

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

Evidenčné číslo: 101006/B/2021/36100138875894020

CROWDFUNDING A CROWDBERRY –
INOVATÍVNE FORMY FINANCOVANIA
PODNIKOV

Bakalárska práca

2021

Marek Čentěš

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

CROWDFUNDING A CROWDBERRY –
INOVATÍVNE FORMY FINANCOVANIA
PODNIKOV

Bakalárska práca

Študijný program:	Finančnictvo, bankovníctvo a investovanie
Študijný odbor:	Finančnictvo, bankovníctvo a investovanie
Školiace pracovisko:	Katedra financií
Vedúci záverečnej práce:	Doc. Ing. Katarína Belanová, PhD.
Externý konzultant:	Igor Kocian, Hithit

Bratislava 2021

Marek Čentěš

Pod'akovanie

Týmto by som sa chcel poďakovať vedúcej mojej bakalárskej práce doc. Ing. Kataríne Belanovej, PhD za usmerňovanie a cenné rady pri písaní záverečnej práce, ako aj externému konzultantovi Igorovi Kocianovi zastupujúceho spoločnosť Hithit za spoluprácu a poskytnutie dôležitých údajov a informácií.

ABSTRAKT

Čentěš, Marek: *Crowdfunding a crowdberry – inovatívne formy financovania podnikov*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta; Katedra financií. – Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Katarína Belanová, PhD. – Bratislava: NHF EU, 2021, počet strán: 48 s.

Cieľom bakalárskej práce je predstaviť proces uvedenia projektu na crowdfundingovú platformu a následne porovnať spôsob inovatívneho financovania podniku prostredníctvom platformy s klasickým spôsobom financovania podniku formou podnikateľského úveru v banke. Prácu sme si rozdelili do 3 hlavných kapitol. Obsahom práce sú 2 obrázky, 2 grafy a 9 tabuliek. V prvej kapitole sme sa venovali vymedzeniu pojmov podnik, podnikanie, crowdfunding a crowdberry, histórii a regulácii inovatívnych foriem financovania podnikov. V druhej kapitole sme si určili ciele práce a popísali sme si metódy, ktoré budeme v práci využívať. V poslednej kapitole sme prešli procesom uvedenia projektu na internetovú platformu, na základe čísel poskytnutých platformou Hithit sme poukázali na výrazný rast záujmu o crowdfundingové platformy či už na strane klienta alebo prispievateľa. Crowdfundingové platformy sú výbornou inovatívnou a takisto nákladovo výhodnou voľbou na financovanie podniku pre začínajúcich podnikateľov alebo start-upistov.

Kľúčové slová: crowdfunding, crowdberry, financovanie podnikov, úver

ABSTRACT

Čentěš, Marek: *Crowdfunding and Crowdberry – innovative forms of financing of companies.* – University of Economics in Bratislava. Faculty of National Economy; Department of Finance. – Supervisor of the thesis: Doc. Ing. Katarína Belanová, PhD. – Bratislava: NHF EU, 2021, pages: 48 s.

The main aim of the Bachelor thesis is to present the proces of launching a project to a crowdfunding platform and the comparison of the innovative way of financing with the tradition way of using the entrepreneurial credit.

The Bachelor thesis is divided into to 3 chapters and contains 2 pictures, 2 charts and 9 labels.

The first chapter deals with the the definitions of terms such as company, business, crowdfunding and crowdberry, and the history of regulation of innovative forms of financing the companies.

In the second chapter we determined the aims of the Bachelor thesis and decscribed the methods wich wich will be used.

In the last chapter we went through the process of launching the project on an internet platform, based on the numbers of Hithit platform, we have pointed out a significant increase of the interest in crowdfunding platforms, wheter on the client or contributor side.

Crowdfunding platforms are brilliant and innovative ways of financing for start-ups.

Keywords: crowdfunding, crowdberry, financing businesses, loan

OBSAH

Úvod	7
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ.....	8
1.1 Vymedzenie pojmov podnik a podnikanie.....	8
1.2 Zdroje financovania podniku	9
1.2.1 Crowdfunding	16
1.2.2 Typy crowdfundingu.....	17
1.2.3 Regulácia crowdfundingu	19
1.2.4 Crowdberry.....	21
1.2.5 Crowdberry vz. verejne obchodovateľné akcie.....	22
1.2.6 Vývoj crowdberry na Slovensku.....	23
1.2.7 Crowdfundingové portály na Slovensku a v Českej republike.....	25
2 CIEĽ PRÁCE, METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....	28
3 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA	30
3.1 Ako a kedy využiť crowdfundingovú platformu	30
3.2 Priebeh uvedenia projektu na vybranú crowdfundingovú platformu v Slovenskej republike – Hithit.....	31
3.2.1 Hithit	32
3.2.2 Možnosti financovania podniku	39
3.2.3 Financovanie podniku prostredníctvom úveru	40
3.2.4 Financovanie podniku prostredníctvom platformy Hithit.....	44
3.2.5 Porovnanie jednotlivých foriem financovania	45
3.3 Diskusia.....	50
Záver	52
Zoznam použitej literatúry	54
Prílohy.....	57

Zoznam tabuliek, grafov a obrázkov

Tabuľka 1: Rozdelenie zdrojov financovania z hľadiska vlastníctva	12
Tabuľka 2: Členenie externých zdrojov financovania	14
Tabuľka 3: Crowdfundingové portály v ČR, SR a AT	25
Tabuľka 4: Vývoj úspešnosti projektov na platforme Hithit	32
Tabuľka 5: Formy financovania podniku a podmienky	39
Tabuľka 6: Podmienky poskytnutia úveru vo VÚB banke	42
Tabuľka 7: Parametre poskytnutia úveru	43
Tabuľka 8: Financovanie prostredníctvom platformy a úveru v banke	45
Tabuľka 9: Najúspešnejšie projekty na základe množstva vyzbieraných peňazí	47
Graf 1: Podiel na úspešnosti projektu	38
Graf 2: Dôvody zlyhania podnikateľskej činnosti	40
Obrázok 1: Zdroje financovania podniku	9
Obrázok 2: Postup zavedenia projektu na platformu	34

Úvod

Každý podnikateľský subjekt sa v zrode svojho podnikania musí venovať hneď niekoľkým otázkam. Aký produkt chce predávať, vyrábať, resp. akú službu sa rozhodne ponúkať? Na akú cieľovú skupinu sa svojou podnikateľskou činnosťou chce zamerať? Ako sa líši jeho nápad od konkurencie?

Na všetky tieto otázky môže mať perfektné odpovede a riešenia, no zatiaľ sme nespomenuli základnú otázku: Ako bude svoje podnikanie financovať? Bohužiaľ, často sa stáva, že dobré nápady a podnikateľské plány predurčené na úspech skončia v koši práve z toho dôvodu, že podnikateľ nie je schopný svoje nápady zafinancovať.¹

V tejto bakalárskej práci sa budeme venovať inovatívnym formám financovania Crowdfunding a Crowdberry. Aby sme však mohli hlbšie nazrieť do tejto problematiky, je potrebné sa najskôr v rámci teoretickej časti tejto bakalárskej práce zoznámiť so samotným pojmom podnik, pozrieme sa na zdroje financovania podniku z hľadiska vlastníctva a zdroja. Ďalej sa pozrieme na typy crowdfundingu a jeho reguláciu, oboznámime sa s vývojom crowdberry na Slovensku a poukážeme si na najznámejšie crowdfundingové platformy pôsobiace na českom a slovenskom trhu.

Následne si v našej bakalárskej práci zdefinujeme hlavný cieľ a vedľajšie ciele a rovnako aj metódy, ktoré budeme používať pri písaní teoretickej a praktickej časti. V praktickej časti si upresníme, kedy je vhodné využiť služby crowdfundingovej platformy a takisto si popíšeme celý proces, ktorým musí prechádzať každý klient platformy, aby bol jeho projekt úspešný.

Cieľom bakalárskej práce je predstaviť proces uvedenia projektu na crowdfundingovú platformu a následne porovnať spôsob inovatívneho financovania podniku prostredníctvom platformy s klasickým spôsobom financovania podniku formou podnikateľského úveru v banke.

„Tvorivosť a viera vo vašu prácu je nevyhnutnou zložkou úspechu.“²

¹ MUSIL, David. *Netradiční způsoby financování podnikatelských aktivit*. Diplomová Práca [elektronický zdroj]. Plzeň, 2017, s. 7. [cit. 2018-10-05]. Dostupné na internete:

https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/28966/1/DP_MUSIL_David_2017.pdf

² Ingvar Kamprad, 1926. Zakladateľ reťazca IKEA

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

1.1 Vymedzenie pojmov podnik a podnikanie

Podľa Markovej možno podnik definovať nasledovne: „Podnik je taká forma podnikateľskej činnosti, v rámci ktorej dochádza k cieľavedomému spájaniu hmotných, finančných a ľudských zdrojov v jednej podnikateľskej jednotke s uzatvoreným obratom hodnoty s cieľom produkovať úžitkové hodnoty pre potreby zákazníkov a pre vlastné uspokojenie potrieb.“³

Obchodný zákonník definuje podnik ako „súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoju povahu majú tomuto účelu slúžiť.“⁴ Túto definíciu si môžeme rozviesť podrobnejšie. Ako hovorí obchodný zákonník, podnik tvoria hmotné aj nehmotné zložky podnikania. Rozumejme, že to nezahŕňa len samotné technické vybavenie, ale aj samotných zamestnancov, ktorých môžeme zaradiť k osobným zložkám podnikania, a samozrejme aj ich znalosti, profesionalitu, ktoré zas môžeme zaradiť k nehmotným zložkám. Zjednodušene môžeme povedať, že pod pojmom podnik rozumieme organizáciu, ktorej hlavným cieľom je poskytovanie tovarov a služieb za účelom dosahovania zisku.

Tu sa zároveň už dostávame k pojmu podnikanie. S najtypickejšou definíciou podnikania, s ktorou sa môžeme stretnúť, opäť čerpáme z Obchodného zákonníka. Podnikanie teda chápeme „ako sústavnú činnosť vykonávanú samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku“⁵ Ak hovoríme o sústavnej činnosti, myslíme tým činnosť, ktorá sa pravidelne opakuje alebo je nepretržitá. Zараďujeme sem aj sezónne podnikanie. Samostatnosť chápeme ako takú činnosť, ktorú podnikateľ vykonáva bez toho, aby bol v podriadenej pozícii. Vykonávať podnikateľskú činnosť „vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť“ znamená, že všetky kontrakty, ktoré podnikateľ uzatvorí, uzatvorí vo svojom mene a v prípade porušenia podmienok uvedených v kontraktach ručí celým svojim majetkom.

³ MARKOVÁ, V. *Malé a stredné podnikanie v Slovenskej republike*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2003. s. 11. ISBN 80-8055-816-7.

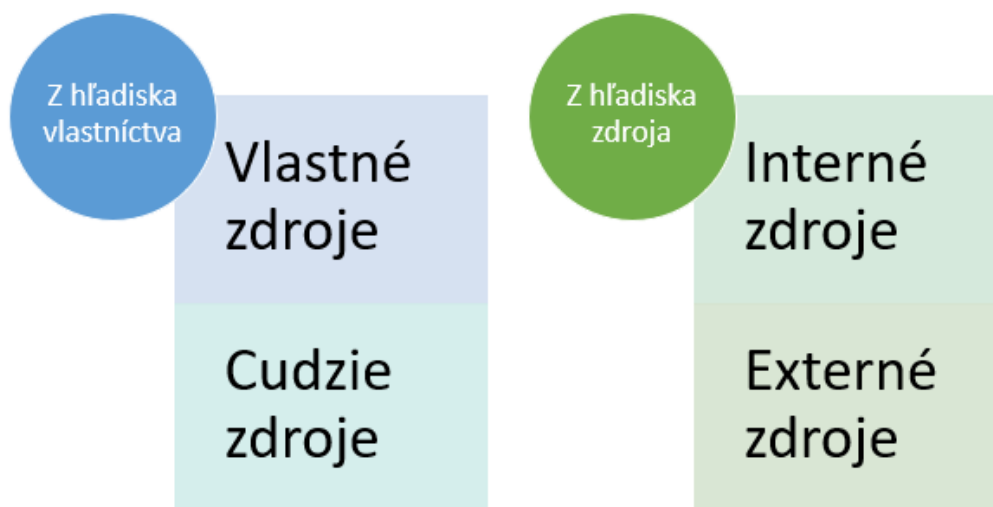
⁴ V zmysle zákona č. 513/1991 (Obchodný zákonník) § 5

⁵ Obch. zákonník- zák.č. 513/1991 Zb. §2

1.2 Zdroje financovania podniku

Ako sme už spomenuli v úvode, jednou zo základných otázok, ktorú si musí položiť každý podnikateľský subjekt je, akou formou zafinancuje svoje podnikanie. Financovanie chápeme ako proces, v ktorom dochádza k zhromažďovaniu kapitálu, ktorý je následne použitý na hospodársku činnosť podniku. Môžeme povedať, že prostredníctvom kapitálu je podnikateľský subjekt schopný vykonávať svoju podnikateľskú činnosť.⁶ *“Financovanie je hnacím motorom podnikania. Bez finančných prostriedkov nie je možné zakúpiť potrebné vstupy na podnikanie ako stroje, zariadenia, suroviny, materiál, energie alebo zabezpečiť pracovné sily.”*⁷ Pri pokračovaní činnosti podniku v jeho ďalšom rozvoji väčšinou evidujeme kombináciu rôznych foriem financovania. Aby sme si bližšie vedeli predstaviť o aké kombinácie sa jedná, je potrebné si klasifikovať zdroje financovania podniku. Najbežnejšie sa stretávame s delením z hľadiska vlastníctva a podľa zdroja. Jednotlivé delenie financovania znázorňuje Obrázok 1.

Obrázok 1: Zdroje financovania podniku



Zdroj: Vlastné spracovanie

⁶ HRUŠKA, Peter. *Zdroje financovania podniku*. Diplomová Práca [elektronický zdroj]. Banská Bystrica, 2009, s. 12. [cit. 2018-10-16]. Dostupné na internete:

https://is.ambis.cz/th/kmgfa/Plna_verzia_diplomovej_prace_BIVS_2008-2009_Zdroje_financovania_podniku_-_Hruska_Peter.pdf

⁷ CHODASOVÁ, A. - BUJANOVÁ, D.: *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*, Ekonóm, 1998, s. 22. ISBN 80-2251-351-2

Zdroje financovania z hľadiska vlastníctva

Ako sme si v predchádzajúcej kapitole spomínali, jedným z najčastejších delení zdrojov financovania je z hľadiska vlastníctva. Z tohto hľadiska rozlišujeme vlastné zdroje a cudzie zdroje. V nasledujúcich riadkoch si ich bližšie špecifikujeme.

Vlastné zdroje

K vlastným zdrojom, ktoré slúžia na financovanie podniku, zaraďujeme v prvom rade *základné imanie, kapitálové fondy, fondy zo zisku, hospodársky výsledok z minulých období* a takisto *hospodársky výsledok za bežné účtovné obdobie (skr. ÚO)*.⁸

Už zo samotných slov *Základné imanie* je zrejmé, že tvorí hlavnú a pevnú zložku vlastného imania. Základne imanie vzniká hlavne vtedy, keď sa spoločnosť zakladá. A teda je tvorené vkladmi samotných vlastníkov alebo môže byť tvorené aj formou upísaných akcií. Ak sa uvažuje o zmene základného imania, takáto zmena môže byť uskutočnená len odsúhlasením všetkých spoločníkov. V prípade akciovej spoločnosti o zmene základného imania rozhoduje valné zhromaždenie danej spoločnosti. Výšku základného imania určuje Obchodný zákonník. Ak v spoločnosti nastane situácia, že sa spoločnosť ocitne v strate a túto stratu nevyrovná iným spôsobom, v takom prípade sa výška základného imania bude znižovať.⁹

Ku *kapitálovým fondom* zaraďujeme emisné ážio, dary, dotácie, a také vklady spoločníkov, ktoré nespôsobujú zvýšenie základného imania.

