

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁZOV FAKULTY

Evidenčné číslo:

CROWDFUNDING AKO ALTERNATÍVNY
ZDROJ FINANCOVANIA PODNIKU

BAKALÁRSKA PRÁCA

2022

René Pivko

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁZOV FAKULTY

CROWDFUNDING AKO ALTERNATÍVNY ZDROJ
FINANCOVANIA PODNIKU

BAKALÁRSKA PRÁCA

Študijný program: Ekonomika a manažment podniku

Študijný odbor: Ekonomika a manažment podniku

Školiace pracovisko: Katedra podnikových financií

Vedúci záverečnej práce: Ing. Pavel Škriniar, PhD.

Čestné vyhlásenie

Vyhlasujem, že som celú bakalársku prácu vypracoval samostatne s použitím uvedenej odbornej literatúry.

Bratislava, 10. máj 2022

.....

vlastnoručný podpis

Pod'akovanie

Touto cestou by som veľmi rád pod'akoval môjmu školiťovi pánovi Ing. Pavlovi Škriniarovi, PhD. za jeho čas, odborné vedenie, ochotu pomôcť a cenné rady, ktorými mi pomohol pri vypracovaní bakalárskej práce.

ABSTRAKT

PIVKO, René: Crowdfunding ako alternatívny zdroj financovania podniku. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; – Vedúci záverečnej práce: Ing. Pavel Škriniar, PhD. – Bratislava: FPM EU, 2021, 48s.

Cieľom záverečnej práce je analýza možností financovania podniku cez crowdfundingové platformy vo vybraných krajinách a ich porovnanie so Slovenskom. V prvej časti sme upriamili svoju pozornosť na definovanie samotného pojmu crowdfunding a pojmov s ním spojených. V nasledujúcej časti sme sa zamerali na regulácie crowdfundingu v Anglicku, Nemecku, Francúzsku a Slovensku, kde sme sa zamerali hlavne na porovnanie európskych regulácií s reguláciami konkrétnych krajín. Tretia časť je prepojená s druhou, kde sme do hĺbky analyzovali trhy jednotlivých krajín. Pomocou grafov sme znázornili medziročné posuny finančných objemov získaných crowdfundingom v jednotlivých krajinách. V štvrtej a zároveň poslednej časti sme žiadali vybrané platformy daných krajín o pôžičku s cieľom porovnať medzi sebou zistené výsledky.

Kľúčové slová: crowdfunding, crowdfinancing, „peer to peer“ crowdfunding, alternatívne zdroje

ABSTRACT

PIVKO, René: Crowdfunding as alternative source of business financing. The University of Economics in Bratislava. The Faculty of Business Management, Supervisor: Ing. Pavel Škriniar, PhD. Bratislava: FPM EU, 2020, 48 pages

The aim of the bachelor thesis is to analyse the possibilities of financing a company through crowdfunding platforms in selected countries and their comparison with Slovakia. In the first part we focused our attention on the definition of the term crowdfunding itself and the concepts associated with it. In the following part we focused on crowdfunding regulations in England, Germany, France, and Slovakia, where we mainly focused on the comparison of European regulations with the regulations of specific countries. The third part is linked to the second part, where we analysed the individual markets of each country in depth. Using graphs, we have shown the year-on-year shifts in the amount of money raised through crowdfunding in each country. In the fourth and final part, we asked selected platforms of the countries in question for a loan in order to compare the results found between them.

Keywords: crowdfunding, crowdfinancing, “peer to peer” crowdfunding, alternative sources

OBSAH

ABSTRAKT	5
ABSTRACT.....	6
OBSAH.....	7
ÚVOD	9
1 Súčasný stav crowdfundingu na Slovensku a v zahraničí	10
1.1 Charakteristika crowdfundingu	10
1.1.1 Funkcia crowdfundingu	11
1.2 Modely crowdfundingu.....	11
1.2.1 Model založený na darcovskej báze	11
1.2.2 Model založený na odmeňovaní	12
1.2.3 Model predpredaja	12
1.2.4 Model podielu na zisku	13
1.2.5 Pôžičkový model.....	13
1.2.6 Model cenných papierov	14
1.3 História crowdfundingu	15
1.4 Rozdiely v pojmoch	15
1.4.1 Výhody crowdfundingu	15
1.4.2 Nevýhody crowdfundingu	16
1.5 Úspešnosť crowdfundingu	17
1.6 Vhodné projekty.....	17
1.7 Možnosti využitia crowdfundingu	17
2 Ciele a Metodika výskumu práce	19
2.1 Postup a metódy výskumu	19
2.2 Výskumné otázky.....	20
3 VÝSLEDKY výskumu práce	21
3.1 Regulácia v Európskej únii	21
3.1.1 Problémy s nastavením regulácií crowdfundingu.....	21
3.2 Regulácie vo Francúzsku	22
3.3 Regulácie v Nemecku	23
3.3.1 „Peer to peer“ pôžičky v Nemecku	23
3.4 Regulácie v Anglicku.....	24

3.4.1	„Peer to peer“ pôžičky v Anglicku	24
3.5	Regulácie na Slovensku	25
3.6	Prieskum trhu	25
3.6.1	Európsky trh.....	26
3.6.2	Dopad ochorenia COVID-19	27
3.6.3	Francúzsky trh.....	28
3.6.4	Anglický trh	30
3.6.5	Nemecký trh.....	33
3.6.6	Slovenský trh	35
3.7	Žiadosť o pôžičku	36
3.7.1	Komunikácia	37
3.7.2	Pôžička na Slovensku	37
3.7.3	Pôžička v Anglicku	38
3.7.4	Pôžička v Nemecku.....	39
3.7.5	Pôžička vo Francúzsku	40
3.7.6	Zhodnotenie pôžičiek.....	41
DISKUSIA.....		43
ZÁVER		45
ZOZNAM použitej literatúry		46

ÚVOD

Crowdfunding začína byť nie len v zahraničí, ale aj u nás často skloňované slovo v spojitosti s počiatočným zdrojom financovania podniku. Tam, kde doposiaľ nepoznaným inováciám alebo startupom nepomôže pôžička alebo bankový úver, môže priniesť osob crowdfunding. Množstvu ľudí sa môže zapáčiť práve Váš inovatívny nápad a budú doň chcieť investovať svoje peniaze.

Crowdfunding sa stáva čoraz používanjšou metódou financovania podniku či už u nás alebo v zahraničí. Táto forma financovania je veľmi výhodná pre podniky s inovatívnym nápadom, ktoré však nemajú dostatočný kapitál na uskutočnenie tohto nápadu. Na svete sa však môže nájsť množstvo ľudí, ktorí by tento nápad mohli oceniť a finančne podporiť. Existuje viacero spôsobov, ktorými sa dá crowdfundingom podporiť projekt.

Či už sa jedná o príspevok, z ktorého neočakávame žiadnu návratnosť, ale chceme daný projekt podporiť, alebo poskytnúť možnosť vziať si crowdfundingovú pôžičku. Každou z týchto investícií však vieme zmeniť to, akým tempom sa daný projekt bude vyvíjať, a či vôbec dosiahne úspešného konca. A ako je známe, nevídané inovácie sú to, čo nás stále posúva vpred. Nie zriedka sa stáva, že sa prelomové projekty nepodporia, neužrú svetlo sveta a nebude možné z nich ďalej vyvíjať na väčšie a väčšie vynálezy, ktoré už môžu do značnej miery ovplyvniť aj fungovanie nás, ktorí danú problematiku nevnímame. Nie len z tohto dôvodu je prínosné zvýšiť povedomie o crowdfundingu u širšej verejnosti a dať možnosť aj menším projektom, aby sa presadili. Je to doslova záujmom nás všetkých.

V našej bakalárskej práci sa budeme venovať reguláciám crowdfundingu, ktoré existujú v nami vybraných krajinách, ktorými sú Anglicko, Francúzsko, Nemecko a Slovensko. Pozornosť bude upriamená na komparáciu jednotlivých krajín so Slovenskom. Porovnávať budeme taktiež crowdfundingové trhy týchto krajín. Záverom bude žiadanie o pôžičku v crowdfundingových platformách jednotlivých krajín.

1 SÚČASNÝ STAV CROWDFUNDINGU NA SLOVENSKU A V ZAHRANIČÍ

Crowdfunding je relatívne nový spôsob financovania podniku, ktorý nie je ľuďom na Slovensku a často ani v zahraničí veľmi známy. Je to však vynikajúca možnosť ľudí s nadbytočnými zdrojmi pomôcť tým, ktorí tieto zdroje nemajú, no potrebujú.

Nedá sa poprieť, že crowdfunding reprezentuje radikálnu zmenu v tom, ako sú technológie, produkty a podnikatelia ohodnocovaní. Donedávna ťažovalo opasky relatívne malé množstvo veľmi bohatých jednotlivcov kreatívnemu svetu, čo môže do určitej miery zmeniť práve crowdfunding.

1.1 Charakteristika crowdfundingu

V crowdfundingu ide zjednodušene o kolektívne investovanie prevzaté z anglických slov crowd – dav a funding – financovanie. Touto formou sa kolektívne financujú podnikateľské zábery alebo projekty, ktoré sú obvykle financované cez internet. Funguje to na dobrovoľnej báze, kedy sa podporovatelia poskladajú začínajúcemu podnikateľovi na jeho nápad na biznis na základe dobrovoľnej zbierky. Vzhľadom na to, že banky často nie sú ochotné podporiť netradičný biznis, je crowdfunding ideálnejšia alternatíva ako presadiť dobrú myšlienku.

„V roku 2012 definovali Collins a Pierrakis crowdfunding ako „možnosť podnikateľov zafinancovať svoj projekt alebo podnik malými príspevkami od veľkého množstva ľudí podieľajúcich sa na prispievaní.“¹

Podporovatelia málokedy prispievajú vo väčších čiastkach, záleží samozrejme aj od cieľa, ktorý je na zbierke stanovený. Sú projekty, ktoré sú podporované desiatkami či stovkami eur, no existujú aj také, ktoré chcú byť financované v tisíckach eur.

Ľudia, ktorí tieto projekty podporujú nezvyknú očakávať nejakú veľkú návratnosť kapitálu, skôr by chceli podporiť projekt, ktorý im príde užitočný, alebo ich nadchol. Pri crowdfundingu sa medze veľmi nekladú. Nemusí nutne ísť len o podnikateľský plán,

¹ MCPHEE, Chris. *Editorial* [elektronický zdroj]. In *Technology Innovation Management Review*. Carleton University : Talent First Network, March 2016, volume 6, issue 3. 46 s. [11.01.2022]. ISSN 1927-0321. Dostupné na: https://www.timreview.ca/sites/default/files/Issue_PDF/TIMReview_March2016.pdf#page=31

môže ísť aj o financovanie komiksov, natáčanie filmov, vydanie hudobného albumu či cestovania.

1.1.1 Funkcia crowdfundingu

Proces crowdfundingu začína tým, že sa projekt zverejní na portáloch na to určených, kde si ľudia majú možnosť daný projekt pozrieť a ak ich zaujme a sú ochotní, môžu doň aj zainvestovať. V projekte je potrebné stanovenie sumy, ktorá je cieľovou hodnotou. Na vyplatenie dosiahnutej sumy si autor projektu môže vybrať crowdfundingové portály ponúkajúce dve základné metódy vyplatenia nazhromaždených peňazí.

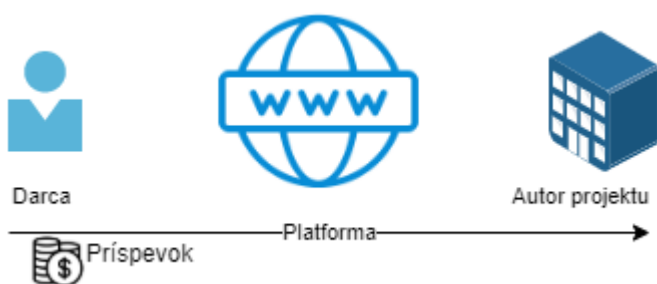
Prvou metódou je takzvaná „Všetko alebo nič“ (z anglického all or nothing). Tu musí kampaň nazbierať počas stanoveného času stanovenú sumu. Tento cieľ musí byť stanovený reálne, pretože ak sa daná suma vyzbierať nestihne, peniaze sa vrátia prispievateľom. Takýto model využíva napríklad portál Kickstarter.

Druhou metódou je „Nechaj si všetko“ (z anglického keep it all), kde si autori zvyknú stanovovať cieľovú sumu, nie je to však potrebné a peniaze sa zbierajú až kým kampaň nie je ukončená. Následne mu je nazbieraná suma vyplatená.

1.2 Modely crowdfundingu

1.2.1 Model založený na darcovskej báze

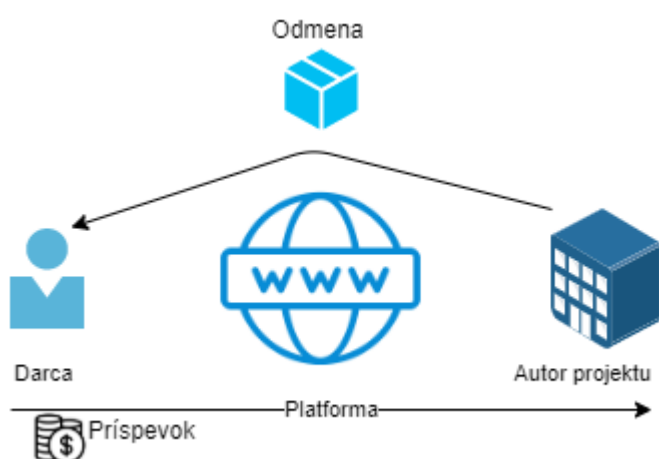
Model vytvorený na financovanie sociálnych a charitatívnych projektov, na ktorý môžu odmenou za tento príspevok je dobrý pocit z prispetia na prospešnú vec. Tento model crowdfundingu je vo svete jeden z najviac používaných aj keď väčšinou ide o finančne menšie projekty. Existuje tu však jedno riziko a tým je, že sa môžu vyzbierané financie použiť na inú činnosť ako boli uvedené. S týmto rizikom sa však stretávajú všetky modely crowdfundingu, no čím viac ľudí je do kampane zapojených, tým je menšie riziko, že vlastník kampane použije peniaze na iný účel.



