Žurnál/Diár pre hrdinov na každý deň	55 190 (2000 €)	26. 10. 2017	288 064 (10 439 €)	475	521 %
Místo pro Ababu	100 000	5. 3. 2020	450 240	555	450 %

Zdroj: HitHit (2020d), zpracováno autorkou

Zajímavost/aktualita

Aktuálně nejnovější kategorií CFP HitHit je **Antivir** nabízející, projekty v souvislosti s onemocněním covid-19. Za hlavní cíl má co nejrychleji finančně podpořit zasažené malé a střední podnikatele, kteří v důsledku vládních opatření nemohou plně provozovat svou podnikatelskou činnost. Principem je založení projektu s cílovou částkou alespoň 5 000 Kč. Lidé si poté mohou vybrat projekt, na který přispějí a jako odměnu získají např. předplacené služby či poukazy u živnostníka. Zároveň se společnost HitHit zavazuje k tomu, že pošle z každých vybraných 100 Kč 2 koruny společnosti Oxyprotect, jež v současnosti financuje nákupy lékařských vybavení pro lékaře bojující s onemocněním covid-19. (HitHit 2020e)

Obrázek 2: Logo HitHit



Zdroj: HitHit (2020b)

4.1.2 Platforma Startovač

Kategorie a zaměření platformy

Startovač je další českou CFP fungující na bázi odměn, podporující kreativní a nové podnikatelské záměry. V obchodním rejstříku je společnost Startovač zapsána pod společností Army of Darkness, s.r.o. Mezi platformou nepovolené projekty patří projekty charitativní povahy, jakékoliv projekty, které jsou v nesouladu s českou legislativou, projekty související s pornografií, neuskutečnitelné projekty nebo projekty za cílem financování a zlepšení osobního života. (Startovač 2020a)

Tabulka 5: Startovač – kategorie projektů

Kategorie			
film & video	hudba	technika	podnikání
knihy	hry & apps	umění	ostatní

Zdroj: Startovač (2020b)

Vznik – duben 2013

Princip fungování

Zakladatelem projektu může být jakákoliv osoba starší 18 let. Každý projekt má předem danou cílovou částku a počet dnů na uskutečnění. Platforma funguje metodou „všechno nebo nic“. Při zakládání projektu je klient nejprve vyzván k vyplnění cílové částky a kategorie, do které projekt spadá a dále časový limit ve výši 15, 30 nebo 60 dní. (Startovač 2020a)

Doba trvání kampaně – 15, 30 nebo 60 dní

Poplatky a provize

Je-li projekt neúspěšný, provize i poplatky při vrácení peněz jsou nulové. (Startovač 2020a) V případě vrácení platby převodem z účtu při projektu vedeného v eurech, výše vrácených peněz je přepočítávána dle aktuálního kurzu ČSOB. Provize při úspěšném projektu je ve výši buď:

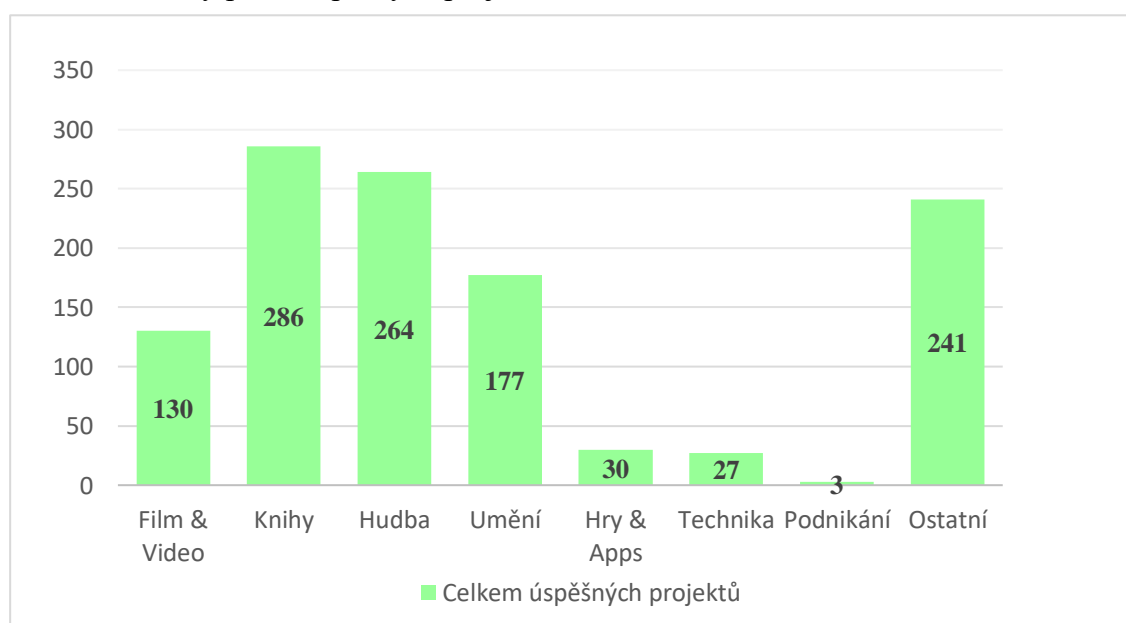
- 9 % – cílová částka je nižší než 50 000 Kč nebo 2000 EUR,
- 7 % – cílová částka je rovna či vyšší 50 000 Kč nebo 2 000 EUR,
- 5 % – cílová částka je rovna či vyšší 500 000 Kč nebo 20 000 EUR.

(Startovač 2020a)

Úspěšnost projektů realizované přes CFP Startovač

Přes CFP Startovač bylo k 30. dubnu 2020 úspěšně ukončeno 1098 projektů. Z celkových osmi kategorií bylo nejvíce uskutečněných úspěšných projektů z kategorie knihy a hudba. Naopak nejmenší zastoupení tvoří pouze tři projekty z kategorie podnikání, 27 projektů z oblasti techniky a 30 projektů z kategorie hry & apps. Podrobnější výsledek počtu úspěšných projektů je zobrazen ve grafu č. 7. Startovač bohužel nezveřejňuje ani nearchivuje neúspěšně dokončené projekty.

Graf 7: Celkový počet úspěšných projektů



Zdroj: Startovač (2020b), zpracováno autorkou

Nejúspěšnější projekty realizované přes platformu Startovač

Tabulka č. 6 představuje nejúspěšnější projekty realizované přes CFP Startovač k 19. dubnu 2020. Projekty jsou zapsány sestupně dle procenta vybraných peněz. V tabulce je uvedena zamýšlená cílová částka, datum ukončení crowdfundingové kampaně, počet přispěvatelů a konečná suma vybraných peněz. Nejúspěšnějším projektem přes platformu Startovač je projekt – Trabantem napříč kontinenty – stolní hra. Jedná se o projekt z kategorie hry & apps, který měl za hlavní cíl získat finanční prostředky na dokončení vydání nové stolní hry. Tento projekt podpořilo celkem 4067 přispěvatelů a celková vybraná částka přesáhla 5,1 miliónu Kč.

Tabulka 6: Nejúspěšnější projekty CFP Startovač – seřazeno dle nejvyššího procenta vybraných peněz

Projekt	Cílová vybraná částka (Kč)	Suma vybraných peněz (Kč)	Počet přispěvatelů	Poměr suma vybraných peněz k cílové vybrané částce
Trabantem napříč kontinenty – stolní hra	300 000	5 116 262	4067	1705 %
Anarchokapitalismus	65 536	656 562	962	1001 %
Kubrt vs deskovky 2019	12 000	74 225	144	618 %
RE-PLAY staví nové studio!	200 000	1 173 650	1193	586 %
Trabantem napříč Tichomořím	500 000	2 817 765	3869	563 %
Vybudování Indian studia 2.0	20 000	110 407	209	552 %

Zdroj: Startovač (2020b), zpracováno autorkou

Zajímavost/aktualita

Také Startovač se zapojil do pomoci se současnou situací s covid-19. Od 30. března 2020 nabízí možnost realizovat projekty, které jsou altruisticky¹ zaměřeny. Takovéto projekty nejsou zpoplatněny a CFP Startovač nepožaduje žádnou provizi. (Startovač 2020c).

Obrázek 3: Logo Startovač



Zdroj: Startovač (2020a)

4.1.3 Porovnání CFP na bázi odměn – HitHit a Startovač

Tabulka č. 7 obsahuje porovnání crowdfundingových platform na bázi odměn z hledisek uvedených na začátku této kapitoly. Vybrané portály HitHit a Startovač fungují na principu „všechno nebo nic“. Také oprávnění uživatelé mají stejné podmínky pro obě platformy, a to plnoletost zainteresovaného. Co se ale již liší je délka kampaně. Z jejího hlediska je poměrně výhodné využití portálu Startovač, jelikož nabízí tři různé délky trvání kampaně. Lidé si tedy mohou vybrat mezi dobou kratší např. z důvodu větší naléhavosti na zafinancování projektu, nebo si vybrat dobu trvání projektu až na 60 dní. HitHit má nastavenou délku kampaně pouze do maximální výše 45 dní bez možnosti vést crowdfundingovou kampaň déle. Dále se tyto dva portály liší ve výši transakčních poplatků a ve výši provize. Z hlediska transakčních poplatků nelze jednoznačně určit, který z těchto portálů je nejvýhodnější. Výše poplatku a provize se vždy odvíjí od celkové vybrané sumy peněz. CFP HitHit si bere jako provizi 9 % u projektů s cílovou částkou do 200 000 Kč. Provize CFP Startovač je v rozsahu 5–9 %. Při cílové částce do 50 000 Kč je výše provize, stejně jako skrze HitHit, 9 %. Avšak při cílové částce od 50 000 Kč je výše provize již 7 %. Dle tohoto kritéria může být výhodnější využití platformy Startovač, ačkoliv je zde větší procento transakčního poplatku.