Pri *fondoch zo zisku* rozlišujeme z hľadiska charakteru zákonné a dobrovoľné fondy. V prípade spoločností s.r.o. a a.s. hovoríme o *Zákonnom rezervnom fonde* (skr. ZRF), v družstve nazývaný *nedeliteľný fond*. Dobrovoľné fondy sú tvorené spoločenskými zmluvami a rôznymi stanovami.

Hospodársky výsledok minulých rokov predstavuje nerozdelený zisk, ktorý sa prevádza do nasledujúceho obdobia. Na rozdiel od *hospodárskeho výsledku bežného ÚO*, ktorého časť sa rozdeľuje vo forme dividend a pod.

⁸*Vlastné zdroje, cudzie zdroje a ostatné pasíva ako finančné zdroje*. 2015. [cit. 2018-10-30]. Dostupné na internete: <https://www.euroekonom.sk/financie/financie-a-podnik/vlastne-zdroje-cudzie-zdroje-a-ostatne-pasiva-ako-financne-zdroje/>

⁹ tamtiež

Cudzie zdroje

Cudzie zdroje chápeme ako dlh podniku, ktorému vzniká v budúcnosti a v danom časovom horizonte povinnosť splatiť ho.¹⁰ Sem zaradujeme *rezervy, dlhodobé záväzky, krátkodobé záväzky a bankové úvery*.

Rezervami si spoločnosti dokážu znížiť vykázaný zisk. Chápeme ich ako budúce záväzky podniku. Použiť ich možno na opravu alebo na vyrovnanie strát.

Záväzky presahujúce dĺžku jeden rok nazývame *dlhodobými záväzkami*. Zaradujeme sem ku príkladu dlhodobé zmenky na úhradu, emitované obligácie či zálohy získané od odberateľov.

Naopak, *krátkodobé záväzky* tvoria záväzky voči dodávateľom, krátkodobé zmenky, záväzky voči štátu, zamestnancom a podobne. Na rozdiel od dlhodobých, tieto nepresahujú dĺžku splatnosti 1 rok.

Súčasťou *bankových úverov* sú dlhodobé a krátkodobé úvery či krátkodobé finančné výpomoci.¹¹

Treba poznamenať, že v praxi spoločnosti využívajú cudzie zdroje na prechodné obdobie, kedy ich vlastný kapitál nie je postačujúci. V mnohých prípadoch môžu cudzie zdroje pre spoločnosť predstavovať lacnejšiu variantu, ako vlastné zdroje a to vďaka úrokom, prostredníctvom ktorých je možné znížiť základ zaplatenej dane.¹² Podnik, kde prevládajú cudzie zdroje nad vlastnými, vykazuje priaznivejšie výsledky ziskovosti a rentability. Negatívom takej situácie je, že takýto podnik nie je tak stabilný a takisto je tu prítomná závislosť na veriteľoch.¹³

¹⁰ *Cudzí kapitál*. 2016. [cit. 2018-10-30]. Dostupné na internete: <https://managementmania.com/sk/cudzi-kapital>

¹¹ *Vlastné zdroje, cudzie zdroje a ostatné pasíva ako finančné zdroje*. 2015. [cit. 2018-10-30]. Dostupné na internete: <https://www.euroekonom.sk/financie/financie-a-podnik/vlastne-zdroje-cudzie-zdroje-a-ostatne-pasiva-ako-financne-zdroje/>

¹² *Cudzí kapitál*. 2016. [cit. 2018-10-31]. Dostupné na internete: <https://managementmania.com/sk/cudzi-kapital>

¹³ *Analýza majetku a zdrojov krytia*. [cit. 2018-10-31]. Dostupné na internete: <http://podnikovaanaliza.sk/financna-analyza/analyza-majetku/>

Jednotlivé zdroje financovania z hľadiska vlastníctva si zhrnieme v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 1: Rozdelenie zdrojov financovania z hľadiska vlastníctva

Vlastné zdroje	Základné imanie	Cudzie zdroje	Rezervy
	Kapitálové fondy		Dlhodobé zdroje
	Fondy zo zisku		Krátkodobé zdroje
	Hosp. výsledok z minulých období		Bankové úvery
	Hosp. výsledok za bežné ÚO		

Zdroj: Vlastné spracovanie

Zdroje financovania z hľadiska zdroja

Ďalším z hlavných delení zdrojov financovania je z hľadiska zdroja. Z tohto hľadiska rozdeľujeme zdroje na *interné* a *externé*.

Interné zdroje

Interné zdroje sa objavujú počas hospodárenia podniku. Podľa toho, akým spôsobom podnik získava spomenuté zdroje, rozlišujeme nasledujúce formy financovania podľa J. Marušina.

Financovanie

- zo zisku, resp. samofinancovanie,
- z odpisov,
- z rezerv,
- v dôsledku uvoľnenia peňazí,
- uplatnením technického pokroku.¹⁴

Na rozdiel od Marušina, Alexy rozdelil interné zdroje len do 3 foriem.

Financovanie

- zo zisku,

¹⁴ MARUŠIN, J. *Finančný manažment podniku*. Ekonomická fakulta TU, Košice. 2000, ISBN 80-7099-473-8

- z odpisov,
- z iných interných zdrojov (zahŕňa rezervy)¹⁵

V nasledujúcich riadkoch si jednotlivé formy financovania stručne popíšeme.

Zisk pri riadení podniku chápeme ako veľmi dôležitý ukazovateľ znázorňujúci úspešnosť. *Samofinancovanie* inak chápeme aj ako financovanie zo zisku.

Financovanie z odpisov nám definuje zákon č. 595/2003 Z.z. nasledovne: „Odpisovaním sa na účely zákona rozumie postupné zahrňovanie odpisov z hmotného majetku a nehmotného majetku do daňových výdavkov, ktorý je účtovaný, alebo evidovaný a je používaný na zabezpečenie zdaniteľných príjmov. Postup pri odpisovaní hmotného majetku je určený nehmotnému majetku ak nejde o hmotný majetok a nehmotný majetok vylúčený z odpisovania.“¹⁶

Ďalšou možnosťou interných zdrojov je *financovanie z rezerv*. Pre prípad neistých situácií a záväzkov si podnik môže vytvárať rezervy. Rezervy sú takpovediac tichým zdrojom financovania podniku a to až do momentu ich použitia. Rezervy v podobe rezervného fondu si niektoré spoločnosti musia vytvárať zo zákona, poprípade si rezervy môžu nad rámec zákona vytvárať aj dobrovoľne.¹⁷

Uvoľňovanie peňazí v podniku nastáva uvoľnením kapitálu pre prípad, ak by chcel podnik zafinancovať svoj rozvoj. Podnik so svojim majetkom nakladá sám a ak sa niektorý druh majetku stane nepotrebným, jeho odpredajom si vie podnik zabezpečiť ďalšie interné zdroje.¹⁸

Externé zdroje

Externé zdroje financovania podniky získavajú prostredníctvom iných subjektov. Členenie externých zdrojov máme znázornené v nasledujúcej tabuľke.

¹⁵ ALEXY, J., SIVÁK, R. *Podniková ekonomika*. IRIS, Bratislava. 2005, ISBN 80-89018-82-3

¹⁶ Zákon č. 595/2003 Z.z.

¹⁷ *Interné zdroje financovania podniku*, [cit. 2018-11-06]. Dostupné na internete: <https://www.euroekonom.sk/interne-zdroje-financovania-podniku/>

¹⁸ MARUŠIN, J. *Finančný manažment podniku*. Ekonomická fakulta TU, Košice. 2000, ISBN 80-7099-473-8

Tabuľka 2: Členenie externých zdrojov financovania

Vlastné	Cudzie	- klasické
		- alternatívne

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pod *vlastnými zdrojmi* rozumieme vklad vlastníka. Vklad vlastníka sa stáva súčasťou podniku hneď pri jeho založení. Chápeme ho ako prvotný kapitál, ktorý sa do podniku vloží. Ak v priebehu času tento kapitál nepostačuje, môže sa rozšíriť o dodatočné vklady, prípadne sa dopĺňa zo zisku.¹⁹

Podnik môže svoje potreby zafinancovať aj využitím *cudzích zdrojov*, ktoré členíme ďalej na *klasické* a *alternatívne*.

Medzi *klasické zdroje* financovania môžeme zaradiť úvery.

Úver je pre podnik významným zdrojom financovania. Rentabilita a likvidita sú základné ukazovatele, pomocou ktorých sa podnik rozhoduje, či sa rozhodne pre financovanie z vlastných zdrojov alebo prostredníctvom úveru. Pod pojmom úver chápeme vzťah medzi veriteľom a dlžníkom. V tomto prípade je veriteľom banka a dlžníkom je samotný podnik. Banka odovzdá konkrétnu hodnotu podniku, s podmienkou, že jej podnik neskôr úver splatí aj s úrokom. Úrok je cenou za to, že banka zapožičala svoje peniaze.²⁰

To, čo brzdí možnosť podnikania na Slovensku, je nedostatok finančných zdrojov. Je dôležité poznamenať, že túto, na prvý pohľad veľkú prekážku, možno prekonať informovaním o alternatívnych zdrojoch financovania. Okrem klasických zdrojov možno

¹⁹ HRUŠKA, P. *Zdroje financovania podniku*. Bankovní institut VŠ Praha, Banská Bystrica. 2009, Diplomová práca. [cit. 2018-11-19]. Dostupné na internete: https://is.ambis.cz/th/kmgfa/Plna_verzia_diplomovej_prace_BIVS_2008-2009_Zdroje_financovania_podniku_-_Hruska_Peter.pdf

²⁰ PAVELKA, F. - BARDOVÁ, D. - OPLTOVÁ, R.: *Úvěrové obchody*, Praha, Aktris spol. s.r.o., 2001. s. 58

využívať ako alternatívne zdroje financovania *factoring, forfaiting, lízing, franchising, projektové financovanie, rizikový kapitál*²¹, *crowdfunding* a *crowdberry*.

Vo všeobecnosti *factoring* chápeme ako odkup krátkodobých úverov. Sú to operácie, pri ktorých podnik predáva svoje výrobky alebo svoje služby na úver a svoje pohľadávky predáva faktorovi ešte pred ich splatnosťou. Faktorom môže byť banka alebo špeciálna finančná inštitúcia.²²

Forfaiting je technika, ktorá sa uplatňuje v zahraničnom obchode. Jedná sa o úverovanie vývozu v strednodobom a dlhodobom horizonte. Vývozca v tomto prípade predáva pohľadávku forfaitérovi za nižšiu cenu ako je nominálna. Je to spôsob, ako môže vývozca získať peniaze pred splatnosťou pohľadávky a eliminuje riziko, že by mu zákazník odmietol zaplatiť alebo s platbou meškal. Spomínané riziko prechádza na forfaitéra a to za poplatok, ktorý musí exportér forfaitérovi zaplatiť za jeho služby.²³

Ďalšou formou osobitného úveru je *lízing*. Je to jednou z najobľúbenejších foriem financovania hlavne pre menšie podniky, pretože pri obstaraní majetku nie je potrebné, aby mali k dispozícii veľký kapitál.²⁴ Pri lízingu sa prenajímajú časti majetku ako sú budovy, stavby alebo zariadenia. Podnik ich má v užívaní za zmluvne dohodnutý poplatok.

Franchising je metódou podnikania, na základe ktorej sa predávajú služby, technológie či rôzne výrobky. Ide o úzkej spolupráci medzi nezávislými podnikmi. Pomocou franchisingu si vie daná spoločnosť rozšíriť svoje podnikateľské aktivity a to bez navyšovania kapitálu.

Pri *projektovom financovaní* sa sleduje hlavne návratnosť peňažných prostriedkov, ktoré boli danej firme poskytnuté. Táto návratnosť sa vypočítava na základe metódy výpočtu ČSH (čistá súčasná hodnota). Na základe výsledku sa následne poskytuje

²¹ BELANOVÁ, K.: *Alternatívne zdroje financovania a ich využívanie v podmienkach SR*. Biatec, Bratislava. 2013, [cit. 2018-11-26]. Dostupné na internete:

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2013/03-2013/03_biatec13-3_belanova.pdf

²² KOLEKTIV AUTOROV: *Bankovníctví*, Praha, 2006, s. 231-234

²³ ALEXY, J. - SIVÁK, R.: *Podniková ekonomika*, Bratislava, IRIS, 2005. s. 197

²⁴ BELANOVÁ, K.: *Alternatívne zdroje financovania a ich využívanie v podmienkach SR*. Biatec, Bratislava. 2013, [cit. 2018-11-25]. Dostupné na internete:

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2013/03-2013/03_biatec13-3_belanova.pdf

úver. Motiváciou pre tento zvolenie tohto spôsobu financovania je rozloženie investičného rizika medzi viac subjektov, nakoľko sa projektové financovanie využíva pri veľkých projektoch, ktoré sú kapitálovo veľmi náročné pre jedného investora alebo len pre jednu banku.²⁵

Rizikový kapitál je investíciou výlučne len do tých spoločností, ktoré nie sú predmetom obchodovania na verejných burzách. Podstatou fungovania rizikového kapitálu je, že do podniku vstupuje fond, ktorý zvýši základný kapitál podniku a tým pádom podnik získava chýbajúci kapitál. Po niekoľkých rokoch v prípade úspechu fond predá svoj podiel so ziskom. Pri rizikovom kapitáli teda ide o dlhoročný vzťah medzi investorom a podnikateľom.²⁶

Crowdfunding a *crowdberry* ako zdroje financovania podniku môžeme podľa ich podstaty zaradiť tiež medzi *cudzí alternatívne zdroje*. V našej bakalárskej práci a v nasledujúcej kapitole sa budeme ďalej venovať práve im.