Obrázok 1 Znáozornenie modelu založenom na darcovskej báze. (Zdroj: Vlastné spracovanie)

1.2.2 Model založený na odmeňovaní

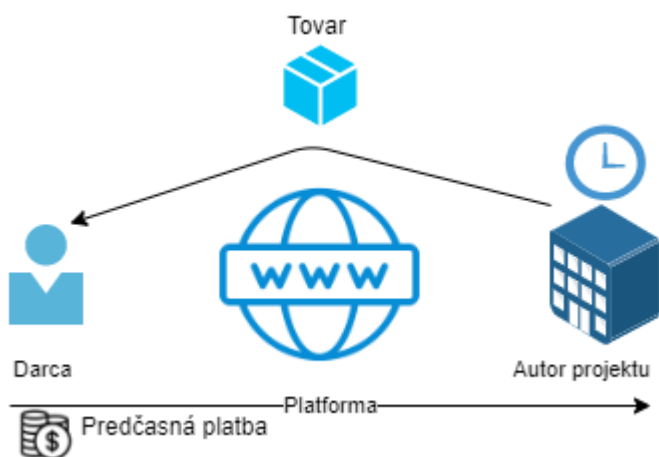
V tomto type modelu dostane prispievateľ za svoje poskytnuté finančné prostriedky na výmenu nejaký tovar alebo služby. Typickými príkladmi pre tento model sú napríklad hudobné nosiče, komiksy alebo knihy. Ako pridanú hodnotu zvyknú vlastníci projektov posielat' aj podpísané CD tým, ktorí prispeli väčšou čiastkou.



Obrázok 2 Znáozornenie modelu zloženého na odmeňovaní (Zdroj: Vlastné spracovanie)

1.2.3 Model predpredaja

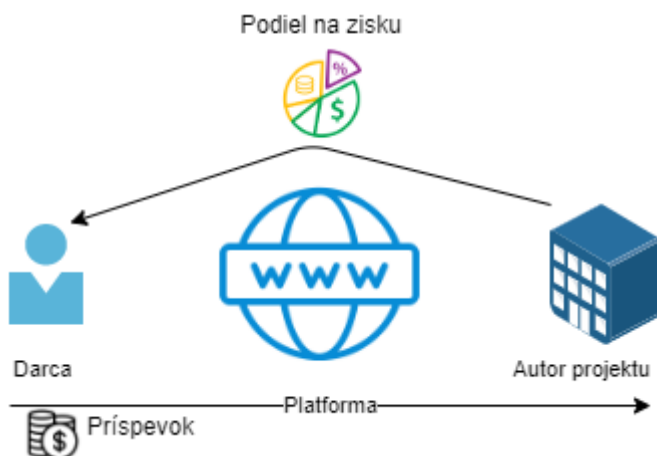
Tento model funguje na princípe vyzbierania finančných prostriedkov na zrealizovanie daného projektu a na náklady na výrobu. Po vyrobení sa tieto výrobky zasielajú prispievateľom, ktorí do tohto produktu investovali, vopred si ho objednali.



Obrázok 3 Znáozornenie modelu predpredaja. (Zdroj: Vlastné spracovanie)

1.2.4 Model podielu na zisku

Tento model funguje na princípe investície, kedy sa vlastník projektu delí o svoj zisk z daného projektu alebo z honorárov a autorských odmien priamo s prispievateľmi, ktorí však žiadnym spôsobom neovplyvňujú to, akým smerom sa projekt bude uberať ani nič, čo sa projektu týka.

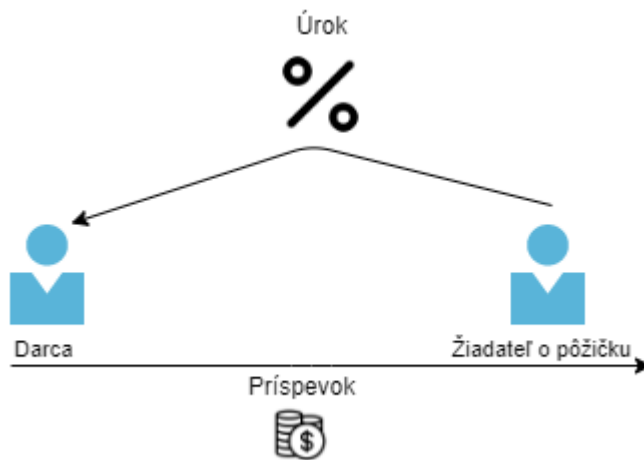


Obrázok 4 Znáozornenie modelu podielu na zisku (Zdroj: vlastné spracovanie)

1.2.5 Pôžičkový model

Priame pôžičky (tzv. „peer-to-peer“ pôžičky) sú modelom financovania crowdfundingom, kde sa vlastníci projektu stávajú dlžníkmi a prispievatelia veriteľmi.

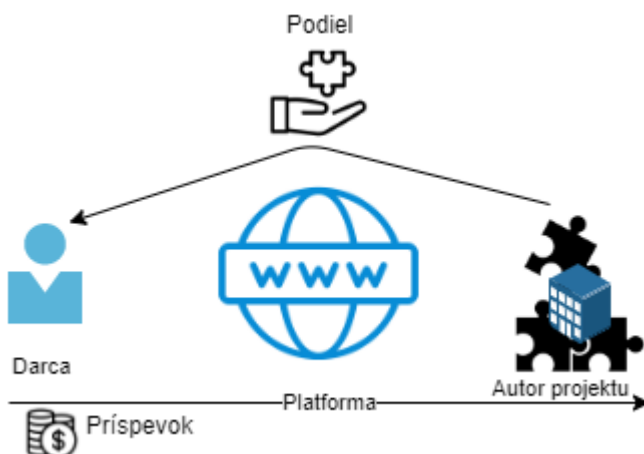
Dlžníkmi môžu byť podniky alebo súkromné osoby a ich projekty sa pohybujú od sociálnych projektov k podnikaniu.



Obrázok 5 Známenie pôžičkového modelu (Zdroj: Vlastné spracovanie)

1.2.6 Model cenných papierov

Crowdfunding môže mať aj podobu akcií a dlhopisov, avšak tento model sa rozvíja najpomalšie vzhľadom na to, že v tomto modeli existuje najviac bariér. Medzi najväčšie patrí to, že sa dané podniky budú musieť vzdať značnej časti kapitálu, prispievatelia môžu stratiť všetky svoje peniaze, je tu veľké množstvo regulačných obmedzení a musí sa spravovať veľký počet akcionárov.



Obrázok 6 Známenie modelu cenných papierov (Zdroj: vlastné spracovanie)

1.3 História crowdfundingu

„Pôvod tohto typu financovania môžeme nájsť už v 18. storočí v Nemecku. Vydavatelia kníh často vyzbierali peniaze na jej vydanie vopred od predplatiteľov, ktorým potom vytlačení knihu dodali. Modernejšiu formu crowdfundingu použil v polovici 19. storočia aj francúzsky filozof August Comte, keď sa obrátil na podporu verejnosti pri vydaní svojej novej knihy. Aj Sochu slobody v New Yorku postavili na základe výzvy v novinách a prispelo na ňu 160-tisíc prispievateľov. V podstate aj družstevné zbierky boli istá forma crowdfundingu. Moderná forma crowdfundingu na internete sa začala rozvíjať na konci 90. rokov minulého storočia najmä v umeleckej komunite. Britská rocková skupina Marillion vyzbierala cez internet na svoju koncertnú šnúru v roku 1997 až 60-tisíc dolárov. Po jej úspechu si cez tento model financovali režiséri svoje filmy, ale aj IT firmy vývoj nového softvéru“²

1.4 Rozdiely v pojmoch

Pojem crowdfunding je síce najznámejší a najviac používaný, existujú však aj iné pojmy odvodené priamo od základu tohto slova, ktoré však majú iný cieľ:

Crowdsourcing – V tomto procese ide o to, rozdeliť prácu medzi viacerých pracovníkov, ktorí sa vyznajú v rôznych odvetviach.

Crowdfunding – Funguje na princípe modelu cenných papierov, kedy získavajú podporovatelia podiely na akciách za podporu začínajúcej firmy.

1.4.1 Výhody crowdfundingu

1. Kontrola nad všetkým, vrátane nákladov, dodania, vízie, riadenia, marketingu a interakcie so zákazníkmi.

2. Vlastníctvo majetku: Projekty a podniky ostávajú 100 % vo vlastníctve majiteľa.

3. Možnosť získať zákazníkov, prípadne budúcich zákazníkov pre svoj produkt alebo službu a taktiež angažovaných fanúšikov, ktorí budú šíriť dobré meno produktu.

² SLOVAK BUSINESS AGENCY. *Ako na crowdfunding* [elektronický zdroj]. *Ako na crowdfunding*. 70 s. [05.03.2022]. Dostupné na: <http://podnikaj.online/e-booky/ako-na-crowdfunding/>

4. Možnosť získania zdrojov financovania podniku bez zadlženia sa a budúcich záväzkov.

5. Vďaka kampani zakladateľ projektu zistí, či pre jeho produkt alebo službu existuje trh a či by ľudia mali o danú vec záujem.

6. Úspešná kampaň slúži na danej platforme ako reklamný baner, pretože množstvo ľudí navštevujúcich túto stránku bude vidieť, že sa daný projekt vydaril. Tým pádom slúži kampaň na portáli aj na marketingové či reklamné účely.

7. Možnosť založenia silnej „funbase“ na základe úspešnej zbierky na rôznych sociálnych sieťach.

8. Získanie angažovaných ľudí schopných pomôcť, alebo poskytnúť spätnú väzbu pri úprave projektu alebo vytvorení nového projektu v budúcnosti.

1.4.2 Nevýhody crowdfundingu

1. Kontrola Vytvorenie crowdfundingovej kampane je veľmi zložitá

2. Oslovovanie konečných spotrebiteľov, nie profesionálnych investorov, čo je úplne iné a oveľa viac diverzifikované publikum, čo vyžaduje marketingové znalosti, znalosti sociálnych sietí a techniky sociálneho marketingu.

3. Nápady a inovácie sú dostupné pre verejnosť, čiže sa nedá ich nijakým spôsobom ukryť a konkurencia ich môže zneužiť.

4. Úspech týchto kampaní je podmienený marketingom na sociálnych sieťach a stálym propagovaním seba a svojej kampane. Hanbliví ľudia a ľudia s jemným sa buď budú musieť prekonať, alebo nájsť si niekoho iného aby sa stal hlasom kampane.

5. Ak bude daná kampaň úspešná, no vyhlasovateľ nesplní očakávaný výsledok, stráca pozitívnu reputáciu a dôveryhodnosť.

6. Získavanie záujmu vyžaduje veľkú dávku kreativity a znamená to neustále vyhľadávanie nových spôsobov promovania a zverejňovania kampane.

7. Je potrebné počítať so zlyhaním a mať aj záložný plán.

8. Veľká časť konkurencie sa môže a bude pokúšať získať rovnakých prispievateľov. A tým ako sa povedomie o crowdfundingu neustále zväčšuje, bude čím ďalej, tým náročnejšie daných prispievateľov získať.

1.5 Úspešnosť crowdfundingu

Crowdfunding je čoraz úspešnejší po celom svete a to hovoria aj čísla. V roku bolo celosvetovo vyzbieraných približne 34 miliárd eur. Napríklad zo štatistík portálu Kickstarter vyplýva, že počet podporených projektov a zhromaždených financií stále stúpa. Tento portál doposiaľ podporil 138–tisíc projektov a ľudia na nich prispeli sumou takmer 3,4 miliardy dolárov. V priemere dosahujú úspešné projekty sumu okolo 10-tisíc dolárov. Na platforme Kickstarter sa do najúspešnejších kampaní zapája niekoľko desiatok tisíc ľudí. Najúspešnejšie projekty vedia prekonávať cieľovú sumu o tisíce percent.

1.6 Vhodné projekty

Podľa slov odborníkov nie je vhodné financovať všetky projekty pomocou crowdfundingu. *„Napríklad na veľké softvérové či IT projekty sú vhodnejší anjelskí investori s veľkým kapitálom než drobní prispievatelia. Ľudia radšej prispievajú na niečo konkrétne, ako je nový hudobný album, film či konkrétny produkt a nie na nehmotnú ideu, hoci má potenciál stať sa biznisom.“*³

Vhodné projekty sú tie, ktoré vedia zaujať, sú výnimočné, inovatívne a majú potenciál zaujať širšiu verejnosť. Produkt, na ktorý má byť hlavnou časťou kampane má byť už z nejakej časti vyvinutý, alebo by mal existovať jeho prototyp.