¹ Pojem altruismus je dle slovníku cizích slov definován jako: „*nezištné jednání ve prospěch druhých jako mravní princip.*“ (Slovník cizích slov 2020)

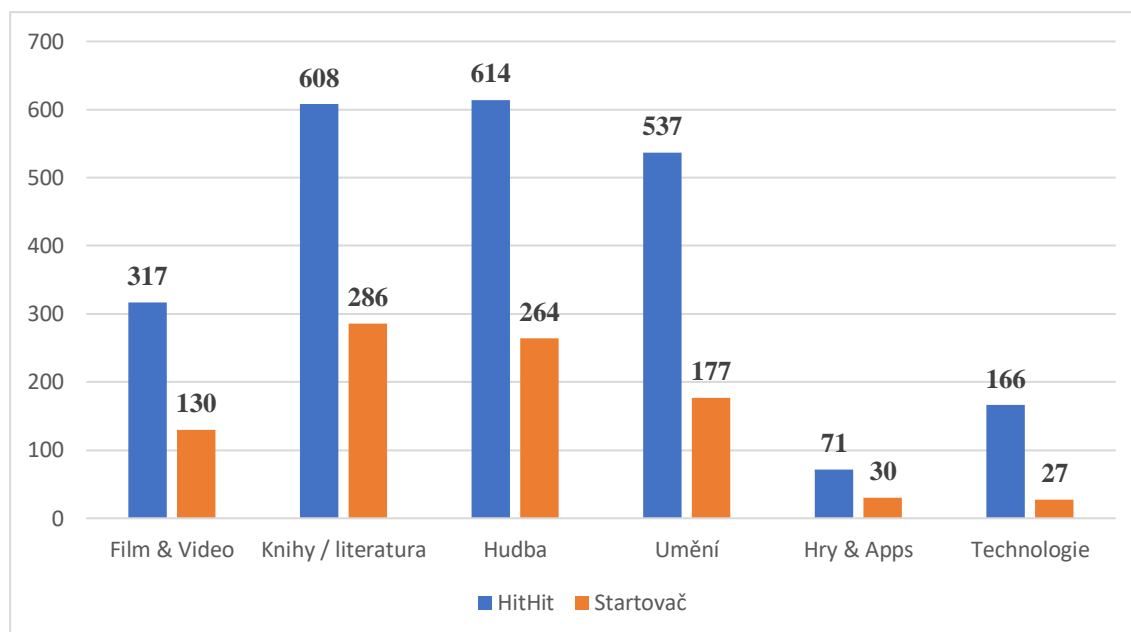
Tabulka 7: Porovnání platforem na bázi odměn – HitHit a Startovač

Parametr/platforma	HitHit	Startovač
Kategorie a zaměření platformy	financování kreativních myšlenek	kreativní či podnikatelská činnost
Vznik	2012	2013
Oprávnění uživatelé	fyzická či právnická osoba starší 18 let	Jakákoliv osoba starší 18 let
Princip fungování	„všechno nebo nic“	„všechno nebo nic“
Doba trvání kampaně	maximálně 45 dní	15, 30 nebo 60 dní
Transakční poplatky (projekty v CZK)	1,5 % + 1 Kč	2 % z Kč příspěvku
Provize	projekty s cílovou částkou do 200 000 Kč – 9 % (+ DPH) z celkové vybrané částky + administrativní poplatek	5–9 % (včetně DPH)
Nejúspěšnější projekt	Barefoot konopné tenisky Bohempia	Trabantem napříč kontinenty – stolní hra

Zdroj: HitHit (2020a, b, c), Startovač (2020a, b), zpracováno autorkou

Graf níže zobrazuje porovnání počtu úspěšně realizovaných projektů přes portály HitHit a Startovač k 19. dubnu 2020. Z důvodu členění projektů do více kategorií přes platformu HitHit, než je uváděno u platformy Startovač, jsou ve grafu uvedeny pouze společné kategorie těchto platforem. Ve grafu chybí např. kategorie design, vzdělávání, divadlo, komunita a fotografie. Na první pohled je zjevné absolutní prvenství CFP HitHit. Počet úspěšných projektů je ve všech zmíněných kategoriích vyšší než počet úspěšně dokončených projektů prostřednictvím CFP Startovač. Největší rozdíl je možné vidět v kategorii hudba – rozdíl 360 projektů. Nejmenší rozdíl je v kategorii hry a aplikace – rozdíl 41 úspěšných projektů.

Graf 8: Počet úspěšných projektů porovnaných dle společných kategorií



Zdroj: vlastní zpracování, 2020

4.2 Crowdfundingové platformy založené na půjčce

4.2.1 Platforma Zonky

Kategorie a zaměření platformy

Zonky je česká CFP poskytující službu P2P. Nabízí možnost investování a službu vyřízení půjček. Portál Zonky vlastní firma Benxy, s.r.o., která je u ČNB registrovaná jako poskytovatel platebních služeb malého rozsahu a jejímž jediným společníkem je společnost Home Credit International, a.s. (Zonky 2020a)

Vznik – červen 2015

Princip fungování

CFP Zonky poskytuje online služby, díky kterým je schopna vyřídit **půjčku** velmi rychle a bez osobní účasti, což může být výhodou oproti sjednávání půjček u klasických finančních institucí. K vyřízení půjčky je třeba být osobou starší 18 let, být občanem České republiky nebo občanem EU či Ukrajiny s trvalým pobytem a vlastnit bankovní účet vedený v České republice. Sjednání úvěru vychází z § 85 zákona o spotřebitelském úvěru č. 257/2016 Sb. Další možnou výhodou sjednání půjčky přes platformu Zonky je bezúčelnost úvěru. Půjčku lze sjednat od 20 000 Kč do 750 000 Kč s měsíčním splácením minimálně 500 Kč od 6 měsíců do 7 let. (Zonky 2020a)

Kromě sjednání půjčky nabízí portál Zonky také možnost **investování** peněz. Osobě, která by se chtěla stát investorem musí být stejně, jako v případě půjčky, alespoň 18 let. Minimální investovaná částka je aktuálně 200 Kč. Potencionální investor si může vybrat prostřednictvím portálu v seznamu nabízených půjček takovou investiční příležitost, která investorovi nejvíce vyhovuje z hlediska míry rizika úvěru a výše výnosu. Lidé posléze dostávají zpět své peníze na bankovní účet, a ty jsou rovnou navýšené o výnos. Bankovní účet je jednou z podmínek pro registraci na portále. (Zonky 2020b)

Doba trvání půjček

Půjčky mohou být sjednány od 6 měsíců s maximální dobou půjčky 7 let. (Zonky 2020a)

Poplatky, úroky a provize

Půjčky zahrnují povinnost uhradit úrok od 2,99 % p.a. s maximální výší RPSN (roční procentní sazba nákladů na spotřebitelský účet) 31,94 %. Při sjednání úvěru je dále požadován jednorázový poplatek za zprostředkování, a to ve výši 2 % z vypůjčené částky. (Zonky 2020a) Při investování je vedení investorského uživatelského účtu zdarma a průměrný výnos investic se pohybuje okolo 6,03 %.

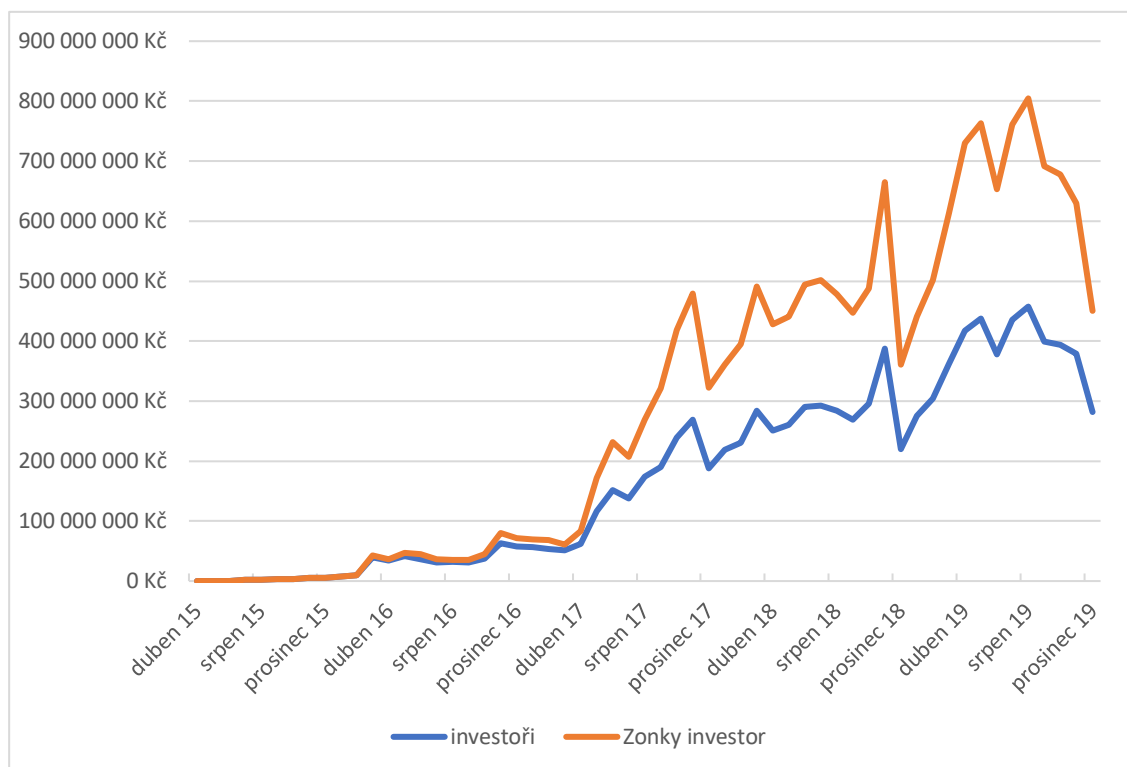
Úspěšnost platformy

Platforma vznikla v červnu roku 2015 a od té doby si lidé přes tuto službu půjčili více než 10 miliard Kč. Samotná společnost Zonky je také investorem. K prosinci roku 2019 činila celková proinvestovaná suma 6,2 miliardy Kč. (Zotify 2020)

Graf níže představuje sumu úspěšně zainvestovaných úvěrů v Kč. Graf zachycuje trend hodnot od data založení v roce 2015. Poslední údaj je k prosinci 2019. Graf obsahuje hodnoty za jednotlivé měsíce, ale pro větší přehlednost jsou popisky v grafu uvedené vždy v intervalu čtyř měsíců. Ve grafu jsou zaneseny sumy úvěrů v Kč realizované investory a Zonky investory.

