

Návrh crowdfundingu jako alternativní forma financování Národopisného souboru Pantlák, z.s.

Bc. Lucie Strýčková

Diplomová práce
2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav financí a účetnictví
akademický rok: 2018/2019

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

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie Strýčková**
Osobní číslo: **M17008**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Finance**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Návrh crowdfundingu jako alternativní forma financování
Národopisného souboru Pantlák, z.s.**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši týkající se neziskových organizací a jejich financování.

II. Praktická část

- Analyzujte dosavadní hospodaření vybrané neziskové organizace a na základě analýzy vypracujte návrhy dalších způsobů financování.
- Provedte analýzu crowdfundingových portálů ČR a vypracujte projekt odměnového crowdfundingu.
- Zhodnoťte rizika a přínosy implementace crowdfundingu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

HOGUE, Joseph. Step by Step Crowdfunding: Everything You Need to Raise Money From the Crowd. United States of America: Efficient Alpha, 2015, 158 s. ISBN 9780996232111.
LEDVINOVÁ, Jana. Profesionální fundraising: jak se osvobodit od finanční závislosti. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2013, 129 s. ISBN 978-80-7331-294-7.
PALANA, Kristen. Crowdfunding Confidential: Raise Money For You and Your Cause. Independently published, 2017, 111 s. ISBN 978-1520795812.
PELIKÁNOVÁ, Anna. Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky. Praha: Grada, 2016, 319 s. ISBN 978-80-247-5699-8.
ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace. Praha: Grada, 2012, 138 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Blanka Kameníková, Ph.D.
Ústav financí a účetnictví
Datum zadání diplomové práce: 14. prosince 2018
Termín odevzdání diplomové práce: 16. dubna 2019

Ve Zlíně dne 14. prosince 2018

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 8. 4. 2019

Jméno a příjmení: LUCIE STRÝČKOVÁ

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá vypracováním návrhu odměnového crowdfundingu pro Národopisný soubor Pantlák, z.s. Hlavní cíl projektu je zlepšit hospodaření ve vybrané neziskové organizaci. Na základě analýzy současné finanční situace jsou navrženy možnosti získání dalších zdrojů. Jedním ze zdrojů je odměnový crowdfunding. Projektová část analyzuje crowdfundingové portály, jejímž výsledkem je vhodný portál pro vytvoření kampaně. Návrh crowdfundingu je rozpracován v jednotlivých krocích a následně hodnocen analýzou nákladů, rizik a přínosů.

Klíčová slova: odměnový crowdfunding, nezisková organizace, financování, finanční zdroje, crowdfundingová kampaň

ABSTRACT

The thesis deals with the proposal of reward crowdfunding for Národopisný soubor Pantlák, z.s. The main goal of this project is to uplift an economy in non-profit organisation. Another sources are suggested by analysis of current financial situation. One of the source is reward crowdfunding. The project is analysed crowdfunding platforms the result of the analysis is suitable platform on creation crowdfunding campaign. The proposal of crowdfunding is made in individual steps and at last is evaluated by the analysis of costs, risks and benefits.

Keywords: Rewards Crowdfunding, Non-Profit Organisation, Finance, Financial Sources, Crowdfunding Campaign

Poděkování patří rodině, která mi poskytovala finanční pomoc při studiu a podporovala mě. Děkuji Národopisnému souboru Pantlák, z.s. za poskytnuté informace a dobrou spolupráci. Také děkuji vedoucí diplomové práce Ing. Blance Kameníkové, Ph.D. za odborné rady a vstřícné jednání.

„The only thing worse than being blind is having sight but no vision.“

Helen Keller

OBSAH

ÚVOD	10
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 NEZISKOVÝ SEKTOR	13
1.1 ČLENĚNÍ NEZISKOVÉHO SEKTORU	13
1.2 NEZISKOVÉ ORGANIZACE	14
1.2.1 Členění neziskových organizací.....	15
1.2.2 Nestátní neziskové organizace	16
2 FINANCOVÁNÍ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	17
2.1 PŘEDPOKLADY FINANCOVÁNÍ NNO	18
2.1.1 Vícezdrojové financování	18
2.1.2 Samofinancování.....	19
2.1.3 Neziskovost	20
2.1.4 Daňové úlevy	20
2.2 FINANČNÍ ZDROJE.....	20
2.2.1 Vlastní zdroje	21
2.2.2 Cizí zdroje	22
2.2.3 Potenciální zdroje.....	22
2.2.3.1 Dotace z Evropské unie	23
2.2.3.2 Dotace ze státního rozpočtu	24
2.2.3.3 Dotace municipalit.....	25
2.2.3.4 Příspěvky nadací a nadačních fondů.....	26
2.2.3.5 Dary firem.....	26
2.2.3.6 Dary jednotlivců	26
3 ALTERNATIVNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	28
3.1 CROWDFUNDING	28
3.2 ÚČASTNÍCI CROWDFUNDINGU	29
3.3 DRUHY CROWDFUNDINGU	29
3.3.1 Charitativní.....	30
3.3.2 Podílový	30
3.3.3 Dluhový.....	31
3.3.4 Odměnový	32
3.4 CROWDFUNDINGOVÉ PORTÁLY	33
3.5 PŘÍPRAVA A REALIZACE CROWDFUNDINGU	34
3.5.1 Přípravné aktivity	34
3.5.2 Předkampaň.....	35
3.5.3 Kampaň	36
3.5.4 Fáze po kampani	36
4 FUNDRAISING	38
4.1 ZAJIŠTĚNÍ AKCE	39
4.2 FUNDRAISER.....	40
II PRAKTICKÁ ČÁST	42
5 CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO SPOLKU	43

5.1	POSLÁNÍ SPOLKU	43
5.2	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA	44
5.3	HOSPODAŘENÍ	44
5.4	AKCE	44
6	ANALÝZA HOSPODAŘENÍ SPOLKU	45
6.1	SWOT ANALÝZA	45
6.2	ANALÝZA ZDROJŮ	47
6.2.1	Členské příspěvky	50
6.2.2	Vystoupení	50
6.2.3	Grant města Němčice nad Hanou	51
6.2.4	Dary	51
6.2.5	Grant Nadace Agrofert	51
6.2.6	Projekt	52
6.3	PŘÍJMY	52
6.4	VÝDAJE	55
6.5	DALŠÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	60
6.5.1	Zavedení hospodářské činnosti	60
6.5.2	Dotace Ministerstva kultury	61
6.5.3	Grant Nadace ČEZ	63
7	ANALÝZA CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ	65
7.1	ÚDAJE O HITHITU	65
7.2	ÚDAJE O STARTOVAČI	66
7.3	CROWDFUNDING V ČR	66
7.4	SROVNÁNÍ ODMĚNOVÝCH CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ	68
7.4.1	Model	68
7.4.2	Provize a poplatky	68
7.4.3	Časový limit	70
7.4.4	Úspěšnost kampaní	70
7.4.5	Druh kampaně	70
7.4.6	Úspěchy podobných kampaní	71
7.5	VÝBĚR VHODNÉHO CROWDFUNDINGOVÉHO PORTÁLU	71
8	NÁVRH ODMĚNOVÉHO CROWDFUNDINGU	72
8.1	ZALOŽENÍ KAMPANĚ	72
8.1.1	Jaký je cíl projektu	72
8.1.2	6 kroků k odstartování	73
8.1.2.1	První krok	73
8.1.2.2	Druhý krok	77
8.1.2.3	Třetí krok	81
8.1.2.4	Čtvrtý krok	82
8.1.2.5	Pátý krok	83
8.1.2.6	Šestý krok	84
8.2	PRŮBĚH KAMPANĚ	84
8.2.1	Facebook	84
8.2.2	E-mail	85
8.2.3	Osobní kontakt	85

8.2.4	Komentáře	85
8.3	UKONČENÍ KAMPANĚ	85
9	VYHODNOCENÍ NÁKLADŮ, RIZIK A PŘÍLEŽITOSTÍ.....	90
9.1	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	90
9.2	ANALÝZA RIZIK.....	93
9.2.1	Personální riziko.....	93
9.2.2	Komunikační riziko.....	94
9.2.3	Informační riziko.....	95
9.2.4	Časové riziko.....	95
9.2.5	Odměnové riziko.....	95
9.3	PŘÍNOSY.....	96
	ZÁVĚR	97
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	98
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	103
	SEZNAM OBRÁZKŮ	104
	SEZNAM TABULEK.....	105
	SEZNAM GRAFŮ	107
	SEZNAM PŘÍLOH.....	108

ÚVOD

Během několika let došlo k výraznému navýšení počtu neziskových organizací na trhu. Obzvláště nestátní neziskové organizace s sebou nesou riziko získávání financí pro svou činnost. Přitom sehrávají důležitou roli v uspokojování sociálních, kulturních a jiných potřeb, které jiné společnosti nemohou naplňovat, chtějí-li dosahovat zisků.

Neziskovým organizacím stačí k uskutečňování jejich cílů a záměrů financovat náklady, aniž by měly vykázat zisk. K pokrytí nákladů lze využívat různých zdrojů, které si organizace hledá sama nebo na to určí specialistu tzv. fundraisera. Rozmach alternativních zdrojů financování v posledních letech poskytuje také neziskovým organizacím jejich využívání ke krytí nákladů z hlavní činnosti. Práce reaguje na daný trend financování pomocí odměnového crowdfundingu na poli neziskového sektoru, který organizace stále častěji využívají.

Začátek teoretické části charakterizuje neziskový sektor a jeho rozdělení. Navazuje kapitolou interpretující pojem neziskové organizace, které je možné zakládat podle různých specifikací. Způsoby, které se dají využívat k jejich financování, jsou rozděleny do dvou kapitol. Předně jsou stanoveny typické možnosti jako cizí nebo vlastní zdroje. Následuje vymezení alternativního způsobu financování v konkrétně zvoleném typu a to crowdfundingu, protože je součástí návrhu v praktické části. Poslední kapitola se zabývá fundraisingem, jenž napomáhá k řešení dobrého hospodaření právě neziskových organizací.

Prvním faktem, kterým se praktická část zabývá, je představení Národopisného souboru Pantlák, z.s. Dále se rozvíjí rozbor jeho hospodaření, pomocí SWOT analýzy a analýzy zdrojů, příjmů a výdajů. Výsledkem situace hospodaření spolku je kapitola s návrhy dalších možností jeho financování. Jako příklad je vybrána doplňková činnost, dotace a grant.