Crowdfunding nie je pre všetky projekty, alebo pre projekty každej veľkosti. Mal by s úspechom crowdfundingu vydavateľ o veľkosti Activision zrazu povedať, poďme urobiť ďalší Call of Duty na Kickstarteri, alebo ponúknuť super dlhý predpredaj? Nepravdepodobne. Nakoniec sú malé tímy a projekty zmysluplnejšie pre tento formát.

1.7 Možnosti využitia crowdfundingu

Ešte predtým, než bude kampaň uverejnená je potrebné uskutočniť nejaké rozhodnutia a to ako sa rozhodneme môže značne ovplyvniť to, ako sa našej kampani bude v širšej verejnosti dariť. Pri nadobúdaní kapitálu prostredníctvom verejnosti existujú dva spôsoby: Použiť existujúcu crowdfundingovú platformu, alebo vytvoriť vlastnú platformu pre vytvorenie unikátnej kampane postavenej na špeciálnych ponukách.

³ SLOVAK BUSINESS AGENCY. *Ako na crowdfunding* [elektronický zdroj]. *Ako na crowdfunding*. 70 s. [05.03.2022]. Dostupné na: <http://podnikaj.online/e-booky/ako-na-crowdfunding/>

Pri použití prvej možnosti, ktorou je použitie existujúcej platformy, existuje na výber množstvo rôznych portálov ako Kickstarter, Indiegogo, Spacehive, Crowdcube a množstvo ďalších. Druhou možnosťou, ktorá je však o mnoho náročnejšia, je vytvorenie vlastnej webovej stránky, ktorá síce bude stáť veľa úsilia, ktoré však môže padnúť na úrodnú pôdu vytvorením jedinečného užívateľského prostredia s množstvom unikátnych ponúk. A práve tieto rozdiely a jedinečnosť môžu byť práve tým, čo príjme ľudí, aby investovali práve do Vášho projektu. Možnosť vytvorenia vlastného webu vyžaduje, aby ste mali užívateľsky prívetivé, prístupné a stabilné riešenie na presadzovanie a spracovanie záväzkov, ako aj schopnosť zapojiť, motivovať a udržať si pozornosť početnej fanúšikovskej základne, ktorá verí vo vašu značku, spoločnosť alebo projekt.

2 CIELE A METODIKA VÝSKUMU PRÁCE

V druhej kapitole uvedieme cieľ práce a budeme sa venovať jednotlivým výskumným otázkam. Taktiež sa budeme venovať komparácii crowdfundingových pôžičiek z vybraných krajín.

2.1 Postup a metódy výskumu

V bakalárskej práci sme sa zamerali na porovnávanie týchto štyroch krajín: Anglicko, Nemecko, Francúzsko a Slovensko. Krajiny sme zvolili z dôvodu ich ekonomickej vyspelosti. Slovenskú republiku sme chceli s danými krajinami porovnávať, pretože je to naša rodná krajina a je v danej oblasti málo rozvinutá. Dáta potrebné na náš výskum sme čerpali zo smerníc Európskej únie a smerníc vyššie uvedených krajín. Ako prvé sme upriamili pozornosť na Slovenskú republiku, ktorú sme následne porovnávali s ostatnými krajinami. Po porovnaní regulácií sme sa zamerali na prieskum európskeho trhu, kde sme porovnávali jednotlivé krajiny s údajmi z prieskumu Európy. Zamerali sme sa aj na medziročné nárasty a poklesy financií investovaných do crowdfundingových platforiem v Európe a nami vybraných krajinách. Zisťovali sme aj aktuálnu situáciu v každom zo zvolených trhov a ich budúci potenciál. Vzhľadom na aktuálnu situáciu sme rozobrali aj zmenu situácie na trhu spôsobenú ochorením COVID-19. Ďalším krokom bolo žiadanie o takzvanú „peer to peer“ pôžičku. Táto pôžička je nebanková forma získania kapitálu z crowdfundingových platforiem. Túto pôžičku môžeme na trhu charakterizovať ako niečo nové, s čím sme sa doposiaľ nestretli, pretože subjektami sú fyzické alebo právnické osoby, ktoré však nepôsobia v sfére bankovníctva. Preto je tento typ pôžičky nazývaný „ľudia ľuďom“. Táto forma sa stala dostupnejšou alternatívou pre ľudí, ktorí už sú dlžníkmi v klasických bankách. Avšak aj tento typ pôžičky zahŕňa určité nepriaznivé podmienky ako napríklad neschopnosť dlžníka uzatvoriť poistenie v prípade krachu.

Cieľom záverečnej práce je analýza možností financovania podniku cez crowdfundingové platformy vo vybraných krajinách a ich porovnanie so Slovenskom. Pre splnenie cieľa bolo potrebné zistiť všetky právne regulácie v nami zvolených krajinách. Na dosiahnutie cieľa som si stanovil jednotlivé výskumné otázky.

Pri vyhodnotení a spracovaní nášho výskumu sme použili metódy komparácie a analýzy.

2.2 Výskumné otázky

Naše výskumné otázky sú založené na základe analýzy regulácií a trhov jednotlivých krajín. Odpovede na tieto otázky boli podmienené výskumom daných trhov a regulácií.

Výskumná otázka č. 1: Aké regulácie crowdfundingu existujú v nami vybraných krajinách?

Výskumná otázka č. 2: Ktorý z nami vybraných trhov je najvyspelejší a ktorý má najväčší potenciál?

Výskumná otázka č. 3: Je možné financovať podnik prostredníctvom crowdfundingových platforiem v nami vybraných krajinách?

3 VÝSLEDKY VÝSKUMU PRÁCE

Do výsledkov práce sú zahrnuté prieskumy legislatívy, prieskum platforiem zameraných na poskytovanie kapitálu a prieskum trhu platforiem poskytujúcich kapitál na Slovensku, Nemecku, Anglicku a Francúzsku.

3.1 Regulácia v Európskej únii

Regulácia podielového crowdfundingu je predovšetkým determinovaná regulačným rámcom smernice MiFID (MiFID 2), ktorý reguluje poskytovanie investičných služieb vo vzťahu k špecifickým nástrojom. Aj keď existuje množstvo platforiem, ktoré operujú ako investičné spoločnosti s povolením podľa smernice MiFID, existuje množstvo takých, ktoré nenachádzajú svoje modely v hraniciach tejto smernice, no poskytujú svoje služby vo vzťahu k finančným nástrojom neregulovaným touto smernicou. Napríklad Veľká Británia uplatňuje vo svojich reguláciách režim MiFID na svoje platformy podielového crowdfundingu, zatiaľ čo Francúzsko pracuje s výnimkou podľa článku 3 danej smernice. Z tohto dôvodu majú francúzske platformy menej prekážok pri vstupe na trh, no nebudú mať možnosť využiť vo svoj prospech pravidlo jedného pasu (single passport), ktoré dovoľuje zakladať pobočky v iných krajinách EEA – Európskeho hospodárskeho priestoru.

Čo sa týka analýzy regulácie crowdfundingu, je potrebné uvažovať okrem regulácie samotných platforiem aj nad režimom verejnej ponuky cenných papierov. Pre crowdfunding sú relevantnejšie ich hodnoty od stoviek tisíc eur až po 1 až 2 milióny eur na kampaň. Hodnoty verejných ponúk cenných papierov, pri ktorých sa vyžaduje prospekt v zmysle národných regulácií, sa pohybujú v rozpätí od 100 tisíc do 5 miliónov EUR v priebehu 12 mesiacov, čo naznačuje, že členské štáty vidia nedostatok financovania na rôznych úrovniach. Bez ohľadu na prospekt musí väčšina členských štátov, ktoré majú vlastnú reguláciu crowdfundingu požadovať platformy o zverejnenie informácií o investíciách, obzvlášť tých, ktoré sú rozhodujúce, aby sa znižovala informačná asymetria. Dané informácie musia byť zrozumiteľné najmä pre investorov.

3.1.1 Problémy s nastavením regulácií crowdfundingu

1. Nedisponujeme právnou istotou, pretože je založená na nejasných reguláciách a nejasných uplatneniach regulácií na crowdinvesting.

2. Regulácia je neprimeraná, čiže buď je crowdfunding regulovaný málo, alebo až príliš.

3. Vzhľadom na to, že niektoré z modelov nepatria do rámca MiFID smernice, väčšinou chýba dohľad regulátora. Vďaka dohľadu je bránené zneužitie a chránení spotrebiteľia, ktorí tak môžu mať vybudovanú väčšiu dôveru.

4. V EÚ chýba harmonizácia a preto dochádza k divergencii trhov. Štáty ako napríklad Taliansko prijali a novelizovali svoj zákon, no niektoré ešte zvažujú, či budú crowdfunding regulovať.

3.2 Regulácie vo Francúzsku

Kvôli zjednodušeniu a zabezpečeniu života firiem nemal crowdfunding pred návrhom zákona (4. septembra 2013) žiadny vlastný právny rámec, museli sme preto odkazovať na aplikované pravidlá dočasných zmien a záväzkov. Pred podnikateľským publikom (29. apríla 2013) francúzsky prezident prehlásil právny rámec založenia bezpečného prostredia pre rozvoj crowdfundingu. Tieto modely zažívajú rapidný rozvoj vo všetkých krajinách. Napríklad Google investoval 125 miliónov dolárov do prvej úverovej platformy medzi jednotlivcami v Spojených štátoch. Toto je dôvod, prečo chce francúzska vláda vykresliť crowdfunding ako organizovanú a regulovanú aktivitu. 30. september 2013 je dôležitým dátumom pre vývoj právneho rámca crowdfundingu.

Hlavnými opatreniami, ktoré boli použité sú:

- Používateľ nesmie jednotlivo poskytovať viac než 250 eur aj keď by žiaden projekt nemal presahovať finančnú zbierku 300 000 eur, iba pokiaľ ide o pôžičky.
- Podľa zákona o zjednodušení života podnikov, vláda v prvom trimestri 2014 prijme nariadenie, v ktorom sa ustanoví status poradcu pre kapitálové investície. Tento stav, bude po uchádzačoch crowdfundingových platforiem žiadať nižšiu úroveň financovania, ako je úroveň požadovaná pre kapitál bežných finančných inštitúcií.
- Zmení sa aj regulácia bankových monopolov, pretože umožní pôžičky medzi jednotlivcami s obmedzenou výškou do 250 eur pre veriteľa a celkovo 300 000 eur pre dlžníka.
- Vláda rozlišuje medzi darmi a investíciami. Prvé povolenia zúčastniť sa financovania projektu bez toho, aby ste sa stali investorom nie sú ovplyvňované zákonom. Nevýhodou však je, že teraz budú online pôžičky pod dohľadom.

3.3 Regulácie v Nemecku

Nemecko nemá žiadne špecifické opatrenie alebo reguláciu crowdfundingu. Požiadavky na povolenie preto môžu plynúť iba zo všeobecných právnych predpisov finančného sektora, najmä regulácií upravujúcich úverové inštitúcie a spoločností poskytujúcich investičné služby. Sprostredkovanie darčovstva a crowdfunding založený na odmene nepredstavuje činnosť, ktorá môže spadať do režimov opatrného bankovníctva a regulácií kapitálových trhov, pokiaľ sa platformy vyhýbajú zbieraniu peňažných prostriedkov od prispievateľov vopred. Avšak prípad crowdlendingu a crowdinvestingu je menej priamy a väčšinou závisí od business modelu danej platformy, kde sa dostávame k licenčným požiadavkám a uplatneniu obstarania a odňatia licencií, čo je režim predpísaný pre úverové inštitúcie a investičné spoločnosti.

3.3.1 „Peer to peer“ pôžičky v Nemecku

To či platformy vyžadujú autorizáciu podľa zákona o bankách, závisí od kvalifikácie ich činnosti ako bankového podniku alebo finančnej služby.

Na začiatku bol veľkorysý súhlas, že primárna ekonomická funkcia platforiem, sprostredkovateľský úver, nepredstavuje bankové podnikanie v medziach zákona, konkrétne pretože jednoduché pôžičky nepredstavujú finančné nástroje a aktivita platforiem sa teda nepočíta k investičnému sprostredkovaniu. Avšak pri výkone tejto funkcie môžu konkrétne prechodné kroky predstavovať bankové podnikanie, čo by mohlo spustiť požiadavku na povolenie.

Ak by platformy vyzbierali peňažné príspevky od crowdlenderov pred poskytnutím týchto peňazí osobám žiadajúcim o pôžičku, mohli by naplniť zákonné prvky obchodu s vkladmi. Ale aj keby registrovaní užívatelia platformy poskytovali „verejné prostriedky“, ako to zákon vyžaduje, platformy sa nemôžu vyhnúť regulácii obozretného bankovníctva tým, že nebudú ponúkať priamo účty veriteľov, ale zbierať prostriedky z úspešných kampaní a iba po dosiahnutí minimálnej úrovne ich čo najrýchlejšie poskytnúť dlžníkom. Lepším spôsobom, ktorý je pre platformy ešte bezpečnejší, je vyberať a posilať príspevky prostredníctvom banky, aby sa zabránilo prijatiu prostriedkov od veriteľov.

Výzvy, ktorým platformy čelia, keď sa chcú vyhnúť tomu, aby sa ich činnosti rovnali „kreditu podnikania“ („Kreditgeschäft“) (As defined in KWG, § 1 para. 2 No. 2) sú oveľa skľučujúcejšie. Pokiaľ teda nebudú vydávať platformy samotné pôžičky, svojím správaním

neporušujú požiadavku na predbežnú autorizáciu, no môžu byť zodpovední za pomoc a podnecovanie iných pri takomto porušení bankového monopolu a preto by dohliadajúce orgány mohli zakázať ich činnosť.