Zonky investoři zaznamenali největší hodnotu úspěšně zainvestovaných úvěrů v srpnu 2019 s celkovou sumou 347 031 200 Kč. Podobný úspěch ale v menší míře měl pro investory Zonky listopad 2018 s celkovou sumou 277 284 400 Kč. Hned měsíc poté ale přišel o 135 843 000 Kč. Hodnoty zainvestovaných úvěrů investory skrze Zonky jsou poněkud menší, než zaznamenávají hodnoty Zonky investorů. Nejvyšší hodnoty bylo dosaženo v srpnu 2019 kdy bylo celkem zainvestovaných úvěrů ve výši 457 585 000 Kč.

Graf 9: Suma úspěšně zainvestovaných úvěrů uvedená v Kč



Zdroj: Zotify (2020), zpracováno autorkou

Graf 10: Počet aktivních investorů na CFP Zonky



Zdroj: Zotify (2020), zpracováno autorkou

Graf č. 10 se věnuje počtem aktivních investorů, kteří působí na platformě Zonky od roku založení do prosince roku 2019. Stejně jako graf č. 9, obsahuje hodnoty za jednotlivé měsíce a z důvodu přehlednosti jsou popisky v grafu uvedené po čtyřměsíčních

intervalech. Na první pohled je vidět rostoucí tendence v počtu aktivních investorů. Nejvyšší počet investorů zaznamenala platforma v listopadu 2019 s celkovým počtem 16 560 investorů.

Zajímavost/aktualita

Portál Zonky má od svého založení v minulém roce nejlepší výsledky v oblasti půjček. Potenciál této platformy v České republice velmi stoupá, což potvrzuje snahu o proniknutí na zahraniční trh, který aktuálně portál Zonky připravuje. (Startupjobs 2020)

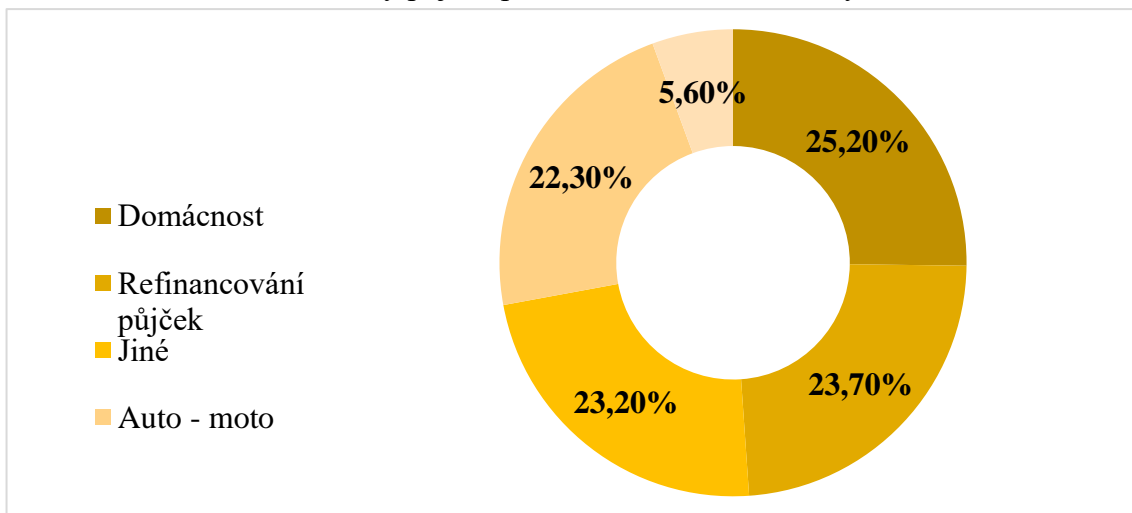
Obrázek 4: Logo Zonky



Zdroj: Zonky (2020a)

Níže uvedený graf č. 11 uvádí procentuální hodnoty, které vycházejí ze statistiky od roku 2015 do dubna 2020 vytvořené webovou stránkou Zotify, která zpracovává statistické údaje pro CFP Zonky. 25,2 % tvoří půjčky sjednávány pro účely použití peněz na domácnost, např. v podobě koupě nového bydlení a vybavení domácnosti. Úvěry na refinancování půjček pokrývají 23,7 %. Do kategorie jiné s 23,2 % je zařazeno vzdělávání, cestování nebo elektronika.

Graf 11: Procentuální hodnoty půjček prostřednictvím CFP Zonky dle účelu



Zdroj: Zotify (2020), zpracováno autorkou

4.2.2 Platforma SymCredit

Kategorie a zaměření

Společnost SymCredit byla jednou z prvních platforem P2P financování v České republice. Zaměřuje se především na malé a střední podniky, kterým nabízí firemní úvěry s mnohdy lepším úrokem, než je tomu u klasických komerčních bank. (SymCredit 2020a)

Vznik – 2013

Princip fungování

Klient má možnost výběru mezi třemi druhy půjček – podnikatelské, kapitálové a developerské. Půjčky podnikatelské a kapitálové mohou být využity libovolně. V případě developerských půjček musí být účel půjčky pro nákup či renovaci nemovitosti. Dále se tyto půjčky liší ve způsobu splácení. Úrokové sazby se od sebe nijak výrazně neliší.

Tabulka 8: Typy půjček nabízené CFP SymCredit

Typ půjček	Podnikatelská půjčka	Kapitálová půjčka	Developerská půjčka
Účel	libovolný účel	libovolný účel	Nákup či renovace nemovitosti
Doba trvání	2–5 let	2–5 let	splacení či refinancování v době splatnosti
Způsob splácení	měsíční nebo čtvrtletní splátka jistiny a úroků	splátka pouze úroků či úroků se sníženou splátkou jistiny	splátka pouze úroků v době výstavby
Úroková sazba	6–15 %	6–15 %	6–12 %

Zdroj: SymCredit (2020b), zpracováno autorkou

Doba trvání půjček

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

Poplatky, úroky a provize

Portál SymCredit zprostředkovává půjčky s úrokovou sazbou 6–15 % v závislosti na době splatnosti a s ohledem na typ půjčky. Investoři na této platformě neplatí žádné poplatky a jejich výnos z investic bývá okolo 8–14 % p.a. (SymCredit 2020a)

Úspěšnost platformy

SymCredit neposkytuje veřejnosti své výroční zprávy a neexistuje nikde evidence jejich úspěšnosti.

Zajímavost/aktualita

V souvislosti s děním ohledně covid-19 přišel CFP SymCredit s novinkou poskytování tzv. P2P korona certifikátů. Snahou těchto certifikátů je pomoc malým a středním podnikům. Investoři mohou vložit své finanční prostředky do certifikátů, které jsou následně reinvestovány do úvěrů právě pro malé a střední podnikatele. (SymCredit 2020c)

Obrázek 5: Logo SymCredit



Zdroj: SymCredit (2020a)

4.2.3 Platforma Bankerat

Kategorie a zaměření platformy

Bankerat je další CFP fungující na principu P2P půjček. Na českém trhu se společnost poprvé objevila v roce 2010, tedy funguje déle než Zonky a SymCredit. Klientům nabízí služby v podobě nebankovních půjček a investic. (Bankerat 2020a)

Vznik – říjen 2010

Princip fungování

















Žadatel o půjčku si nejprve vybere typ půjčky a společně s požadovanou částkou uvede dobu splácení a maximální výši úroku p.a. Následně je žádost zařazena do tzv. **aukce**. V případě nalezení věřitele má žadatel o půjčku možnost nabídku zdarma přijmout nebo odmítnout. Věřitel může vytvořit žadateli o půjčku vlastní nabídku. Společně s nabízenou částkou udává i roční úrokovou sazbu, která ale nesmí být vyšší, než uvedl žadatel. Může být tedy stejná nebo nižší. Průměrná výše ročního úroku činí 39 %. (Bankerat 2020b)

Na dokončení žádosti o půjčku má žadatel maximálně 21 dní. Žádost může kdykoliv dokončit a poté dojde k zaslání smlouvy o půjčce na danou přijatou nabídku. Pokud není žádost dokončena do uvedeného data, je žádost automaticky dokončena 21. den od zadání požadavku. (Bankerat 2020b)

U každé aukce si lze zjistit informace o podobě půjčky a osobní údaje žadatele. Z důvodu anonymity zde není uvedeno jméno ani adresa, ale pouze věk, rodinný stav, kraj, počet dospělých členů v domácnosti a druh bydlení. Dále jsou uváděny zdroje příjmů, doložení čistého měsíčního příjmu a čistého měsíčního příjmu domácnosti. (Bankerat 2020c)

Obrázek č. 6 je ukázkou seznamu aukcí. Je zde zobrazeno číslo aukce, typ půjčky, výše požadované částky, maximální roční úroková sazba, splatnost úvěru uvedená v měsících a kolik dní zbývá do ukončení aukce.