Další pasáž řešená v praktické části začíná analýzou odměnových crowdfundingových portálů v České republice, která je důležitou součástí vhodného výběru pro vytvoření kampaně. Kapitola zabývající se samotným návrhem odměnového crowdfundingu je rozdělena na tři úseky. První podkapitola popisuje kroky, učiněné k nastavení kampaně na příslušném portálu, jenž předchází jejímu zveřejnění. Druhá podkapitola se zaměřuje na činnost prováděnou během průběhu kampaně, která je už zveřejněna portálem. Ve třetí podkapitole jsou rozepsány úkony po ukončení kampaně. Výhody a nevýhody plynoucí ze získání finančních prostředků pomocí odměnového crowdfundingu jsou v poslední kapitole hodnoceny jako rizika a příležitosti z implementace.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem práce je zlepšit hospodářskou situaci Národopisného souboru Pantlák, z.s. Pomocí návrhu odměnového crowdfundingu jako dalšího cíle, který si práce klade, je dosaženo zefektivnění v oblasti financování vybraného spolku. Samotnému projektu předchází seznámení se spolkem, pro který je tvořen. K dosažení hlavního cíle je zapotřebí vědět jak si zvolený spolek vedl v minulých letech. Zjištění stavu hospodářské situace je na základě SWOT analýzy a analýzy jeho zdrojů, příjmů a výdajů. Podrobněji se rozpracovaly příjmy i výdaje horizontální a vertikální analýzou. Spolku byly doporučeny další způsoby získávání příjmů po klasifikaci hospodaření jako jedna z možností zlepšení jeho finanční situace.

Součástí práce je teoretická část, která je zpracována pomocí literární rešerše a citací. Literární prameny jsou brány jak z českých, tak i ze zahraničních zdrojů. Informace jsou použity z odborné literatury, zákonů a internetových článků. Teoretická část pojednává hlavně o problematice financování neziskových organizací. Rozebírá možné typy zdrojů, které využívají pro vykonávání své činnosti hlavně pak crowdfunding.

Praktická část využívá k analýze hospodářské situace vybraného spolku zejména:

- metodu horizontální a vertikální analýzy
- analytickou metodu (SWOT analýza)
- analýzu zdrojů

Nejprve je realizována SWOT analýza, která bere hospodářskou situaci z pohledu silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Analýzou zdrojů jsou vyjádřeny zdroje finančních prostředků jako příjmů k zabezpečení činností spolku. Horizontální i vertikální analýza je použita pro specifitější rozbor příjmů a výdajů.

V poslední kapitole je zvolena analýza nákladů, rizik a příležitostí navrhovaného crowdfundingového projektu. Použita byla také metoda dotazování neboli řízený rozhovor s kompetentními členy spolku.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 NEZISKOVÝ SEKTOR

Národní hospodářství rozlišuje organizace do jednotlivých sektorů. Členění podle hospodářské roviny je následující:

- ziskový sektor
- neziskový sektor

Ziskový, někdy uváděn jako tržní, sektor tvoří subjekty zakládané s primárním cílem dosahovat zisku. Subjekty ve své činnosti nakládají s majetkem financovaným jak s vlastním tak i s cizím kapitálem a nesou podnikatelské riziko.

Neziskový, neboli netržní, sektor tvoří subjekty zakládané s primárním cílem dosahovat užítka nikoli zisku. Užitek má většinou charakter veřejné služby. Subjekty nakládají s majetkem financovaným vlastními zdroji, ale i cizími, které mohou pocházet od soukromých subjektů, nebo veřejných subjektů díky přerozdělovacímu procesu. Majetek, se kterým neziskový subjekt nakládá, může mít ve vlastnictví nebo je v držení veřejného subjektu, jako jeho zřizovatele (Boukal, 2009, s. 10).

1.1 Členění neziskového sektoru

Neziskový sektor se dělí na:

- neziskový veřejný sektor
- neziskový soukromý sektor
- sektor domácností

Neziskový veřejný sektor tvoří subjekty zakládané pro určitý cíl, kterým je přímý užitek. Subjekty mají svého zakladatele, který jim poskytuje prostředky bez očekávání zisku. Majetek subjektů je zpravidla držen ve vlastnictví zakladatele. Zakladatelé jsou také veřejnými subjekty, tedy pracují na principu neziskovosti (Boukal, 2009, s. 11). Rektořík a kol. (2007, s. 14) se vyjadřuje k veřejnému sektoru tak, že jeho funkcí je veřejná služba. Financován je z veřejných financí a je řízen i spravován veřejnou správou, v ní se rozhoduje veřejnou volbou a podléhá veřejné kontrole.

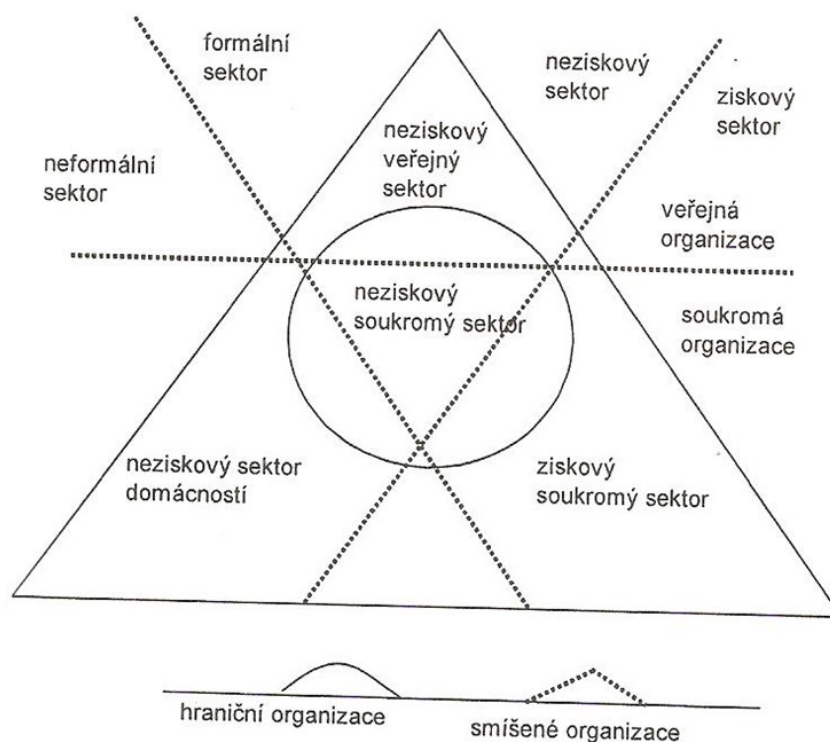
Neziskový soukromý sektor má primárně za cíl dosahovat přímého užítka. Zakladatelé tzv. nestátních neziskových organizací jsou soukromé subjekty, které nedosahují zisku, ale očekávají užitek. Založené subjekty mohou mít podporu z veřejných zdrojů (Boukal, 2009, s. 13).

Sektor domácností blíže specifikuje Reškořík a kol. (2007, s. 14) jako významnou část na trhu statků a peněz. Významnou roli sehraává pro vývoj občanské společnosti a kvalitu ostatních subjektů v rámci národního hospodářství.

Reškořík a kol. (2007, s. 13) uvádí, že národní hospodářství lze členit podle více kritérií. Běžně se uvádí členění z hlediska financování, které uvedl také Boukal (2009, s. 10 – 13) na ziskový a neziskový sektor. Jako druhé rozdělení národního hospodářství vytyčuje princip dle švédského ekonoma Victor A. Pestoffa do čtyř sektorů. Výhodou uspořádání je rozdělení organizací podle jejich základních charakteristik působnosti v daném sektoru.

Boukal (2009, s. 17) doplňuje kritéria rozdělení sektorů podle Pestoffa:

- kritérium financování provozu a rozvoje na ziskový a neziskový sektor
- kritérium vlastnictví na soukromý a veřejný sektor
- kritérium formalizace na formální a neformální sektor



Obrázek 1 Rozdělení národního hospodářství podle Pestoffa (Boukal, 2009, s. 17)

1.2 Neziskové organizace

Běžně používaným pojmem je nezisková organizace, aniž by měla jakoukoliv definici v platném právním předpise České republiky. Dlouhou dobu se uvažuje o zvláštním záko-

nu, který by pojem specifikoval. Uvedl jeho předmět činnosti, vznik, hospodaření a zdanění činnosti aj. Nezisková organizace a její různé typy se vyskytují ve zvláštních zákonech, které je samostatně řeší. Nový občanský zákoník upravuje prostředí neziskových organizací podle jejich typů. Také se vyskytuje zmínka k neziskovým organizacím hromadně v zákoně č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. Nevysvětluje pojem, ale hovoří o nich jako o skupině veřejně prospěšných poplatníků. Vyjmenovává do skupiny celou řadu typů neziskových organizací a vytyčuje jim zvláštní možnosti pro zdanění jejich příjmů.

Nezisková organizace je široký pojem, zahrnuje:

- organizace veřejného sektoru
- organizace soukromého sektoru

Nezisková organizace je právním subjektem s výjimkou organizačních složek. Neziskové organizace se nezakládají nebo nejsou zřizovány za účelem podnikání, ale pro jiný zájem, pro stát, společnost nebo menší okruh sdružujících lidí (Merlíčková Růžičková, 2013, s. 8 – 9).

1.2.1 Členění neziskových organizací

Zjednodušený výčet neziskových organizací uvádí Rektořík a kol. (2007, s. 39 – 41) podle následujících typů:

- zájmová sdružení právnických osob
- politické strany a hnutí
- církve a náboženské společnosti
- nadace a nadační fondy
- obce, kraje
- organizační složky státu a územních samosprávných celků
- příspěvkové organizace
- státní fondy
- veřejné vysoké školy

Pro pochopení poslání a cíle neziskové organizace výše uvedený přehled není dostačující. Napříč celou občanskou společností vyvolává možnost řazení dle:

- zakladatele

- globálního charakteru poslání
- právně organizační normy
- způsobu financování
- charakteristiky realizovaných činností

Podle zakladatele jsou organizace založené *veřejnou správou* nebo *samosprávou*, založené *soukromou FO* nebo *PO* a *veřejnoprávní instituce*.

Kritérium globálního charakteru poslání člení organizace na *veřejně prospěšné* nebo *vzájemně prospěšné*.

Právně organizační normy zakládají organizace podle zákona č. 218/2000 Sb. rozpočtová pravidla a zákona č. 250/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. Další právní normou jsou různé zákony platné pro neziskové organizace.

Způsob financování dělí organizace na ty, které jsou financované *zcela z veřejných rozpočtů*, *zčásti z veřejných rozpočtů*, *z různých zdrojů* nebo *z výsledků realizace svého poslání*.

1.2.2 Nestátní neziskové organizace

Veřejnost má zažité pojmy jako neziskový sektor nebo nezisková organizace. V ČR i tak chybí právní předpis, který by je upravoval. Pojem NNO je vymezen negativně, zahrnuje subjekty, které nejsou založeny primárně pro tvorbu zisku. Cílem založení těchto subjektů je naplnění jejich vizí a cílů. Ovšem zisk vytvářet mohou tak, že jej poté použijí k rozvoji své činnosti nebo jejího financování.

NNO lze dělit na:

- organizace veřejně prospěšné
- organizace vzájemně prospěšné

Veřejně prospěšná organizace nabízí služby každému člověku, aniž by musel být jejím členem. Například lze uvést nadace a nadační fondy, církve a náboženské společnosti.

Skupinu vzájemně prospěšných organizací tvoří subjekty, jejichž činností je prosazování zájmů svých členů. Mohou mít podobu spolků, profesních komor aj. (Boukal, 2009, s. 13 – 18).