3.4 Regulácie v Anglicku

Na svete ani v Európe sa nenachádza veľa štátov, ktoré by regulovali crowdfunding, no Anglicko patrí práve k výnimkám. Kapitálové financovanie – crowdfunding však bolo regulované v Spojenom kráľovstve zákonom o finančných službách a trhoch (Financial Services and Markets Act) v roku 2000, ešte pred vznikom samotného pojmu crowdfunding.

Všetky transakcie spojené s investovaním musia byť autorizované regulačným orgánom – vtedy Úrad pre finančné služby (Financial Services Authority).

V marci 2014 predstavil úrad pre finančné služby nové pravidlá pre regulovanie crowdfundingu. Ich cieľom je uľahčiť rozvoj odvetvia s cieľom:

- Prilákať investorov aj veriteľov.
- Ochraňovať spotrebiteľov tým, že zaistia transparentnosť a dostupnosť informácií
- Zlepšením stavu finančného systému Spojeného kráľovstva
- Podporou pozitívnej hospodárskej súťaže v tomto sektore

3.4.1 „Peer to peer“ pôžičky v Anglicku

Pri tomto type crowdfundingu existujú celkom striktné právne usmernenia, ktoré platia už niekoľko rokov v Spojenom Kráľovstve aby ochraňovali dlžníkov aj veriteľov. Tento typ crowdfundingu zahŕňa tieto pravidlá:

Všetky informácie o platforme musia byť presne a jasne odprezentované všetkým investorom.

- Všetka komunikácia a marketingové materiály musia byť férové a nesmú byť zavádzajúce, inak ich môže Úrad pre finančné správanie (FCA - Financial Conduct Authority) zakázať.
- Peniaze veriteľa sú nezávislé od samotnej platformy, teda ak platforma trpí finančnými problémami, peňazí veriteľa sa to netýka a zostávajú v bezpečí.
- Musia byť zaistené garancie v prípade, že by platforma prestala fungovať, veriteľ je stále povinný pokračovať v platbe pôžičky.

- Ak neexistuje žiaden druhý trh pre pôžičku, investor môže pôžičku zrušiť do 14-ich dní bez udania dôvodu.
- Investori majú prístup k službám finančného ombudsmana v prípade pripomienok.
- Všetky varovania týkajúce sa rizika by mali byť zreteľne uvedené.
- Zaopatrovacie požiadavky £50,000 alebo určité percento požičanej čiastky uložené na crowdfundingovej platforme, ktoré musia byť ohraničené.
- Ak platformy porovnávajú úrokové sadzby so sadzbami štandardných sporiacich účtov, musí to byť jasné a nezavádzajúce.
- Crowdfunding ostáva mimo systému kompenzácie finančných služieb. (Financial services compensation scheme)

3.5 Regulácie na Slovensku

Na území Slovenska neexistuje žiadna smernica ani legislatíva týkajúca sa crowdfundingu, čo znamená, že sa riadi iba obchodným zákonníkom. Ani „peer-to-peer“ pôžičky na Slovensku, v zmysle dohľadu nezávislého regulátora, regulované nie sú. Z právneho hľadiska zmluvy o pôžičke medzi dvoma fyzickými osobami riadia ustanovenia § 657 a nasl. Občianskeho zákonníka. Nevzťahuje sa na ne ani Fond ochrany vkladov, ako pri bankách, ani Garančný fond, ako pri obchodníkoch s cennými papiermi.

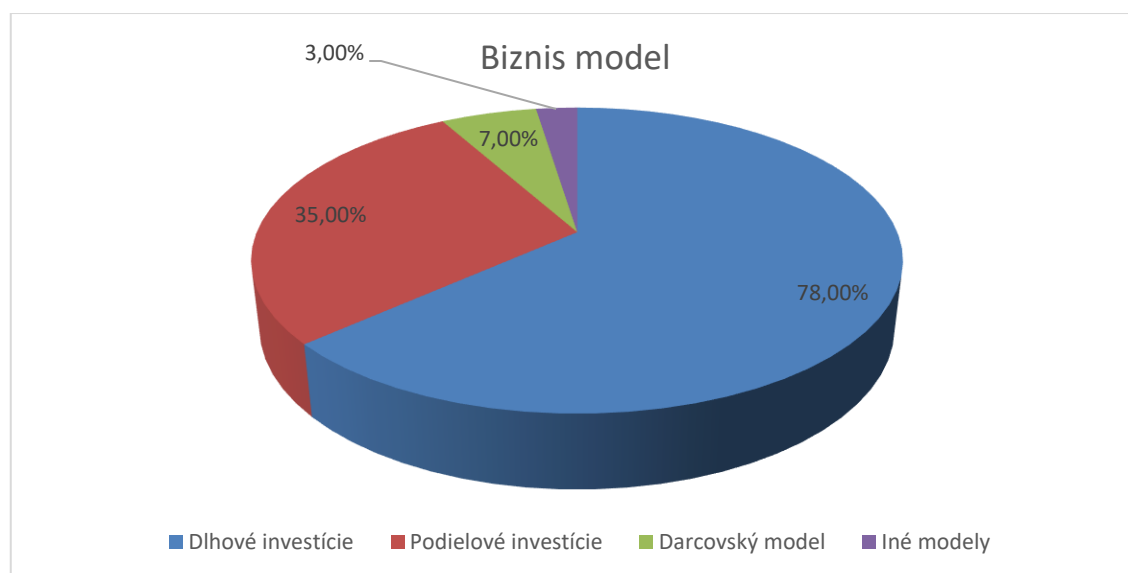
Ani v európskej únii neexistuje jednotná regulácia, poprípade právny rámec, ktorý by zaväzoval členské štáty k dodržiavaniu uvedených pravidiel crowdfundingu. Rokovania v európskej únii prebiehajú už od roku 2014, no ako bolo spomenuté, žiadne nie sú ustanovené. V roku 2016 expertná skupina Európskeho výboru pre cenné papiere oslovila všetky členské štáty s cieľom zmapovať trh a aktuálnu situáciu na ňom týkajúcu sa tejto oblasti.

3.6 Prieskum trhu

V tejto časti sme sa najprv zamerali na prieskum európskeho trhu a následne na prieskum trhov nami sledovaných krajín kde s porovnávali súčasnosť s minulosťou, medziročný vývoj a to v akej situácii sa dané trhy nachádzajú.

3.6.1 Európsky trh

Na európskom trhu sa vyskytuje množstvo rôznych typov alternatívneho financovania podniku, no prvenstvo si udržiava model „peer to peer“ pôžičiek. Zaujímavosťou je, že až jedna tretina platforiem ponúka zároveň dlhové aj kapitálové investície. Najviac sa o chod crowdfundingu na európskom trhu zaslúžila Veľká Británia, Francúzsko, Nemecko a Holandsko. V porovnaní s americkým crowdfundingovým trhom je ten európsky ešte malý, čo však znamená veľký potenciál do budúcnosti, čoho dôkazom je, že sa európsky crowdfundingový trh teší čoraz väčšiemu úspechu a vývoju, no ako už bolo spomenuté, existujú mnohé nejasnosti týkajúce sa regulácií tohto trhu, čo by potenciálne mohlo spôsobiť pád. Množstvo ľudí vníma crowdfunding iba vo forme prispievania a modelu založeného na odmenách, no pravda je taká, že štyri hlavné modely v Európe v roku 2020 boli: pôžičkový (78 %), podielový (35 %), odmenový (7 %) a ostatné tvoria len malú časť (3%), z čoho vypláva, že práve dve najznámejšie formy crowdfundingu sú jedny z najmenej používaných, čo však z logického hľadiska dáva zmysel vzhľadom na minimálnu, až nulovú výnosnosť týchto dvoch najznámejších modelov. Všímavejší pozorovateľ si mohol všimnúť, že súčet údajov v danom grafe je 123 %, čo je spôsobené, ako už bolo vyššie spomenuté, tým, že niektoré platformy používajú dva modely naraz.



Obrázok 7 Európsky crowdfunding rozdelený do modelov

(Zdroj: vlastné spracovanie prostredníctvom Crowdfunding industry report 2020 — tech and crisis impact | JustCoded)

Z roku 2016 na 2017 sa zvýšil objem peňazí vyzbieraných crowdfundingom naprieč Európou o 36 %, konkrétne z 7,67 miliárd eur na 10,44 miliárd eur, z ktorých sa

o 68%, čo tvorí 7,06 miliardy eur, zaslúžila Veľká Británia. Podiel Veľkej Británie na európskom trhu tvorí drvivú väčšinu, no zatiaľ čo podiely ostatných krajín sa medziročne zväčšujú, podiel Veľkej Británie je rok po roku menší. V roku 2015 bol podiel na trhu Veľkej Británie 81 %, v roku 2016 bol 73 % a v roku 2017 klesol na 68 %. Tento klesajúci trend nám môže napovedať, že zatiaľ čo Veľká Británia už pravdepodobne dosiahla potenciál trhu a ten sa už rapídne zväčšovať nebude, zvyšok Európy len teraz začína naplňovať svoj potenciál a je ešte len v rozkvet. V tomto prípade sa však neberie do úvahy veľkosť krajiny, čo ukazuje nejasné výsledky.

Keď však vezmeme do úvahy veľkosť danej krajiny a zameriame sa na objem financovania crowdfundingom na obyvateľa, zistíme rozdielne výsledky. Žiaden rozdiel nenastal vo Veľkej Británii, ktorá si udržuje prvenstvo s objemom 107,04 eur na obyvateľa, no rozdiel nastáva v nasledujúcich priečkach, kde sa na druhom mieste umiestnilo Estónsko s objemom 61,76 eur na obyvateľa, nasleduje Litva s objemom 47,51 eur na obyvateľa, Gruzínsko s objemom 46,62 eur na obyvateľa a Fínsko s objemom 46,62 eur na obyvateľa. Zaujímavé je, že európski lídri sa z tohto pohľadu umiestnili na deviatom mieste patriacom Francúzsku a trinástom mieste vyhradenom pre Nemcov v európskom rebríčku.

Z nami sledovaných krajín je na tom z európskych krajín, kde nefiguruje Veľká Británia v roku 2017 teda najlepšie Francúzsko, ktoré je na prvej priečke, s podielom na trhu 19,6 % a medziročným rastom 49 %. Nasleduje Nemecko, umiestnené ako druhé, s podielom na trhu 17,7 % a medziročným rastom 85, 0% a na dvadsiatom štvrtom mieste sa v tomto rebríčku umiestnilo Slovensko s podielom na trhu 0,3%, no medziročným nárastom až 204,5 %.

Čo sa týka finančného modelu, sa v krajinách Európy vynechaných o Veľkú Britániu v najväčšej miere používa zákaznícky pôžičkový model „peer to peer“, a to v miere 41,2 %, za ním nasleduje model obchodovania s faktúrami s podielom 15,9 %, „peer to peer“ obchodné pôžičky 13,8 %, crowdfunding v oblasti nehnuteľností 7,7 %, podielový crowdfunding 6,5 % a odmenový model 4,7 %. Týchto šesť modelov predstavuje až 90 % celkového objemu financovania.

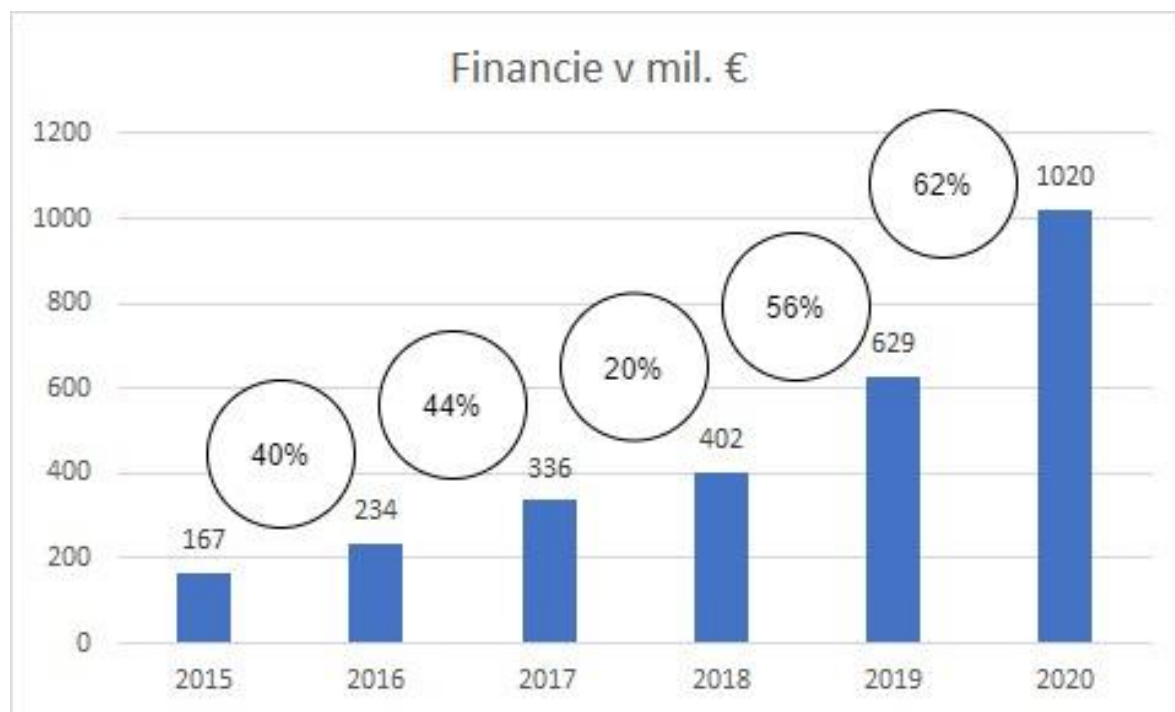
3.6.2 Dopad ochorenia COVID-19

Veľké množstvo platforiem, konkrétne 29 % zažíva problémy a negatívny dopad krízy spôsobenej ochorením COVID-19 na ich podniky, no zároveň aspoň 4 % respondentov uviedlo, že zažívajú pozitívny dopad a zhruba 10 % nepocítilo výrazný dopad. Na stupnici

od 1 po 9, kde 1 je najhorší dopad a 9 najlepši, je priemerný dopad 3,94, čo znamená negatívny dopad všeobecne na crowdfundingový priemysel ako celok. Aj keď platformy po väčšine zažívajú negatívny dopad, určité odvetvia ich biznisu zaznamenali pozitívny dopad. Omnoho náročnejším sa stalo prilákať investorov na riskantné pôžičky, no počet obchodov spoločností, ktoré hľadajú investovanie sa výrazne zvýšil. 32 % respondentov uviedlo, že majú viac obchodov a 34 % posunulo svoje zameranie na iné segmenty. Prekvapivou a zároveň smutnou správou však je, že až 8 % podnikov nemá žiaden krízový strategický plán.