1.2.1 *Crowdfunding*

Crowdfunding je inovatívnym zdrojom financovania. Je možné ním zafinancovať rôzne neziskové ale aj podnikateľské aktivity. Crowdfunding ako ho poznáme dnes vznikol v prvých rokoch tohto storočia. Primárne vznikol crowdfunding ako nástroj pre kreatívny priemysel, vďaka ktorému mohli spotrebitelia prispieť rôznym umelcom, aby mohli začať so svojou tvorbou. Odmenou im bol samotný umelecký produkt (napr. CD).²⁷ Pojem crowdfunding vznikol spojením anglických slov *crowd* ako dav a *funding* ako financovanie. Voľný preklad by teda bol financovanie davom. Crowdfunding patrí k novým trendom zdieľanej ekonomiky. Dnes crowdfunding nepodporuje len umelecký smer, ale aj neziskové firmy, výskum, podnikateľské oblasti či kultúru. Pri crowdfundingu ide o to, že sa menšie čiastky od jednotlivcov spoja do jedného celku.²⁸

²⁵ BELANOVÁ, K.: *Alternatívne zdroje financovania a ich využívanie v podmienkach SR*. Biatec, Bratislava. 2013, [cit. 2018-11-26]. Dostupné na internete:

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2013/03-2013/03_biatec13-3_belanova.pdf

²⁶ tamtiež

²⁷ Freedman, David M. a Nutting, Matthew R. 2015. *A Brief History of Crowdfunding*. Including Rewards, Donation, Debt, and Equity Platforms in the USA. 05. November 2015

²⁸ Prednáška Hithit

1.2.2 Typy crowdfundingu

Crowdfunding môžeme rozdeliť na niekoľko typov a to v závislosti od toho, ako je prispievateľ zainteresovaný v danom projekte a aká je jeho odmena za príspevok. Podľa dostupnej literatúry rozlišujeme štyri základné typy – *darcovský*, *odmenový*, *crowd investing* a *crowd lending*.²⁹

Prvé dva spomenuté typy sú takzvané neinvestičné modely. Podľa Ondráčkovej a Černého sú vhodné hlavne pre jednorazové projekty.³⁰

Darcovský typ

Jedná sa o najstarší typ crowdfundingu. Funguje na princípe zhromažďovania finančných príspevkov od rôznych prispievateľov na nekomerčné účely. Tento typ môžeme prirovnať k zbierke. Typické pre tento typ je, že prispievatelia nedostávajú žiadnu materiálnu odmenu. Využíva sa najmä na dobročinné účely. Na Slovensku využívajú tento typ crowdfundingu platformy ako *ludialudom.sk*, *dobrakrajina.sk* alebo *daruj.sk*.³¹ Zo zahraničných môžeme spomenúť *gofundme.com* alebo *crowdrise.com*.^{32 33}

Odmenový typ

Odmenový typ sa neoznačuje ako najstarší ale ako klasický typ crowdfundingu. Tým, že prispievateľ finančne prispeje na daný projekt získava odmenu vo forme zľavy, poďakovania alebo môže získať samotný produkt či službu, na ktorý prispieva. Odmenový typ je pre majiteľov projektov veľmi výhodný, pretože sa vďaka nemu môžu zviditeľniť, nadväzujú kontakt a vzťah s budúcimi potenciálnymi zákazníkmi a takisto od

²⁹ tamtiež

³⁰ ONDRÁČKOVÁ, Kamila a Dalibor ČERNÝ. *Crowdfunding: Investiční modely*. FinExpert [online]. 2015 [cit. 2018-11-29]. Dostupné na internete: <https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-investicni-modely>

³¹ Prednáška Hithit

³² YOUNG, T.E. *The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding : understand crowd psychology : gain an online presence : create a successful crowdfunding campaign : promote your campaign to reach hidden funding sources*. Avon, Mass.: Adams Media, 2013. ISBN 1440550336.

³³ STROKOVÁ, Z - BIELIKOVÁ, T. *CROWDFUNDING: NOVÝ TREND VO FINANCOVANÍ. Trendy v podnikání - ZČU* [online]. 2016 [cit. 2018-11-29]. Dostupné na internete: https://www.tvp.zcu.cz/cd/2014/PDF_sbornik/strokova%20bielikova.pdf

nich získavajú už s predstihom spätnú väzbu na svoj produkt či službu a tak sa môžu zdokonaľovať v priebehu získavania prostriedkov.

Na Slovensku alebo u našich susedov v Českej republike sú najvýznamnejšími platformami tohto typu *startovac.cz* a *Hithit*. V zahraničí sú jednoznačnými lídrami platformy *kickstarter.com* alebo *Indiegogo.com*.³⁴

Ďalšie dva typy, ktoré si spomenieme, zaradujeme medzi investičné modely.

Podielový typ (Equity-based crowdfunding)

Pre tento typ crowdfundingu je typické to, že prispievateľ, resp. v tomto prípade investor, svojim finančným príspevkom získava vlastnícky podiel v spoločnosti. Investor poskytuje finančný príspevok spoločnosti preto, aby firma rástla a tým pádom bude rásť aj hodnota jeho podielu. Investor má dve možnosti ako naložiť so svojim podielom vo firme. Buď ho po určitej dobe odpredá alebo si ho nechá a tým pádom na právo na vyplatení dividend.³⁵ Je dôležité spomenúť, že tento typ crowdfundingu je najrizikovejší a to z toho dôvodu, že je veľmi ťažké odhadnúť, aká bude návratnosť danej investície do podniku.³⁶ Podielový typ crowdfundingu na Slovensku nie je regulovaný.³⁷ Medzi svetové platformy tohto typu zaradujeme *Seedrs* alebo *Crowdcube*.

Pôžičkový typ (Debt-based crowdfunding)

Pri tomto type sa jedná o také transakcie, kde sa pri procese pôžičiek nevyužívajú finančné inštitúcie. Opäť sa tu zachováva význam slova crowdfunding, čo znamená, že

³⁴ YOUNG, T.E. *The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding : understand crowd psychology : gain an online presence : create a successful crowdfunding campaign : promote your campaign to reach hidden funding sources*. Avon, Mass.: Adams Media, 2013. ISBN 1440550336

³⁵ ONDRÁČKOVÁ, Kamila a Dalibor ČERNÝ. *Crowdfunding: Investiční modely*. FinExpert [online]. 2015 [cit. 2018-12-06]. Dostupné na internete: <https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-investicni-modely>

³⁶ YOUNG, T.E. *The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding : understand crowd psychology : gain an online presence : create a successful crowdfunding campaign : promote your campaign to reach hidden funding sources*. Avon, Mass.: Adams Media, 2013. ISBN 1440550336.

³⁷ Prednáška Hithit

tento typ funguje na princípe požičiavania od veľkého množstva ľudí jednotlivcom. Prispievatelia s voľnými finančnými prostriedkami požičajú tieto prostriedky, resp. spoločnosti a za poskytnuté peňažné prostriedky im bude vyplatený výnos spolu s úrokom, ktorého výška je vopred dohodnutá.³⁸

1.2.3 Regulácia crowdfundingu

Nakoľko crowdfundingové trhy rastú, je potrebné, aby sa diskutovalo o regulácii v prvom rade v rámci EÚ a v druhom rade na národnej úrovni. Crowdfunding je heterogénny fenomén. Nie je preto potrebné hovoriť o jeho regulácii zo širokého hľadiska ale skôr o regulácii jeho typov. Crowdfunding, ktorý sa nachádza na hranici finančnej a právnej regulácie, patrí medzi najzaujímavejšie. V mnohých štátoch sú niektoré jeho modely hodnotené ako druh finančnej či investičnej služby.³⁹

Podľa Národnej banky Slovenska (ďalej len NBS) je téma crowdfunding veľmi aktuálna a jej potenciál sa rýchlo rozširuje. NBS kontroluje dané aktivity a na základe tejto kontroly dáva verejnosti do pozornosti, že crowdfunding ako taký a rovnako aj činnosti s ním spojené nespádajú pod dohľad NBS. Spolupráca verejnosti na aktivitách crowdfundingu je teda na vlastnú zodpovednosť. To znamená, že činnosti, ktoré sú spojené s crowdfundingom, nepodliehajú ako ochrane vkladov, tak ani ochrane investícií.⁴⁰

Jeden zo základných typov crowdfundingu je pôžičkový typ crowdfundingu, o ktorom sme písali v podkapitole 1.2.1.2. V nasledujúcich riadkoch si povieme o rizikách spojených s poskytovaním finančných prostriedkov v rámci pôžičkového crowdfundingu z pohľadu NBS. Konkrétnejšie sa zameriame na pôžičky *peer to peer lending*, čo v preklade znamená od človeka k človeku.⁴¹

³⁸ RENTON, Peter. *Understanding Peer to Peer Lending* [online]. Lend Academy, 2015. [cit. 2018-12-07]. Dostupné na internete: <http://www.lendacademy.com/Understanding-Peer-toPeer-Lending.pdf>

³⁹ SALAJOVÁ, S. – MAZÚR, J. *Crowdfunding*. Biatec., 25. Ročník, 2017. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2017/05-2017/Biatec_17_5_06Salajova.pdf

⁴⁰ *Pozícia NBS ku crowdfundingu – požičiavanie formou „lendingu“*. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/sk/informacie-pre-media/tlacove-spravy/detail-spravy/_pozicia-narodnej-banky-slovenska-ku-crowdfundingu-poziciavaniu-formou-lendingu/bc

⁴¹ tamtiež

V rámci tohto typu rozlišujeme tri hlavné subjekty:

- Veriteľ (poskytuje finančné prostriedky)
- Dlžník (požičiava si finančné prostriedky)
- Internetová platforma (umožňuje stretnutie veriteľa s dlžníkom).

Keď sa poskytujú pôžičky cez internetovú platformu, prináša to svoje riziká pre veriteľa aj pre dlžníka.

U *veriteľa* sa jedná najmä o riziko, že sľúbené zhodnotenie jeho investícií sa nezrealizuje. Ďalším rizikom je, že veriteľ bude stratový a to z dôvodu neobozretného konania dlžníka. Ten sa takýmto konaním môže dostať do platobnej neschopnosti. Nakoľko veriteľ dlžníka osobne nepozná a disponuje len informáciami, ktoré mu poskytla platforma, veriteľ si nevie overiť, či je dlžník schopný svoju pôžičku splatiť. S týmto rizikom je spojené aj riziko straty vzhľadom na zlyhanie internetovej platformy, resp. ak platforma stratí svoje dobré meno.

Pri *dlžníkovi* je to hlavne riziko, že mu nebudú vyplatené finančné prostriedky, aj napriek tomu, že podmienky na ich vyplatenie boli vopred dohodnuté. Takisto nemusel dostať pravdivé informácie ohľadne svojich práv a povinností a tiež informácie o celkových nákladoch súvisiacich s pôžičkou. Ako aj pri veriteľovi, dlžník si nevie overiť fungovanie internetovej platformy. Nevie kto mu poskytol finančné prostriedky a podmienky, ktoré má dané v zmluve nemôže meniť. Zmluva v sebe môže niesť neprimerané podmienky.⁴²

Ako bolo povedané na začiatku tejto kapitoly, slovenský právny poriadok oblasti crowdfundingu nijako neupravuje. Takisto aj na úrovni EÚ nie je regulácia tejto oblasti jednotná. Na úrovni EÚ ale prebiehajú už od roku 2014 rôzne rokovania na túto tému a v roku 2016 oslovila Expertná skupina Európskeho výboru pre cenné papiere (ďalej EGESC) členské štáty, aby zhodnotili aktuálny stav oblasti crowdfundingu. Členské krajiny EÚ pristupujú k regulácii crowdfundingu rôzne. V niektorých krajinách sa

⁴² *Pozícia NBS ku crowdfundingu – požičiavanie formou „lendingu“*. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/sk/informacie-pre-media/tlacove-spravy/detail-spravy/_pozicia-narodnej-banky-slovenska-ku-crowdfundingu-poziciavaniu-formou-lendingu/bc

udeľuje povolenie, inde sa uplatňuje registračný princíp, inde sa crowdfunding nereguluje vôbec.⁴³

1.2.4 Crowdberry

Ako v slove crowdfunding, tak aj v crowdberry slovo *crowd* znamená dav. Crowdberry patrí pod crowdfundingové platformy. Konkrétne by sme mohli dať crowdberry do rovnosti s podielovým typom crowdfundingu. V kapitole 1.2.1.2 sme si zadefinovali podielový typ crowdfundingu a podstatou v oboch prípadoch je, že veritelia (investori) svojim príspevkom vo forme finančného kapitálu získavajú podiel na zisku alebo podiel vo firme. Profesionáli v oblasti financií označujú crowdberry za transakčného poradcu. Rovnako ho označujú aj manažéri platformy *Crowdberry.eu*, čo je investičná platforma na Slovensku.⁴⁴ Crowdberry je takzvaná *crowdinvestingová platforma*.⁴⁵ Jej podstatu tvorí klub investorských anjelov. Podstatou crowdberry je prepojiť súkromných investorov s podnikateľmi a ich podnikateľskými plánmi, ktorí si touto formou chcú navýšiť kapitál spoločnosti, no na oplátku investor získava svojou investíciou podiel v spoločnosti.⁴⁶

Zatiaľ čo v iných krajinách ako je USA alebo Veľká Británia je Crowdberry úplne bežné, v Európe (hlavne strednej a východnej Európe, ďalej len CEE) je možnosť kupovania podielov v spoločnostiach stále niečo nové.⁴⁷ Crowdberry a jej podobné platformy ako Conda alebo Fundlift sa starajú o to, aby sa súkromný investor stal

⁴³ tamtiež

⁴⁴ ANDACKÝ, J. *Crowdberry: Ako skupinové investovanie uchopili Slováci*. Trend: 2017. [cit. 2018-12-09]. Dostupné na internete: <https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-12/crowdberry-ako-skupinove-investovanie-uchopili-slovaci.html>

⁴⁵ SALAJOVÁ, S. – MAZÚR, J. *Crowdfunding*. Biatec., 25. Ročník, 2017. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2017/05-2017/Biatec_17_5_06Salajova.pdf

⁴⁶ SALAJOVÁ, S. – MAZÚR, J. *Crowdfunding*. Biatec., 25. Ročník, 2017. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2017/05-2017/Biatec_17_5_06Salajova.pdf

⁴⁷ *Poznáte Crowdinvesting? Inovatívny spôsob, ako investovať a zo slovenských firiem vybudovať globálnych lídrov*. 2018. [cit. 2019-01-11]. Dostupné na internete: <https://www.crowdberry.eu/novinky/poznate-crowdinvesting-inovativny-sposob-ako-investovat-a-zo-slovenskych-firiem-vybudovat-globalnych-lidrov-135/>

súčasťou spoločnosti, tým jej pomohol získať chýbajúci kapitál vďaka ktorému môžu rásť. Je to zároveň aj o vyhľadávaní nových talentov.⁴⁸

Zo začiatku sa crowdfunding venoval len podpore start-upov, no neskôr vznikla samostatná disciplína v podobe Crowdberry alebo inak povedané crowdinvesting na základe vyšších požiadaviek a očakávaní investorov. Investorom už nestačilo si len zakúpiť od danej firmy ich produkt, o ktorého vývoj sa snažili, ale chceli sa dostať k vlastníckemu podielu v danej firme. Postupným rozširovaním crowdberry si investori mohli vybrať smer, v akom chcú svoje investície umiestniť. Na základe tejto diverzifikácie môžu investori vložiť svoj kapitál do investícií rôznych rizikových a výnosových profilov. Najmenej rizikové pre investorov je investovanie do nehnuteľností, menej rizikové sú pre nich malé a stredné podniky a najväčšie riziko predstavujú start-upy.⁴⁹

V rámci regiónu CEE sa platformy sústreďujú hlavne na projekty, ktoré sa týkajú nehnuteľností alebo malých a stredných podnikov. V rámci Českej republiky na to môžu využiť platformy Fundlift alebo FIngood, v Rakúsku platformu Finnest. Tí investori, ktorí skôr inklinujú k tomu, aby boli spoluvlastníci, môžu využiť vyššie spomenutú platformu Crowdberry alebo tiež českú platformu Fundlift.⁵⁰

1.2.5 Crowdberry vz. verejne obchodovateľné akcie

Fungovanie crowdberry je podobné ako na burze. Investori, ktorí získali prostredníctvom crowdinvestingovej kampane podiel vo firme, očakávajú, že v prípade, že sa firme darí, získajú výnos vo forme dividend. Takisto majú investori možnosť svoj podiel spätne odkúpiť. Čo sa týka start-upov, svoju investíciu môžu zhodnotiť v čase exitu⁵¹ alebo pri predaji svojho podielu inému investorovi.⁵²

⁴⁸ *Poznáte Crowdinvesting? Inovatívny spôsob, ako investovať a zo slovenských firiem vybudovať globálnych lídrov.* 2018. [cit. 2019-01-11]. Dostupné na internete: <https://www.crowdberry.eu/novinky/poznate-crowdinvesting-inovativny-sposob-ako-investovat-a-zo-slovenskych-firiem-vybudovat-globalnych-lidrov-135/>

⁴⁹ tamtiež

⁵⁰ tamtiež

⁵¹ zániku

⁵² *Poznáte Crowdinvesting? Inovatívny spôsob, ako investovať a zo slovenských firiem vybudovať globálnych lídrov.* 2018. [cit. 2019-01-11]. Dostupné na internete:

Hlavný rozdiel medzi súkromnými investíciami investora a verejne obchodovateľnými akciami je, že investor nemôže svoje investície rýchlo a jednoducho predať. Inak povedané, nie sú také likvidné ako spomenuté verejne obchodovateľné akcie. Takisto sa tu vyskytuje riziko, že príde o celú svoju vloženú investíciu. Aj napriek tomuto riziku to má veľké pozitívum a to, že v prípade, že sa start-upu darí a dosiahne naozajstný úspech so svojim projektom, investorovi sa jeho investícia vráti niekoľkonásobne. Ako príklad si môžeme uviesť britský pivovar BrewDog, ktorý svojim investorom za pomoci platformy CrowdCube zarobil 28-násobok z ich investície, ktorú na začiatku do tohto podnikania vložili.⁵³

1.2.6 Vývoj crowdberry na Slovensku

Myšlienka odštartovať crowdberry na Slovensku sa zrodila v Tatra banke na úseku privátneho bankovníctva. Tu zbadali dieru na trhu, kedy klienti registrovali nárast start-upov, videli v nich investičnú príležitosť, ale nevedeli ako s nimi začať či ako sa k nim dostať. Tak sa Tatra banka stala strategickým partnerom pre novú platformu Crowdberry. Síce sa Tatra banka nepodieľa na príjmoch tejto platformy, ale nakoľko sa jedna o vysoko inovatívnu banku, poskytla platforme v tomto smere svoju logistiku a aj klientske vzťahy.