2 FINANCOVÁNÍ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

Pro NNO neexistuje samostatná legislativa, ale jsou upravovány v několika zákonech. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník charakterizuje blíže některé právní formy NNO, a proto je stěžejním předpisem. Ukládá jejich založení, vznik, statut, orgány, zrušení a další povinnosti lišící se typem neziskové organizace. Zákon začal platit od 1. ledna 2014, účinností vznikly nové právní formy NNO nebo došlo k jejich zrušení. Od daného roku se tento zákon zabývá spolky, pobočnými spolky, nadacemi, nadačními fondy a ústavy (ČESKO, 2012).

Dalšími nestátními neziskovými organizacemi jsou církve a náboženské společnosti, které upravuje samostatný zákon č. 3/2002. Obecně prospěšné společnosti od účinnosti nového občanského zákoníku mají zrušený vlastní právní předpis. Existující OPS se jim nadále řídí nebo mají právo se transformovat na jinou formu jako ústav, nadaci nebo nadační fond podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 3050.

Statisticky se navyšuje počet NNO následkem nově založených nebo transformací současných neziskových organizací. Vlivem transformace dochází i ke snižování některých typů NNO, např. snižování OPS. Následující tabulka popisuje celkový vývoj od roku 2014, kdy došlo k právním úpravám až do roku 2017.

Tabulka 1 Statistika počtu NNO v období 2014 – 2017 (Neziskovky.cz, © 2018, Vlastní zpracování)

ROK	Nadace	Nadační fondy	OPS	Ústavy	Církevní organizace	Spolky	Pobočné spolky	Celkem
2014 (prosinec)	508	1 407	2 926	123	4 158	86 956	26 118	122 196
2015 (květen)	495	1 442	2 912	206	4 156	87 698	26 225	123 134
2015 (prosinec)	505	1 518	2 894	388	4 166	89 584	26 423	125 478
2016 (březen)	505	1 544	2 865	488	4 166	90 412	26 463	126 443
2016 (červen)	510	1 574	2 840	557	4 170	91 307	26 583	127 541
2016 (září)	510	1 592	2 814	626	4 170	91 931	26 359	128 002
2016 (prosinec)	516	1 635	2 792	686	4 177	92 878	26 370	129 054
2017 (duben)	515	1 670	2 774	752	4 171	93 651	26 414	129 947

Organizace mohou mít různou formu, u každé z nich se vyskytuje rozdílná podoba nabývání a využívání majetku. Financování majetku je složité, proto NNO má rozsáhlou škálu možností a způsobů, kterých používá hlavně k naplňování svých cílů.

2.1 Předpoklady financování NNO

Subjekt získává zdroje na krytí nákladů, aby mohl existovat a zajišťovat chod své činnosti. Financování NNO zahrnuje také prvky po stránce marketingové, sociální, ekonomické i společenské. Autorka Pelikánová (2016, s. 37 – 42) uvádí, že pro zajištění financí platí obecné principy. Vyjmenovává je jako vícezdrojovost, samofinancování, fundraising, neziskovost, daňové úlevy. Stejně principy vymezuje ve své knize i Stejskal a spol. (2012, s. 94). Následující podkapitoly blíže vysvětlí jednotlivé pojmy až na fundraising, který bude interpretován v samostatné kapitole.

Neziskové společnosti se musí věnovat finančnímu řízení, aby mohly plnit svůj účel. Základním předpokladem úspěchu a dlouhodobé existence jakékoli organizace i neziskové jsou finance. Dostatečná výše kapitálu pomáhá k rozšiřování aktivit jejich vývoje a realizaci činností. NNO se zabývají otázkami získávání potřebných finančních prostředků a jejich efektivnímu využití k dosažení hlavních cílů nebo poslání z různých zdrojů (Krechovská a spol., 2018, s. 55).

2.1.1 Vícezdrojové financování

Využití zdrojů na podporu projektů eventuálně provozu NNO nese rizika nespolehlivosti. Je dobré, když subjekt nepočítá pouze s jedním řešením, ale má k dispozici více zdrojů k financování svých veřejně prospěšných činností. De facto zadní vrátka pro případ, kdyby první vybraná forma zajištění jeho činnosti selhala. Finanční zdroje se dají kategorizovat podle různých kritérií a Pelikánová (2016, s. 37) je člení:

- dle charakteru zdroje
- dle geografického původu
- dle prostředků organizace
- dle způsobu nabytí
- dle typu vlastnictví zdroje

Guasti a Stašková (2007, s. 22) chápou za klíčovou finanční životaschopnost k přetrvání neziskové organizace. K tomu napomáhá různorodost finančních zdrojů. Finanční životaschopnost vychází i ze stavu ekonomiky dané země, která se má snažit podporovat NNO zajištěním domácích finančních zdrojů. Důležitými faktory je i ukotvenost dárcovství a dobrovolnictví. Každá nezisková organizace by měla aktivně získávat finanční prostředky, jak ze státních, tak i ze soukromých zdrojů.

Stejskal a spol. (2012, s. 95) dodávají, že lze u mnoha NNO v praxi najít různé kombinace zdrojů i dárců. Klasifikují obecně zdroje financování podobně jako Pelikánová, ale svými principy podle:

- způsobu získání
- charakteru zdrojů
- původu zdrojů
- financujících subjektů

Autoři se shodují v rozdělení zdrojů podle **charakteru zdroje**, který může být buď finanční (peněžní) nebo nefinanční. Nefinanční zdroj zahrnuje dary, informace a dobrovolnictví. Shodují se i v **geografickém neboli v charakteru původu** zdroje. Určuje lokalitu získaných prostředků, jež je člení na domácí a zahraniční zdroj.

Určitý rozpor mezi Stejskalem a spol. (2012, s. 95) je u rozdělení zdrojů podle **způsobu získání**. Rozdělují je na interní (vlastní) a externí (cizí) zdroje. Pelikánová (2016, s. 37) je dělí daným způsobem na interní a externí ve třetím kritériu **prostředky organizace**. Interní zdroje pochází z vlastní činnosti. Externí zdroje zahrnují veřejné, individuální či soukromé zdroje. U **způsobu nabytí** uvádí rozdělení na přímé nebo nepřímé. Nabytí přímým způsobem je například darem. Nepřímý způsob jsou daňové úlevy. Posledním jejím kritériem **podle typu vlastnictví** je členění na veřejné a soukromé zdroje. Veřejnými zdroji se rozumí např. státní správa, mezinárodní instituce ad. Soukromé zdroje poskytují individuální dárci, nadace nebo podnikatelé. Stejskal a spol. (2012, s. 95) neuvádí přímé a nepřímé zdroje. Veřejné a soukromé zdroje spojují s měřítkem **financujících subjektů**.

2.1.2 Samofinancování

Nechce-li nezisková organizace přizpůsobovat své projekty dotačním programům, je nejlepší cestou zvolit financování vlastními zdroji. Nedostačující finance k pokrytí nákladů, může dále řešit firemními nebo individuálními dárci.

Vysoký podíl samofinancování organizace značí vysokou míru nezávislosti, která není pouze ve finanční stránce, ale i v rozhodování. Organizace v rámci samofinancování může prodávat vlastní výrobky, služby, pronajímat majetek, vybírat členské příspěvky apod. Výhodou je flexibilní nakládání s penězi a možnost lepšího plánování příjmů i výdajů (Pelikánová, 2016, s. 37).

Samofinancování lze chápat jako vedlejší činnost nebo i hlavní činnost organizace. V každém případě přispívá k finanční stabilitě a nezávislosti NNO (Stejskal a spol. 2012, s. 96).

2.1.3 Neziskovost

Veškeré příjmy NNO musí financovat náklady činností, které zabezpečují naplnění cílů organizace. Příjmy musí být transparentní, čehož lze dosáhnout např. zveřejňováním výročních zpráv aj. Vlastníci ani členové NNO se nemohou obohacovat příjmy, a pokud vytváří zisk z vedlejší činnosti, musí jej použít na pokrytí činnosti hlavní (Pelikánová, 2016, s. 41). Paradox neziskových organizací zmiňuje Hyánek a spol. (2007, s. 39) tím, že na jednu stranu se zabývají činnostmi, které nepřinášejí velké příjmy k vynaloženým nákladům, ale na druhou stranu se snaží přesměrovávat své činnosti do oblastí, které jim přinesou zisk.

Stejskal a spol. (2012, s. 97 – 98) tvrdí, že transparentnost je důležitá vzhledem k získání důvěry veřejnosti. Znamená to také pro zainteresované strany organizací sledování jejich aktivit, rozhodování a vynakládání finančních zdrojů. Ztratí-li organizace důvěru a věrohodnost, nejspíš přijde o finanční podporu externích subjektů. V horším případě to může vést k jejímu zániku. Guasti a Stašková (2007, s. 24) doplňují důležité aspekty NNO vůči veřejnosti, kterým je informovanost, důvěra a podpora státu. Aspekty mají přímý vliv na rozšiřování členské i dobrovolnické základny a zajištění příjmů důvěřivých dárců.

2.1.4 Daňové úlevy

Může se jednat o osvobození finančních toků od daní jako osvobození příjmů z hlediska DPH nebo majetkových daní. NNO z vypočtené daně z příjmů může uplatnit snížení daňové povinnosti. Některé úlevy se poskytují i donátorům, kteří pomáhají financovat neziskovou organizaci. Mají možnost např. uplatnit si výši daru jako odčitatelnou položku (Pelikánová, 2016, s. 42). Hyánek a spol. (2007, s. 38 – 39) vidí využívání různých výhod poskytovaných státem především daňových za zvýhodnění oproti ziskovým organizacím.

2.2 Finanční zdroje

Pelikánová zdroje rozděluje (2016, s. 43) na vlastní, cizí a potenciální. Za potenciální zdroj považuje dary od soukromých osob a prostředky z veřejných rozpočtů. Stejně dělení uvádí i Stejskal a spol. (2012, s. 105). Guasti a Stašková (2007, s. 44 – 45) jmenují přehled finančních zdrojů v ČR, kterými jsou veřejné rozpočty, daňové úlevy, nadace a nadační fon-

dy, firemní dárcovství, firemní nadace a nadační fondy, individuální dárcovství a hazardní hry.

Jiné dělení zdrojů může být na vnitřní a vnější. Kdy vnitřními se rozumí vlastní zdroje, zahrnující např. členské příspěvky, veřejné sbírky aj. Vnější zdroje jsou příspěvky od veřejné správy, soukromých subjektů a jednotlivců např. granty, daňová zvýhodnění a dary (SlidePlayer, © 2018).

2.2.1 Vlastní zdroje

Jiný název vlastních zdrojů je samofinancování. Mezi tuto kategorii se řadí:

- členské příspěvky
- příjmy z výkonu hlavní činnosti i vedlejší činnosti
- příjmy z podnikání

Členské příspěvky mohou být z hlediska toku peněz přijaté nebo placené. Přijaté i poskytnuté příspěvky se podle účelu dělí na zúčtované mezi organizačními složkami a členské příspěvky. Bude-li nezisková organizace přijímat příspěvky, tak se jedná o organizaci, jenž vlastní organizační složky s právní osobností a jsou účetní jednotkou. Na základě zřizovací či zakladatelské listiny organizační složky přispívají na hlavní činnost zřizovatele.

Situace u členských příspěvků je podobná. Nezisková organizace přijímá od svých členů příspěvky na základě stanov, statutu nebo jiných zřizovacích listin. Poskytnuté členské příspěvky nezisková organizace platí právnické osobě z titulu jejího nepovinného členství.