3.6.3 Francúzsky trh

Francúzsky trh je jeden z najvyspelejších trhov na území Európy, no aj napriek tomu ešte nedosiahol svoj plný potenciál. Povedomie o crowdfundingu sa každoročne zvyšuje, no ešte ho využíva iba malé množstvo ľudí. V priebehu posledných piatich rokov sa rapídne zvýšilo povedomie a hlavne podporovanie projektov na platformách kolektívneho financovania, čo si môžeme všimnúť najmä na medziročnom náraste zobrazenom v nasledujúcom grafe.

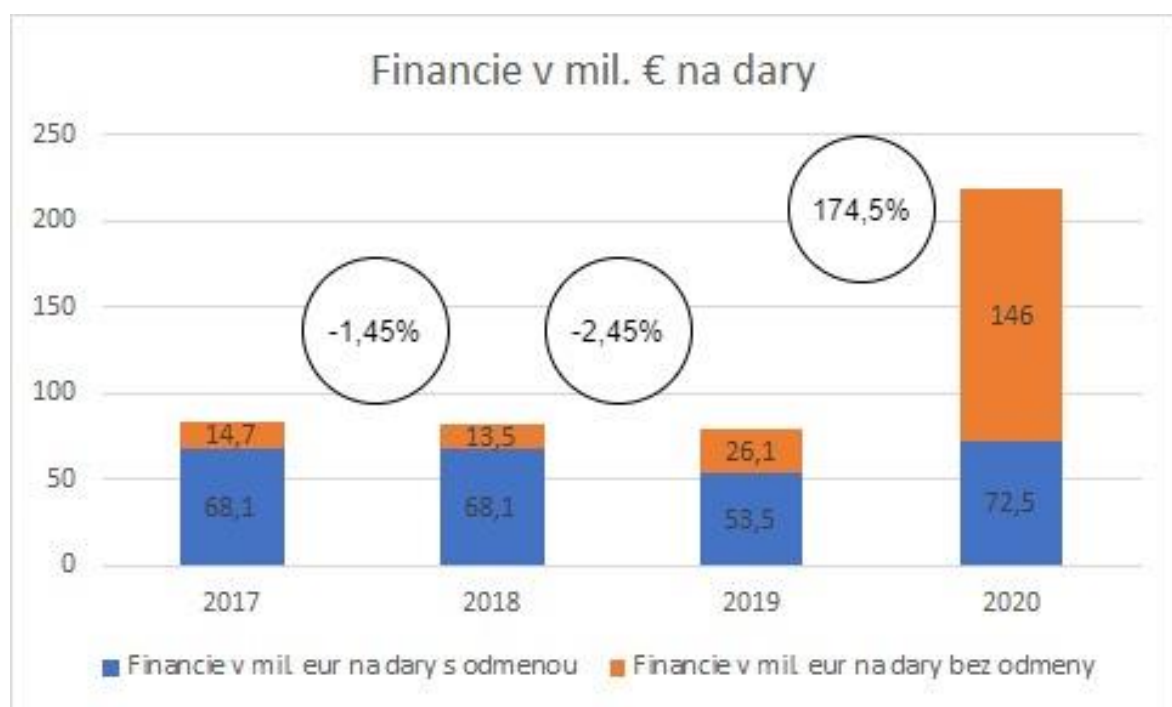


Obrázok 8 Finančné prostriedky získané platformami kolektívneho financovania a ich medziročný rast (Zdroj: Vlastné spracovanie prostredníctvom <https://financeparticipative.org/>)

Crowdfundingové platformy nenechali nič náhode ani počas krízy, kedy bolo v roku 2020 financovaných až 115 616 projektov a spoločností. Dôvody pre takýto úspech môžu byť nasledovné:

- Zvýšenie povedomia o darcovských kampaniach na združeniach solidarity, ktorých cieľom bola pomoc ľuďom v ťažkostiach v dôsledku COVID-19.
- Neprestajne rastúci úspech realitného sektora s investormi.
- Podpora spoločností v ťažkostiach, vrátane schopnosti crowdfundingových sprostredkovateľov na poskytnutie pôžičky garantovanej vládou až do výšky 90 %.
- Poskytovanie kapitálu prostredníctvom investičných platforiem.

Model darcovstva v rokoch 2017, 2018 a 2019 stagnoval na úrovni okolo 80 miliónov eur, no v roku 2020 dosiahol vrchol v hodnote 218,5 milióna eur, z čoho 52 miliónov eur bolo vyzbieraných na humanitárne a solidárne projekty.



Obrázok 9 Finančné prostriedky získané darom a ich rast
(Zdroj: Vlastné spracovanie prostredníctvom <https://financeparticipative.org/>)

Vďaka zdravotnej kríze, v ktorej sa aktuálne naša spoločnosť nachádza dochádza ku výbuchom štedrosti a mobilizácii občanov prostredníctvom platforiem kolektívneho financovania.

Okrem solidarity umožňuje darcovský crowdfunding aj vznik alebo rozvoj hospodárskych projektov vo výške 65,8 milióna eur alebo kultúrnych projektov vo výške 72 miliónov eur. Crowdfunding je typ financovania, ktorý najlepšie ilustruje rozmanitosť projektov financovaných týmto sektorom.

Je potrebné taktiež zmieniť, že významné objemy darcovstva bez odmeny možno vysvetliť aj zahrnutím verejných prostriedkov, ktoré boli v roku 2019 pridané do kategórie „online fond“.

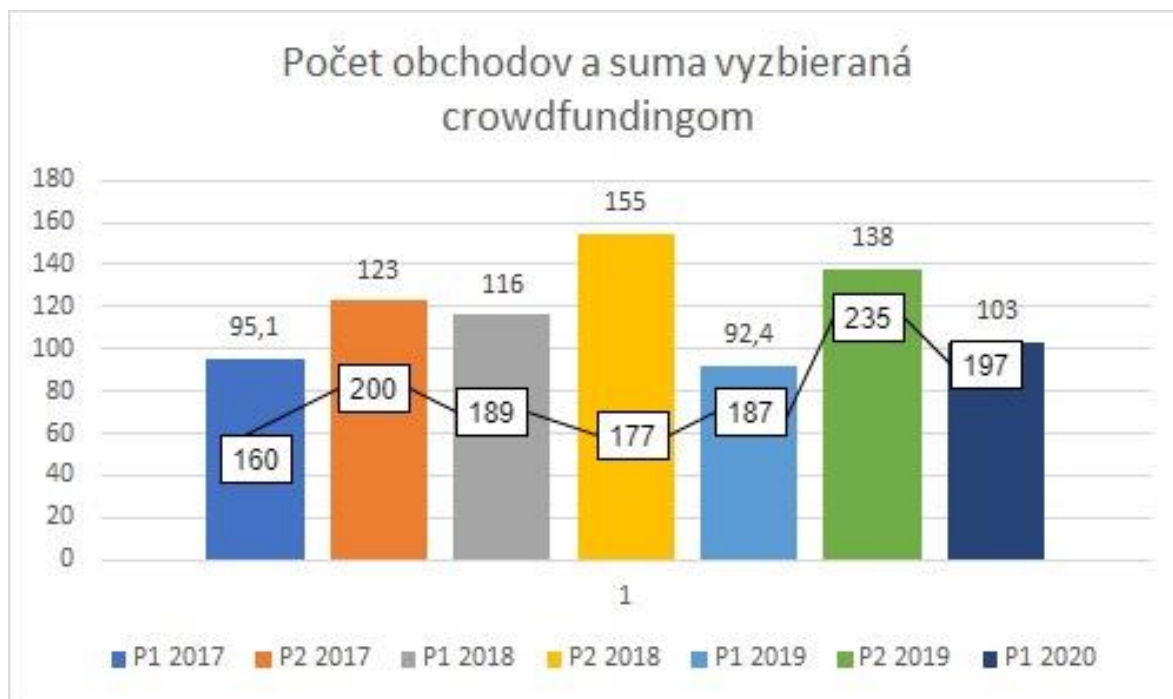
V roku 2020 sa vo Francúzsku vyzbieralo viac ako 741 miliónov eur, v roku 2019 508 miliónov eur, v roku 2018 279,5 miliónov eur a v roku 2017 to bolo 195,4 milióna eur. Dlhopisové úvery naďalej čerpá úverový sektor, pretože sa týka 90,5 % zhromaždených objemov, pričom je priemerná výška inkasa 404 466 eur. V tomto prípade sa v podstate jedná o financovanie pre developerov nehnuteľností. Realitný sektor predstavuje 75 % prílevu úverov.

Čo sa týka podielového crowdfundingu, v roku 2020 boli uskutočnené investície v hodnote 59,2 milióna eur, kde bol oproti minulému roku nárast v hodnote 43 %, keď boli investície v roku 2019 na hodnote 41,5 milióna eur, v roku 2018 mali investície hodnotu 40,6 milióna eur, čo znamenalo nárast z roku 2018 na 2019 o 2,22 %. Rok 2017 bol v tomto ohľade veľmi úspešný, kedy sa touto formou investovalo až 58 miliónov, čo je len o 1,2 milióna menej ako v roku 2020. To znamená pokles z roku 2017 na rok 2018 o 30 %. Čo sa roku 2020 týka, je potrebné zmieniť, že sa investície prostredníctvom platforiem kolektívneho investovania často uskutočňujú v spoluinvestovaní s inštitucionálnymi hráčmi, kde bolo týmto spôsobom v roku 2020 spoluinvestovaných 107,6 milióna eur.

Čo sa týka sponzorov na platformách skupinového financovania, v priemere majú títo prispievajúci 40 až 46 rokov, z čoho drvivú väčšinu – až 80 % tvoria muži. Na platformách darcovstva v priemere prispievajú darcovia na dva projekty, na pôžičkovej platforme sú financované tri spoločnosti a na kapitálovej alebo licenčnej platforme investor v priemere financuje dva projekty. Financovatelia pochopili záujem diverzifikovať svoje portfólio a radšej požičať malé sumy niekoľkým projektom, než veľkú sumu jednému projektu.

3.6.4 Anglický trh

Za posledné tri polroky sledovaného obdobia klesli údaje o investíciách v Spojenom kráľovstve. No otázkou je aký to malo dopad na crowdfunding?



Obrázok 10 Počet obchodov a suma vyzbieraná crowdfundingom v miliónoch libier (Zdroj: Vlastné spracovanie prostredníctvom Following the Crowd The State of UK Crowdfunding 2020 dostupné na <https://www.beahurst.com/research/following-the-crowd/>)

Ako vidíme v grafe, druhá polovica roku 2019 bola najlepšia čo sa týka počtu obchodov vykonaných v danom období, no čo sa týka najväčšieho množstva investovaných peňazí, je na tom najlepšie druhá polovica roka 2018.

Rok 2020 v Spojenom kráľovstve nebol nijak výnimočný čo sa crowdfundingu týka, kedy bol v prvej polovici na štvrtom mieste čo sa investovaných peňazí týka a na treťom mieste v počte uzavretých obchodov. Zaujímavé je, že z druhej polovice roka 2019 na prvú polovicu roka 2020 klesla hodnota crowdfundingovej aktivity, no porovnaním prvej polovice roka 2019 a prvej polovice roka 2020 dospejeme k záveru, že aj počet obchodov aj suma vyzbieraná za dané obdobia stúpa, čo je pozitívnou správou oproti výraznému poklesu z druhej polovice 2019 na prvú polovicu 2020.

Je však veľmi ťažké predpokladať, ako a akým smerom sa bude tento trh uberať v blízkej budúcnosti vzhľadom na nestabilné výsledky z minulých rokov. Vzhľadom na fakt, že ekonomika Spojeného kráľovstva klesá a široká verejnosť má menej disponibilný príjem, očakávame, že sa aktivita crowdfundingu bude postupne znižovať.