Fungovanie Crowdberry je na princípe hľadania perspektívnych projektov. Potenciálne projekty odprezentuje investorom, z ktorých vytvára takpovediac klub biznis anjelov. Komunikácia medzi projektami a anjelmi prebieha väčšinou online, no platforma organizuje aj podujatia, kde sa jednotlivé projekty môžu odprezentovať investorom naživo.

Ak sa medzi anjelmi nájde záujemca, ktorý by rád investoval do jedného z projektov, Crowdberry dohodne ekonomicko-právne podmienky medzi majiteľom projektu a biznis anjelom. Do jedného projektu nemusí vstúpiť len jeden investor. V niektorých prípadoch vstúpi do projektu aj do desať investorov. Samozrejme, platforma si za svoje služby účtuje províziu, ktorá jej je vyplatená zo strany firmy, ktorá

<https://www.crowdberry.eu/novinky/poznate-crowdinvesting-inovativny-sposob-ako-investovat-a-zo-slovenskych-firiem-vybudovat-globalnych-lidrov-135/>

⁵³ tamtiež

projekt rozbieha. Provízia pre spomínanú platformu predstavuje osem percent zo získaných zdrojov. Obvykle trvá celý proces približne tri mesiace až pol roka.⁵⁴

Crowdberry má síce krátku históriu, no čísla ukazujú, že má budúcnosť. V rámci tejto platformy od roku 2015 do 2017 prebehlo 6 kampaní. Päť firiem získalo 2,5 milióna EUR. Najviac sa podarilo vyzbierať softvérovej spoločnosti Ixworx a to konkrétne 800 tisíc EUR. V najbližšej dobe sa platforma chystá rozbehnúť ďalšie kampane.

Aj keď si mnohí myslia, že sa prihlasujú projekty zamerané len na technológie, nie je tomu tak, aj keď tvoria vysoké percento. Manažéri tejto platformy pochádzajú práve z oblasti technológií, preto sú možno podobným projektom viac naklonení. V portfóliu Crowdberry ale nájdeme aj producenta sirupov na prírodnej báze, ktorého firma nesie názov Pactivé sirupy. To značí, že investori chcú investovať do rôznorodých projektov, nielen technologických. Je to tak aj preto, lebo v oblasti technológií sa ťažko orientuje. *„Ludia prirodzene lepšie rozumejú výrobcovi sirupov ako niekomu, kto napríklad programuje komplikovaný cloud. Investori musia porozumieť myšlienke, biznis firmy, do ktorej majú investovať, sa im musí páčiť, musia sa s ním vedieť asociovať,*“⁵⁵ vysvetľuje CEO platformy Crowdberry V. Mikulášek. Práve preto sa platforma a aj investori zaujímajú aj o malé a stredné podniky alebo rodinné firmy. *„Dôležité je, aby sme videli zaujímavý investičný potenciál, aby bola vysoká šanca, že firma investorovi zarobí peniaze,*“ vysvetľuje ďalej investičný manažér M. Nešpor.

Nakoľko je Slovensko považované za malý trh, platforma Crowdberry sa presunula v roku 2017 aj na Český trh. Takisto zvažuje aj recyklovanie investičných príležitostí. *„Vieme firmám pomáhať raisovať kapitál vo viacerých kolách, ako sa to ukázalo pri Ixworx,*“ dodal M. Nešpor.⁵⁶

⁵⁴ ANDACKÝ, J. *Crowdberry: Ako skupinové investovanie uchopili Slováci*. Trend: 2017. [cit. 2018-12-09]. Dostupné na internete: <https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-12/crowdberry-ako-skupinove-investovanie-uchopili-slovaci.html>

⁵⁵ tamtiež

⁵⁶ ANDACKÝ, J. *Crowdberry: Ako skupinové investovanie uchopili Slováci*. Trend: 2017. [cit. 2018-12-09]. Dostupné na internete: <https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-12/crowdberry-ako-skupinove-investovanie-uchopili-slovaci.html>

1.2.7 Crowdfundingové portály na Slovensku a v Českej republike

Keďže na Slovensku a v Českej republike sa crowdfunding vyskytuje ešte pomerne krátko, v nasledujúcich riadkoch a tabuľke si priblížime portály fungujúce v týchto krajinách, ako aj porovnanie medzi nimi.

Tabuľka 3: Crowdfundingové portály v ČR, SR a AT

	Startovač	HitHit	Crowdberry	StartLab	Conda
Založenie	2013	2012	2015		2013
Model CF	Odmeny	Odmeny	Investície	Dary	Investície
Úspešnosť projektov	61%			62%	85%
Poplatky	5-9%	10,5-11,5%	8%	5%	
Počet projektov celkom		1125		37	73
Dĺžka kampane	15/30/60 dní	30-45 dní	30-60 dní	30-90 dní	
Krajina pôvodu	ČR	ČR	SR	SR	AT

Zdroj: vlastné spracovanie, <https://www.podnikajte.sk/financie-na-podnikanie/slovenske-ceske-crowdfundingove-platformy>. 2017.

<https://www.finance.sk/183419-crowdfundingove-platformy-sr-cr-porovnanie/>. 2019

Na začiatok treba upresniť, že takýchto portálov v súčasnosti funguje oveľa viac, a to aj napriek tomu, že Slovensko ešte v tomto smere nie je tak rozvinuté ako iné krajiny v Európe.

Startovač sa v súčasnej dobe považuje za jednu z najznámejších platforiem v Českej a Slovenskej republike. Na trhu sa objavil v roku 2013 a ako je uvedené v tabuľke, *Startovač* je platforma odmenového typu, čo, ako sme si už povedali, znamená, že za finančný príspevok prispievateľ získava odmenu vo forme prezentu firmy. Zo všetkých zapojených projektov na tejto platforme bolo úspešných približne 61%. Spolu s *Hithit* patrí k prvým v rámci ČR a SR. Samozrejme, nikto nepracuje zadarmo a takisto aj tieto platformy si nárokuje istú odmenu za to, že podnikateľom pomôžu vyzbierať cieľovú sumu pre ich podnikateľské plány. Pri *Startovači* sa jedná konkrétne o poplatok

5 až 9% z vyzbieranej sumy. Ak sa v tabuľke vyššie pozrieme na poplatky ostatných portálov, vidíme, že sa všetky zhruba pohybujú v rovine 5-10%.⁵⁷ Pri poplatkoch všetkých crowdfundingových spoločností je potrebné rátať aj s transakčnými poplatkami, ktoré sa pohybujú zhruba okolo 1,5%.

Tak ako aj *Startovač*, aj *Hithit* funguje na báze odmien. Aj napriek tomu, že *Startovač* je najznámejšia crowdfundingová platforma v ČR, *Hithit* patrí k tým najúspešnejším. Za vzor si vzal svetovú jednotku Kickstarter. Orientuje sa na podporu a pomoc na získanie potrebného kapitálu pre kreatívne projekty. *Hithit* má z uvedených platforiem najvyššie poplatky a to až na úrovni 10,5-11,5%. Tento poplatok je ale primerane vysoký vzhľadom k nadštandardným službám, ktoré svojim klientom poskytuje. Spomenúť môžeme coaching, copywriting či realizácia multimédií.

Platforme *Crowdberry* sme sa podrobne venovali samostatne v podkapitole 1.2.5 a pre doplnenie informácií, táto platforma poskytuje investorom možnosť zapojiť sa do projektov buď *aktívne* alebo *pasívne*.

Aktívne zapojenie investora

- Investor okrem kapitálu poskytuje zároveň aj svoje skúsenosti a poznatky z danej oblasti a tým aj sám prispieva k tomu, aby daný podnik prosperoval a jeho investícia nebola zbytočná. Svojim coachingom pomáha rozvíjať poznatky danej firmy a tak sa podieľa na budovaní silnej a úspešnej firmy, ktorá mu jeho investíciu niekoľkonásobne vráti.

Pasívne zapojenie investora

- Investor výlučne iba vloží kapitál do firmy a profituje z jej prípadných ziskov. Aktívne sa nezapája do riadenia ani nemusí komunikovať s danou spoločnosťou. Situáciu a to, či mu jeho investícia prinesie zisky, sleduje len z diaľky.

Pri *crowdberry* ale nehovoríme o drobných investíciách, ako je to často pri odmenovom type crowdfundingu. Ak sa chceme stať investorom prostredníctvom tejto platformy, musíme vložiť minimálnu investíciu vo výške 10 000 EUR. Na druhej strane,

⁵⁷ ZELENÁKOVÁ, D. *Najznámejšie slovenské a české crowdfundingové platformy. Prehľad a porovnanie*. 2017. [cit. 2019-01-09]. Dostupné na internete:

<https://www.podnikajte.sk/financie/c/3192/category/financie-na-podnikanie/article/slovenske-ceske-crowdfundingove-platformy.xhtml>

ak by sme boli na strane podnikateľa, ktorý chce rozbehnúť svoju firmu alebo start-up, minimálna výška, ktorá sa musí vyzbierať, je 100 000 EUR.

Jednou zo slovenských platforiem je aj *Startlab*, ktorý bol založený ako nezisková platforma. Zameriava sa hlavne na verejnoprospešné projekty. Táto platforma je zaujímavá tým, že spája daný projekt s veľkým investorom/sponzorom. Pointou tohto spájania investora s projektom je, že sa investor zaviazne, že z cieľovej sumy zaplatí polovicu ale nie hneď na začiatku ale tým spôsobom, že každý príspevok od ľudí, ktorí sa daný projekt rozhodnú podporiť, zdvojnásobí a takto to bude pokračovať až do chvíle, kým sa nedosiahne finančný cieľ, ktorý si daná firma stanovila.⁵⁸

Poslednou je platforma *Conda*. Pôvodom síce nie je slovenskou platformou, no dnes je kľúčovým hráčom v oblasti crowdfundingu v rámci celej Európy. Pôvodom rakúska platforma sa rozšírila do Nemecka, Švajčiarska, Slovinska, Slovenska, Lichtenštajnska aj Poľska. Že sa jedná skutočne o unikátnu platformu svedčí aj úspešnosť ich projektov a to vo výške 85% z celkových 73 zrealizovaných projektov.

Na rozdiel od platformy Crowdberry, tu je minimálna investícia 100 EUR. Investori neprofítujú len z úrokov, ktoré sú im každoročne vyplatené, ale takisto majú možnosť získať rôzne bonusy v prípade zhodnotenia firmy. Zároveň sú pri vyšších investíciách obdarení danou firmou rôznymi benefitmi a to v podobe zliav alebo produktov, ktoré podporovaná firma vyrába. Platforma je bezplatná, investor však musí platiť poplatky spojené s bankovými prevodmi.⁵⁹

⁵⁸ ZELENÁKOVÁ, D. *Najznámejšie slovenské a české crowdfundingové platformy. Prehľad a porovnanie*. 2017. [cit. 2019-01-09]. Dostupné na internete: <https://www.podnikajte.sk/financie/c/3192/category/financie-na-podnikanie/article/slovenske-ceske-crowdfundingove-platformy.xhtml>

⁵⁹ tamtiež

2 CIEĽ PRÁCE, METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Pre každého podnikateľa či začínajúceho podnikateľa je prioritou, aby jeho náklady na podnikanie, či už vstupné alebo dodatočné, boli čo najnižšie. Tak, ako sme si už interpretovali v teoretickej časti, crowdfunding a crowdberry predstavujú pre začínajúceho podnikateľa možnosť získať peňažné prostriedky na svoje podnikanie od rôznych prispievateľov a ich vlastné náklady sú pritom minimálne. Veľkým nákladom je v tomto prípade hlavne čas na prípravu a čas, kedy je potrebné venovať sa projektu uvedenému na platforme naplno, aby mal čo najväčšiu šancu uspieť.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je predstaviť proces uvedenia projektu na crowdfundingovú platformu a následne porovnať spôsob inovatívneho financovania podniku prostredníctvom platformy s klasickým spôsobom financovania podniku formou podnikateľského úveru v banke.

Inovatívne formy financovania podnikov sú vo svete bežný jav, na slovenskom a českom trhu je to niečo nové. Teoretickú časť našej práce sme si preto rozdelili na niekoľko podkapitol, vďaka ktorým sme sa chceli priblížiť a pochopiť pojmy crowdfunding a crowdberry ako inovatívne formy financovania. Aby sme ale mohli chápať tieto formy financovania, v prvej kapitole sme si najprv objasnili základné pojmy ako podnik, podnikanie, zdroje financovania. Parciálnym cieľom prvej kapitoly bolo teda priblíženie si daných pojmov, následne sme plynule prešli k už spomínaným pojmom crowdfunding a crowdberry, kde sme im venovali samostatnú podkapitolu. V tejto podkapitole bolo cieľom poukázať na typy crowdfundingu, ktoré sú vo svete využívané a nakoľko je to na Slovensku nový druh financovania, pozreli sme sa aj na vývoj crowdfunding a crowdberry a na spôsob regulácie na tuzemskom trhu. V závere teoretickej časti sme si predstavili najúspešnejšie platformy v rámci Slovenska, Česka a Rakúska. Skúmaním v teoretickej rovine sme sa oboznámili a porozumeli sme problematike a na základe týchto poznatkov sme sa v praktickej ďalej mohli venovať už podrobnejšie tejto forme financovania

Cieľom praktickej časti bolo objasniť ako a kedy je vhodné využívať crowdfundingovú platformu. Praktickú časť sme písali v spolupráci s najväčšou crowdfundingovou platformou v rámci Česka a Slovenska – Hithit, v zastúpení pána

Igora Kociana. Prešli sme si celý proces uvedenia projektu na platformu, povedali sme si, čo je potrebné zo strany klienta urobiť, aby sa projekt stal úspešným. Na číslach sme si ukázali vývoj platformy na trhu a to, ako z roka na rok rastie počet prispievateľov a vyzbieraná čiastka. Od roku 2012 narástla celková vyzbieraná suma za rok 25-násobne. Zároveň nám Hithit slúžil ako podklad pre modelovú situáciu, kde sme porovnávali financovanie podniku prostredníctvom platformy a financovanie prostredníctvom podnikateľského úveru v banke. Cieľom bolo zistiť, ktorá forma financovania je pre podnikateľa menej nákladová a či je daná forma financovania vhodnou formou pre financovanie na začiatku podnikania.