Příjmy z hlavní činnosti představují zisky z pořádaných akcí, realizovaných projektů a činností. Hlavní činností se rozumí činnost, pro kterou byla nezisková organizace založena a má ji stanovenou ve své zakládající listině nebo stanovách.

Příjmy z doplňkové činnosti je zapotřebí vymezit ve zřizovací listině. Tento způsob získávání prostředků je potřebný pro dosahování zlepšeného výsledku hospodaření. Pro vytvořený zisk vedlejší činností platí, že se může použít pouze ve prospěch hlavní činnosti. Neziskové organizace mohou mít povoleno od svého zřizovatele jiné využití získaných zdrojů. Zároveň nesmí organizace vynakládat většinu pozornosti doplňkové činnosti na úkor hlavní, aby neohrozila její kvalitu, rozsah a dostupnost. Guasti a Stašková (2007, s. 38) pozitivně vysvětlují přínos hospodářské činnosti. Jejím zavedením mohou NNO mít levnější a pro všechny lidi dostupné služby. Poskytováním služeb vytvoří neziskové orga-

nizace především pracovní místa. Pomáhají ostatním občanům a přispívají k integraci společnosti.

Příkladem doplňkových činností může být pronájem prostor nebo movitého majetku, poskytování reklamy, prodej výrobků aj.

Podnikání mohou NNO vykonávat, pokud je neomezuje speciální právní předpis. Podnikat lze v doplňkové činnosti na základě živnostenského oprávnění, když vykonávají činnost podléhající živnostenskému zákonu. Neziskové organizace nejsou založeny k dosahování zisku, avšak nemají ji zakázanou. Přitom nezisková činnost musí mít větší rozsah než podnikatelská.

Zisk vytvořený podnikáním podléhá dani z příjmů. Příjmy jsou předmětem daně, ale jejich zdanění závisí na právní formě a činnosti NNO. Zdanění a výše daně nemusí být vysoké. Veřejně prospěšný poplatník, jak je definována NNO v zákoně o dani z příjmů, může podnikat vždy jen v doplňkové činnosti (Pelikánová, 2016, s. 43 – 44).

Novotný, Lukeš (2008, s. 19) vidí problém v uvažování NNO. Není u nich standardní diverzifikovat finanční zdroje za předpokladem dlouhodobé udržitelnosti. Většina organizací se snaží získávat příjmy vlastní činností, proto často zavádí doplňkovou činnost jako zdroj příjmů.

2.2.2 Cizí zdroje

Autoři Stejskal a spol. (2012, s. 105) a Pelikánová (2016, s. 45) považují cizími zdroji prostředky získávané např. od bank. Organizace dostanou půjčku, kterou musí po určité době vrátit. Způsob je pro NNO méně ekonomický než financování jinými zdroji, protože spolu s vypůjčenou částkou obdrží poskytovatel úroky.

2.2.3 Potenciální zdroje

Jedná se o nenárokové zdroje, které NNO obdrží na základě žádosti nebo projektů. Poskytovateli mohou být veřejné instituce, podnikatelské subjekty nebo sami občané. Obdržené prostředky musí splňovat použití na stanovený a schválený účel respektive pokrytí vybraných druhů nákladů. Podpora NNO nemusí pokrýt veškerou sumu nákladů na stanovený projekt, proto se organizace musí částečně spolupodílet na jejich financování. NNO poskytovateli finanční podpory sděluje informace související s daným projektem např. poskytnutím závěrečné zprávy o využití prostředků nebo účetní výkazy ad.

Mezi potenciální zdroje patří:

- dotace z Evropské unie
- dotace ze státního rozpočtu
- dotace municipalit
- příspěvky nadací a nadačních fondů
- dary z firem
- dary jednotlivců (Pelikánová, 2016, s. 45)

Guasti a Stašková (2007, s. 22) upozorňují na předpoklad zdravého fungování neziskového sektoru, kterým je transparentní prostředí soutěže o granty. NNO by neměli potlačovat potenciál získávání financí i ze zahraničí a soupeřit tak s dalšími neziskovými organizacemi.

Charakteristiku potenciálních zdrojů doplňuje SlidePlayer (© 2018), kdy je může nezisková organizace užívat formou stabilních příjmů. Zdroj má své pozitivní i negativní stránky. Pokud se finanční prostředky získávají od veřejné správy, je dobrou základnou projektů, ale hrozí byrokracie a přeceňování rozpočtů. Poskytuje-li finance soukromý sektor, výhodou bývají větší částky, naopak nevýhodou mohou být nelegální aktivity a korupce. Jednotlivci přinášejí nižší příjmy NNO, které jsou v některých případech pravidelné.

2.2.3.1 Dotace z Evropské unie

Finanční prostředky může NNO získávat v rámci vypisovaných žádostí na různé účely pro svou činnost. Prostřednictvím regionálních operačních programů si najde vhodnou žádost o dotaci, kterou získá ze strukturálních fondů. Získávat finance může i pomocí jednotlivých programů vyhlašovaných u správcovských institucí (Pelikánová, 2016, s. 45).

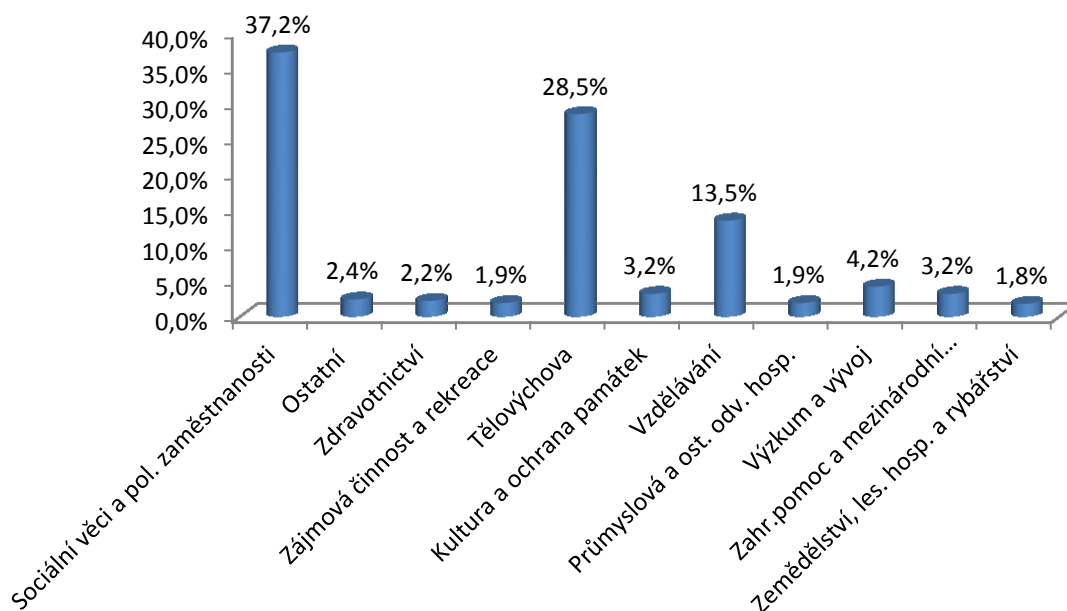
Podporou Evropské unie je posilována konkurenceschopnost a atraktivita NNO. Různé druhy operačních programů rozvíjí strategické oblasti jednotlivých území. V neziskovém sektoru mohou zvyšovat kvalitu a produktivitu práce, podporovat a rozvíjet jejich činnost k naplňování cílů, zabezpečit je informačními technologiemi aj. Čerpání dotací na jednotlivé projekty je dané profinancováním jejich nákladů, které musí mít již předem klasifikovány (Vilamová, 2005, s. 22 – 37). Novotný, Lukeš (2008, s. 175) dodávají, že nezbytnou potřebou v realizaci projektů financovaných z prostředků čerpaných z EU je spolupráce s ostatními NNO, veřejnou správou, státními orgány a firmami.

2.2.3.2 Dotace ze státního rozpočtu

Rozlišují se na přímé a nepřímé dotace. Přímé dotace jsou získávány přímo ze státního rozpočtu a státních fondů. Znamená to, že mezi poskytovatelem a příjemcem neexistuje prostředník, instituce nebo orgán, přes který by dotace procházela. Nepřímé dotace jsou opakem přímých (Pelikánová, 2016, s. 46). Hamerníková (2000, s. 60) stejným způsobem vymezuje vazbu NNO na státní rozpočet a dodává kladné i záporné stránky na veřejné instituce i veřejnou rozpočtovou soustavu. Příkladem může být daňová úleva, která povede ke krátkodobé rozpočtové nerovnováze, neboť lze špatně odhadovat procento snížení příjmů do státního rozpočtu.

Zákon upravující financování NNO je zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech. Podle § 7 tohoto zákona: „mohou být ze státního rozpočtu poskytnuty dotace nestátním neziskovým organizacím, jako jsou občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, účelová zařízení církví a náboženské společnosti, nadace a nadační fondy či další právnické osoby, jejichž hlavním předmětem činnosti je poskytování zejména zdravotních, kulturních, vzdělávacích a sociálních služeb a dotace k poskytování sociálně právní ochrany dětí atd.“ (mfcz.cz, © 2018).

Podíl objemu dotací poskytnutých NNO



Graf 1 Podíl objemu dotací poskytnutých NNO ze státního rozpočtu v roce 2016 dle podřazeného odvětví (v %), (Vláda České republiky, © 2019, Vlastní zpracování)

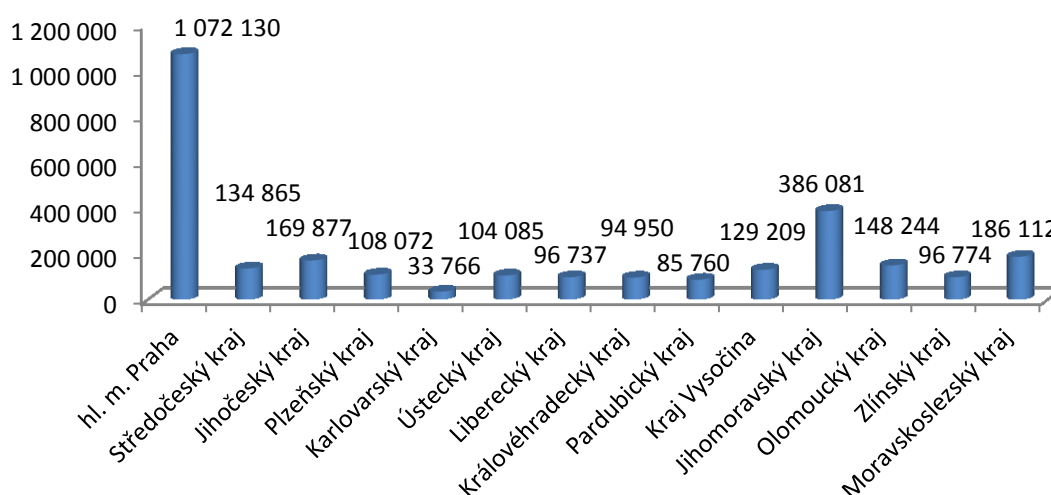
Formou dotace bylo poskytnuto 17 889,7 mil. Kč všem NNO v roce 2016. Ze státního rozpočtu bylo vydáno 10 873,4 mil. Kč. Zbytek finančních prostředků organizace získaly z rozpočtů krajů, obcí a státních fondů ČR (Vláda České republiky, © 2019).