Number of deals and amount raised per platform H1 2020

Seedrs

95 deals (inc. 27 pre-emptions)



worth £49.7m

Crowdcube

97 deals (inc. 2 pre-emptions)



worth £48.5m

Obrázok 11 Počet obchodov a suma vyzbieraná platformou

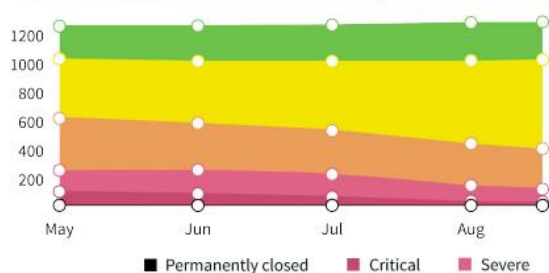
(Zdroj: Following the Crowd The State of UK Crowdfunding 2020 dostupné na <https://www.beauhurst.com/research/following-the-crowd/>)

Z obrázku je možné vyčítať, že platforma Crowdcube napomohla britskému crowdfundingu s najväčším počtom uzavretých obchodov zo všetkých platforiem v Spojenom kráľovstve s počtom 97, z čoho 2 boli uzavreté predčasne. Celková hodnota bola pri spočítaní na sume 49,7 milióna libier.

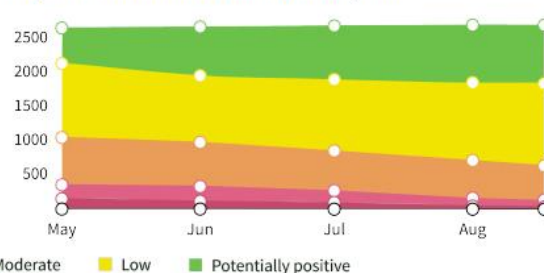
Platforma uzavrela o čosi menej obchodov, konkrétne o dva, no celková vyzbieraná suma bola väčšia, konkrétne o 1,2 milióna libier, kedy uzavreli 95 obchodov, z čoho bolo 27 uzavretých predčasne.

Kolo predkupných zmlúv dáva existujúcim investorom šancu, kúpiť si novú akciu podniku ešte pred novými investormi. To umožňuje existujúcim investorom udržať si svoj

Impact of COVID-19 on crowdfunded companies



Impact of COVID-19 on VC-backed companies



podiel v danej spoločnosti a vyhnúť sa oslabeniu. V týchto kolách môžu investovať iba existujúci investori.

Obrázok 12 Porovnanie dopadu COVID-19 na crowdfundingové spoločnosti a spoločnosti podporované rizikovým kapitálom

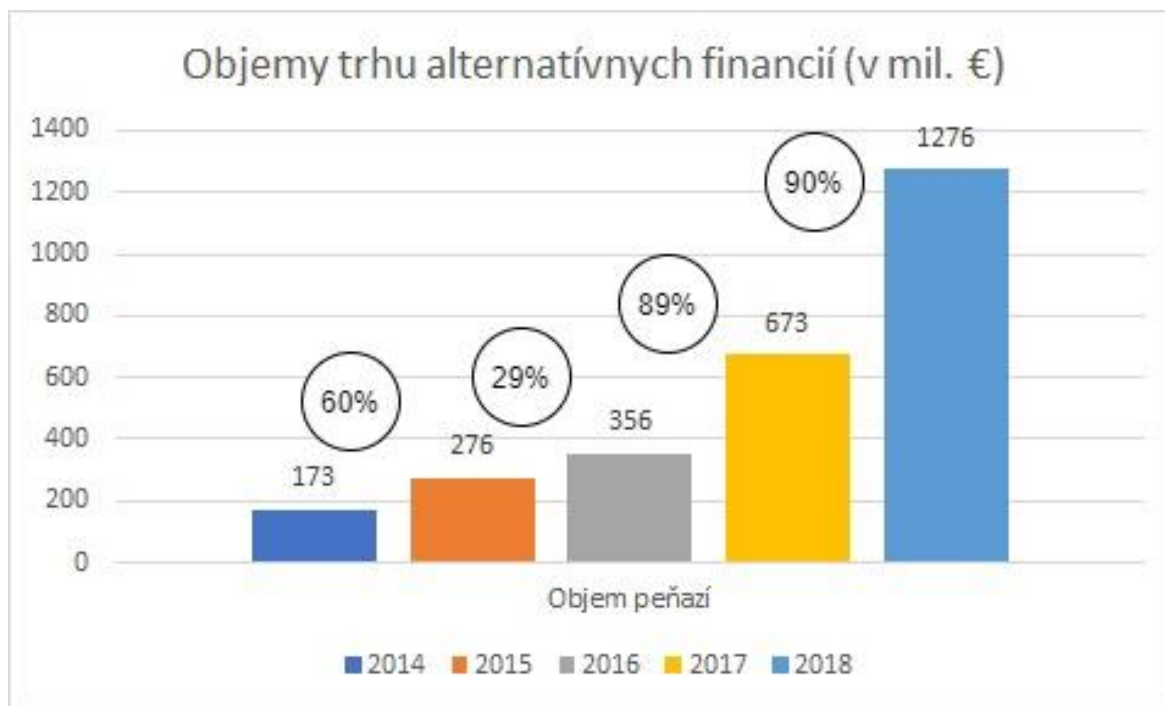
(Zdroj: Following the Crowd The State of UK Crowdfunding 2020 dostupné na <https://www.beauhurst.com/research/following-the-crowd/>)

Zatiaľ, čo sme registrovali negatívny vplyv ochorenia COVID-19 u väčšiny, či už crowdfundingových podnikov, alebo spoločností podporovaných rizikovým kapitálom, práve u spoločností podporovaných rizikovým kapitálom je pravdepodobnejšie, že naskočia späť na vlnu úspechu. Aktuálne zažilo 17 % crowdfundingových podnikov pozitívny vplyv na chod podniku, zatiaľ čo až 26 % spoločností s rizikovým kapitálom zažilo tento jav.

Zvýšenie podielu pozitívne ovplyvnilo podniky medzi začiatkom mája a začiatkom júna. To naznačuje, že spoločnosti s rizikovým kapitálom vedia rýchlejšie adaptovať svoje obchodné operácie.

3.6.5 Nemecký trh

V roku 2018 dosiahol trh alternatívnych zdrojov v Nemecku rekordný objem a to 1276 miliónov dolárov, čo je rapidný nárast, konkrétne 89,6 % oproti roku 2017. Regionálne hodnotenie ostalo na treťom mieste, rovnako ako v roku 2017, no celosvetové hodnotenie malo podstatný posun o dve priečky, no šieste miesto z ôsmeho miesta dosiahnutého v roku 2017. O najväčší objem vytvorený alternatívnymi zdrojmi sa zaslúžil model „peer to peer“ zákazníckych pôžičiek v hodnote 651,3 milióna dolárov, čo tvorí až 51 % celkového dosiahnutého objemu. Za ním nasleduje crowdfunding nehnuteľností v hodnote 313,9 milióna dolárov, čo tvorí 24,6 % podielu na trhu. Konkrétnejšie, celkový objem financovania podnikov bol 218,9 milióna dolárov a objem odvodený od inštitucionálnych investorov dosiahol 620,8 milióna dolárov, čo tvorí 49 % trhu. Inštitucionálni investori boli jedným z hlavných zdrojov financovania v Nemecku, vzhľadom na fakt, že financovali takmer polovicu celkového objemu.



Obrázok 13 Objemy trhu alternatívnych financií v mil. eur a medziročný nárast (Zdroj: vlastné spracovanie prostredníctvom <https://www.jbs.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2020/08/2020-04-22-ccaf-global-alternative-finance-market-benchmarking-report.pdf>)

V roku 2014 nebol crowdfunding veľmi rozvinutý v Nemecku, no to sa postupne začalo meniť v priebehu rokov. Rozdiel medzi rokom 2014 a 2015 bol podstatný, pretože sa objem zvýšil o chvályhodných 60 %, čo znamená, že sa začalo zväčšovať povedomie o tomto type investovania v Nemecku. Crowdfunding tu prosperoval aj medzi rokmi 2015 a 2016, no tento posun nebol tak významný, ako minulý rok. Za významné posuny však môžeme považovať obdobie 2016 až 2017 a 2017 až 2018, kedy v oboch rokoch stúpol objem trhu zhruba o 90 %, čo je oproti predošlým rokom výrazný posun a poukazuje na veľký záujem ľudí a zároveň obrovský potenciál rastu tohto trhu.

Väčšine platforiem, ktoré uplatňovali podielový model crowdfundingu (96 %) a pôžičkových platforiem (67 %) bolo dovolené pôsobiť v Nemecku. Podobné množstvo platforiem spomedzi podielového modelu crowdfundingu (84 %) a pôžičkového modelu (62 %) usúdilo, že aktuálne obmedzenia sú adekvátne a primerané, no je potrebné dodať, že dosť veľa platforiem pôžičkového modelu (29 %) poukázalo na to, že existujúce regulácie sú prehnane a príliš prísne. Nemecká vláda v roku 2018 liberalizovala režim prospektu ponúk akcií zvýšením prahovej hodnoty akcií z 1 milióna eur na 8 miliónov eur za rok. Limity jednotlivých investícií boli stanovené na 10 miliónov eur za rok. Tieto zmeny regulácií motivovali nemecké platformy posunúť sa zo sprostredkovania podriadených pôžičiek, ktoré neboli klasifikované ako cenné papiere, ale ako investícia aktíva, do cenných

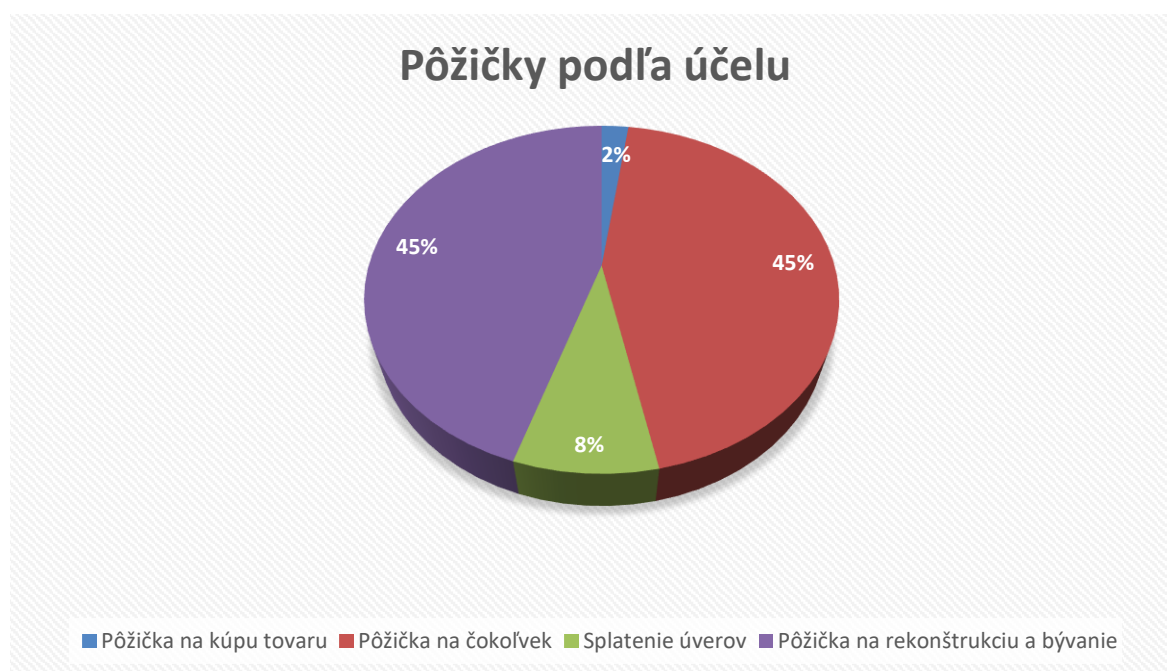
papierov. Čo viac, ako všade inde v Európe sa predpokladá, že nový celoeurópsky ECSP režim bude implementovaný v Nemecku, jednak na otvorenie, ako aj povolenie naďalej investovať do crowdfundingového trhu.

3.6.6 Slovenský trh

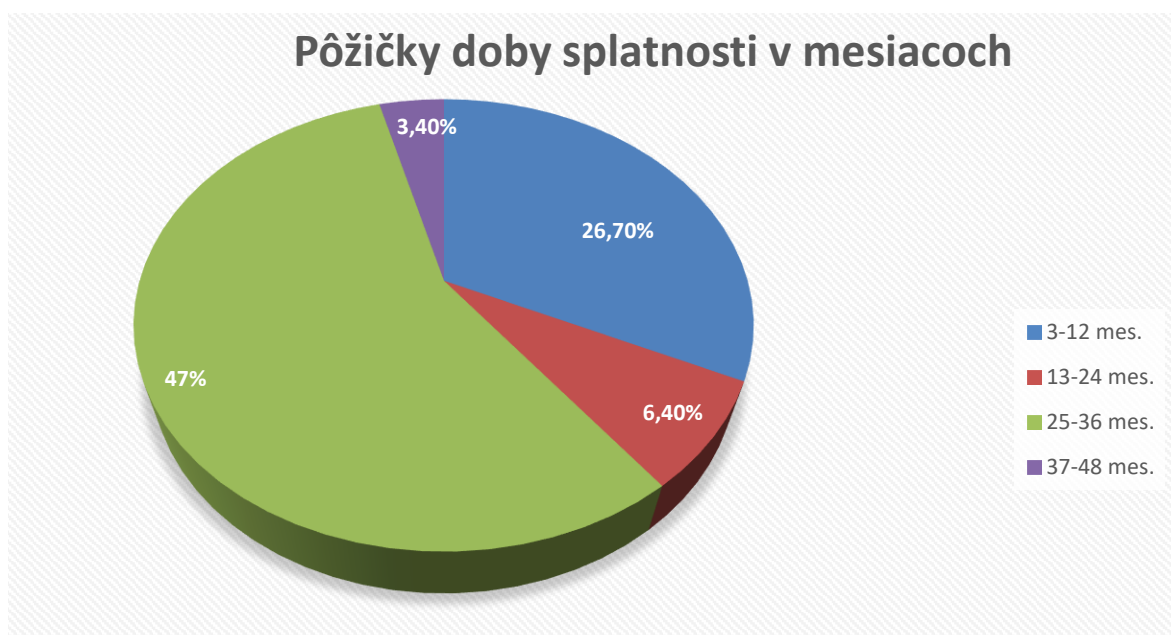
Slovensko na európskom crowdfundingovom trhu nie je veľmi veľkým hráčom a jeho pozícia na tomto trhu je podobná ako situácia Českej republiky. Prvé crowdfundingové aktivity na území Slovenska začali už v roku 2007 vo forme darcovského modelu, ktorý je u nás dodnes veľmi obľúbený.