Obrázek 6: Ukázka seznamu aukcí přes CFP Bankerat

Číslo aukce	Typ půjčky	Skupina	Částka půjčky	Úroková sazba	Splatnost	Navýšení	Do konce zbývá
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Probíhající
AP1083032	   	ZAM	40 000 Kč	30 % p.a.	36 měsíců	21 128 Kč	0 dní, 17:50:39
AP1083034	   	POD	50 000 Kč	30 % p.a.	36 měsíců	26 428 Kč	0 dní, 17:50:39
AP1083040	   	ZAM	25 000 Kč	30 % p.a.	36 měsíců	13 196 Kč	1 den, 17:50:39
AP1083054	   	ZAM	15 000 Kč	45 % p.a.	24 měsíců	8 016 Kč	3 dny, 17:50:39

Zdroj: Bankerat (2020c)

Doba trvání půjček

Zájemci o půjčku mají možnost výběru z pěti typů půjček, které se od sebe odlišují nutností doložení příjmů, maximální výší úvěru a dobou splatnosti:

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

(Bankerat 2020b)

Poplatky, úroky a provize

Portál Bankerat zprostředkovává půjčky s úrokovou sazbou 9–55 % v závislosti na době splatnosti a s ohledem na typ půjčky. Investoři na této platformě neplatí žádné poplatky a jejich výnos z investic bývá okolo 9–55 % p.a. Dále je ještě účtováno 1 % ročně z nesplacené výše půjčky. (Bankerat 2020b)

Úspěšnost platformy

Od roku 2010 evidují téměř 60 000 registrovaných uživatelů a přes 25 000 úspěšných žádostí o půjčku. Celková suma půjček přes tuto platformu překročila hranici 1 miliardy Kč. (Bankerat 2020a)

Obrázek 7: Logo Bankerat



Zdroj: Bankerat (2020a)

4.2.4 Platforma Bondster

Kategorie a zaměření platformy

Provozovatelem této CFP je společnost BONDSTER Marketplace s.r.o. a jde o první investiční P2B platformu v České republice s možností investování do již existujících poskytnutých půjček. (Bondster 2020a)

Vznik – 2017

Princip fungování

Bondster je investiční tržiště a hraje zde pouze roli zprostředkovatele mezi investorem a důvěryhodným poskytovatelem půjček. Investorem se může stát fyzická osoba starší 18 let s trvalým bydlištěm v České republice i v ostatních zemích Evropské unie a některých vybraných státech mimo Evropskou unii nebo právnická osoba se sídlem na území Evropské unie. Další podmínkou pro ověření totožnosti registrujícího se je bankovní účet vedený na jméno žadatele o registraci. K dokončení registrace pak stačí doložit vlastnictví bankovního účtu, nebo doložení bankovního výpisu, který nesmí být starší více než tři měsíce.

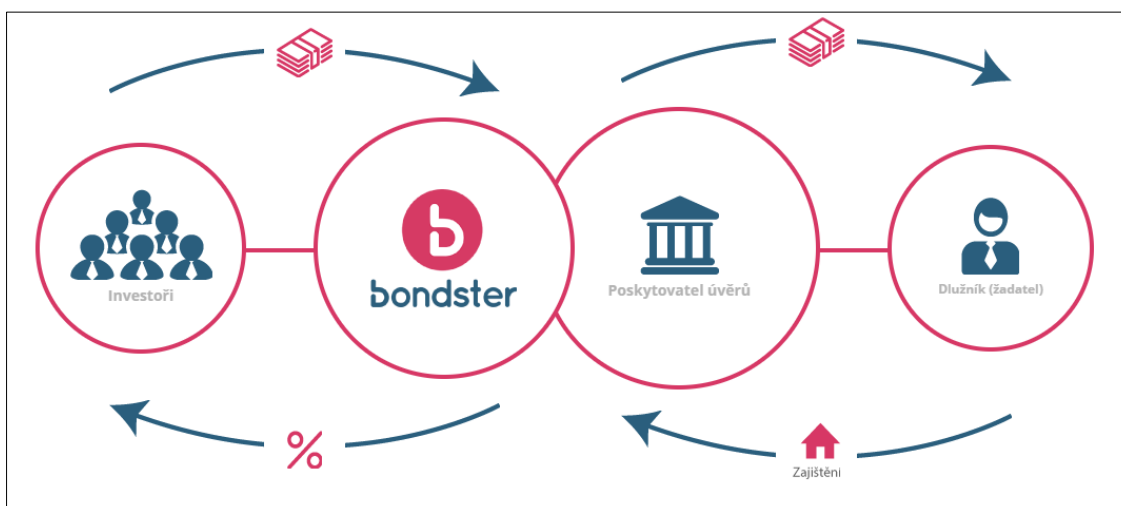
Po dokončení registrace vkládá investor své finanční prostředky na svůj zřízený investorský účet vedený u Bondster. Minimální výše investice je 100 Kč, maximální výše není nijak limitována. (Bondster 2020b)

Princip celého investování do půjček spočívá v tom, že si žadatelé o půjčku půjčí peníze od poskytovatele. Poskytovatelé následně půjčku předají k investici na trh Bondster.

Registrovaní a prověřeni investoři si dále mohou vybrat existující půjčku, do které vkládají své volné peněžní prostředky ke zhodnocení. Žadatel pak pravidelně splácí půjčku svému poskytovateli. Bondster připisuje investorovi splátku společně s úroky. (Bondster 2020d)

Zjednodušený princip zobrazuje obrázek č. 8, který byl použit z oficiálních stránek CFP Bondster.

Obrázek 8: Princip fungování investování přes CFP Bondster



Zdroj: Bondster (2020d)

Doba trvání investic

Půjčky mohou být poskytnuty se splatností od 1 roku. V případě předčasného ukončení investice může být požadováno uhrazení poplatku. Bondster nabízí investování do zajištěných úvěrů. U některých nezajištěných úvěrů poskytuje Bondster garanci tzv. **zpětného odkupu**. Pokud by došlo ze strany dlužníka k nesplácení úvěrů, poskytovatel půjčky garantuje navrácení zbývající investované částky, a to včetně úroků. (Bondster 2020c)

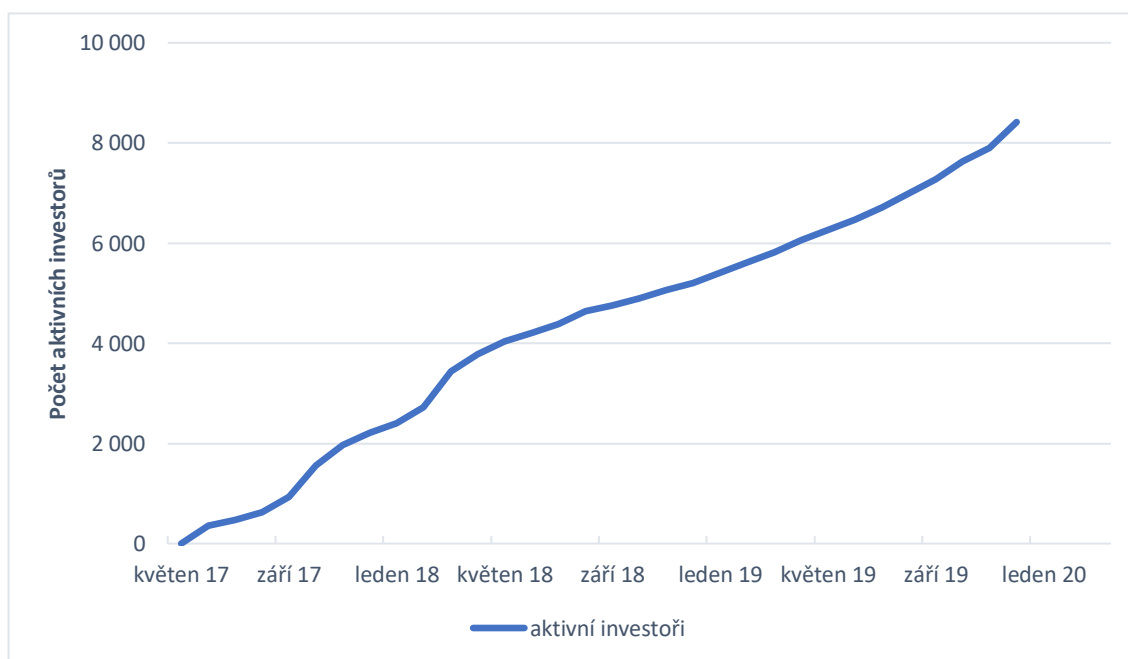
Poplatky a provize

Výhodou je možnost investování ve dvou měnách, v korunách a v eurech. V případě investic vedených v eurech nejsou žádné poplatky. U investic v Kč je výše poplatku 1 % z investované částky ročně. Průměrný roční výnos Kč se pohybuje okolo 7,7 %. (Bondster 2020a)

Úspěšnost platformy

Aktuálně platforma eviduje okolo 9 000 registrovaných investorů a objem proinvestovaných půjček přes 1,1 miliard korun. (Bondster 2020a)

Graf 12: Počet aktivních investorů na CFP Bondster



Zdroj: Bondster (2020f), zpracováno autorkou

Graf č. 12 zobrazuje počet aktivních investorů, kteří působí na platformě Bondster od roku založení do prosince roku 2019. Nejvyšší počet zaznamenala platforma v prosinci 2019 s celkovým počtem 8 417 investorů. Zajímavostí je ani jeden meziměsíční propad od počátku vzniku platformy. Do budoucna lze předpokládat zvyšující se potenciál této platformy.

Zajímavost/aktualita

Oproti ostatním CFP nabízí portál Bondster nově každodenní možnost online komunikace se svými klienty pro zodpovězení nejčastějších otázek ohledně současného vývoje. K dispozici je přímo online komunikace přes jejich webové stránky, sociální sítě, email nebo prostřednictvím telefonu. (Bondster 2020e)

Obrázek 9: Logo Bondster



Zdroj: Bondster (2020a)

4.2.5 Porovnání CFP na bázi půjček – Zonky, SymCredit, Bankerat a Bondster

Tabulka č. 9 obsahuje porovnání čtyř crowdfundingových platform fungujících na principu půjček z vybraných hledisek. Zonky, SymCredit a Bankerat fungují na principu P2P financování s možností vyjednání půjček a možností investovat své peníze. Jediným rozdílem je platforma Bondster, která je příkladem P2B investiční platformy v České republice, poskytující pouze možnost investování.