Aby sme ale vedeli vypracovať túto bakalársku prácu, museli sme si preštudovať odbornú literatúru slovenských aj zahraničných odborníkov a preskúmať rôzne internetové stránky venujúce sa inovátnym zdrojom financovania.

Pri písaní teoretickej časti bola pre nás odrazovým mostíkom metóda analýzy a syntézy. Vďaka metóde analýzy sme si danú problematiku rozložili na menšie časti, vďaka ktorým sme ju mohli skúmať. Zdefinovali sme si pomocou metódy analýzy základné pojmy a vyselektovali sme si nerelevantné informácie od tých relevantných, ktoré sme v práci použili. Jednotlivé informácie, ktoré slúžili ako hlavný zdroj inšpirácie pre písanie bakalárskej práce, sme následne prostredníctvom metódy syntézy spojili do jedného celku.

V praktickej časti sme využili metódu analýzy, pozorovania a porovnávaní. Na základe spomínaných metód sme si z platforiem, o ktorých sme písali v teoretickej časti, vybrali najznámejšiu - Hithit a oslovili ju s ponukou spolupráce pre účely bakalárskej práce. Zúčastnili sme sa externej prednášky spomínanej platformy, kde sme získali veľa poznatkov, ktoré sa stali hlavným pilierom pre písanie záverečnej práce. Na základe týchto poznatkov sme si v práci predstavili pomocou metódy analýzy postup zavedenia projektu na crowdfundingovú platformu krok po kroku a metódou porovnávaní sme si porovnali financovanie podniku prostredníctvom platformy Hithit s financovaním prostredníctvom podnikateľského úveru, ktorý poskytuje VÚB banka.

3 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA

3.1 Ako a kedy využiť crowdfundingovú platformu

Ešte skôr, ako sa podnikateľ či firma rozhodne využiť ako zdroj financovania spoločnosti crowdfundingovú platformu, je potrebné, aby si takýto potenciálny klient platformy objasnil jej podstatu a princípy fungovania, ako aj samotný priebeh uvedenia projektu na danú platformu.

V prvom rade musí poznať odpoveď na otázku, čo znamená financovať podnikanie takouto formou. V predchádzajúcej kapitole sme si objasnili, čo znamená pojem crowdfunding a crowdberry či už z pohľadu zákonov alebo odborníkov. Z pohľadu podnikateľa sa jedná o *financovanie vo veľkých rozmeroch*. Menšie čiastky získané formou príspevkov od jednotlivcov sa v konečnom dôsledku spoja v jeden celok.

Crowdfunding nemožno vnímať ako charitu zo strany prispievateľov. Crowdfunding predstavuje *výmenu*. V tomto procese prispievateľ poskytuje svoje finančné prostriedky a výmenou za to získava odmenu – reklamný predmet, vlastnícky podiel vo firme či výnos spolu s úrokom. Zároveň crowdfundingová kampaň nie je len o vyzbieraní potrebného kapitálu. S procesom získavania zdrojov od prispievateľov sa firma zároveň aj prezentuje, propaguje svoj zámer, svoju službu a hlavne už v tomto samotnom procese získavania finančných zdrojov získava feedback od budúcich klientov či zákazníkov. Tí často posunú samotný biznis plán na inú úroveň, pretože firma môže už vo fáze získavania zdrojov vylepšovať a zdokonaľovať produkt podľa pripomienok prispievateľov a to ešte pred jeho samotným uvedením.⁶⁰

Ak si už firma zodpovedala prvotnú otázku a to, akou formou zafinancuje svoje podnikanie, pred vstupom na platformu musí firma vedieť aký je prínos daného projektu, projekt musí byť jasne formulovaný. Nie len že musí mať firma čo ponúknuť, ale hlavne by mala vedieť osloviť svojich budúcich zákazníkov a prispievateľov. Klient by si mal dobre rozmyslieť, akú platformu chce využiť, či chce začať získavať zdroje na svoje podnikanie len lokálne alebo sa hneď pustí do medzinárodnej kampane.⁶¹ *Lokálny*

⁶⁰ Hithit

⁶¹ JURINOVÁ, M. *Kde vyzbierať peniaze. Odborník na crowdfunding radí týchto 5 portálov*. Forbes: 2017. [cit. 2019-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.sk/vyzbierat-peniaze-crowdfunding-guru-ivan-zatko-radi-tychto-5-portalov/>

crowdfunding je vhodný pre tých klientov, ktorí majú vo svojom okolí ešte pred samotným spustením projektu komunitu ľudí z danej oblasti, na ktorú chcú finančné prostriedky vyzbierať. Jedná sa hlavne o hudobníkov, divadelných umelcov, fotografov alebo spisovateľov. Naopak, v *medzinárodnom crowdfundingu* sa darí hlavne rôznym videohram, online hram alebo rôznym projektom z IT sveta, ktoré práve v tom lokálnom crowdfundingu zastúpenie nemajú takmer vôbec. Príkladom je aj český a slovenský trh, kde sa IT projekty vyskytujú minimálne alebo vôbec.⁶² Ak sa nevie klient rozhodnúť, je lepšie začať lokálne. Úspech sa síce dostaví pomalšie ako v prípade medzinárodného crowdfundingu, no klient tak dokáže získať vyššie spomínaný feedback od prispievateľov a môže sa tak vyvarovať zbytočným sprievodným problémom, ktoré by ho na medzinárodnej platforme určite postretli.⁶³

Pred zavedením projektu na crowdfundingovú platformu je najdôležitejšia príprava, ktorá tomu všetkému predchádza a samozrejme aj správny tím, ktorý sa bude podieľať na tom, aby daný projekt na platforme uspel. Čo je dôležité si však uvedomiť, vyzbieraním peňazí to všetko len začína. Hlavné je si vybudovať komunitu ľudí, ktorí daný projekt budú podporovať a dokázať im, že projekt má budúcnosť.⁶⁴

3.2 Priebeh uvedenia projektu na vybranú crowdfundingovú platformu v Slovenskej republike – Hithit

V nasledujúcej podkapitole si popíšeme postup, akým sa jednotlivé projekty zavádzajú na crowdfundingovú platformu. Vybraná crowdfundingová platforma je odmenového typu, ktorý sme si popísali v podkapitole 1.2.2. Za Slovenskú republiku sme si zvolili platformu *Hithit*, ktorá na našom trhu začala pôsobiť ako prvá a radí sa za najväčšie platformy v rámci Česka a Slovenska.

V podkapitole sa nebudeme venovať len samotnému postupu pri zavedení, ale aj tomu, čo jednotlivá platforma ponúka nad rámec. V závere kapitoly si nasimulujeme

⁶² Jurinová, M. *Kde vyzbierať peniaze. Odborník na crowdfunding radí týchto 5 portálov*. Forbes: 2017. [cit. 2019-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.sk/vyzbierat-peniaze-crowdfunding-guru-ivan-zatko-radi-tychto-5-portalov/>

⁶³ tamtiež

⁶⁴ tamtiež

financovanie podniku. Porovnáme si financovanie podniku prostredníctvom úveru a platformy a zistíme tak, ktorá forma financovania je pre podnikateľa najlepším riešením, samozrejme s predpokladom, že forma podnikania má potenciál byť úspešná.

3.2.1 Hithit

Platforma Hithit je prvou crowdfundingovou platformou na Slovensku. Treba však poznamenať, že k nám prišla od našich susedov z Českej republiky. V rámci Česka a Slovenska sa Hithit drží na prvej priečke crowdfundingových platforiem.

„Hithit prepája kreatívnych ľudí s tými, ktorí ich chcú podporiť. Plní sny umelcom, kreatívcom, dizajnérom, vývojárom, géniom. Plní ich aj vám. Je to nová, inšpiratívna forma prepojenia obchodníkov s klientmi. Obe strany nadviažu jedinečnú spoluprácu.“⁶⁵

Platforma existuje na trhu viac ako 8 rokov, na jej stránke bolo uverejnených viac ako 3600 projektov a počas svojho pôsobenia sa jej podarilo vyzbierať viac ako 11 miliónov eur. Tejto sume dopomohol aj fakt, že Hithit spolupracuje s Nadáciou Vodafone. Projekty nadácie disponujú celým PR balíčkom, čo im výrazne zvyšuje ich šance na to, aby vyzbieranie cieľovej čiastky skončilo úspešne. V nasledujúcej tabuľke si zhrnieme historické aj aktuálne čísla platformy.

Tabuľka 4: Vývoj úspešnosti projektov na platforme Hithit

	2012	2013	2014	2015	2016
Spustené projekty	17	181	355	421	465
Úspešné projekty	8	81	139	201	224
Neúspešné projekty	9	100	216	220	241
Úspešnosť %	47,06	44,75	39,15	47,74	48,17
Vybrané peniaze v EUR	35 274,02	258 156,20	566 065,91	991 140,48	1 381 197,00
Počet prispievateľov*	528	10 864	18 660	21 460	43 629

Zdroj: Informácie získané za spolupráce s Hithit

⁶⁵ Čo je Hithit? [cit. 2019-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.hithit.com/sk/article/whatIsHithit>

Pokračovanie tabuľky 4:

	2017	2018	2019	2020	Celkom
Spustené projekty	504	412	513	785	3653
Úspešné projekty	257	226	247	406	1789
Neúspešné projekty	247	186	266	379	1864
Úspešnosť %	50,99	54,85	48,15	51,72	48,97
Vybrané peniaze v EUR	1 743 006,71	1 476 694,60	1 984 226,94	3 341 573,12	11 695 728,50
Počet prispievateľov*	57 501	43 963	61 258	85 279	343 142

Zdroj: Informácie získané za spolupráce s Hithit

Už na samotných číslach je jasné, prečo je Hithit najväčšou platformou. Z tabuľky vyplýva, že od začiatku pôsobenia, teda od roku 2012, sa počet spustených projektov zvýšil viac ako 46-násobne. Kým v roku 2012 začínal Hithit so 17 spustenými projektmi, v roku 2020 to bolo 785 projektov. Vzhľadom na zvyšujúce sa percento úspešnosti projektov do roku 2018 nie je prekvapením, že počet spustených projektov sa v ďalších rokoch 2019 a 2020 tiež zvýšil. V rámci celého pôsobenia platformy úspešnosť osciluje v priemere na úrovni 49%.

Aj napriek tomu, že v roku 2020 boli príspevky najväčšie, najvyššiu úspešnosť zaznamenávame práve v roku 2018, čo aj poukazuje na dovtedy najnižší počet neúspešných projektov v percentuálnom vyjadrení od založenia. Aj napriek poklesu v roku 2018, či už čo sa jedná spustených projektov alebo vyzbieranej celkovej sumy, môžeme konštatovať, že crowdfundingovej platforme sa darí čím ďalej tým viac.

Je treba sa zamerať na rok 2020. Ako vieme, začiatkom roka v marci začala pandemická kríza, čo malo za následok, že mnohí podnikatelia boli nútení svoje podnikateľské činnosti ukončiť, alebo prehodnotiť svoje smerovanie a spôsob prežitia v nasledujúcom období. To môže byť dôvodom, prečo sa v tomto roku prihlásil rekordný počet projektov – 785. Rok 2020 zlomil rekordy ako v prihlásených projektoch, tak aj v počte úspešných projektov a v percentuálnom vyjadrení úspešnosti si polepšil aj napriek tomu, že bol zlomený rekord aj v počte neúspešných projektov. Oproti roku 2019 sa počet prispievateľov zvýšil o takmer 30%. Možno predpokladať, že to spôsobila pandemická situácia nie len na Slovensku, ale v celom svete a na základe toho sa ľudia stali solidárnejší a otvorenejší v tom, aby podporili domácich podnikateľov.

Najúspešnejšie projekty, ktoré svoj projekt prihlásili na platformu Hithit, prerástli cieľovú sumu niekoľkonásobne. Ako príklad si môžeme uviesť projekt *Vasky* venujúci

sa výrobe tenisiek z pravej kože, ktorý svoju cieľovú sumu prerástol o celých 1220%. Najúspešnejším projektom sa stal *Rozhovory bez reklam, podcasty a nový web*. Nejedná sa pri tom len o najvyššie percento vyzbieraných peňazí, ale od existencie platformy je to zároveň aj projekt s najviac vyzbieranou čiastkou vôbec. Svoj plán splnil na 1299%. Oproti pôvodnej cieľovej sume 28 830 EUR vyzbierali 374 549 EUR. Tento projekt bol takpovediac volaním o pomoc s cieľom zachrániť žurnalistiku v období pandémie.

Ako teda dosiahnuť to, aby sa projekt na platforme stal úspešným? V nasledujúcich riadkoch si podrobne popíšeme postup zavedenia projektu na crowdfundingovú platformu. Stručné kroky môžeme vidieť na Obrázku 2.

Obrázok 2: Postup zavedenia projektu na platformu



Zdroj: vlastné spracovanie

Spomenutými krokmi v Obrázku 2 si musí prejsť každý potenciálny klient, ktorý chce, aby jeho projekt bol v konečnom dôsledku úspešný. Čo sa za každým týmto krokom skrýva si povieme v nasledujúcich riadkoch.

Návrh

Pred samotným spustením projektu je potrebné mať samozrejme dobrý nápad s potenciálom uspieť. Klient, ktorý má záujem umiestniť svoj projekt na platformu, musí vedieť, aký je jeho rozpočet, aby na jeho základe vedel nastaviť cieľovú sumu, ktorú chce prostredníctvom platformy vyzbierať. Tu si treba hneď uvedomiť, že je potrebné prirátat si aj províziu, ktorú si *Hithit* od klienta vezme v prípade, že bude jeho projekt úspešný. Provízia je vo výške 9%, pokiaľ sa jedná o projekt so stanoveným cieľom do 7775 EUR, resp. 200.000 CZK. K provízii je ešte potrebné si prirátat DPH z provízie a bankové

poplatky. Tieto náklady sa pohybujú vo výške 1,5-2,5%. Pri projektoch nad vyššie uvedené ciele sa výška provízie dohaduje individuálne na mieru pre konkrétny projekt.

Projekt musí vedieť klient dobre odprezentovať a ukázať jeho kvality a výnimočnosť prostredníctvom rôznych obrázkov, ideálne pomocou videa.

Vyladenie

Alebo aj plán šírenia projektu. Klient si musí vedieť odpovedať na otázky *kto, kedy a ako* má šancu dozvedieť sa o projekte. Je potrebné vedieť svoj projekt „predať“, informovať už dopredu prispievateľov o tom, prečo tento projekt existuje, čo sa ním docielí. Klient by mal dbať na to, aby jeho projekt bol originálnym ale napriek tomu uveriteľným.