Nicméně příjmy mnohých neziskových organizací jsou z veřejných rozpočtů ve formě dotací či grantů časově omezené a vázané na plnění podmínek. Podpora v ČR tímto způsobem je navíc poskytována na krátké období, většinou na jeden rok. Zároveň nezisková organizace nemá jistotu, že se příští rok bude opakovat (Hyánek a spol., 2007, s. 39).

2.2.3.3 Dotace municipalit

Získávání dotací z rozpočtů územních samospráv je významné, ale příspěvky se liší v částce i účelu podle místa. Velká města a kraje zveřejňují grantové programy, proto NNO stačí sledovat jejich úřední desky nebo webové stránky. Menší města mohou také poskytovat příspěvky na záměr NNO, ale iniciativa musí vzejít ze strany organizace, kdy osobně představí své plány městu (Pelikánová, 2016, s. 46). Granty slouží jako další možnost finančních zdrojů, ale zároveň mají velikou nevýhodu v nastavených podmínkách. NNO se musí v některých programech podílet na financování z jiného zdroje, což je velikou zátěží hlavně, když jsou to malé organizace.

Objem dotací NNO z rozpočtů krajů a hl. m. Prahy v roce 2016 (v tis. Kč)



Graf 2 Objem dotací NNO z rozpočtů krajů a hl. m. Prahy za rok 2016 v tis. Kč, (Vláda České republiky, © 2019, Vlastní zpracování)

Krajské rozpočty poskytly 15 547 dotací ve výši 2 846,7 mil. Kč. Nejvyšší objem dotací byl poskytnut pro odvětví tělovýchovy, sociálních věcí a politiky zaměstnanosti a kultury a ochrany památek. Obce mimo hl. m. Prahy udělily dotace ve výši 3 948,7 mil. Kč (Vláda České republiky, © 2019).

2.2.3.4 Příspěvky nadací a nadačních fondů

Nadace a nadační fondy podporují aktivity ostatních neziskových organizací na základě posouzených žádostí. Finanční prostředky pokryjí chystané projekty, které musí mít společné zaměření jako nadace nebo nadační fond (Pelikánová, 2016, s. 46). Novotný, Lukeš (2008, s. 19) uvádí, že podpora českých nadací je nízká. NNO spíše získávají výraznou finanční podporu ze státní dotační politiky a strukturálních fondů EU.

2.2.3.5 Dary firem

NNO může zažádat o finanční podporu na svou aktivitu firmu. Úspěšnost přidělení prostředků spočívá v oslovení privilegované osoby společnosti a zaujmout ji. Některé firmy mají zabudovaný systém sponzoringu nebo poskytování hmotných darů. Najdou se i takové firmy, které v žádném případě vůbec neposkytnou dar NNO (Pelikánová, 2016, s. 46). Krechovská a spol. (2018, s. 64) poznamenávají, že: „řada podniků v dnešní době v souladu s koncepcí společensky odpovědného podnikání přistupuje k podpoře neziskových organizací velmi systematicky“. Novotný, Lukeš (2008, s. 68) poznamenávají, že nejvíce podporovanými neziskovými organizacemi sponzorstvím jsou ty, které se věnují sportu. Firmy se snadno zviditelní hlavně v místní komunitě.

Guasti a Stašková (2007, s. 94) vnímají problematiku úzce související s firemním dárcovstvím. Většina firem není ochotna podporovat obecně prospěšné cíle a spíše poskytnou dary velké korporace, protože chtějí rozvíjet svou dobrou pověst úspěšné firmy. Firmy si zakládají pro účely finanční podpory firemní nadace, které se mohou zaměřovat na rozvoj určitých neziskových organizací.

2.2.3.6 Dary jednotlivců

Za jednotlivce se může považovat fyzická osoba, ta se tak stává individuálním dárcem. Například jimi mohou být členové NNO či dobrovolníci, ale i ostatní občané. Novotný, Lukeš (2008, s. 107 – 108) identifikují konkrétní přínosy dobrovolnictví jako:

- levná pracovní síla

- vliv na poslání organizace
- zachování dobrého jména nebo zlepšení image
- nové nápady a nadšení
- zdroj kontaktů a uchazečů o práci

Členové neziskových organizací přispívají na činnost členskými příspěvky zaručující stabilní příjem. Významným zdrojem příjmů jsou veřejné sbírky, protože osloví většinu lidí.

Existují různé způsoby, jak může NNO získat finanční prostředky:

- pomoci dárcovských SMS
- vystavením pokladniček na veřejných místech
- prodejem vstupenek na pořádané akce
- pomoci složenky zaslanou poštou
- inzerátem v médiích (Pelikánová, 2016, s. 46 – 47)

3 ALTERNATIVNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ

Povědomí o alternativních zdrojích financování je pro organizace nesmírně důležité. V důležitých situacích, kdy potřebuje vhodnou a bezpečnou formu financování na své záměry, může využít alternativních zdrojů. Zdroje pokryjí patřičným způsobem rozdílné druhy aktivit. Organizace lépe čelí nejistotám vůči finančním prostředkům, které může diverzifikovat prostřednictvím aplikování alternativních zdrojů. Mimo jiných se zde řadí i crowdfunding. Získávání finančních prostředků pomocí crowdfundingu se rozvíjí nejen v zahraničí, ale i u nás.

3.1 Crowdfunding

Crowdfunding je určitý způsob financování, který využívá menších peněžních příspěvků od jednotlivců k naplnění cílové částky. Většinou se jím zajišťuje realizace zajímavého projektu, financování produktu či společnosti. Růst příspěvků prostřednictvím crowdfundingového portálu nezaručuje vysoké příjmy, ale posouvá firmy o další level. Crowdfunding je o budování smyslu pro komunitu okolo produktu nebo nápadu (Hogue, 2015, s. 8). Epstein (2017, s. 1) vnímá crowdfunding jako silný trend, který má rozsáhlé důsledky na vývoj nového umění, špičkového podnikání a lokálních změn. Autor podotýká, že kvůli některým neúspěšným kampaním je crowdfunding nedokonalý.

Rozšiřování crowdfundingu napomáhá dnešní moderní technologie. Usnadňuje celý proces vybírání finančních prostředků od malých investorů a jednotlivců. Mnohdy je to pohodlnější a lehčí získat peníze po malých částkách od lidí než žádat o úvěr v bance. Díky internetové síti neexistují bariéry u přispěvatelů, a tak projekty může podporovat kdokoliv z celého světa (Měšec.cz, © 1998 – 2019).

Dosažení potřebných finančních prostředků se děje za pomoci webových stránek nebo sociálních sítí. Jednoduše je celý systém online, omezená je pouze doba, po kterou se příspěvky dají vybírat u jednotlivých kampaní. Většinou se podporují projekty zaměřené na oblasti vzdělávání, kultury a umění. Nejčastějšími zakladateli kampaní bývají začínající firmy tzv. start up, jednotlivci a neziskové organizace (Krechovská a spol., 2018, s. 141).

Gupta (2018, s. 10) poukazuje na crowdfunding jako významný potenciál pro rozvojové země. Ekonomika rozvojových zemí potlačuje podnikatelský talent, činnosti i kapitál. Podporou vlád a organizací je možné zavést crowdfunding a díky němu rozvíjet podnikání.

3.2 Účastníci crowdfundingu

Účastníky crowdfundingu jsou:

- crowdfundingové portály
- přispěvatelé
- zákazníci

Crowdfundingové portály v roli provozovatelů zprostředkovávají styk mezi zadavateli a přispěvateli. Svou činnost financují zejména poplatky a provizemi od zákazníků, kteří vytvářejí na jejich webu kampaně.

Přispěvateli/investory mohou jimi být jednotlivci, kteří mají k dispozici volný kapitál a chtějí se podílet na některém projektu. V případě podílového crowdfundingu nesou i investiční riziko. Podpořenému projektu fandí a mají tendenci jej propagovat, nejběžněji pomocí sociálních sítí. Úspěšný projekt jim zaručuje získat požadovanou odměnu, takže kvůli tomu napomáhají vybrat požadovanou finanční částku.

Zákazníky jsou malé a střední podniky, podnikatelé, startupy, neziskové organizace nebo jednotlivci, kteří potřebují k realizaci svých nápadů finanční prostředky. Nápad musí být dostatečně zajímavý, aby zaujal širokou veřejnost. Prostřednictvím crowdfundingových portálů si vytváří kampaně a následně mohou sledovat jejich úspěšnost. Pokud neuspěje jejich nápad, dostávají zpětnou vazbu o tom, že projekt, produkt nebo služba nejsou žádané. Přes platformu má zákazník možnost komunikace s přispěvateli a dostává rychlý feedback o svém založeném projektu (FinExpert, © 2019).

3.3 Druhy crowdfundingu

Podle odměny, kterou přispěvatelé získají za svůj příspěvek, lze rozlišit crowdfunding následovně:

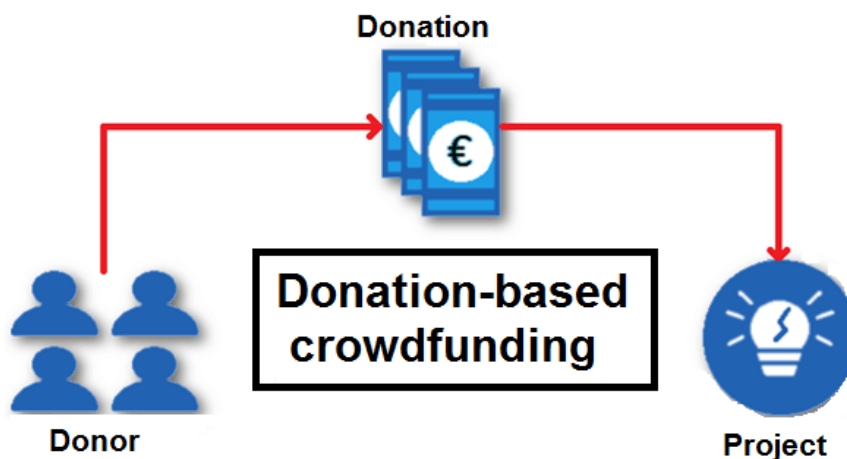
- charitativní – Donor-based crowdfunding
- podílový – Equity-based crowdfunding
- dluhový – Debt-based crowdfunding
- odměnový – Reward-based crowdfunding (Gupta, 2018, s. 19 – 21)

Brigman a Therriault (2016, s. 1) seznamuje s novým typem crowdfundingu tzv. realitní crowdfunding, který by se mohl řadit mezi podílový. Principem je investování několika individuálních investorů do nemovitostí, které jim přináší výnosy prostřednictvím online

platformem. Celá transakce se odehrává online, čímž je levnější než jiné cesty financování. Investor má bezpečnější investování, protože si může diverzifikovat investiční portfolio. Gupta (2018, s. 6) zařazuje do realitního crowdfundingu sdružování kapitálu od investorů na financování hypoték zajištěných nemovitostmi, kapitál pro komerční a bytové projekty a podobné projekty související s nemovitostmi.