Model odmeňovania bol na Slovensku prvý krát spustený v roku 2014, keď sa česká platforma HitHit prvýkrát dostala na slovenský trh. V roku 2015 sa niekoľkým platformám podarilo dosiahnuť sumu v hodnote okolo 1,877 milióna eur. Okrem HitHitu bolo v roku 2016 na Slovensku ešte zopár menších slovenských platforiem ako napríklad Marmeláda a StartLab, ktoré nazbierali približne 62 tisíc eur.

Čo sa týka „peer to peer“ pôžičkového modelu crowdfundingu, je u nás jeden kľúčový hráč a tým je platforma Žltý Melón, ktorá od roku 2012 po súčasnosť – máj 2022 dokázala zrealizovať a schváliť pôžičky v hodnote viac než 28 miliónov eur. V nasledujúcom grafe si môžeme všimnúť na aké účely boli dané úvery poskytnuté a na akú dobu splatnosti.



Obrázok 14 Pôžičky platformy Žltý melón podľa účelu



Obrázok 15 Pôžičky podľa doby splatnosti platformy Žltý melón

Zaujímavá je skutočnosť, že crowdfunding nevenoval veľkú časť pozornosti obchodnému podnikaniu, ale iným druhom podnikania. Najväčšia pozornosť bola kladená „peer to peer“ pôžičkám. Na Slovensku je vidieť nejaká snaha, ako napríklad od platformy Žltý melón, ktorá uspela v kooperácii s investičnou skupinou FTK Invest, no nebolo vidieť žiadnu významnejšiu spoluprácu.

Crowdfunding na Slovensku má inú históriu než väčšina európskych štátov. Bol založený na darcovskom modeli, za ktorým nasledoval model „peer to peer“ pôžičiek. Iné modely, ako napríklad model odmeňovanie sú v počiatočných fázach vývoja. Iné typy, ako napríklad model odmeňovania alebo podielový model crowdfundingu sa pomaly dostávajú do povedomia, no stále sa nepribližujú ku dosiahnutiu svojho potenciálu. Na Slovensku, aspoň to tak zatiaľ vyzerá, bude najviac prosperovať model „peer to peer“ pôžičiek. Crowdfunding by sa na Slovensku malo venovať viac pozornosti a mal by byť považovaný za omnoho podstatnejšiu časť finančného segmentu, než bol doteraz.

3.7 Žiadosť o pôžičku

V tejto časti sme sa zamerali na priamy pokus o získanie pôžičky od rôznych platforiem v Anglicku, Nemecku, Francúzsku a na Slovensku. Z každej krajiny bol zvolený iba jeden portál, kde sme sa zameriavali na pôžičku v hodnote 5 000 eur a v prípade Anglicka to bolo £5 000 so splatnosťou 36 mesiacov. Zvolený bol práve jeden portál z každej krajiny, pretože bolo potrebné brať pôžičku za rovnakým účelom, ktorým bolo

financovanie nového podniku, pričom množstvo top platforiem daných krajín bolo zameraných na vyššie pôžičky, alebo na iný crowdfundingový model a zároveň existovalo množstvo bariér, ktoré neumožňovali vo veľkom množstve platforiem dokončiť proces overovania.

3.7.1 Komunikácia

Čo sa týka komunikácie, vo veľkom množstve platforiem existovala možnosť online konverzácie, kde priamo komunikoval zástupca danej platformy a snažil sa riešiť problémy v danej chvíli. Vo všetkých platformách s ktorými bola nadviazaná komunikácia boli zástupcovia týchto platforiem veľmi zdvorilí a formálni, no pravdou je, že pokiaľ bolo potrebné komunikovať, tak sa nebolo možné ku pôžičke dopracovať. Jedným z hlavných dôvodov bolo, že som nebol obyvateľom danej krajiny a práve preto nebolo možné mojim požiadavkám vyhovieť a poskytnúť mi pôžičku. V tomto smere sú takmer všetky platformy značne zabezpečené a nebolo jednoduché sa ku pôžičke ako občan inej krajiny, alebo krajiny s ktorou daná platforma spolupracuje dopracovať. Level angličtiny bol vždy na dostatočnej úrovni na to, aby bolo možné sa dorozumieť ohľadom všetkého, čo bolo potrebné.

3.7.2 Pôžička na Slovensku

Získať informácie týkajúce sa pôžičky na Slovensku bolo najjednoduchšie vzhľadom na fakt, že som obyvateľom tejto krajiny a použil som údaje živnosti môjho rodinného príslušníka. Na Slovensku bola zvolená platforma Žltý melón, pretože je to podľa môjho prieskumu najpoužívanejšia a jedna z najlepšie hodnotených pôžičkových platforiem na našom území. Získavali sa podrobnosti týkajúce sa pôžičky, ktorá by mohla byť poskytnutá danému subjektu, ktorý bol samostatne zárobkovo činná osoba s čistým mesačným príjmom 1050 eur a vedľajšími príjmami vo výške 50 eur mesačne. Daný subjekt nebýva v nájme, jeho mesačné výdaje boli vyčíslené vo výške 400 eur a je bezdetný a slobodný. V tomto portáli nebolo možné uviesť, že pôžička bude určená do podnikania, a preto bola zvolená pôžička na čokoľvek (dovolenka, svadba...). Za týchto podmienok bol mesačný úrok vyčíslený vo výške 20,90 % a 210,62 eur mesačne.

Výška Vašej pôžičky je **5 000 €** s dobou splácania **36 mesiacov**.

Dôležité parametre pôžičky nájdete v tabuľke nižšie. Chcete **ešte lepšiu splátku**? Vyberte si **poistenie schopnosti splácať**, prípadne doplňte spoludlžníka a **Vaša sadzba bude ešte nižšia!**

BEZÚČELOVÁ PÔŽIČKA
Pôžička na čokoľvek bez potreby dokladovať účel jej využitia. Parametre Vašej pôžičky sú nasledovné:

210,62 € mesačná splátka	20,90 % odporúčaná úroková sadzba
------------------------------------	---

Chcete ešte výhodnejšie podmienky? Zlepšite si splátku doplnkovým zabezpečením pôžičky:

☐ Poistenie splácania	UŠETRÍTE: - 46,08 €
☐ Spoludlžník	UŠETRÍTE: - 92,16 €

UŠETRÍTE: 0,00 €

[Pokračovať](#)

Obrázok 16 Výsledok žiadosti o pôžičku na slovenskej platforme zltymelon.sk

3.7.3 Pôžička v Anglicku

Pre získanie pôžičky Anglicku bolo potrebné prechádzať veľké množstvo portálov, pretože veľké množstvo odporúčaných stránok bolo určených na iný typ crowdfundingu, vo veľa z tých, ktoré vyhovovali daným požiadavkám bolo potrebné potvrdenie cez telefónne číslo a pri komunikácii so zástupcami daných portálov nebolo možné získať informácie týkajúce sa pôžičky, pokiaľ som nebol obyvateľom Veľkej Británie alebo aspoň nemal číslo poistenia, ktoré som žiaľ nemal k dispozícii. Podarilo sa mi však zohnať telefónne číslo známeho z Anglicka, čím bolo možné sa k danej pôžičke dopracovať. Pôžička bola vo výške 5000 libier, znova na 36 mesiacov za rovnakých podmienok. Anglický portál RateSetter bol však menej ústretový a poskytol by pôžičku s úrokom 29,94 % p.a. s výškou mesačnej splátky 202,74 libier.

Libor, here's your personalised RateSetter quote

Quote details

Amount: £5,000

Term: 3 Years

APR: 29.94%

Monthly payment: £202.74

The APR and monthly payment include the Loan Fee which is payable over the term of your loan. If you settle early, any outstanding amount of the Loan Fee will be payable in full.

Obrázok 17 Výsledok žiadosti o pôžičku na anglickej platforme ratesetter.com

3.7.4 Pôžička v Nemecku

Pri nemeckej platforme som pri otázke na čo je pôžička určená musel zadať políčko nábytok/ubytovanie, pretože pre poskytnutie pôžičky pre podnikateľa, alebo použitie daných zdrojov na financovanie nového podniku bolo potrebné zadávať viacero informácií na overenie daného podniku, ktoré som žiaľ nemal k dispozícii, pretože nepoznám žiadneho podnikateľa v Nemecku a ani nikoho, kto by sa tam chystal založiť nejaký startup. Tento typ pôžičky som sa snažil dojednať na viacerých nemeckých „peer to peer“ stránkach, no bolo mi povedané, že danú pôžičku mi nemôžu ponúknuť a po žiadosti o poskytnutí údajov v prípade, že by osoba ako ja chcela o danú pôžičku požiadať mi bolo povedané, že mi takéto údaje nemôžu poskytnúť. Zvolená forma pôžičky teda bola na nábytok alebo ubytovanie na stránke auxmoney.com, kde bolo možné sa dopracovať k nejakým údajom. Bolo teda

štandardne požiadané o pôžičku vo výške 5 000 eur na 36 mesiacov, kedy bola úroková sadzba stanovená vo výške 23,18 % s mesačnou splátkou vo výške 194,02 eur.

auxmoney



Libi Harman?Ek
Kundenr. 6761547

Ihr Wunschkredit

Persönliche Angaben

Finanzangaben

Hilfe & Kontakt

Logout

Hallo Herr Harman?Ek, hier ist Ihr Wunschkredit

Kreditanfrage +

Nicht finanziert 10.000 €

Nicht finanziert 10.000 €

Nicht

Kreditdetails

Wunschbetrag	5.000 €
Zinsen	23,18%
Laufzeit	36 Monate
Ratenhöhe <u>inkl. Sorglos-Paket</u>	194,02€
Kreditprojekt-Nr.	24646154
Anfragedatum	01.05.2021
Verwendung	Möbel / Umzug

Obrázok 18 Výsledok žiadosti o pôžičku na nemeckej platforme auxmoney.com

3.7.5 Pôžička vo Francúzsku

Získať pôžičku prostredníctvom francúzskej platformy bolo zo všetkých najnáročnejšie, pretože bolo množstvo stránok, ktoré boli v anglickom jazyku a prostredníctvom ktorých som sa snažil požiadať o pôžičku, no bolo potrebné overiť daný podnik pomocou SIREN čísla, ktorým nikto koho poznám nedisponuje, čím som neuspel zhruba na desiatich „peer to peer“ stránkach. V priebehu môjho prieskumu som si všimol, že veľké množstvo francúzskych „peer to peer“ stránok je zameraných iba na trh nehnuteľností, čím som musel automaticky tieto stránky vylúčiť z môjho výberu, pretože minimálna pôžička o ktorú bolo možné požiadať sa pohybovala od 100 000 eur až po 250 000 eur. Ako pri platformách ostatných krajín, tak aj pri tých francúzskych nastalo množstvo situácií, kedy moja žiadosť stroskotala na fakte, že nie som občanom francúzska

a že sa nemám ako preukázať. Pri komunikácii so zástupcami platforiem som sa taktiež dopracoval k rovnakej odpovedi, že takéto údaje mi žiaľ nemôžu byť poskytnuté. Po mnohých neúspechoch sa však našla stránka prostredníctvom ktorej bolo možné o pôžičku požiadať. Na stránke Younited Credit sa mi podarilo zažiadať o pôžičku, kde daná platforma spolupracuje s rôznymi spoločnosťami a prostredníctvom spoločnosti Cetelem mi vytvorili ponuku danej pôžičky. Výsledok žiadosti o pôžičku na tejto platforme je v slovenčine, pretože je to francúzska platforma a vzhľadom na fakt, že neovládam francúzsky jazyk bola platforma prehliadačom preložená do slovenčiny. Žiadané bolo znova o 5 000 eur, no na tejto platforme nebolo možné zvoliť dĺžku splatnosti a platforma ju navrhla sama na 72 mesiacov s úrokovou sadzbou 9,48 % a mesačnou splátkou 91 eur.