Dále se tyto portály liší v době trvání půjčky. Největší rozpětí nabízí Zonky, kde lze sjednat půjčku od 6 měsíců do 7 let. Poměrně nevýhodnou dobu trvání půjčky nabízí portál SymCredit. Zde je doba trvání od 2–5 let.

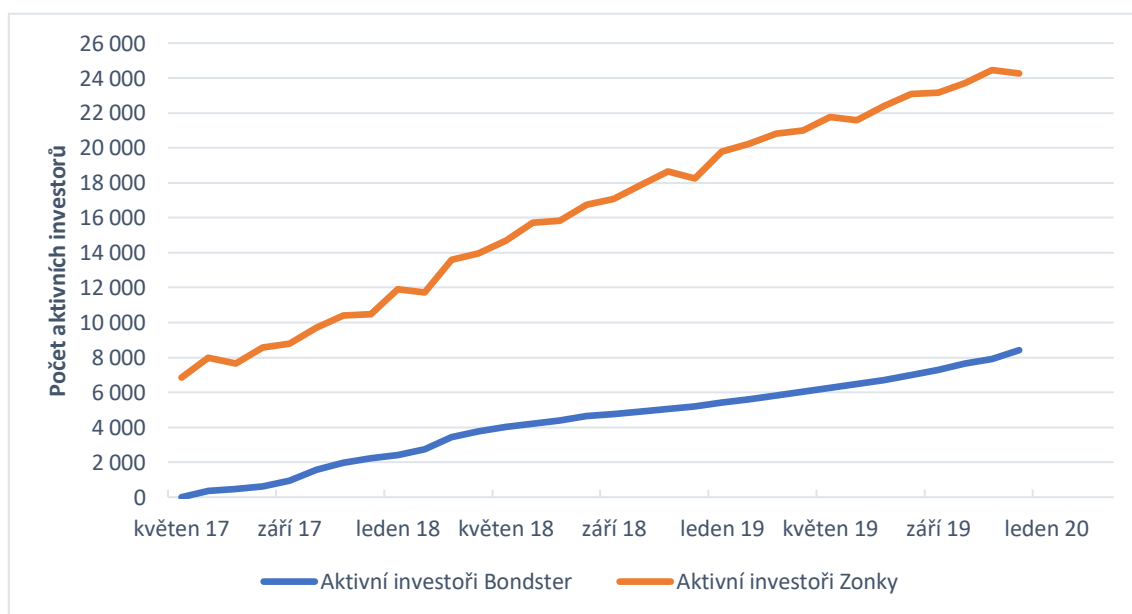
Dalším parametrem k porovnání je minimální doba investice. V tomto směru se jednotlivé platformy scházejí, s výjimkou platformy Bankerat, skrze kterou lze investovat do půjček s dobou splatnosti od 6 měsíců. Překvapující je minimální výše investované částky. Na rozdíl od CFP Bondster, Zonky a Bankerat, kde je minimální výše 100 nebo 200 Kč, prostřednictvím SymCredit je požadovaná minimální investovaná částka 1000 Kč. Poplatky se liší v návaznosti na typu půjčky, celkové vypůjčené sumě nebo z ročně investované částky. Největší variabilita poplatku byla vyzkoušena u platformy SymCredit, která účtuje poplatky dle typu půjčky od 1,5 %–4 %.

Tabulka 9: Porovnání vybraných platforem na bázi půjčky.

Parametr/platforma	Zonky	SymCredit	Bankerat	Bondster
Kategorie a zaměření	P2P	P2P	P2P	P2B
Vznik	2015	2013	2010	2017
Poskytované služby	půjčky a investice	půjčky a investice	půjčky a investice	investice
Doba trvání půjčky	6 měsíců–7 let	2–5 let	6 měsíců–6 let	–
Doba trvání investice	od 1 roku	od 1 roku	od 6 měsíců	od 1 roku
Minimální výše půjčky	20 000 Kč	není uvedeno	10 000 Kč	–
Minimální investovaná částka	200 Kč	1000 Kč	100 Kč	100 Kč
Poplatky	2 % z půjčené částky 0,2 % - 5 % investorský poplatek	1,5 %–4 % dle typu půjčky	1 % ročně z nesplacené částky půjčky	1 % ročně z investované částky v Kč

Zdroj: Zonky (2020a, b), SymCredit (2020a, b), Bankerat (2020a, b), Bondster (2020a, b, c), zpracováno autorkou

Graf 13: Počet aktivních investorů – Zonky a Bondster



Zdroj: vlastní zpracování, 2020 na základě grafu č. 10 a 12

Graf výše zobrazuje porovnání počtu investorů skrze platformy Zonky a Bondster od roku 2017 k prosinci 2019. Obě platformy na první pohled zaznamenávají rostoucí trend. Bondster je v počtu aktivních investorů jasným favoritem. Nejvyšší počet investorů, který zaznamenala platforma Zonky je v listopadu 2019, kdy celkem aktivních investorů bylo 16 560. Nejvyšší počet aktivních investorů zaznamenal Bondster v posledním měsíci, uváděným v tomto grafu, s celkovým počtem 8 417. Oproti platformě Zonky se jedná o necelou polovinu méně investorů.

4.3 Crowdfundingové platformy založené na darování

4.3.1 Platforma Daruj správně

Kategorie a zaměření platformy

Crowdfundingová platforma Daruj správně je českou P2P platformou, založenou sdružením Fórum dárců. Jde o první českou charitativní crowdfundingovou platformu, jejímž cílem je finančně podpořit projekty, které jsou realizovány skrze prověřené a plně transparentní neziskové organizace. (Daruj správně 2020a)

Tabulka 10: Daruj správně – kategorie projektů

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

Zdroj: Daruj správně (2020a)

Vznik – 2009

Portál Daruj správně vznikl již v roce 2009. V roce 2016 spustilo Fórum dárců crowdfundingovou platformu Darujspravne.cz

Princip fungování

K tomu, aby se mohla nezisková organizace registrovat do portálu Daruj správně je třeba splnit podmínky doložení alespoň jednoho roku fungování, veřejně zpřístupnit výroční zprávu a mít zřízenou veřejnou sbírku. Takto registrovaná organizace dále může založit zdarma charitativní krátkodobou nebo dlouhodobou veřejnou sbírku.

Součástí sbírky je crowdfundingová kampaň v doporučeném rozsahu 30–45 dní. Protihodnotou pro přispívající je vedle dobrého pocitu také možnost zažádat o potvrzení o daru. Ten je v případě vlastní žádosti zaslán dárci prostřednictvím emailu. (Daruj správně 2020b)

V případě, že se projektu nepodaří dosáhnout v časovém limitu požadované cílové částky, peníze se nevracejí dárcům, ale jsou plně ponechány projektu. Nezisková organizace by ale měla informovat všechny dárcce o způsobu využití finančních darů. (Daruj správně 2020c) Daruj správně tedy funguje na principu „nech si vše“.

Doba trvání kampaně

Založit lze krátkodobou sbírku, která je omezená limitem 45 dní. Doba trvání dlouhodobé sbírky může být déle než 45 dní. CFP Daruj správně však doporučuje dobu trvání v rozsahu 30–45 dní.

Poplatky a provize

Přes portál Daruj správně lze založit zdarma sbírku. Poplatky ani provize nejsou platformou vyžadovány za zprostředkování. Pouze při platbě přes platební bránu je strženo 1 % z darované částky.

Úspěšnost platformy

Daruj správně aktuálně spolupracuje s 314 prověřenými neziskovými organizacemi. Od té doby bylo skrze Daruj správně podpořeno mnoho projektů. Dokončené sbírky nejsou pro srovnání nikde archivovány, ale z důvodu fungování platformy na principu „nech si vše“, je každý projekt považován za úspěšný, pokud je dosaženo alespoň nějaké finanční částky.

Jedním z aktuálních nejvíce podpořeným projektům přes platformu Daruj správně je veřejná sbírka **Naděje pro Oliverka**, pořádaná neziskovou organizací Život dětem, kde lidé přispěli k datu 24. dubna 2020 více než 50 milionů z cílové částky 62 milionů. (Daruj správně 2020a)

Obrázek 10: Logo Daruj správně



Zdroj: Daruj správně (2020a)

4.3.2 Platforma Nadační fond pomoci

Kategorie a zaměření platformy

Nadační fond pomoci vznikl ve spolupráci s Markétou Sýkorovou a Karlem Janečkem v roce 2012. Jejich heslem je: „*pomáháme lidem, kteří se cizím zaviněním dostali do těžké životní situace*“. Tento fond se zaměřuje výhradně na osoby, které se staly obětmi trestného činu, podvodu či agrese. Od roku 2014 spustili možnost crowdfundingových sbírek. (Nadační fond pomoci 2020a)

Vznik – květen 2012

Princip fungování

O příspěvek lze požádat jako fyzická osoba nebo nezisková organizace, tedy právnická osoba. V případě fyzické osoby jde o konkrétního člověka, který se dostal do tíživé situace. Podmínkou pro uznání příspěvku je poskytnutí potvrzených dokumentů, že se žadatel dostal do těžké životní situace popsané výše. (Nadační fond pomoci 2020a)

Doba trvání kampaně – od 30 dní až do půl roku

Poplatky a provize

Portál Nadační fond pomoci nevyžaduje žádné poplatky ani provizi za zprostředkování

Úspěšnost platformy

Nejúspěšnějšími roky platformy Nadační fond pomoci jsou roky 2016 a 2017. V těchto letech přesáhla celková hodnota příspěvků 5 miliard Kč. Takto vysoká hodnota je dána především vyšším počtem přispěvatelů v roce 2017 a také počtem projektů skrze crowdfundingové sbírky. Data o počtu přispěvatelů za rok 2016 není zveřejněna.