3.3.1 Charitativní

NNO mohou velmi efektivně využívat charitativní druh crowdfundingu. Dárci přispívají nezištnou formou, kdy za finanční podporu projektu nenárokují žádnou odměnu ani podíl. Lidé pomáhají online darovat většinou menší částky na podporu charitativních a veřejně prospěšných projektů. Spousta neziskových organizací využila rozvoj moderní doby a masivním způsobem spustily dárcovské kampaně. I když jednotlivé projekty nejsou sofisticované, lidé na ně přispívají. Výhodou je vytěsnění fyzického setkání s donátory (Briggman, 2016, s. 2 – 4). Gupta (2018, s. 21) popisuje charitativní crowdfunding stejným způsobem. Vyzdvihuje spokojenost a pocit důležitosti, s kterým přispěvatelé přispívají na dané projekty.

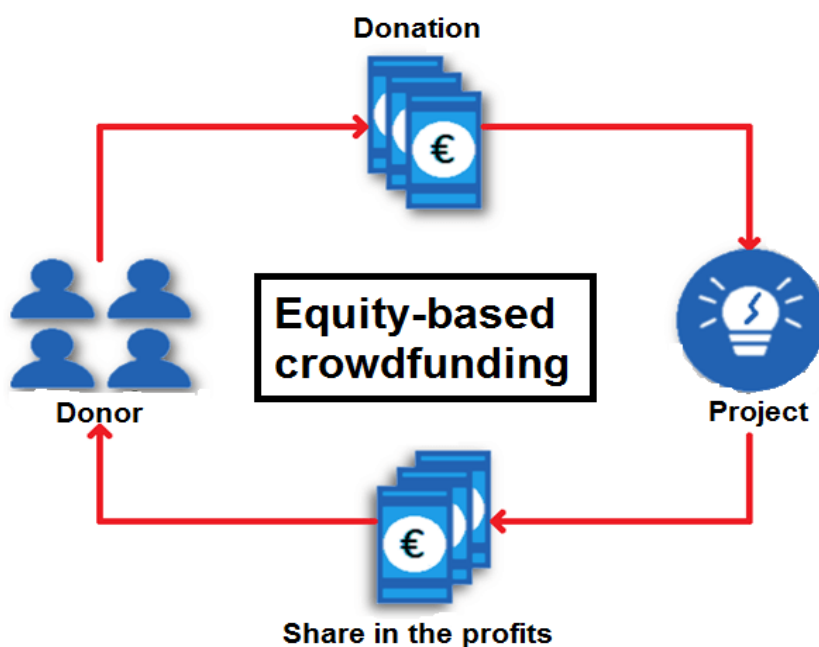


Obrázek 2 Model dárcovského (charitativního) crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)

3.3.2 Podílový

Rose (2016, s. 9) doporučuje využívat podílový crowdfunding rozvíjejícím organizacím a start-up firmám. První krok, který mají udělat, než začnou používat tento druh financování, je porovnat portály mezi sebou na základě klíčových kritérií. Připravit si marketingový plán a zjistit si zkušenosti jiných firem.

Podílový (investiční) crowdfunding je určen spíše pro ziskově orientované firmy. Investor financuje podniku jeho projekt, za který zároveň získá podíl ve firmě (Fundchaser, © 2018). V praxi je možné, že místo podílu investoři dostanou převoditelný investiční certifikát nebo tzv. minibond. Zároveň je tento typ velmi rizikový, protože se těžko odhaduje pozitivní vývoj společnosti (Peníze.cz, © 2000 – 2018). Rose (2016, s. 11 – 16) připomíná, že první platforma na podílový crowdfunding byla spuštěna v roce 2010. Zároveň byl neuvěřitelný nárůst v používání daného typu financování, který je podle autora lepší než získání peněz od banky a venture kapitálových firem. Wales (2017, s. 12) dodává, že více a více lidí opouští od tradičně bankovních finančních prostředků z důvodu úvěrových rizik. Využívají nových kreativních způsobů jako např. crowdfunding.



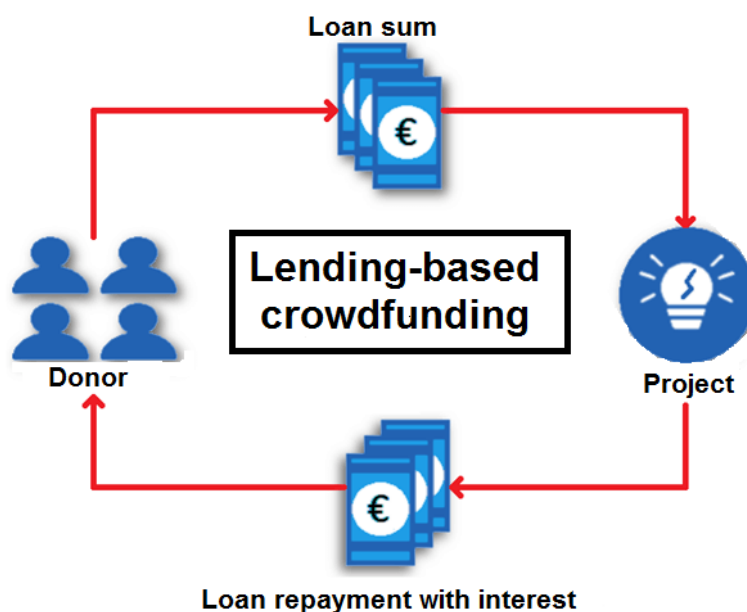
Obrázek 3 Model investičního crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)

3.3.3 Dluhový

Dluhový neboli půjčkový crowdfunding stojí na principu skládání příspěvků na půjčku. Příspěvatelé se stávají věřiteli projektu nebo společnosti. Půjčka, na kterou přispívají, má časové omezení a stanovený úrok. Dochází k obcházení banky tím, že se půjčí tomu, kdo o půjčku usiluje přímo (Crowder.cz, © 2018). Gupta (2018, s. 20) o dluhovém crowdfundingu píše jako o další formě, která přitahuje lidi. Stručně vysvětluje, že model zahrnuje vyžádání podpory a zdrojů od jiných investorů výměnou za úroky. Dluhový crowdfunding je skvělou alternativou pro start up a malé obchodníky oproti bankovnímu úvěru. Ačkoliv je získání prostředků podobné jako u tradičního bankovního úvěru. Využití crowdfundin-

gového modelu je flexibilnější s větší možností získání zdrojů při nižších úrokových sazbách, ale konkurenčními subjekty.

Zákazníci musí splňovat finanční bonitu, aby byla zajištěna splatnost půjčených prostředků. Model v zahraničí je využíván jako „peer-to-peer“, kdy prostředky jsou získány od široké veřejnosti. Bonita zákazníka je většinou uváděna na platformách, a tak investoři vidí riziko o zpětném získání investice (FinExpert.cz, © 2019).



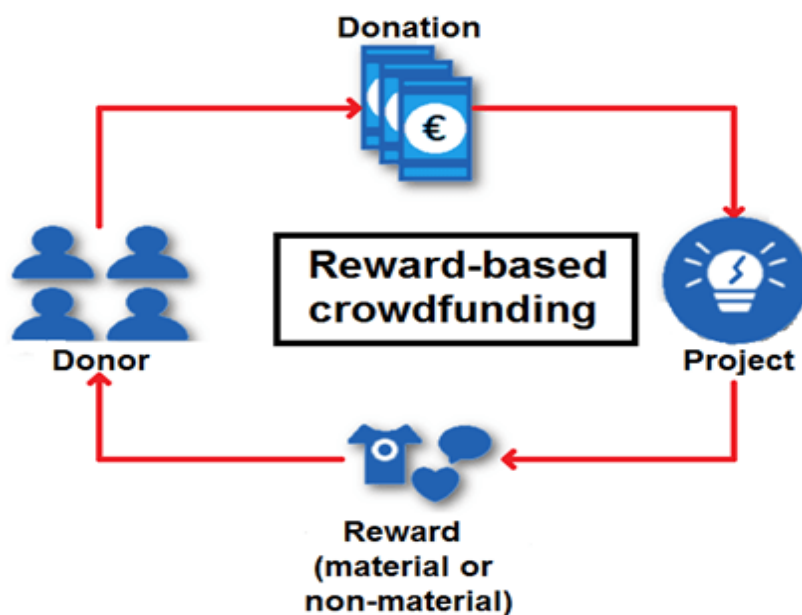
Obrázek 4 Model dluhového crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)

3.3.4 Odměnový

Odměnový crowdfunding je nejvíce rozšířený. Příspěvatelé za svoji peněžní podporu dostanou odměnu. Pomáhají tak rozvíjet projekty, vytvářet nové produkty, služby a události. Velice záleží na propracovaném plánu kampaně, komunikační strategii a lukrativností odměnového systému kampaní. Odměna se poskytuje až po vybrání celé cílové částky požadované v kampani. Pokud se částku nepodaří nasbírat, příspěvatelům se vrací jejich příspěvky. Tento systém je daný v podmínkách konkrétních crowdfundingových webů (UP21.com, © 2017).

Gupta (2018, s. 25 – 29) dodává, že odměny, které si individuální dárci vybírají, jsou nefinanční jako služby nebo zboží. Odměnovým crowdfundingem mohou zahájit prodej nových produktů neznámé společnosti a tím získávat zákaznickou základnu. Využití je vhod-

né pro start up, nové organizace a podnikatele, kteří by nedosáhli na úvěr nebo chtějí testovat trh. Odměnový crowdfunding je nevhodný vytvářet pro komplikované výrobky.



Obrázek 5 Model odměnového crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)

3.4 Crowdfundingové portály

Rozvoj specializovaných platforem pro účely crowdfundingových kampaní jde ruku v ruce s celosvětovým rozmachem získávání financí pomocí crowdfundingu. Inovace, kterou přináší nový způsob získávání prostředků, může a také slouží k podpoře vzniku dalších inovativních projektů. Většinou by tyto projekty nemohly vzniknout, kdyby je nepodpořili přispěvatelé svými menšími peněžními částkami. Díky inovativním projektům nastává veliký vliv a potenciál crowdfundingu podílet se na vývoji nových produktů (Krechovská a spol., 2018, s. 141).

Napříč těmto faktům o významnější úloze crowdfundingu jsou některé firmy opatrnější a místo toho dávají přednost jiným zaběhnutým finančním zdrojům. Bojí se o vnímání svých zákazníků, kteří by si mohli vyložit, že společnost má nějaké potíže. Většinou velké firmy dosahující zisk nepotřebují tento způsob získávání finančních prostředků, které jsou vybírány v menších částkách, než k podnikání vyžadují (Hogue, 2015, s. 8).

V ČR mezi nejvíce využívanými odměnovými crowdfundingovými portály patří Hithit.cz a Startovač.cz. Dalším možným portálem je Peněždroj.cz, který umožňuje přístup i charitativním projektům. Výhradně pro podporu sportovců vznikl portál Sportstarter.cz.

Největším portálem pro dluhový crowdfunding je Zonky.cz. Investice do podílového crowdfundingu lze využít na Fundlift.cz. Charitativní projekty neziskových organizací zastřešuje Darujspravne.cz.