Spustenie projektu

Pre každého klienta platformy je spustenie projektu jednou z najdôležitejších a najnapínavejších momentov kampane. Tu sa ukáže, či príprava pred spustením bola dostatočná a povedie k úspešnému koncu. Na úspešné ukončenie projektu má klient na platforme Hithit 30 až 45 dní.

Po spustení projektu je veľmi podstatné, aby sa klient vedel dostať k prispievateľom, neustále s nimi komunikoval a motivoval ich k tomu, aby sa z potenciálnych prispievateľov stali skutoční prispievatelia a projekt bol úspešný na minimálne 100%.

V tejto fáze je dobré mať v ponuke rôzne odmeny pre prispievateľov (čo je vlastne celá pointa platformy). Odmeny by mali byť tým atraktívnejšie, čím je vyšší príspevok prispievateľa. Samozrejme, je potrebné ukázať nie len odmenu, ktorú svojim príspevkom získa, ale aj samotný produkt, na ktorý prispievajú a ktorý vznikne vďaka ich príspevku.

Jedná sa o najnáročnejšiu fázu uvedenia projektu. Ak klient neosloví dostatočný počet prispievateľov a nevyzbiera cieľovú sumu, projekt sa stane neúspešným. *Ako teda môže klient dostať svoj produkt do povedomia ľudí?* Najrýchlejšou a najideálnejšou cestou je ONLINE. Realizovať sa dá dvomi základnými možnosťami:

- *One to many*⁶⁶ – Tu oslovuje klient väčšiu masu ľudí naraz. Klient využíva rôzne sociálne siete ako facebook, instagram a twitter. Prezentovať projekt

⁶⁶ Voľný preklad *od jedného k mnohým*

môže aj cez iné online médiá ako je písaním blogu alebo prispievaním do rôznych fór.

- *One to One*⁶⁷ - touto technikou informovania o projekte klient oslovuje svojich prispievateľov jednotlivo formou emailu tak, že si vytvorí emailové zoznamy. Využíva sa tu aj priama komunikácia s ľuďmi a informovanie o danom projekte. Je možné využívať networking alebo informovať prostredníctvom konferencií.

Pri nastavení komunikačného plánu sa zohľadňuje:

- Rozsah podľa cieľovej sumy
- Cieľové skupiny (relevantné médiá)
- Podľa dosiahnutých percent úspešnosti (osloviť najprv rodinu, kamarátov, potom verejnosť)

Aj vďaka dobrému komunikačnému plánu uspeje na platforme Hithit približne 47% projektov.⁶⁸

Feedback

Predpokladáme, že už ubehlo niekoľko dní od spustenia projektu. Pri tejto fáze klient dostáva spätné väzby od prispievateľov, postrehy a návrhy, čo sa im na danom projekte páči, čo naopak nie. Klient tu môže počas priebehu projektu pracovať s ľuďmi a ďalej ich motivovať k príspevkom formou Early-bird odmenami. Je to ďalšia motivácia, prečo prispieť. Tieto odmeny majú byť nápadité a lepšie, resp. „drahšie“ ako tie predtým, no len na krátku dobu.

Podpora

Dostávame sa k nadštandardným (spoplatneným) službám, ktoré Hithit ponúka svojim klientom. Hithit rád podporí klienta prostredníctvom klientskej podpory alebo PR. Pre klienta vedia pripraviť mediaplán orientovaný na cieľové médiá klienta. Táto služba

⁶⁷ Voľný preklad *jeden na jedného*

⁶⁸ Prednáška Hithit

zahŕňa textáciu tlačových správ a ich distribúciu. Takisto na požiadavku klienta založí Hithit fanpage na sociálnych sieťach, ktorú budú spravovať, posúvať fanúšikom informácie o projekte, komunikovať s nimi, poskytovať im „zákulisné“ informácie. Podmienkou ale je, aby sa aj sám klient podieľal na propagácii projektu, čím si zachová a potvrdí autentickosť projektu.⁶⁹ Náklady na tieto služby sa pohybujú od 390 do 1000 EUR. Konečná cena ale samozrejme závisí od náročnosti spracovania.

Provízia/Refundácia

Dostávame sa k záveru od spustenia projektu. Ak projekt dosiahol 100 a viac percent cieľovej sumy, táto suma bude klientovi vyplatená. Samozrejme ako sme spomínali, už pri návrhu projektu klient musí rátať s tým, že v prípade úspešnosti projektu prináleží Hithit odmena vo výške 9% z celkovej vyzbieranej sumy plus bankové poplatky vo výške 1,5-2,5%. Celkovo tak klient z cieľovej sumy zaplatí približne 10,5-11,5%.

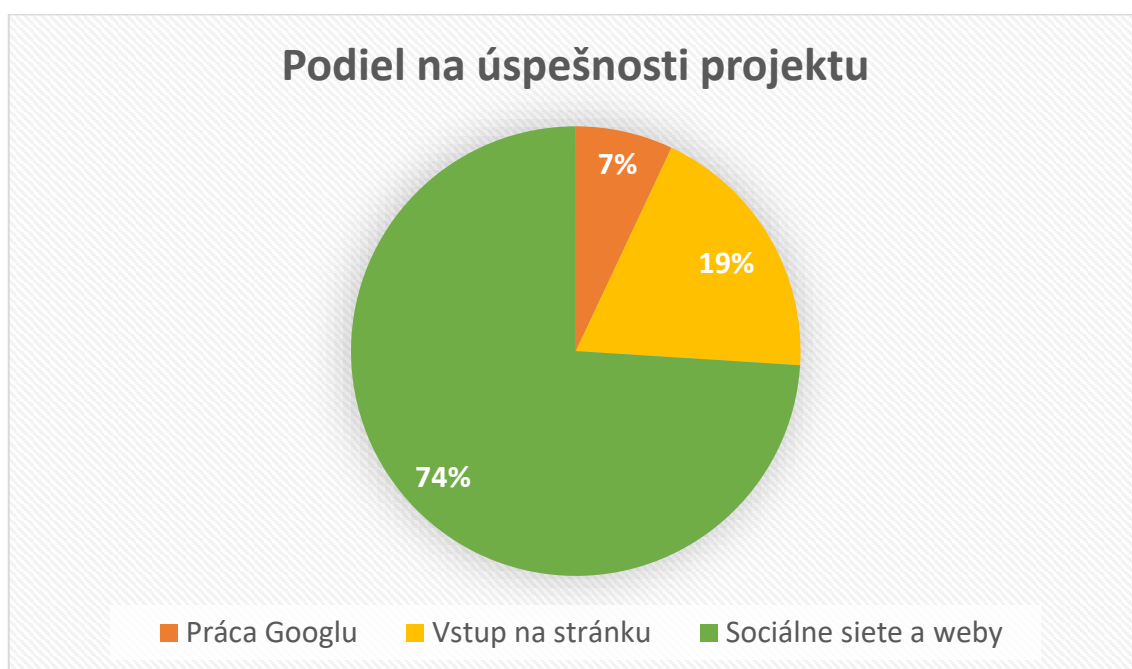
V prípade, že projekt nedosiahol požadovaných 100% z cieľovej sumy, prostriedky sa vrátia na účty prispievateľov a klient neplatí platforme v tomto prípade nič.

Počas fungovania portálu Hithit môžeme zo štatistického hľadiska konštatovať, že v priemere sa vyzbiera na projektoch o 20% viac, ako je cieľová suma a až 90% projektov prekročí hranicu 27%. U 25% ľudí sa potvrdilo, že ak podporili jeden projekt, tak dali svoju podporu aj inému projektu. .

V nasledujúcom grafe si znázorníme, akým percentom sa podieľajú rôzne komunikačné kanály na úspechu projektu.

⁶⁹ *Hithit LAB*. [cit. 2019-03-20]. Dostupné na internete: <https://www.hithit.com/sk/article/hithitLab>

Graf 1: Podiel na úspešnosti projektu



Zdroj: Vlastné spracovanie

Z Grafu 1 je zrejmé, že najviac prispievateľov pritiahnu odkazy z webov a sociálnych sietí. Toto všetko môžeme zadefinovať ako prácu klienta, keďže je v jeho kompetencii informácie o projekte šíriť zmienenými spôsobmi. Práca klienta na propagovaní projektu prostredníctvom sociálnych sietí tak tvorí 74% úspechu. Ľudia, ktorí sami navštívia stránku a rozhodnú sa na daný projekt prispieť, tvoria 19%, možno to považovať za spoločnú prácu klienta a platformy. Posledných 7% úspechu tvorí práca Googlu.

Na záver si zhrnieme 5 krokov, ktoré privedú klienta a jeho projekt k úspechu:

1. Príbeh
2. Motivačné video
3. Koľko žiadať (min. 1700 EUR, aby sa to oplátilo)
4. Osloviť čo najviac ľudí
5. Byť aktívny celých 45 dní.⁷⁰

⁷⁰ Prednáška Hithit

Pri riadení sa týmito bodmi má klient oveľa väčšie šance na to, aby sa jeho projekt stal úspešným, oslovil potenciálnych prispievateľov a zároveň si ich do budúcnosti udržal ako stálych zákazníkov.

3.2.2 Možnosti financovania podniku

Aby sme boli schopní porovnať si jednotlivé formy financovania podniku, vyprofilovali sme si Firmu XY a to nasledovne:

Firma XY, s.r.o. je založená s cieľom prerobiť nevyužívanú polyfunkčnú budovu, ktorá by tvorila multifunkčný priestor pre rôzne typy umenia (činohra, tanec, koncerty, výstavy, tréningové haly pre vystupujúcich, Bar s galériou, centrum voľného času pre deti aj dospelých...).

Pre rozbehnutie tohto projektu je potrebné zariadiť a zakúpiť osvetľovaciu techniku, ozvučenie priestorov, sociálne zariadenia, skúšobne pre vystupujúcich, pódium spolu s hľadiskom. Možnosti financovania, ktoré budeme porovnávať:

Tabuľka 5: Formy financovania podniku a podmienky

Potrebný kapitál pre začatie podnikania	50.000 EUR
Možnosti financovania	Úver
	Platforma

Zdroj: vlastné spracovanie

Kombinácií pre financovanie podniku je samozrejme ešte oveľa viac, vybrali sme tie najbežnejšie a najdostupnejšie a samozrejme náš výber úzko súvisí so zameraním záverečnej práce.

Predpoklady pre porovnanie:

- Firma je na trhu viac ako 2 roky – kvôli poskytnutiu úveru
- Na platforme predpokladáme úspešnosť projektu 100% a odmena pre platformu spolu s poplatkami predstavuje výšku 11,5%
- V oboch prípadoch je podmienkou získať 50.000 EUR vstupný kapitál potrebný pre začatie podnikania.

V nasledujúcich riadkoch porovnáme formy financovania uvedené v Tabuľke 5, aby sme zistili, či je pre podnikateľa výhodnejšie využiť ako zdroj financovania platformu alebo úver v banke. Na konci porovnania si uvedieme pre a proti pre obe možnosti a vyvodíme záver.

3.2.3 *Financovanie podniku prostredníctvom úveru*

Aj napriek tomu, že o bankách je známe, že úvery a pôžičky požičiavajú veľmi radi, z praxe vieme, že banky nie sú ochotné poskytovať úver úplne začínajúcim podnikateľom a takmer vo väčšine prípadov sa žiadosť o podnikateľský úver pre začínajúcich podnikateľov stáva neúspešnou.

Graf 2: Dôvody zlyhania podnikateľskej činnosti



Zdroj: *Prečo banka nedá úver na štart podnikania*. cit. [2019-04-09]. Dostupné na internete: <https://www.hladaminvestora.sk/clanky-investovanie/166-preco-banka-neda-uver-na-start-podnikania>

Podľa zverejnených dát magazínu Business Insider zlyhávajú začínajúci podnikatelia najčastejšie z dôvodov uvedených v Grafe 2. Podľa spomenutého magazínu 83% podnikateľov neuspeje vo svojom podnikaní z dôvodu, že majú problémy s cash-flow. Pri ďalších 42% podnikateľ podcenil prieskum trhu a o jeho produkt či službu jednoducho potenciálni klienti nemajú záujem. Ďalších 29% končí preto, lebo peniaze minú skôr, ako sú schopní rozbehnúť svoje podnikanie a 23% podnikateľov si vybralo na

spoluprácu nesprávnych ľudí a za zlyhaním stojí zlý tím.⁷¹ Ak by ste sa na dôvody neúspechu či neposkytnutia podnikateľského úveru pýtali bánk na Slovensku, opakovali by sa hlavne dôvody, že podnikateľ predložil nepostačujúci podnikateľský plán, vykazuje záporný cash-flow alebo ho absolútne neuvádza a ako posledný častý dôvod je osobnosť podnikateľa. Môžeme tu vidieť podobnosť vo vykonanom prieskume magazínu Business Insider.

Podľa *Veroniky Budskej, špecialistky pre podnikateľov z VÚB banky*, je veľmi ťažké získať podnikateľský úver a to z toho dôvodu, že firmy často optimalizujú, aby nemuseli platiť vysoké dane. Tým pádom nemajú dostatočné vstupné parametre, vďaka ktorým by mali reálnu šancu získať úver na podporu svojho podnikania vo výške, o ktorú žiadajú. Úver im síce poskytnutý bude, ale nižší a tým pádom je pre ich podnikateľské činnosti nepostačujúci.⁷²

Väčšinou je pri žiadaní o úver podmienkou, aby daný podnikateľ pôsobil na trhu minimálne 2 roky a z toho dôvodu nie je takáto forma financovania vhodná pre startupy, ktoré sú v dnešnej dobe veľmi populárne.

Aj pre nových klientov VÚB banky, ktorí žiadajú o podnikateľský úver, platí, že na trhu musia pôsobiť minimálne 1 rok, vid' Tabuľka 6. Pre financovanie podnikateľského zámeru našej fiktívnej firmy XY, s.r.o. prostredníctvom úveru sme si vybrali VÚB banku. V tabuľke nižšie si uvedieme podmienky banky pre poskytnutie úveru pre podnikateľa.

⁷¹ *Prečo banka nedá úver na štart podnikania.* cit. [2019-04-09]. Dostupné na internete: <https://www.hladaminvestora.sk/clanky-investovanie/166-preco-banka-neda-uver-na-start-podnikania>

⁷² Osobná konzultácia

Tabuľka 6: Podmienky poskytnutia úveru vo VÚB banke

Doba splatnosti	6-12 mesiacov pri kontokorentnej forme
	1-5 rokov pri termínovanej forme
Podmienky pre poskytnutie úveru	Právnická alebo fyzická osoba (podnikateľ)
	Existujúci klient vykonávajúci podnikateľskú činnosť s 1 ukončeným účtovným obdobím
	Nový klient vykonávajúci podnikateľskú činnosť s 2 ukončenými účtovnými obdobiami
	Spĺňanie stanovených kritérií VÚB banky pre bonitu podnikateľského subjektu
Zabezpečenie úveru	Blankozmenka ⁷³ podpísaná majiteľmi spoločnosti
Doklady potrebné pre posúdenie žiadosti	Žiadosť o úver
	Daňové priznanie a účtovné závierku za posledné ukončené účtovné obdobie a príp. k ultimu ukončeného štvrt'roka/polroka aktuálneho účtovného obdobia
Doklady potrebné po schválení úveru	Doklady preukazujúce oprávnenie na podnikateľskú činnosť

Zdroj: *Úvery pre podnikateľov a malé firmy*. Dostupné na internete:

<https://www.vub.sk/firmy-podnikatelia/produkty-sluzby/uvery-financovanie/uvery-pre-podnikatelov-male-firmy/profiuver/>

Nakoľko výška úveru, ktorú ako klienti žiadame od banky, je 50.000 EUR, banka nám ponúkla výpočet na dobu 5 rokov. Úroková sadzba vo výpočte je 8,50%. Vzhľadom na bonitu klienta sa úroková sadzba môže meniť smerom nahor aj nadol. V tabuľke 7 vidíme parametre poskytnutia úveru.