Následující tabulka č. 11 obsahuje údaje o úspěšnosti této platformy za roky 2015–2018. Data za rok 2019 nejsou uvedena z důvodu nedostupnosti výroční zprávy. Oproti roku 2017 zaznamenal rok 2018 celkový propad. Ve srovnání s rokem 2015, kde celkový počet podporovatelů byl 1731, bylo v roce 2018 celkem vybráno o více než 1,5 miliardy Kč.

Novinkou CFP Daruj správně je spuštění v lednu 2020 nové crowdfundingové platformy Znesnáze21. Za pouhý měsíc fungování se podařilo vybrat téměř 1,5 milionu Kč na 24 sbírek.

Tabulka 11: Úspěšnost portálu Nadační fond pomoci v letech 2015–2018

Rok	Celková suma rozdělených příspěvků	Celkem podporovatelů	Počet crowdfundingových projektů	Počet podpořených subjektů
2015	3 194 602 Kč	1731	6	30
2016	5 854 350 Kč	není uvedeno	14	21
2017	6 680 754 Kč	2 148	18	44
2018	4 878 051 Kč	1 728	15	30

Zdroj: Nadační fond pomoci (2020b), zpracováno autorkou

Obrázek 11: Logo Nadační fond pomoci



Zdroj: Nadační fond pomoci (2020a)

Porovnání CFP na bázi darování – Daruj správně a Nadační fond pomoci

Tabulka č. 12 srovnává platformy Daruj správně a Nadační fond pomoci. Obě platformy se řadí mezi modely dárcovského crowdfundingu. Snahou obou platforem je zprostředkování peněz skrze online crowdfundingové sbírky. Podpora přichází buď na konkrétní sbírku, skrze neziskovou organizaci, nebo se jedná o individuální pomoc. Obě vybrané platformy, jako i jiné dárcovské CFP fungují na principu „nech si vše“. Není třeba mít obavy z neúspěchu projektu a následným vrácením peněz. Veškeré vybrané peníze jsou přímo neziskové organizaci. Jelikož se jedná o projekty charitativní povahy, Daruj správně ani Nadační fond pomoci nepožadují poplatky nebo provizi za zprostředkování. Pouze u platformy Daruj správně je strženo 1 % z darované částky přes platební bránu.

Tabulka 12: Porovnání vybraných platforem na bázi darování

Parametr/platforma	Daruj správně	Nadační fond pomoci
Kategorie a zaměření	podpora neziskových organizací nebo jedinců skrze crowdfundingové sbírky	zprostředkování finančních prostředků pro neziskové organizace / individuální pomoc
Princip fungování	„nech si vše“	„nech si vše“
Doba trvání kampaně	krátkodobá sbírka méně než 45 dní dlouhodobá sbírka nad 45 dní	30 dní až půl roku
Poplatky a provize	1 % z darované částky	-

Zdroj: Daruj správně (2020a, b, c), Nadační fond pomoci (2020a)

4.4 SWOT analýza zaměřená na odměnový crowdfunding

Jak již bylo uvedeno v úvodu této kapitoly, analýza SWOT se zaměřuje na posouzení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Následující tabulky obsahují SWOT analýzu, zacílenou pouze na crowdfunding na bázi odměn. Analýza obsahuje dva různé pohledy. Prvním z nich je analýza z pohledu autora projektu. Jako druhá je provedena analýza z pohledu přispěvatele CFP.

SWOT analýza z pohledu autora projektu

Tabulka 13: SWOT analýza z pohledu autora projektu

Silné stránky	Slabé stránky
originalita projektu	nevhodně zvolená crowdfundingová platforma
zajímavá nabídka odměn	špatně zvolená cílová částka
poutavý příběh	nedostatečná komunikace s přispěvateli
znalost okolního prostředí	špatné zacílení na skupinu (segmentace)
Příležitosti	Hrozby
zpětná vazba o potenciálu projektu	existence podobných projektů
zviditelnění projektu, velká pozornost	nezájem o projekt ze strany přispěvatelů
noví potencionální zákazníci	odcizení podnikatelského nápadu
možnost získání většího množství peněz, než bylo stanoveno	negarantování úspěchu

Zdroj: vlastní zpracování, 2020

Silné stránky

Silnou stránkou pro využití odměnového crowdfundingu pro autora projektu je originalita a kreativnost nápadu. Crowdfunding dává možnost vyniknout a podpořit lidi, kteří by jinak nedokázali podnikatelský záměr uskutečnit. Další silnou stránkou autora projektu je řada zajímavých odměn, které může svým přispěvatelům nabídnout jako poděkování za podporu. Další silná stránka spočívá v poutavém příběhu autora. To může být využito v crowdfundingové kampani. Čím více je kladen důraz na zpracovanost chytlavé crowdfundingové kampaně, tím větší příval přispěvatelů může přinést. Mezi další silné

stránky autora projektu může být znalost okolního prostředí. Konkrétně jde o povědomí o konkurenčních projektech nebo také předchozí zkušenosti s tvorbou crowdfundingové kampaně a povědomí o platformách poskytujících tento typ crowdfundingu.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky patří nevhodně zvolená crowdfundingová platforma. Před zahájením projektu by tedy měl autor projektu dobře zvážit, skrz kterou platformu se pokusí svůj projekt financovat. Dalším faktorem je špatné nastavení cílové částky. Cílová částka by neměla být příliš nadhodnocena, jinak by mohlo hrozit riziko nenaplnění cílové částky v požadovaném časovém limitu. V případě zvolení platformy fungující na principu „všechno nebo nic“, by autor projektu nezískal ani korunu. Další slabou stránkou by mohla být nedostatečná komunikace s přispěvateli. Autor projektu by se měl snažit s přispěvateli neustále komunikovat a informovat je o aktualitách např. přes sociální sítě nebo prostřednictvím CFP. Za slabou stránku by se mohlo považovat také špatné zacílení crowdfundingové kampaně na cílovou skupinu.

Příležitosti

Jakákoliv zpětná vazba je pro autora projektu přínosem. Díky ne příliš pozitivní zpětné vazbě může být projekt pro příště vylepšen a autor projektu si může vzít z těchto chyb ponaučení. Pokud se autorovi projektu vrací dobré odezvy, dává mu to signál, že dělá věci správně a lidem se nápad líbí. Příležitostí tedy může být zpětná vazba ohledně potenciálu projektu. Další příležitostí je upoutání pozornosti lidí, a to může být skvělá cesta, jak sebe a svůj projekt zviditelnit. Dobře provedená crowdfundingová kampaň sebou může přinést i nové příznivce a přispěvatele. Jednou z velkých příležitostí je dále možnost získání větší sumy peněz, než bylo v rámci crowdfundingové kampaně stanoveno. Pokud tedy projekt překročí hranici 100 %, projekt v rámci časového limitu běží dál.

Hrozby

Mezi hrozby je nutné uvést existenci podobných projektů, tedy konkurenční hrozba. Hrozbou se pro autora projektu stává také nezájem ze strany přispěvatelů. Může to být z důvodu nezajímavosti projektu pro přispěvatele, příliš mnoho podobných projektů, nebo také nedostatečné oslovení cílové skupiny. Další hrozbou pro autora projektu může být odcizení podnikatelského nápadu. Hrozbu pro autora projektu také představuje

negarantování úspěchu. Crowdfundingová platforma je pouze zprostředkovatelem a nikde není dána záruka, že projekt bude úspěšně zafinancovaný.

SWOT analýza z pohledu přispěvatele

Tabulka 14: SWOT analýza z pohledu přispěvatele

Silné stránky	Slabé stránky
protihodnota dobrý pocit	zvolení nevhodného projektu
povědomí o nově vznikajících projektech	žádné předchozí zkušenosti s fungováním crowdfundingu
možnost financování online	
Příležitosti	Hrozby
odměna za podpořený projekt	zneužití osobních údajů
možnost podílet se na inovativních projektech	podvody, falešný projekt
	projekt bude neúspěšný

Zdroj: vlastní zpracování, 2020

Silné stránky

Mezi silné stránky pro přispěvatele se řadí dobrý pocit či poděkování ze strany autora projektu za finanční podporu. V některých případech jde i o zveřejnění jména přispěvatele nebo potvrzení o daru. Toto gesto v době internetu může pozitivně ovlivnit dobré jméno přispěvatele. Další silnou stránkou je povědomí o nově vznikajících projektech. Mezi silné stránky také patří možnost podpořit projekt prostřednictvím internetu, snadno a rychle.

Slabé stránky

Slabých stránek z pohledu přispěvatele moc neexistuje. Možnou slabou stránkou může být zvolení nevhodného projektu. Přispěvatel se unáhlí a finančně podpoří projekt, který ho časem omrzí, nebo si vybere projekt, který je nakonec ukončen neúspěšně. Jelikož většina odměnových portálů funguje na principu „všechno nebo nic“, neúspěch projektu není v tomto ohledu brán jako hrozba. Další slabou stránkou přispěvatele je nezkušenost s principem fungování crowdfundingu.

Příležitosti

Příležitostí pro přispěvatele je získání odměny za podpořený projekt. Před podpořením projektu si přispěvatel zvolí formu odměny, kterou po vyhodnocení projektu získává. Další příležitostí je stát se součástí komunity lidí, kteří podpořili společný projekt.

Hrozby

Zneužití osobních údajů nebo podpoření podvodného projektu je pro přispěvatele potencionální hrozbou. Další hrozbou je neúspěch projektu. Jak bylo již výše popsáno, toto hledisko je spíše bráno jako slabá stránka.

5 Shrnutí provedených analýz a zhodnocení potenciálu crowdfundingu

V rámci analýzy českých crowdfundingových platform, lze za nejzajímavější platformu z oblasti odměnového crowdfundingu považovat platformu HitHit, a to z hlediska počtu úspěšně uskutečněných projektů. Při analýze byly srovnány portály HitHit a Startovač fungující na principu „všechno nebo nic“. Tyto platformy jsou v České republice úspěšné a obě dvě se snaží pružně reagovat na aktuální dění v ekonomice. Příkladem jsou nabízené služby na podporu situace s onemocněním covid-19. U obou těchto platform byly zaznamenány projekty z kategorie literatury, hudby a umění jako nejvíce úspěšně zafinancované projekty. Porovnání a poznatky z crowdfundingových platform na bázi odměn byly dále využity pro sestavení SWOT analýzy v závěru kapitoly čtyři.