Mezi nejznámější zahraniční crowdfundingové portály patří Kickstarter.com, Indiegogo.com, GoFundMe.com nebo Patreon.com.

3.5 Příprava a realizace crowdfundingu

Lidé si myslí, že je jednoduché vytvořit kampaň a spustit ji na některém z crowdfundingových portálů. Ve skutečnosti zatím nízké procento zakladatelů ví, jak je důležitá role marketingové strategie. Efektivní crowdfundingová kampaň se neobejde bez systematického plánu obsahující strategii k dosažení cíle. Tomu přispívá tým lidí, který se stará o získání cílové částky k realizaci stanoveného projektu (Hogue, 2015, s. 9 – 10). Krechovská a spol. (2018, s. 151) souhlasí s nezbytnou součástí každé crowdfundingové kampaně, čímž je představení záměru, produktu či činnosti veřejnosti přes portál. Musí být dobře nastavená a v průběhu omezené doby dobře vedená, aby byl cíl kampaně úspěšně zafinancován.

Crowdfunding se využívá pro nějakou potřebu, ne kvůli tomu, že bychom chtěli. Zároveň je těžká práce získat peníze od přispěvatelů, kteří mohou vnímat naši potřebu financí na kampaň odlišně. Dobře nastartovaná kampaň vyžaduje upoutat pozornost přispěvatelů, aby chtěli pomoci ji zrealizovat. Je nutné zapracovat na textu, obrázcích, videích, sdílení pomoci sociálních sítích apod., protože jsou součástí kvalitní a úspěšné crowdfundingové kampaně (Palana, 2017, s. 5 – 6).

3.5.1 Přípravné aktivity

Před využitím crowdfundingového modelu je dobré si zodpovědět několik podstatných otázek, když z nich vyplynou uspokojivé odpovědi a zároveň se věří v úspěch, je možné vytvořit kampaň. Financování podnikatelského záměru, produktu, projektu, služby nebo události pomocí crowdfundingu předchází uvážením následujících faktorů:

- je nápad tak opravdu dobrý, že se podaří zaujmout lidi
- co je odlišného oproti konkurenci
- jaké jsou cesty k oslovování potenciálních podporovatelů
- kolik je potřeba finančních prostředků k realizaci idey

- jaký dopad bude mít neúspěch kampaně a je možné unést dané riziko
- jsou odměny dostatečně zajímavé, aby byl projekt podpořen
- kolik se vynaloží prostředků na odměny
- kdo může pomáhat s podporou kampaně ať finančně nebo mediálně
- kolik času lze vynaložit k vedení kampaně při jejím spuštění (Steinberg a DeMaria, 2012, s. 10 – 11)

Stegmaier (2015, s. 3) upozorňuje na častou chybu, kterou se dopouští zakladatelé projektů. Zahájí kampaň příliš brzy, přitom chtějí ještě na poslední chvíli něco změnit. Jednoduchou radou je oddálit zahájení kampaně na další den.

Crowdfundingová kampaň má 3 fáze, kterým předchází příprava. Přípravou se zabývá již Steinberg a DeMaria v předcházejících faktorech. Fáze kampaně:

- předkampaň
- kampaň
- fáze po kampani

Ideální čas věnovaný předkampani jsou tři měsíce, jejímž účelem je dostat se do povědomí lidí. Samotná kampaň trvá několik dní, podle výběru a možnosti vybraného crowdfundingového portálu. Individuální je i fáze po kampani. (Fundchaser.cz, © 2019)

3.5.2 Předkampaň

V této fázi se plánuje projekt. Vhodnými činnostmi plánování je tvorba analýzy konkurenčních projektů, z nichž lze využít dobré elementy pro úspěch plánovaného projektu. Velmi významná je i příprava podkladových materiálů jako videí, fotografií, modelů apod. Podstatnou roli hrají zajímavé odměny sloužící jako protihodnota jednotlivých příspěvků. Úspěšnost kampaně může podpořit vybudování fanouškovské základny ještě před zahájením samotné kampaně na portálu. Nedílnou součástí předkampaně je vhodný výběr crowdfundingového portálu, na kterém se pomocí jednotlivých kroků vytvoří kampaň. Konečnou činností je právě připravené podkladové materiály a odměny implementovat na portál při zhotovování kampaně. Crowdfundingové portály nabízí nastavení různých časových intervalů trvání kampaní, proto je dobré stanovit optimální délku již během plánování (Krechovská a spol., 2018, s. 151 – 152).

3.5.3 Kampaň

Spuštěním kampaně na portálu vzniká potřeba šíření mezi potenciálními přispěvateli. Důležitou rolí je marketing a reklama. Nejen oslovováním přátel, ale i sdílením na sociálních sítích, webových stránkách, uveřejněním v novinách, rozhlase či televizi se dají získat finanční příspěvky pro úspěšnou kampaň. Záleží na velikosti projektu a možnostech mediální propagace tvůrce kampaně.

Crowdfundingové portály umožňují nepřetržitý kontakt s přispěvateli, který je důležitý i pro úspěch projektu. Sociální sítě umožňují stejný přístup. Je vhodné udržovat komunikaci s podporovateli i fanoušky, mohou pomoci rozšiřovat povědomí o projektu mezi svými známými (Steinberg a DeMaria, 2012, s. 48 – 51).

3.5.4 Fáze po kampani

Kampaň může dopadnout úspěšně nebo neúspěšně. V případě neúspěchu nelze realizovat nápad, ke kterému byl crowdfundingový projekt vytvořen. Oba případy však znamenají provedení závěrečných činností, aby zanechaly pozitivní dojem.

Samozřejmostí je poděkování všem, kdo se podíleli na tom, aby kampaň byla úspěšná. Lepší je osobní poděkování všem fanouškům, přispěvatelům a podporovatelům. Pokud je kampaň úspěšná je dobré si vytvořit seznam osob, kterým se zasílá odměna za jejich příspěvky a zaslat jim je. O postupu realizace projektu mají být přispěvatelé průběžně informováni. Posledním krokem je zaplacení poplatků a provizí spjatých s uveřejněním kampaně na crowdfundingovém portálu (Krechovská a spol., 2018, s. 152 – 153).

Fenomén crowdfunding je využíván desetiletí. Umožňuje tak všem podnikatelům, začínajícím firmám, NNO nebo jednotlivcům uskutečňovat nápady, které by těžko financovali. Crowdfunding má veliký potenciál vývoje v dalších letech a být častěji využíván než jiné způsoby financování, protože se šíří jeho povědomí u široké veřejnosti (Steinberg a DeMaria, 2012, s. 58).

Nestátní neziskové organizace mají mnoho různorodých zdrojů k získání finančních prostředků na svou činnost či jednorázovou akci. Problémem jim dělá najít správné zdroje, které zaštití vzniklé náklady. Vytipování potencionálních dárců nebo vyhledávání grantů i dotací je personálně a časově náročné pro každou neziskovou organizaci. Některé si vystačí s jedním osvědčeným zdrojem krytí, ale závislost na něm může vyvodit nepříjemné důsledky nedostatku peněz až dokonce zadlužení. Nedostatek finančních prostředků

je častým problémem neziskového sektoru, i když mají více zdrojů. Většinou je to způsobeno nejistotou, zda finanční prostředky získá. Hlavně kvůli tomu se rozšířil mezi neziskovými organizacemi fundraising, který má za cíl vést k dlouhodobé a stabilní podpoře. Fundraising je podrobněji vysvětlen v následující kapitole jako důležitý element financování NNO.

4 FUNDRAISING

Slovo fundraising je přejato z angličtiny a nepoužívá se v češtině jeho doslovný překlad, který by znamenal budování fondu nebo finančních prostředků. Pouze malá skupina jedinců se věnuje získáváním financí. Jsou jimi lidé pracující pro neziskové organizace, kteří hledají jakýkoliv finanční obnos pro zajištění určeného cíle. V některých situacích se najdou i nadšenci s patřičnou dávkou zanícení a pomáhají zrealizovat různé projekty NNO, takové typy organizací jsou postaveny na dobrovolnické bázi a stačí jim menší finanční podpora (Polačková, 2005, s. 11). Ledvinová (2013, s. 7) odmítá fundraising jako činnost zavedenou pouze pro získávání peněz, nebo pro dokonale vypsanou žádost o podporu. Tvrdí, že v něm jde především o pozitivní vliv směrem vůči dárci. Na prvním místě je důležité získat zdroj peněz. Organizace musí správně vytipovat a oslovovat lidi, kteří pomohou přispět. K motivaci přispívá i dobrý vztah s nimi. Šedivý a Medlíková (2012, s. 46) souhlasí s Ledvinou. Uvádí, že hlavní věcí na fundraisingu jsou lidi a ne peníze. Peníze hrají roli prostředku nebo nástroje, i když jde ve výsledku o ně, získávají se od lidí.

Definice fundraisingu říká, že se jedná o soubor činností, které napomáhají udržet společnosti na trhu. *„Jeho zajištění vyžaduje strategické plánování a důsledné provázání s činnostmi organizace či více organizací. Je potřeba, aby počítal s měnícími se vlivy okolí a pružně na ně reagoval. K tomu je nutné získávat a vyhodnocovat dostupné informace a uvážlivě předvídat budoucí kroky a trendy. Stejně je správný výběr potenciálních dárců a skupin dárců a následná dlouhodobá práce s nimi. Nesmírně významná je také správná volba systému řízení a personálního zajištění jednotlivých oblastí fundraisingu“* (České centrum fundraisingu, © 2018).

Krechovská a spol. (2018, s. 122) vnímají fundraising jako marketingové řízení neziskových organizací. Stejně tak přistupují i ke crowdfundingovým projektům, které jsou odlišným způsobem financování. Vypracované rozdíly mezi užívanými metodami porovnává následující tabulka:

Tabulka 2 Rozdíly mezi fundraisingem a crowdfundingem dle různých kritérií (Krechovská a spol., 2018, s. 122, Vlastní zpracování)

Znaky	Fundraising	Crowdfunding
Získávání zdrojů	systematicky	jednotlivě
Druh zdroje	finanční i nefinanční	finanční
Časové omezení	časově neomezené	po dobu trvání kampaně
Oslovovaný subjekt	jednotlivec, zájmová skupina	soukromý a veřejný sektor
Význam příspěvků	přímá vazba na projekt	vazba na více aktivit
Protihodnota příspěvků	materiálová	materiálová, pocitová, finanční

4.1 Zajištění akce

Polačková (2005, s. 14 – 23) se věnuje všeobecným zásadám pro organizování fundraisingových akcí. Bez ohledu na jaké úrovni se akce plánuje, zda je to státního nebo místního významu, jsou potřeba peníze. Částka úhrady se vždy liší. Zorganizování akce stojí i úsilí, energii a čas lidí, kteří ji připravují až do její realizace. Organizace si může vzít na pomoc dobrovolníky, ti pro ni budou práci vykonávat zadarmo. Může si zaplatit tým odborníků, když se jedná o sofistikovaný projekt. Je to případ od případu a běžně si organizace vše zařídí svépomocí. Burnett (2002, s. 1) se zmiňuje o profesionálních fundraiserech jako odbornících, které si může organizace najmout. Růst těchto profesionálů a jejich silnější strategie, dovednosti a zkušenosti zajistí skvělé výsledky jak pro neziskovou společnost, tak i pro lidi poskytující ji finanční prostředky.