⁷³ „Blankozmenka / biankozmenka je dlžnícky cenný papier, vystavený v zákonne predpísanej forme, ktorý predstavuje prísľub vystaviteľa zmenky (dlžníka) zaplatiť určitú čiastku k dátumu splatnosti oprávnenému majiteľovi zmenky (veriteľovi), pričom určité údaje na zmenke nie sú úmyselne uvedené (napríklad dlžná suma).” cit. [2019-04-26]. Dostupné na internete: <https://www.poistenie.sk/lexikon/blankozmenka>

Tabuľka 7: Parametre poskytnutia úveru

Výška úveru v EUR	50.000
Splatnosť úveru v mesiacoch	60
Úroková sadzba	6% p.a.

Zdroj: Kalkulácia VÚB banky, Príloha 1

Z tabuľky je zrejmé, že pri požadovanej výške úveru 50.000 EUR banka rátala s možnosťou, že úver bude klient splácať 60 mesiacov, teda 5 rokov.

Úroková sadzba banky je stanovená na 8,50% p.a. Na prvý pohľad sa nám môže zdať, že je to tým pádom pre klienta lacnejší variant, nakoľko pri platforme je stanovený poplatok na 11,5%, no nie je tomu tak. Treba si uvedomiť, že úroková sadzba 6% v tomto prípade, nie je jednorazový poplatok ako v prípade Hithit, ale ročná úroková sadzba.

Ako je znázornené v kalkúlácii VÚB banky, ktorú môžeme vidieť v Prílohe 1, banka si účtuje poplatok za poskytnutie úveru vo výške 500 EUR. Výška prvej až predposlednej splátkovej istiny je 847 EUR. Posledná splátka je vo výške 874 EUR. Klient spolu na úrokoch celkovo zaplatí 10.625 EUR. Z Prílohy 1 je zrejmé, že zaplatené úroky každým mesiacom klesajú. Klient najprv platí vysoké úroky, neskôr už spláca hlavne kapitál. Jedná sa o takzvané *kapitálové splácanie*.

Splátkovými istinami počas celej doby splácania klient zaplatí 50.847 EUR. Úroky tvoria 10.625 EUR, celková zaplatená suma je 61.472 EUR plus 500 EUR vstupný poplatok, teda 61.972 EUR.

VÚB banka nám poskytla kalkuláciu aj formou *anuitného splácania*. V tomto prípade by doba splácania nebola 5 rokov ale 15 rokov. Ako ale na základe štúdia a všeobecných poznatkov vieme, čím dlhšie klient spláca, tým viac preplatí. Nakoľko je ale cieľom v tomto prípade preplatiť na úrokoch a poplatkoch čo najmenej, modelovej situácii v Prílohe 2 sa nebudeme venovať obšírnejšie. Zhodnotíme len, že pri anuitnom splácaní by celková zaplatená čiastka pri úrokovej sadzbe 6% predstavovala 75.947,11 EUR, čím sme len potvrdili predchádzajúce slová. Výhodou splácania v dlhšom časovom horizonte (v tomto prípade 15 rokov) je, že splátky sú porovnateľne nižšie ako v našej modelovej kalkúlácii, ktorá nám slúži na porovnanie s platformou a teda pri

nepriaznivých udalostiach je väčší predpoklad, že klient aj napriek tomu bude schopný úver aj naďalej splácať.⁷⁴

Okrem toho, ak si klient berie úver od banky, má možnosť aj poistenia úveru, aby sa vyhol neschopnosti splácať úver v prípade nepredvídateľných okolností. To ale samozrejme znamená, že sa mesačná splátka opäť navýši o niekoľko desiatok eur.

Celkový proces, od požiadania o úver zo strany klienta až po pripísanie peňažných prostriedkov na účet, trvá niekoľko dní. Samozrejme, závisí to aj od toho, ako rýchlo vie klient poskytnúť všetky potrebné dokumenty, ktoré sú na schválenie úveru nevyhnutné.

3.2.4 Financovanie podniku prostredníctvom platformy Hithit

V prípade využitia tohto typu financovania podniku klient umiestni svoj projekt na internetovú platformu, pomocou ktorej sa pokúsi získať si prispievateľov a vyzbierať minimálne 100% cieľovej sumy. Pri našej modelovej firme XY predpokladáme, že projekt klienta bude úspešný na 100%.

Pre začatie podnikania potrebuje klient 50.000 EUR. Pri svojej cieľovej sume ale nesmie zabudnúť aj na odmenu, ktorú musí zaplatiť platforme v prípade, že sa projekt stane úspešným. Ako sme poznamenali pri postupe uvedenia projektu na trh v podkapitole 3.2.1, k cieľovej sume je potrebné si prirátat' aj províziu a to tak, aby ak odrátame z celkovej vyzbieranej sumy 11,5%, výsledná suma určená na začatie podnikania nebude menšia ako 50.000 EUR.

Ak by sme sa chceli priblížiť sume 50.000 čo najviac, cieľová suma, ktorú by mal klient vyzbierať od prispievateľov by mala byť minimálne 56.500 EUR. Po odrátaní provízie pre Hithit tak klientovi ostane na začatie podnikania 50.002,5 EUR, čím sme sa takmer úplne presne priblížili potrebnému vstupnému kapitálu.

Na prvý pohľad sa môže zdať, že tento spôsob financovania klienta nič nestojí, no opak je pravdou. Treba si uvedomiť, že tým, že klient na platforme vyzbieral viac peňazí, nič neušetril, resp. len veľmi málo. Viac peňazí znamená viac prispievateľov, ktorým je zaviazaný poskytnúť produkt alebo službu ako protihodnotu za to, že podporili jeho projekt, nakoľko sa jedná o odmenový typ crowdfundingu. Buď má klient vlastné

⁷⁴ Kalkulácia je aktuálna k dátumu 20.4.2021

financie, z ktorých platforme Hithit vyplatí odmeny za poskytnutú službu, alebo túto odmenu zahrnie do celkovej cieľovej sumy, ktorú chce vyzbierať, tým pádom je schopný zaplatiť spomínané odmeny vo výške 11,5% a ako náhle začne vyrábať produkt alebo službu, na ktorú sa mu prispievatelia vyzbierali, jeho povinnosťou je v stanovenej lehote odmeniť aj daných prispievateľov sľúbenou odmenou na ich príspevok.

Môžeme teda konštatovať, že náklady klienta v prípade *financovania podniku prostredníctvom crowdfundingovej platformy*, kde potrebný kapitál na začatie podnikania je 50.000 EUR, sú v tomto prípade vo výške 6500 EUR. Treba ešte poznamenať, že kým sa reálne klient dostane k vyzbieraným peniazom, ubehne minimálne 30 až 45 dní, čo je len dĺžka kampane a samozrejme si treba prirátat ešte pár dní navyše, počas ktorých prebehne prevod vyzbieranej sumy na účet klienta.

3.2.5 Porovnanie jednotlivých foriem financovania

V podkapitolách 3.2.3 a 3.2.4 sme si predstavili najbežnejšie formy financovania, ktoré klient – podnikateľ môže využiť v rámci Slovenského trhu na to, aby mohol začať plniť svoj podnikateľský zámer. Poďme sa pozrieť prostredníctvom Tabuľky 8 na rozdiely vybraných foriem financovania podniku.

Tabuľka 8: Financovanie prostredníctvom platformy a úveru v banke

	Hithit	VÚB banka
Cieľová suma	50.000 EUR	50.000 EUR
Čas potrebný na získanie prostriedkov	30-45 dní	Do 14 dní
Poplatok za poskytnutie v EUR	6500 EUR	500 EUR
Úroky	-	10.625 EUR
Vhodné pre start-upy	Áno	Nie
Pravdepodobnosť získania prostriedkov	Stredná*	Vysoká**

Zdroj: Vlastné spracovanie

* Závisí od toho, či projekt zaujme potenciálnych prispievateľov. Z väčšej miery sa dá ovplyvniť dobrou propagáciou, no v získanie peňažných prostriedkov nemá klient žiadne záruky.

** Pokiaľ žiadateľ o úver spĺňa stanovené podmienky, je takmer isté, že úver bude schválený.

Z Tabuľky 8 vyplýva, že v prípade, ak chce klient začať svoje podnikanie s čo najmenšími dodatočnými nákladmi, „najlacnejší“ variant je financovanie prostredníctvom crowdfundingovej platformy. V tomto prípade zaplatí na poplatkoch nad rámec cieľovej sumy 6500 EUR, na rozdiel od úveru v banke, kde mu je účtovaný poplatok za poskytnutie úveru vo výške 500 EUR a následne zaplatí počas celej doby splácania úveru na úrokoch 10.625 EUR.

Ako sme spomínali v predchádzajúcej podkapitole, žiadosť o podnikateľský úver v banke nie je vhodná cesta pre start-upy, nakoľko v tomto prípade stoja za start-upmi väčšinou ľudia, ktorí za sebou nemajú podnikateľskú minulosť, nespĺňajú teda podmienku banky vykonávania podnikateľskej činnosti minimálne 2 roky. Z tohto dôvodu je zas výhodnejšia pre začínajúcich podnikateľov práve crowdfundingová platforma, kde jediná podmienka je dobrý nápad a to, aby sa podnikateľ/klient podieľal počas plynutia projektu na jeho zveľadovaní a na šírení informácií o projekte do povedomia potenciálnych prispievateľov.

Nakoľko by mala byť v záujme každého klienta – podnikateľa hlavne dobrá príprava pred samotným uvedením produktu alebo služby na trh, to, že doba na získanie prostriedkov prostredníctvom platformy trvá približne 30-45 dní, by nemalo byť obmedzujúce, práve naopak. Je to čas, kedy má klient možnosť zveľadovať svoj produkt či službu a zároveň počas týchto dní získava od potenciálnych prispievateľov permanentne spätnú väzbu, čím môže svoj produkt priviesť do dokonalosti a vylepšiť ho pre konečného spotrebiteľa. Prostredníctvom úveru v banke síce vie získať peňažné prostriedky oveľa skôr, no ako sme spomínali, jedným z hlavných príčin toho, že podnikanie skončí neúspešne, je, že klient – podnikateľ podcenil prípravu a produkt alebo služba sú pre konečného spotrebiteľa neatraktívne, ako je uvedené v Grafe 2 tejto bakalárskej práce.

V nasledujúcej tabuľke si ukážeme 10 projektov, ktoré sa na stránke Hithit stali najúspešnejšími na základe množstva vyzbieraných peňazí.

Tabuľka 9: Najúspešnejšie projekty na základe množstva vyzbieraných peňazí

Názov projektu	Cieľová suma v EUR	Množstvo vyzbieraných peňazí	Percentuálna úspešnosť
DVTV Extra – Rozhovory bez reklám, podcasty a nový web	28 620	371 833	1 299%
Vasky – ručne vyrábané tenisky	17 172	209 516	1 220%
Barefoot konopné tenisky Bohempia	18 699	151 218	808%
Tatra okolo sveta 2	84 801	115 128	135%
V Síti	32 427	114 975	354%
Nakopni Jatka!	76 321	92 390	121%
Barefoot tenisky s najkvalitnejšou vulkanizovanou podrážkou	49 609	74 848	150%

Zdroj: <https://www.hithit.com/sk/search/mostSuccProjects/moneyPledged>, Vlastné spracovanie

Na základe vyzbieraných súm či percentuálnej úspešnosti projektu vidíme, že na trhu majú tieto produkty či služby svoje miesto a je o ne záujem a to nie len počas niekoľkodňovej výzvy zverejnenej na platforme, ale aj po jej ukončení. Ku príkladu Barefoot tenisky sú dnes vysoko žiadané a na trh sa dostali aj vďaka projektu zverejnenom na platforme Hithit.com. To, že klient – podnikateľ môže takýmto jednoduchým spôsobom a v podstate bez rizika preveriť záujem o svoj produkt či službu, patrí k jednej z najväčších výhod crowdfundingu.

Hlavnou výhodou požiadania o úver v banke je, že ak klient splňa všetky stanovené podmienky, s určitosťou úver získa. Na rozdiel od crowdfundingovej platformy, kde takúto istotu nemá celých 30 až 45 dní. Ak totiž nezaujme svojim projektom dostatočný počet ľudí a nevyzbiera cieľovú sumu, jeho projekt sa stáva neúspešným a na konci obdobia nezískava žiadne peňažné prostriedky, teda ani nemôže začať naplňovať svoj podnikateľský zámer.

V rámci Slovenskej a Českej republiky je crowdfunding a crowdberry považovaný za inovatívny spôsob financovania podnikov, nakoľko sa na našom území objavuje len posledných pár rokov. Aby sme lepšie porozumeli a pochopili jeho fungovanie, v praktickej časti sme sa venovali spôsobu uvedenia projektu na crowdfundingovú platformu a takisto sme porovnávali spôsob inovatívneho financovania podniku prostredníctvom platformy s klasickým spôsobom financovania podniku formou podnikateľského úveru v banke. Aby sme takéto porovnanie mohli zrealizovať, vyprofilovali sme si Firmu XY. Aby sme mohli začať porovnávanie financovania podniku spomenutými formami, vyšpecifikovali sme si predpoklady firmy nasledovne:

- Firma je na trhu viac ako 2 roky – kvôli poskytnutiu úveru
- Na platforme (v našom prípade je to Hithit) predpokladáme úspešnosť projektu 100% a odmena pre platformu spolu s poplatkami predstavuje výšku 11,5%
- V oboch prípadoch je podmienkou získať 50.000 EUR vstupný kapitál potrebný pre začatie podnikania.

Cieľom firmy bolo získať 50.000 EUR na to, aby bola schopná prerobiť nevyužívanú polyfunkčnú budovu, ktorá by sa premenila na multifunkčný priestor pre rôzne typy umenia. Zo získanej sumy by firma XY zakúpila potrebnú techniku a prispôsobila by priestory tak, aby spĺňali požiadavky pre využívanie.

Pokiaľ ide o získavanie prostriedkov prostredníctvom platformy, klient nemusí spĺňať žiadne náročné podmienky na to, aby jeho projekt mohol byť na platforme uverejnený. K tomu, aby bol jeho projekt úspešný, je potrebné splniť je dobré dodržať nasledovné kroky odporúčané platformou Hithit:

- Dať projektu pútavý príbeh
- Pripojiť motivačné video
- Vedieť, koľko žiadať (min. 1700 EUR, aby sa to oplátilo)
- Osloviť čo najviac ľudí
- Byť aktívny celých 45 dní.⁷⁵

⁷⁵ Prednáška Hithit

Ak toto všetko klient pri uvedení projektu splní a projekt sa stane úspešným, platforme na poplatkoch klient zaplatí 11,5% z vyzbieranej sumy, v našom prípade 6500 EUR. Čas, za ktorý je klient schopný obdržať získané prostriedky, samozrejme len v prípade, že bol projekt úspešný na minimálne 100%, sa pohybuje okolo 2 mesiacov, nakoľko len samotné trvanie kampane sa pohybuje okolo 30 – 45 dní.