Obrázok 19 Výsledok žiadosti o pôžičku na platforme fr-funnel.younited-credit.com

3.7.6 Zhodnotenie pôžičiek

Čo sa náročnosti týka, najjednoduchšie bolo požiadať o pôžičku na slovenskom portáli Žltý melón, čo bolo najpravdepodobnejšie spôsobené skutočnosťou, že subjekt, na ktorého meno bola daná pôžička žiadaná je obyvateľom Slovenskej republiky a tým pádom šlo všetko bez väčších problémov overiť a pôžička bola rýchlo vybavená. Z môjho pohľadu je na druhej priečke anglická platforma Ratesetter vzhľadom na to, že poznám ľudí, ktorí sú rezidentmi danej krajiny a taktiež nebolo veľkým problémom dostať sa ku pôžičke, ktorá bola taktiež vybavená relatívne rýchlo. Pri posledných dvoch krajinách pre mňa bolo značne náročnejšie nájsť vyhovujúce platformy a získať od nich pôžičku, no jednoduchšie to bolo jednoznačne na nemeckej platforme Auxmoney, čím sa v tomto pomyselnom rebríčku umiestnila na treťom mieste. Na poslednom mieste sa nachádza francúzska platforma Younited Credit, kde pre mňa bolo pomerne náročné zohnať potrebné údaje na to, aby sa mi podarilo zažiadať o pôžičku a dotiahnuť túto žiadosť do úspešného konca.

V tejto časti sa zameriame na to, pre čo sa na tieto platformy chodí a to sú peniaze. Z tohto hľadiska sa na prvom mieste umiestnila platforma, ktorá bola pri predošlom hodnotení na poslednom mieste a tou je Youth Credit s celkovou splatnou čiastkou

6 575 eur, no treba podotknúť, že tento údaj je od ostatných platforiem iný tým, že by sme danú pôžičku splácali 72 mesiacov, kde by trvalo splatiť túto pôžičku dvakrát tak dlho ako pôžičky ostatných platforiem. Na druhom mieste sa umiestnila nemecká platforma Auxmoney s celkovou splatnou čiastkou 6984,72 eur v tomto rebríčku si polepšila oproti tomu minulému a má aj relatívne dobrú celkovú splatnú čiastku oproti platforme Youth Credit, od ktorej sa napriek polovičnej splatnosti odlišuje len o 409,72 eur. Na treťom mieste sa umiestnila platforma Ratesetter, ktorej celková splatná čiastka bola 7298,64 eur a od druhej priečky ju oddeľuje 313,92 eur. Na poslednom mieste sa umiestnila platforma, ktorej patrilo v prvom rebríčku prvenstvo a tou je slovenská platforma Žltý melón. Jej celková splatná čiastka je na úrovni 7582,32 eur a od tretieho miesta ju delí 283,68 eur. Z finančného pohľadu, ktorý je predsa len tým podstatnejším je teda slovenská platforma tou najmenej vhodnou pre pôžičku.

DISKUSIA

Súhrnným cieľom našej bakalárskej práce bolo zistiť, aké sú možnosti financovania podniku prostredníctvom crowdfundingových platforiem vo vybraných krajinách a ich vzájomné porovnanie. K výsledkom práce sme sa dopracovali rozoberaním smerníc jednotlivých krajín, vývojom trhov v daných krajinách v určitom časovom období a žiadaním o „peer to peer” pôžičku v náhodne vybraných platformách týchto krajín. Danej problematike sme sa venovali, pretože nás zaujímalo aký je aktuálny stav crowdfundingu v porovnaní s vyspelými krajinami Európskej Únie.

Na základe položených výskumných otázok sme sa dozvedeli, že väčšina nami vybraných krajín nedisponuje reguláciami v rámci crowdfundingu, a tie, ktoré nimi disponujú v nich majú početné nedostatky. V Európskej únii sú k dispozícii regulácie crowdfundingu, ktoré naň nie sú však zamerané priamo, ale regulujú poskytovanie investičných služieb vo vzťahu k špecifickým nástrojom. Jednou z mála krajín Európskej Únie, ktorá disponuje vôbec nejakou reguláciou crowdfundingu je Francúzsko. Dôvodom, prečo sa francúzska vláda rozhodla vykresliť crowdfunding ako organizovanú a regulovanú aktivitu je, že nasledujú kroky akciovej spoločnosti Google, ktorá investovala 125 miliónov dolárov do prvej úverovej platformy medzi jednotlivcami. Anglicko sa radí medzi krajiny s výraznou reguláciou crowdfundingu, pretože samotný crowdfunding v celej Veľkej Británii aktuálne dosahuje vrchol svojho potenciálu. Nemecko sa radí medzi krajiny, v ktorých nie je crowdfunding nijakým spôsobom regulovaný. Regulácie vyplývajú iba zo všeobecných právnych predpisov finančného sektora. Na území Slovenska sa žiaľ nenachádza žiadna smernica ani legislatíva regulujúca aktivity crowdfundingu.

Väčšina nami vybraných trhov sa nachádza ešte len vo fáze rozkvetu, čo znamená, že ani zďaleka nedosahujú svoj plný potenciál. Jediná z nami vybraných krajín, ktorá svoj potenciál dosahuje je Anglicko. Najúspešnejším rokom v nami sledovanom období v Anglicku bol rok 2019, kedy bolo crowdfundingom vyzbieraných 422 miliónov libier. Slovenská republika sa radí ku krajinám, ktoré sú stále na začiatku rozvoja crowdfundingu. Táto forma investovania a získavania kapitálu u nás nie je známou, čo vytvára predpoklad, že do budúcnosti by mohol crowdfunding zaujať významnejšiu pozíciu v rámci odvetvia získavania kapitálu pre podniky.

Vzhľadom na fakt, že každá z platforiem nami vybraných krajín bola schopná nám ponúknuť pôžičku, môžeme predpokladať, že zafinancovanie podniku prostredníctvom

crowdfundingových platforiem, konkrétne “peer to peer” pôžičiek je reálnou alternatívou financovania podniku.

Vo všeobecnosti môžeme povedať, že väčšina krajín nemá regulácie dedikované pre samotný crowdfunding a taktiež sa ešte len musia dostať do fáze, kedy na ich území bude crowdfunding plne rozvinutý, čo však neznamená, že nie je možné touto alternatívnou formou získať kapitál na financovanie podniku.

ZÁVER

V nami sledovaných krajinách sme dospeli k názoru, že by pre všetky tieto krajiny s výnimkou Anglicka bolo prospešné vytvoriť osobitnú smernicu, ktorá by regulovala crowdfunding, pretože ak tieto krajiny nejaké obmedzené týkajúce sa crowdfundingu majú, tak je to iba prostredníctvom smernice regulujúcej investície a pôžičky. Čo sa týka Slovenskej Republiky a Nemecka, nachádzajú sa v rovnakej pozícii v rámci regulácií, kde sa žiadne regulácie nenachádzajú. Francúzsko disponuje určitými reguláciami, ktoré by však bolo potrebné doplniť. Anglicko je pre tieto krajiny príkladom, pretože má dostatočne regulovaný crowdfundingový trh.

Úspech crowdfundingu sa nedá poprieť či už u nami sledovaných krajín, celej Európy, či dokonca celého sveta. Všetky formy crowdfundingu sú vo všetkých nami sledovaných krajinách okrem Veľkej Británie na vzostupe a tešia sa čoraz väčšiemu úspechu a počtu prispievateľov. Táto alternatívna forma financovania podniku je využiteľná najmä v začínajúcich podnikoch, ktoré nemajú dostatočný kapitál na samofinancovanie, alebo tých, ktoré nedokázali uspieť pri bankových pôžičkách. Túto formu však môžu využiť aj dávno zabehnuté firmy, ktoré chcú zafinancovať nejaký inovatívny projekt a týmto spôsobom mu pomôcť dostať sa do povedomia verejnosti a potenciálne sa stať súčasťou zabehnutých firiem, ktoré budú ďalej pomáhať novým projektom.

Pôžičkový model crowdfundingu je podľa čísel tým najrozvinutejším modelom v celej Európe a objem finančných prostriedkov vkladanych do tohto modelu každoročne stúpa, čím sa dá predpokladať dlhodobá prosperita tohto modelu v celej Európe okrem Veľkej Británie, ktorá už síce je dlhodobým lídrom na trhu alternatívnych zdrojov, no jej náskok sa pred ostatnými napredujúcimi európskymi gigantmi v tomto odvetví čoraz viac znižuje a je otázkou času, kedy krajiny ako Francúzsko či Nemecko tohto dlhodobého lídra dobehnú. Čo sa Slovenska týka, tak u nás taktiež crowdfunding prosperuje, avšak nie až takým tempom ako v ostatných sledovaných krajinách. Najpodstatnejšiu časť crowdfundingu u nás tvorí „peer to peer” vzhľadom na fakt, že táto forma sa najviac približuje bežnej forme získavania kapitálu na Slovensku, no taktiež sa stále viac do povedomia dostávajú projekty a tvorcovia, ktorých je možné podporiť prostredníctvom crowdfundingu, a to nie len vďaka pôžičkovému modelu, ale hlavne vďaka darcovskému modelu.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- 1) SLOVAK BUSINESS AGENCY. *Ako na crowdfunding* [elektronický zdroj]. *Ako na crowdfunding*. 70 s. [05.03.2022]. Dostupné na: <http://podnikaj.online/e-booky/ako-na-crowdfunding/>
- 2) STEINBERG, Scott – DEMARIA, Rusel. *The Crowdfunding Bible: How To Raise Money For Startup, Video Game Or Project*. Read.me, 2012. 90 p. ISBN 978-1-105-72628-6
- 3) MCPHEE, Chris. *Editorial* [elektronický zdroj]. In *Technology Innovation Management Review*. Carleton University : Talent First Network, March 2016, volume 6, issue 3. 46 s. [11.01.2022]. ISSN 1927-0321. Dostupné na: https://www.timreview.ca/sites/default/files/Issue_PDF/TIMReview_March2016.pdf#page=31
- 4) NÁRODNÁ BANKA SLOVENSKA. *Pozícia NBS ku crowdfundingu – požičiavaniu formou „lendingu“* [elektronický zdroj]. [09.02.2022]. Dostupné na: <https://www.nbs.sk/sk/informacie-pre-media/tlacove-spravy/spravy-vseobecne/detail-tlacovej-spravy/pozicia-narodnej-banky-slovenska-ku-crowdfundingu-poziciavaniu-formou-lendingu>
- 5) SALAJOVÁ, Slavomíra – MAZÚR, Ján. *Postrehy a Podnerty – Crowdfunding* [elektronický zdroj]. In *Biatec*. Bratislava : Národná banka Slovenska, 2017, ročník 25, číslo 5, s. 25-29 [01.12.2021]. ISSN:1335-0900. Dostupné na: https://www.nbs.sk/img/Documents/PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2017/05-2017/Biatec_17_5_06Salajova.pdf
- 6) SANNAJUST, Aurélie – ROUX, Fabien – CHAIBI, Anissa. *Crowdfunding in France: A New Revolution?* [elektronický zdroj]. In *The Journal of Applied Business Research*. USA : Clute Institute, November/December 2014, volume 30, number 6, s. 1919-1928 [19.02.2022]. ISSN: 0892-7626. Dostupné na: <https://clutejournals.com/index.php/JABR/article/view/8947/8930>
- 7) TRÖGER, Tobias. *Regulation of crowdfunding in Germany* [elektronický zdroj]. In *SAFE Working Paper*. Goethe University Frankfurt : SAFE - Sustainable Architecture for Finance in Europe, Frankfurt a. M.2017, No. 199, s. 26 [29.01.2022]. Dostupné na: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/174906/1/1014411521.pdf>
- 8) EDITORIAL TEAM. *Crowdfunding: How it works & the best fundraising platforms* [elektronický zdroj]. [29.12.2021]. Dostupné na:

<https://entrepreneurhandbook.co.uk/crowdfunding/>

- 9) OUT-LAW NEWS. *UK loan-based crowdfunding platforms face tighter regulation* [elektronický zdroj]. [17.03.2022]. Dostupné na: <https://www.pinsentmasons.com/out-law/news/loan-based-crowdfunding-platforms-tighter-regulation->
- 10) SCHMIDT, Jonas. *Crowdfunding in Europe: Market Size by country & Finance Model* [elektronický zdroj]. 2019 [07.02.2022]. Dostupné na: <https://p2pmarketdata.com/crowdfunding-europe/>
- 11) JUSTCODED. *Tech Report On Crowdfunding Platforms* [elektronický zdroj]. 2020 [21.02.2022]. Dostupné na: <https://justcoded.com/crowdfunding-survey/>
- 12) FINANCEMENT PARTICIPATIF FRANCE. *Le crowdfunding dépasse le milliard en 2020* [elektronický zdroj]. 2021 [09.02.2022]. Dostupné na: <https://financeparticipative.org/le-crowdfunding-depasse-le-milliard-en-2020/>
- 13) CAMBRIDGE CENTRE FOR ALTERNATIVE FINANCE. *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report : Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models* [elektronický zdroj]. Cambridge Centre for Alternative Finance : University of Cambridge, 2022. 239 p. [19.04.2022]. Dostupné na: <https://www.jbs.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2020/08/2020-04-22-ccaf-global-alternative-finance-market-benchmarking-report.pdf>
- 14) TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra – MUSIL, David. *Comparative Analysis Study of Selected Alternative Finance* [elektronický zdroj]. In *ACC Journal*. Liberec : Technická Univerzita, 2017, vol. 23, issue 2, s. 120-134 [24.02.2022]. ISSN 2571-0613. Dostupné na: [file:///C:/Users/repin/Downloads/Comparative_Analysis_Study_of_Selected_Alternative%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/repin/Downloads/Comparative_Analysis_Study_of_Selected_Alternative%20(2).pdf)