Z oblasti půjčkového crowdfundingu byly porovnávány čtyři platformy – Zonky, SymCredit, Bankerat a Bondster. Nejlepší hodnoty zaznamenala platforma Zonky, která je na českém trhu již od roku 2015. Společnost má velmi kladná čísla v oblasti úspěšně zainvestovaných úvěrů. Velmi vysoká čísla aktivních investorů zaznamenává portál Zonky. Porovnání počtu aktivních investorů je popsáno v grafu č. 13, kde jsou graficky zpracovány počty aktivních přispěvatelů skrze portál Zonky a Bondster.

Veliký potenciál lze vidět v platformě Bondster, která byla založena v roce 2017 a zaměřuje se pouze na investování do již existujících poskytnutých úvěrů. Z analýzy půjčkového crowdfundingu lze považovat tento způsob za zajímavý a v některých případech snazší než využití klasických bankovních institucí.

Posledním typem crowdfundingu v rámci analýzy byly platformy dárcovské. Z nich byly vybrány platformy Daruj správně, založená společností Fórum dárců a Nadační fond pomoci. Obě tyto platformy podporují neziskové organizace a skrze crowdfundingové sbírky se snaží finančně pomoci lidem v nesnázi. Skrze tyto platformy lze také finančně přispět na jakoukoli neziskovou organizaci. Dárcovský crowdfunding má v České republice rozhodně smysl, což dokazují také vybrané sumy peněz dle výročních zpráv platformy Nadační fond pomoci.

Dále byla v práci zpracována analýza SWOT, která byla použita k porovnání silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb z pohledu zakládajícího projektu a z pohledu přispěvatele, kteří se chystají využít služeb odměnového crowdfundingu. Mezi silné stránky autora projektu lze zařadit originalitu a nápaditost projektu a poutavý osobní příběh, který může v rámci crowdfundingové kampaně přilákat pozornost nových přispěvatelů.

Mezi hrozby bylo v rámci SWOT analýzy definováno např. odcizení podnikatelského záměru nebo nezájem o projekt ze strany přispěvatelů. Z hlediska přispěvatele lze považovat za silné stránky a příležitosti např. povědomí o nově vznikajících projektech nebo přislíbená odměna za podpořený projekt. Hrozbu pro přispěvatele představuje zneužití osobních údajů nebo podpoření podvodného projektu.

Cílem SWOT analýzy bylo definování silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Takto strukturovaná SWOT analýza by mohla dále sloužit jako materiál pro ty, kteří zvažují využití odměnového crowdfundingu.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zhodnocení potenciálu crowdfundingu, jakožto alternativního způsobu financování a porovnání vybraných českých crowdfundingových platforem. Tohoto cíle bylo dosaženo pomocí zpracování literární rešerše do oblasti odměnového, dárcovského, podílového a půjčkového crowdfundingu.

V České republice je crowdfunding využíván v oblasti půjček a investic, dále v oblasti neziskového sektoru nebo také jako finanční pomoc začínajícím podnikatelům, kteří pomocí crowdfundingu získají peníze potřebné pro realizování podnikatelského nápadu.

Crowdfunding se zdá být v České republice nezcela prozkoumanou oblastí, což pro zpracování teoretických východisek dokazuje nezbytnost používání převážně cizojazyčných literatur. Tato práce by tak mohla představovat užitečný materiál pro všechny, kteří by rádi tuto problematiku dále zkoumali nebo pro ty, kteří zvažují crowdfunding využít. Práce přináší přehledné informace o struktuře a fungování crowdfundingových platforem a může tak pomoci při výběru vhodné platformy.

Celkově lze konstatovat, že crowdfunding má v české ekonomice své opodstatněné místo. To také dokazuje současná situace s pandemií nového typu onemocnění covid-19, která od března 2020 zasáhla český i celosvětový trh. Crowdfunding se nejen nepřestal využívat, naopak jeho popularita se v některých oblastech zvýšila. Tato práce se zaměřovala na dosavadní využití crowdfundingu v České republice. Vzhledem k aktuálnímu vývoji crowdfundingu by bylo velmi zajímavé práci dále zpracovat a porovnat využívání crowdfundingu během a po pandemii s covid-19.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje

BOUKAL, Petr a kol., 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, 2013. 264 s. ISBN 978-80-247-4487-2.

CUMMING, Douglas J., JOHAN, Sofia A., 2019. *Crowdfunding: Fundamental Cases, Facts, and Insights*. San Diego: Academic Press, 2019. 506 s. ISBN: 978-0-12-814637-8.

KOTLER, Philip, 2001. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN: 80-2470016-6.

KRECHOVSKÁ, Michaela, HEJDUKOVÁ, Pavlína, HOMMEROVÁ, Dita, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. 208 s. ISBN 978-80-247-3075-2.

NĚMEC, Libor, ZAHŘÁNKOVÁ, Jana, 2019. *Finanční crowdfunding*. Praha: Wolters Kluwer, 2019. 116 s. ISBN 978-80-7552-980-0.

OUTLAW, Sally, 2013. *Cash from the Crowd: How to crowdfund your ideas and gain fans for your success*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. 200 s. ISBN 978-1613082607.

STEINBERG, Scott, DEMARIA, Rusel, 2012. *The crowdfunding Bible: How to raise money for any startups, video games, or project*. 2. vyd. New York: Lulu, 2012. 90 s. ISBN 978-1105726286.

VÍT, Petr, 2015. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, 2015. 160 s. ISBN 978-80-247-5477-2.

Internetové zdroje

Bankerat, 2020a. [online]. Praha: Bankerat. [cit. 6. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bankerat.cz/>

Bankerat, 2020b. [online]. Praha: Bankerat. [cit. 6. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bankerat.cz/pujcka/>

Bankerat, 2020c. [online]. Praha: Bankerat. [cit. 18. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bankerat.cz/seznam-aukci/>

BELLEFLAMME, Paul, LAMBERT, Thomas, SCHWIENBACHER, Armin, 2011. *Crowdfunding: tapping the right crowd*. [online], 2011. [cit. 22. 1. 2020]. Dostupné z: DOI: 10.2139/ssrn.1578175.

Bondster, 2020a. [online]. Praha: Bondster. [cit. 8. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz>

Bondster, 2020b. Praha: Bondster. [online]. [cit. 10. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz/caste-dotazy>

Bondster, 2020c. [online]. Praha: Bondster. [cit. 17. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz/o-investovani/zajisteni-a-likvidita>

- Bondster*, 2020d. [online]. Praha: Bondster. [cit. 18. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz/o-investovani/jak-to-funguje>
- Bondster*, 2020e. [online]. Praha: Bondster. [cit. 4. 5. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz/novinky/vsechny/predstavujeme-oddeleni-back-office-a-zakaznicke-podpory-bondster>
- Bondster*, 2020f. [online]. Praha: Bondster. [cit. 5. 5. 2020]. Dostupné z: <https://www.bondster.com/cz/statistika>
- CLARKSON, Natalie, 2015. [online]. Londýn: Virgin.com. *A brief history of crowdfunding*. [cit. 30. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.virgin.com/entrepreneur/brief-history-crowdfunding>
- Crowder*, 2018. [online]. *Crowdfunding v ČR*. [cit. 4. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/crowdfunding-v-cr/>
- CrowdfundingHub*, 2016. [online]. *Current State of Crowdfunding in Czech Republic 2016*. [cit. 23. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.crowdfundinghub.eu/current-state-crowdfunding-in-czech-republic/>
- Daruj správně*, 2020a. [online]. Praha: Daruj správně. [cit. 4. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.darujspravne.cz/>
- Daruj správně*, 2020b. [online]. Praha: Daruj správně. [cit. 26. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.darujspravne.cz/jak-to-funguje>
- Daruj správně*, 2020c. [online]. Praha: Daruj správně. [cit. 22. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.darujspravne.cz/provozni-podminky>
- European Banking Authority*, 2015. [online]. *Opinion of the European Banking Authority on lending-based crowdfunding*. [cit. 7. 2. 2020]. Dostupné z: <https://eba.europa.eu/sites/default/documents/files/documents/10180/983359/f6106173-dc94-4d22-ade8-d40fce724580/EBA-Op-2015-03%20%28EBA%20Opinion%20on%20lending%20based%20Crowdfunding%29.pdf>
- HitHit*, 2020a. [online]. Praha: HitHit. [cit. 4. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>
- HitHit*, 2020b. [online]. Praha: HitHit. [cit. 4. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/home>
- HitHit*, 2020c. [online]. Praha: HitHit. [cit. 5. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/terms>
- HitHit*, 2020d. [online]. Praha: HitHit. [cit. 16. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/search/mostSuccProjects/moneyPledged>
- HitHit*, 2020e. [online]. Praha: HitHit. [cit. 27. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/antivir>
- It slovník*, 2020. [online]. It-slovník. *Pojem FinTech*. [cit. 23. 1. 2020]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/fintech>
- JANÍČEK, Marcel, VARVAŘOVSKÝ, Petr, 2019. [online]. Roklen24. *Jednotná evropská regulace crowdfundingu na obzoru*. [cit. 18. 3. 2020]. Dostupné z: <https://roklen24.cz/a/Sn6ds/jednotna-evropska-regulace-crowdfundingu-na-obzoru>