Získavanie prostriedkov prostredníctvom úveru nami vybranej VÚB banky môže byť v prípade splnenia všetkých predpokladov veľmi rýchle a to už do dvoch týždňov. Kritéria na získanie úveru sú ale oveľa prísnejšie, ako v prípade platformy. Žiadať o úver môže:

- Právnická alebo fyzická osoba (podnikateľ)
- Existujúci klient vykonávajúci podnikateľskú činnosť s 1 ukončeným účtovným obdobím
- Nový klient vykonávajúci podnikateľskú činnosť s 2 ukončenými účtovnými obdobiami
- Klient, ktorý spĺňa stanovené kritéria VÚB banky pre bonitu podnikateľského subjektu

Ak klient všetky kritéria spĺňa a doručil potrebnú dokumentáciu, získava úver v stanovenej výške. Klient však v tomto prípade banke zaplatí na úrokoch viac ako 11.000 EUR.

V prípade získavania peňažných prostriedkov prostredníctvom platformy Hithit je potrebné podotknúť, že jediný záväzok, ktorý klientovi po ukončení projektu ostane, je záväzok voči jeho prispievateľom, ktorí za svoj príspevok očakávajú vopred dohodnutú odmenu. Na rozdiel od záväzku voči banke, kde záväzok trvá od jedného roka až do maximálne 20 rokov. Zároveň je získavanie zdrojov prostredníctvom platformy aj menej stresujúce pre samotného klienta, pretože v prípade, že sa cieľovú sumu nepodarí vyzbierať, sa už vyzbierané prostriedky jednoducho vrátia ich prispievateľom a klient nemusí platforme platiť žiaden poplatok. Crowdfundingové platformy sú tak bezpečným a ideálnym spôsobom, ako rozbehnúť svoje podnikanie bez zbytočného zadlžovania sa.

Môžeme konštatovať, že využívanie crowdfundingovej platformy ako inovatívneho zdroja financovania podniku je ideálne hlavne pre

- začínajúcich podnikateľov,
- start-upistov,

ktorí zatiaľ nemajú za sebou žiadnu podnikateľskú minulosť a takisto nemajú potrebné financie pre začatie podnikania. Ak sa podnikateľ rozhodne využiť služby crowdfundingovej platformy, nevystavuje sa tým v podstate žiadnemu riziku. Od začiatku uvedenia projektu na platformu až do ukončenia projektu im nemusia vzniknúť žiadne náklady. Ponúka sa im však aj možnosť využiť rôzne doplnkové služby za predom určený poplatok platformou. Vďaka týmto službám môžu využiť skúsenosti platformy na zvýšenie povedomia o danom projekte a tým prilákajú nových potenciálnych prispievateľov. Pravdepodobnosť, že bude projekt úspešný, sa tým zvyšujú.

Ak odhliadneme od doplnkových služieb, tak náklady klienta predstavuje poplatky z vyzbieranej cieľovej sumy a sú podstatne nižšie ako tie, ktoré mu vzniknú v prípade, že by ako zdroj financovania podniku využil úver v banke.

3.3 Diskusia

Vzhľadom na výsledky práce môžeme povedať, že ak chce klient odštartovať svoje podnikanie s čo najmenšími dodatočnými nákladmi, výhodnejší variant z vyššie uvedených je pre neho financovanie prostredníctvom crowdfundingovej platformy. V takomto prípade je rozdiel v dodatočných nákladoch medzi platformou a požiadanim o úver v banke približne 4000 EUR. Klient zároveň spolupracou a za vopred stanovený poplatok s crowdfundingovou platformou nezískava len finančné prostriedky na účely svojho podnikania, ale aj pomoc platformy pri budovaní značky, povedomia a reklamy. Už pri získavaní týchto financií sa klient vie dostať do povedomia ľudí a získať veľmi rýchlo spätnú väzbu na svoj produkt alebo službu. Pri spolupráci s crowdfundingovou platformou tiež klientovi odpadá veľké riziko, že príde o svoje peniaze. Ak totiž nevyzbiera dostatočnú sumu a zároveň počas zbierania finálnej sumy zistí, že jeho produkt alebo služba nie je pre trh atraktívna, neúplná vyzbieraná čiastka sa vráti prispievateľom a klient na základe získaných poznatkov a skúseností má možnosť vylepšiť svoj podnikateľský plán bez toho, aby do toho času prišli o nejaký zdroj financií.

Na záver teda môžeme zhodnotiť, že je stále pre klienta výhodnejšie vzhľadom na dodatočné náklady uskutočniť svoje podnikateľské plány za pomoci crowdfundingovej

platformy ako prostredníctvom úveru v banke. Samozrejme, finančný trh sa stále mení a menia sa stále aj rôzne podmienky poskytnutia úveru. Momentálne je možné od banky získať naozaj „lacné peniaze“, aj keď tento trend nízkych úrokových sadzieb sa pomaly zastavuje. Je teda otázne, ako sa budú vyvíjať úrokové sadzby v bankách naďalej, akým smerom sa pohnú poplatky na crowdfundingových platformách a či si crowdfundingová platforma udrží svoju výhodnú pozíciu vzhľadom pre klienta vzhľadom na dodatočné náklady. Aj keby si banka a platforma vymenili pozície, môžeme povedať, že pre klienta je stále výhodnejšie, ak spolu s peniazmi cez crowdfundingovú platformu získa aj know-how, ktoré mu žiadna banka poskytnúť nedokáže.

Záver

Cieľom záverečnej práce bolo predstaviť proces uvedenia projektu na crowdfundingovú platformu a následne porovnať spôsob inovatívneho financovania podniku prostredníctvom platformy s klasickým spôsobom financovania podniku formou podnikateľského úveru v banke.

Čiastkovými cieľmi bolo, aby sme sa v rámci teoretickej časti oboznámili s pojmami podnik, podnikanie, crowdfunding a crowdberry a vysvetlili sme si vzťahy a súvislosti medzi týmito pojmami. Následne sme teoretické poznatky využili v praktickej časti, kde sme si poukázali na celý proces uvádzania projektu na crowdfundingovú platformu a porovnali sme si inovatívnu formu financovania podniku s tou klasickou.

V praktickej časti práce, sme si najprv predstavili najznámejšie crowdfundingové platformy a potom sme sa bližšie pozreli na platformu Hithit. Vyhodnotili sme, že ako inovatívne zdroju financovania podniku, crowdfundingu stále rastie popularita. Percento úspešnosti projektov na spomenutej platforme je približne 48%. Spoločnosť sa z vyzbieraných 35.000 EUR v roku 2012 dostala na viac ako 11 miliónov za 9 rokov. Nárast prihlásených projektov ako aj vyzbieraných peňazí naozaj stojí za povšimnutie a je predpoklad, že si Hithit túto narastajúcu tendenciu aj udrží.

Následne sme si v rámci tretej kapitoly prešli krok za krokom, akým spôsobom sa na platforme Hithit uvádza produkt, akú starostlivosť si v rámci 30 - 45 dní vyžaduje a čo je povinnosťou klienta, aby bol jeho projekt čo najúspešnejší. V závere praktickej časti sme si urobili prepočet a modelovú situáciu, v ktorej sme porovnali náklady spojené s uvedením projektu na crowdfundingovú platformu s klasickou formou financovania podniku formou podnikateľského úveru vo VÚB banke.

Hlavným prínosom bakalárskej práce bolo zistenie, že inovatívne formy financovania crowdfunding a crowdberry sa čoraz viac dostávajú do popredia nie len vo svete, ale aj na Slovensku a v Českej republike. Úspešnosť projektov podľa platformy Hithit je z roka na rok vyššia a počet prispievateľov, ako aj výška vyzbieraných peňazí takisto. Tiež sme v praktickej časti dokázali, že crowdfunding je najlepší spôsob, ako začať svoje podnikanie, obzvlášť z hľadiska financií a nákladov. V prípade crowdfundingu možno očakávať náklady maximálne do výšky 11,5% z celkovej vyzbieranej sumy, čo v našom

prípade modelovej situácie predstavovalo 6500 EUR. V prípade úveru od VÚB banky by začínajúci podnikateľ zaplatil na poplatkoch a úrokoch vyše 11.000 EUR, pričom záväzky voči banke by klient znášal od jedného až po 20 rokov. Samozrejme, sú aj výhody na strane úveru poskytnutého v banke a to, že pri splnení podmienok ustanovených bankou je takmer isté, že klient získa úver vo výške, o ktorú si požiadal. V prípade platformy klient nemá počas celého priebehu kampane žiadnu istotu, že na konci kampane skutočne získa potrebné peňažné prostriedky.

Zoznam použitej literatúry

Knižné zdroje:

1. ALEXÝ, J., SIVÁK, R. *Podniková ekonomika*. IRIS, Bratislava. 2005, ISBN 80-89018-82-3
2. Freedman, David M. a Nutting, Matthew R. 2015. *A Brief History of Crowdfunding. Including Rewards, Donation, Debt, and Equity Platforms in the USA*. 05. November 2015
3. CHODASOVÁ, A. - BUJANOVÁ, D.: *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*, Ekonóm, 1998, s. 22. ISBN 80-2251-351-2
4. KOLEKTIV AUTOROV: *Bankovníctví*, Praha, 2006, s. 231-234
5. MARKOVÁ, V. *Malé a stredné podnikanie v Slovenskej republike*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2003. s. 11. ISBN 80-8055-816-7.
6. MARUŠIN, J. *Finančný manažment podniku*. Ekonomická fakulta TU, Košice. 2000, ISBN 80-7099-473-8
7. Obch. zákonník- zák.č. 513/1991 Zb. §2
8. Obch. zákonník- zák.č. 513/1991 Zb. §5
9. PAVELKA, F. - BARDOVÁ, D. - OPLTOVÁ, R.: *Úvěrové obchody*, Praha, Aktris spol. s.r.o., 2001. s. 58
10. Prednášky spoločnosti Hithit
11. YOUNG, T.E. *The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding : understand crowd psychology : gain an online presence : create a successful crowdfunding campaign : promote your campaign to reach hidden funding sources*. Avon, Mass.: Adams Media, 2013. ISBN 1440550336.
12. Zákon č. 595/2003 Z.z.

Internetové zdroje:

1. *Analýza majetku a zdrojov krytia*. [cit. 2018-10-31]. Dostupné na internete: <http://podnikovaaanalyza.sk/financna-analyza/analyza-majetku/>
2. ANDACKÝ, J. *Crowdberry: Ako skupinové investovanie uchopili Slováci*. Trend: 2017. [cit. 2018-12-09]. Dostupné na internete: <https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-12/crowdberry-ako-skupinove-investovanie-uchopili-slovaci.html>

3. BELANOVÁ, K.: *Alternatívne zdroje financovania a ich využívanie v podmienkach SR*. Biatec, Bratislava. 2013, [cit. 2018-11-26]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2013/03-2013/03_biatic13-3_belanova.pdf
4. *Blankozmenka*. cit. [2019-04-26]. Dostupné na internete: <https://www.poistenie.sk/lexikon/blankozmenka>
5. *Cudzí kapitál*. 2016. [cit. 2018-10-30]. Dostupné na internete: <https://managementmania.com/sk/cudzi-kapital>
6. *Čo je Hithit?* [cit. 2019-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.hithit.com/sk/article/whatIsHithit>
7. *Hithit LAB*. [cit. 2019-03-20]. Dostupné na internete: <https://www.hithit.com/sk/article/hithitLab>
8. HRUŠKA, Peter. *Zdroje financovania podniku*. Diplomová Práca [elektronický zdroj]. Banská Bystrica, 2009, s. 12. [cit. 2018-10-16]. Dostupné na internete: https://is.ambis.cz/th/kmgfa/Plna_verzia_diplomovej_prace_BIVS_2008-2009_Zdroje_financovania_podniku_-_Hruska_Peter.pdf
9. *Interné zdroje financovania podniku*, [cit. 2018-11-06]. Dostupné na internete: <https://www.euroekonom.sk/interne-zdroje-financovania-podniku/>
10. JURINOVÁ, M. *Kde vyzbierať peniaze. Odborník na crowdfunding radí týchto 5 portálov*. Forbes: 2017. [cit. 2019-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.sk/vyzbierat-peniaze-crowdfunding-guru-ivan-zatko-radi-tychto-5-portalov/>
11. MUSIL, David. *Netradiční způsoby financování podnikatelských aktivit*. Diplomová Práca [elektronický zdroj]. Plzeň, 2017, s. 7. [cit. 2018-10-05]. Dostupné na internete: https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/28966/1/DP_MUSIL_David_2017.pdf
12. ONDRÁČKOVÁ, Kamila a Dalibor ČERNÝ. *Crowdfunding: Investiční modely*. FinExpert [online]. 2015 [cit. 2018-11-29]. Dostupné na internete: <https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-investicni-modely>
13. *Pozícia NBS ku crowdfundingu – požičiavanie formou „lendingu“*. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/sk/informacie-pre-media/tlacove-spravy/detail-spravy/_pozicia-narodnej-banky-slovenska-ku-crowdfundingu-poziciavaniu-formou-lendingu/bc

14. *Poznáte Crowdfunding? Inovatívny spôsob, ako investovať a zo slovenských firiem vybudovať globálnych lídrov.* 2018. [cit. 2019-01-11]. Dostupné na internete: <https://www.crowdberry.eu/novinky/poznate-crowdfunding-inovativny-sposob-ako-investovat-a-zo-slovenskych-firiem-vybudovat-globalnych-lidrov-135/>
15. *Prečo banka nedá úver na štart podnikania.* cit. [2019-04-09]. Dostupné na internete: <https://www.hladaminvestora.sk/clanky-investovanie/166-preco-banka-neda-uver-na-start-podnikania>
16. RENTON, Peter. *Understanding Peer to Peer Lending* [online]. Lend Academy, 2015. [cit. 2018-12-07]. Dostupné na internete: <http://www.lendacademy.com/Understanding-Peer-toPeer-Lending.pdf>
17. SALAJOVÁ, S. – MAZÚR, J. *Crowdfunding*. Biatec., 25. Ročník, 2017. [cit. 2018-12-08]. Dostupné na internete: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2017/05-2017/Biatec_17_5_06Salajova.pdf
18. STROKOVÁ, Z - BIELIKOVÁ, T. *CROWDFUNDING: NOVÝ TREND VO FINANCOVANÍ. Trendy v podnikaní - ZČU* [online]. 2016 [cit. 2018-11-29]. Dostupné na internete: https://www.tvp.zcu.cz/cd/2014/PDF_sbornik/strokov%20bielikova.pdf
19. *Úvery pre podnikateľov a malé firmy.* Dostupné na internete: <https://www.vub.sk/firmy-podnikatelia/produkty-sluzby/uvery-financovanie/uvery-pre-podnikatelov-male-firmy/profiuver/>
20. *Vlastné zdroje, cudzie zdroje a ostatné pasíva ako finančné zdroje.* 2015. [cit. 2018-10-30]. Dostupné na internete: <https://www.euroekonom.sk/financie/financie-a-podnik/vlastne-zdroje-cudzie-zdroje-a-ostatne-pasiva-ako-financne-zdroje/>
21. ZELENÁKOVÁ, D. *Najznámejšie slovenské a české crowdfundingové platformy. Prehľad a porovnanie.* 2017. [cit. 2019-01-09]. Dostupné na internete: <https://www.podnikajte.sk/financie/c/3192/category/financie-na-podnikanie/article/slovenske-ceske-crowdfundingove-platformy.xhtml>

Prílohy