- Kickstarter*, 2020. [online]. New York: Kickstarter. [cit. 24. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/projects/1294225970/kingdom-come-deliverance?ref=discovery&term=Kingdom%20Come%20deliverance>
- McGOWAN, Emma, 2018. [online]. *Crowdfunding vs. Crowdsourcing*. [cit. 13. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.startups.com/library/expert-advice/crowdfunding-vs-crowdsourcing>
- Nadační fond pomoci*, 2020a. [online]. Praha: Nadační fond pomoci. [cit. 10. 4. 2020]. <https://www.nfpomoci.cz/>
- Nadační fond pomoci*, 2020b. [online]. Praha: Nadační fond pomoci. [cit. 3. 5. 2020]. Dostupné z: <https://www.nfpomoci.cz/kdo-jsme>
- ONDRÁČKOVÁ, Kamila, ČERNÝ, Dalibor, 2015. [online]. FinExpert. *Crowdfunding: Alternativní způsob financování podnikatelů*. [cit. 26. 2. 2020]. Dostupné z: <https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-alternativni-zpusob-financovani-podnikateleu>
- Oxford Learner's Dictionaries*, 2020. [online]. Oxford: *Definition of crowdfunding*. [cit. 22. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/crowdfunding?q=crowdfunding>
- P2P Market Data*, 2020. [online]. P2P Lending Explained. *Business Models, Definitions and Statistics*. [cit. 26. 3. 2020]. Dostupné z: <https://p2pmarketdata.com/p2p-lending-explained/>
- SCHEJBAL, Lumír, 2016. [online]. Praha: e-pravo. *Je crowdfunding platební služba?* [cit. 18. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/je-crowdfunding-platebni-sluzba-102126.html>
- Slovník cizích slov*, 2020. [online]. *Pojem altruismus*. [cit. 7. 5. 2020]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/altruizmus-altruismus>
- Startovač*, 2020a. [online]. Praha: Startovač. [cit. 4. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/casto-kladene-dotazy/>
- Startovač*, 2020b. [online]. Praha: Startovač. [cit. 21. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/finished-pct/hall-of-fame/>
- Startovač*, 2020c. [online]. Praha: Startovač. [cit. 18. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/novinky/detail/6618/>
- Startupjobs*, 2020. [online]. Startupjobs. [cit. 27. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.startupjobs.cz/newsroom/zonky-innovation-awards?fbclid=IwAR1MQhgnoWnZHL4Zjqc-vC5v2Wp4eeD6qXm1erbnTQ0n75LsVKW6cPPkgRo>
- STASZKIEWICZ, Maria, ZUBÍČEK, Milan, 2014. [online]. *Crowdfunding Visegrad: A Study Visegrad group*. [cit. 22. 3. 2020]. Dostupné z: <http://www.visegradgroup.eu/crowdfunding-visegrad>
- Statista*, 2019a. [online]. Statista. [cit. 15.3. 2020]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/612857/central-eastern-europe-countries-alternative-finance-reward-based-crowdfunding-volume/>

- Statista*, 2019b. [online]. Statista. [cit. 17. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/412487/europe-alternative-finance-transactions-crowdfunding/>
- SymCredit*, 2020a. [online]. Praha: SymCredit. [cit. 6. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.symcredit.com/cs/>
- SymCredit*, 2020b. [online]. Praha: SymCredit. [cit. 6. 4. 2020]. Dostupné z: <https://www.symcredit.com/cs/pujcka-se-symcreditem/typy-pujcek/>
- SymCredit*, 2020c. [online]. Praha: SymCredit. [cit. 6. 5. 2020]. Dostupné z: <https://www.symcredit.com/cs/p2p-korona-certifikat>
- The Startups Team*, 2018. [online]. *A brief history of crowdfunding*. Dostupné z: <https://www.startups.com/library/expert-advice/history-of-crowdfunding>
- VLČKOVÁ, Zuzana, 2014. [online]. Praha: Český rozhlas Plus. *Crowdfunding – financování pomocí veřejné sbírky*. [cit. 30. 1. 2020]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/crowdfunding-financovani-pomoci-verejne-sbirky-7689528?print=1>
- ZHANG, Bryan a kol., 2018. [online]. University of Cambridge. *The 5th UK Alternative Finance Industry Report*. [cit. 28. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/5th-uk-alternative-finance-industry-report/>
- Zonky*, 2020a. [online]. Praha: Zonky. [cit. 4. 4. 2020]. Dostupné z: <https://zonky.cz/otazky-a-odpovedi>
- Zonky*, 2020b. [online]. Praha: Zonky. [cit. 12. 4. 2020]. Dostupné z: <https://zonky.cz/otazky-a-odpovedi-investor>
- Zotify*, 2020. [online]. Praha: Zotify. [cit. 21. 4. 2020]. Dostupné z: <https://zotify.cz/stats>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Rizika půjčkového crowdfundingu.....	15
Tabulka 2: Přehled crowdfundingových platforem v České republice	26
Tabulka 3: HitHit – kategorie projektů.....	30
Tabulka 4: Nejúspěšnější projekty CFP HitHit – seřazeno dle nejvyššího procenta vybraných peněz.....	34
Tabulka 5: Startovač – kategorie projektů.....	35
Tabulka 6: Nejúspěšnější projekty CFP Startovač – seřazeno dle nejvyššího procenta vybraných peněz.....	37
Tabulka 7: Porovnání platforem na bázi odměn – HitHit a Startovač	39
Tabulka 8: Typy půjček nabízené CFP SymCredit.....	44
Tabulka 9: Porovnání vybraných platforem na bázi půjčky.	51
Tabulka 10: Daruj správně – kategorie projektů.....	52
Tabulka 11: Úspěšnost portálu Nadační fond pomoci v letech 2015–2018	55
Tabulka 12: Porovnání vybraných platforem na bázi darování	56
Tabulka 13: SWOT analýza z pohledu autora projektu	57
Tabulka 14: SWOT analýza z pohledu přispěvatele	59

Seznam obrázků

Obrázek 1: Přehled rozdělení modelů crowdfundingu.....	19
Obrázek 2: Logo HitHit.....	35
Obrázek 3: Logo Startovač	38
Obrázek 4: Logo Zonky.....	43
Obrázek 5: Logo SymCredit	45
Obrázek 6: Ukázka seznamu aukcí přes CFP Bankerat	46
Obrázek 7: Logo Bankerat.....	47
Obrázek 8: Princip fungování investování přes CFP Bondster	48
Obrázek 9: Logo Bondster.....	50
Obrázek 10: Logo Daruj správně	54
Obrázek 11: Logo Nadační fond pomoci	55

Seznam grafů

Graf 1: Objem finančních prostředků v rámci odměnového crowdfundingu v roce 2017 ve střední a východní Evropě vyjádřen v milionech eur	20
Graf 2: Hodnoty transakcí crowdfundingu v Evropě (nezahrnující Velké Británii) v roce 2017, podle typu, vyjádřené v milionech eur.....	22
Graf 3: Hodnoty P2P půjček ve Velké Británii v letech 2015–2017 uvedené v milionech liber.....	23
Graf 4: Úspěšnost projektů – HitHit.....	31
Graf 5: Počet uskutečněných projektů přes CFP HitHit.....	32
Graf 6: Podíl úspěšnosti a neúspěšnosti projektu přes CFP HitHit uvedený v procentech, dle kategorie.....	33
Graf 7: Celkový počet úspěšných projektů.....	36
Graf 8: Počet úspěšných projektů porovnaných dle společných kategorií	40
Graf 9: Suma úspěšně zainvestovaných úvěrů uvedená v Kč.....	42
Graf 10: Počet aktivních investorů na CFP Zonky	42
Graf 11: Procentuální hodnoty půjček prostřednictvím CFP Zonky dle účelu.....	43
Graf 12: Počet aktivních investorů na CFP Bondster.....	49
Graf 13: Počet aktivních investorů – Zonky a Bondster	51

Seznam použitých symbolů a zkratk

CFP	Crowdfundingová platforma
ČNB	Česká národní banka
EBA	European Banking Authority (Evropský organ pro bankovníctví)
EUR, €	Euro
Kč	Korun českých
NNO	Nezisková nevládní organizace
p.a.	Per annum (úročení ročně)
P2P	Peer-to-peer (vztah půjčování lidé – lidem)
P2B	Peer-to-business (vztah půjčování lidé – obchodní společnosti)
RPSN	Roční procentní sazba nákladů na spotřebitelský účet
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Abstrakt

Krupicová, V. (2020). *Crowdfunding a jeho možnosti využití v České republice* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česká republika.

Klíčová slova: crowdfunding, crowdfundingová platforma, autor projektu, přispěvatel

Bakalářská práce s názvem *Crowdfunding a jeho možnosti využití v České republice* se zabývá problematikou alternativního způsobu financování. Cílem této práce je pomocí vybraných crowdfundingových platformů zhodnotit potenciál využívání crowdfundingu v České republice. Úvodní část práce obsahuje teoretické vymezení crowdfundingu a s ním souvisejících pojmů, výhody a nevýhody, rizika a regulace crowdfundingu. Závěr teoretické části popisuje typy crowdfundingu a jeho způsoby využití v České republice. Následující část se týká českých crowdfundingových platformů a jejich následného srovnání. Empirickou část ukončuje analýza SWOT zaměřená na odměnový crowdfunding. Poslední kapitola obsahuje zhodnocení potenciálu crowdfundingu v České republice.

Abstract

Krupicová, V. (2020). *Crowdfunding and Possibilities of Its Utilization in the Czech Republic* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics., Czech Republic.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platform, author of the project, backer

The bachelor thesis called *Crowdfunding and Possibilities of Its Utilization in the Czech Republic* deals with the issue of an alternative way of financing. The main objective of this work is to evaluate the potential of using crowdfunding in the Czech Republic using selected crowdfunding platforms. The introductory part of the thesis contains a theoretical definition of crowdfunding, related terms, advantages and disadvantages, risks and regulation of crowdfunding. The conclusion of the theoretical part describes types of crowdfunding and its uses in the Czech Republic. The following part of the thesis concerns the Czech crowdfunding platforms and their consequential comparison. The empirical part ends with SWOT analysis focused on reward-based crowdfunding. The last part of this thesis contains an evaluation of the potential of crowdfunding in the Czech Republic.