Zorganizování akce vyžaduje personální zabezpečení, stanovení cílové skupiny neboli účastníků a definovat možná rizika. Rozklíčováním jednotlivých důležitých znaků umožní NNO dobře přichystat projekt i předprojektové práce. Personální zabezpečení nese různá omezení. Řešit akci svépomocí je výhodné, protože se tím realizují představy organizátora a odpadá mu povinnost kontroly. Na druhé straně mohou být ohroženy další věci v organizaci, kterým není dán potřebný čas. Profesionální tým odborníků je pro organizaci časově vhodnější. Zadá se jim úkol, a pak se čeká na výsledek práce. Problémem je drahá služba a nedostatek vědomostí o poslání a aktivitách dané organizace. Situace u dobrovolníků je trochu jiná, protože se musí zaškolit. Výhodou je, že přináší nadšení a může jich být mnoho.

Snaha NNO při realizaci akce je minimalizovat rizika zejména nejtít do finanční ztráty. Projekt organizovaný s dobrým úmyslem a cílem může přinést zklamání z neúspěchu. Záměrem organizace před pořádáním akce musí být několik základních kroků, které směřují k minimálním rizikům. Jsou to:

- získat co nejvíce sponzorů
- vytvořit organizační tým
- snižovat náklady
- efektivní propagace
- zapojení celebrit
- vydařená akce je možnost na ni navázat další akcí
- snažit se získat příjmy navíc (Polačková, 2005, s. 15 – 23)

4.2 Fundraiser

Fundraiser je odborník na rozvoj zdrojů, který většinou pracuje v profesionálním týmu a jeho vykonávaná práce je dobře ceněna. Vysokou finanční odměnu dostává podle situace v organizaci. Organizace si jej váží i za pozitivní přístup k dárcům. Fundraiser má zodpovědnost za obstarání prostředků do rozpočtu organizace, aby nehrozil její zánik a mohla rozvíjet svou činnost. (Ledvinová, 2013, s. 15) Šedivý s Medlíkovou (2012, s. 47) dodává, že fundraiser může využívat několik různých zdrojů financování pro neziskovou organizaci. Pro každý typ zdrojů jsou vytvořena odlišná pravidla a metody k jejich získávání i udržování a prohlubování vztahů s dárci. Dárce se může oslovit telefonicky, osobní schůzkou, e-mailovou zprávou aj. Zdroje lze získávat veřejnou sbírkou, žádostí o grant nebo dotaci, prodejem produktů a dalšími způsoby.

Burnett (2002, s. 2 – 46) vysvětluje ze své dlouhodobé zkušenosti na pozici fundraisera, že existují jiné přístupy a metody při oslovování jednotlivých donátorů, dárců a přispěvatelů, než u komerční sféry zahrnující firmy. Přebírání praxe fungující na komerční obchodní transakce bude neúspěšná u lidí. Lidé mají emoce a na každého z nich platí různé unikátní metody, proto je důležité navázání vztahu mezi dárcem s výsledným porozuměním. Autor používá výraz vztahový fundraiser. Rozvíjení a zachování vztahů je primárním cílem, který fundraiser má splňovat. Pro budování vztahů k různým dárcům je zapotřebí, aby fundraiser dodržoval devět bodů:

- být upřímný

- ukazovat odhodlání a nadšení
- být rychlý
- pravidelně být s dárcem v kontaktu
- být zajímavý a zapamatovatelný
- zapojovat aktivně dárce
- být veselý a nápomocný
- dárce musí mít naprostou důvěru
- být dobře obeznámen s ekonomickou situací a informovaný, aby dárce věděl, že jeho peníze budou v dobrých rukách

Lidé, kteří se věnují fundraisingu mají pocit, že získáváním peněz o ně žebrají. Fundraiser si v takovém případě musí uvědomit hlavní cíl, proč svou činnost vykonává. Nabízí možnost podílet se na naplňování poslání organizace. Svým příkladným pozitivismem ukazuje lidem, že jejich vynaložené prostředky jsou na dobrou věc. Přispět mohou nejen peněžními dary, ale i dobrovolnou prací nebo věcným darem (Šedivý a Medlíková, 2012, s. 46).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO SPOLKU

Jedná se o folklorní soubor z Němčic nad Hanou, jenž svou činnost provozuje od roku 1991. Spolek nese název Národopisný soubor Pantlák, z.s. Platností NOZ se soubor transformoval roku 2015 na spolek, dříve fungoval jako občanské sdružení.

Zajímavostí názvu spolku je převzaté slovo pantlák z hanáckých zvyků. Pantlák představuje svatební čepec zdobený zrcátky, perličkami a pentlemi, který nosí hanácké nevěsty (Pantlek.7x.cz, © 2019).



Obrázek 6 Logo Národopisného souboru Pantlák, z.s. (Pantlek.7x.cz, © 2019)

5.1 Poslání spolku

Účelem spolku je studování, obnova a šíření folklorních tradic Hané. Hlavní činnost vykonává nevýdělečně, veřejně prospěšně i zájmově. Podle stanov jsou konkrétními cíli:

- rozvíjení dovedností členů a usilování o jejich výkonnostní růst
- podpora členů ve všech folklorních aktivitách
- organizování pravidelných zkoušek
- účastnit se folklorních akcí a akcí podporující folklór Hané
- organizování folklorních akcí
- spolupracovat s dalšími subjekty k zabezpečení podmínek pro folklorní, vzdělávací a výchovné akce
- podílení se na pořádání akcí souvisejících s propagací města Němčice nad Hanou
- pracovat s dětmi a mládeží, seznamovat je s folklorním tancem a tradicemi (Interní zdroje spolku)

5.2 Organizační struktura

Nejvyšším orgánem spolku je členská schůze, která rozhoduje o všech důležitých záležitostech. Zároveň má na starosti rozhodovat o věcech, které nemá v kompetenci jiný orgán. Členy spolku jsou tanečníci z různých měst nejen z Němčic nad Hanou. Mimo členskou schůzi má spolek tyto orgány:

- předseda
- místopředseda
- hospodář
- choreograf
- vedoucí dětské skupiny
- vedoucí dospělácké skupiny
- krojová evidence
- revizní komise (Interní zdroje spolku)

5.3 Hospodaření

Spolek své zdroje získává pouze z hlavní činnosti. Příjmy dosahuje zejména z členských příspěvků, kurzovního, darů a dotací. Finanční prostředky využívá konkrétně k zajištění činnosti spolku, jeho propagaci, folkloru Hané, k pořádání folklorních a osvětových akcí (Interní zdroje spolku).

5.4 Akce

Soubor při své dlouholeté působnosti má za sebou již řadu akcí. Vyjadřuje jimi lidové zvyky, které byli součástí života našich předků. Prvním ztvárněním byla Hanácká svatba, po ní následovalo zpracování jízdy králů, Dožíněk, Velikonoc, stavění a kácení máje aj. Soubor zavítal se svými programy do Chorvatska, Polska, Švédska, Rakouska, Francie a Německa.

Zájem o spolek projevil v roce 2015 Český rozhlas, kdy s jeho vedoucím udělal rozhovor. Členové souboru se účastnili Hanáckých dnů ve Vyškově, kdy se podařilo vytvořit rekord v počtu krojovaných tanečníků a byl zaznamenán do České knihy rekordů. Zúčastňují se každoročně soutěže ve folklorních tancích v Přibyslavi. Připravovanými akcemi na tento rok jsou např. hrkání v Němčicích nad Hanou, hody, poutě, vystoupení na Folklorním dnu v Telnici nebo vánoční zpívání (Pantlek.7x.cz, © 2019).

6 ANALÝZA HOSPODAŘENÍ SPOLKU

6.1 SWOT analýza

Podle stanov zvolený spolek využívá k financování pouze příjmy z hlavní činnosti či cizí zdroje ve formě dotací a darů. Dosavadní způsob hospodaření může vést k rizikům, proto je vhodné vytvořit SWOT analýzu na stávající hospodářskou situaci spolku. Analýza hodnotí silné a slabé stránky, hrozby i příležitosti, ze kterých vyplývá řešení pro budoucí zlepšení hospodaření spolku. Identifikací hrozeb a slabých stránek se může následně provést opatření vedoucí k úspěšnějšímu vedení spolku.

Tabulka 3 SWOT analýza (Vlastní zpracování podle interních údajů spolku)

Vnitřní prostředí	Silné stránky	Slabé stránky
	Veliká členská základna	Právní forma, nezisková organizace
	Tradiční folklorní události z Hané	Omezené možnosti finančních zdrojů
	Výjezd do zahraničí	Nevyužití doplňkové činnosti
	Dobrá spolupráce s výrobcem krojů	Webové stránky, sociální sítě
	Kvalitní program	Grant města Němčice nad Hanou
	Spokojenost diváků	
	Finanční zdroje z hlavní činnosti	
	Nezisková organizace	
Vnější prostředí	Příležitosti	Hrozby
	Jiné zdroje financování	Nevypsání grantu
	Pořádání akcí mimo ČR	Ztráta členů
	Zavedení hospodářské činnosti	Nezájem veřejnosti o folklor

Spolek hospodaří pouze na základě některých dostupných finančních zdrojů. Každoročně využívaným zdrojem spolku je grant města Němčice nad Hanou. Nachází se ve vnitřním prostředí SWOT analýzy jako slabá stránka, protože je to jeden ze stabilních zdrojů spolku a jeho neposkytnutí by vedlo spolek do finančních problémů. Zároveň Němčice nad Hanou se mohou pyšnit souborem, jenž v městě působí, proto není efektivní ukončit jejich spolupráci udělováním grantů.

Omezenost finančními zdroji se promítá do kategorií příležitosti a hrozby. Příležitostí je stávající finanční zdroje rozšířit o další. Často se využívají cizí zdroje. Ve většině případů se jedná o stejný zdroj (grant) a někdy spolek získá finanční prostředky z odlišného zdroje,

jako jsou dary nebo vystoupení. Spolek také disponuje s příjmy z hlavní činnosti, proto může usilovat o zavedení doplňkové činnosti.

Jedna ze slabých stránek je právní forma, jelikož neziskové organizace nemohou dosahovat zisků v rámci svého poslání a jsou odkázány na hledání různých zdrojů. V souvislosti s tím vybraný spolek nevyužívá možnost doplňkové činnosti jako dalšího zdroje k dosahování příjmů na účely hlavní činnosti. Právní formu nelze změnit na ziskovou organizaci k využívání rozdílného financování, ale lze využít potenciál, jímž je poslání spolku v jeho předávání tradic a folkloru na Hané. Právě v jeho hlavní činnosti je vidět silná stránka neziskové organizace jako právní formy vybraného spolku.

Spolek svou činnost propaguje pomocí vlastní webové stránky, sociální sítě a mimořádně i v některém z médií jako byl Český rozhlas. Webové stránky jsou strukturovány velmi jednoduše, a mohly by uvádět činnosti spolku více podrobně. Možností je rozvoj jejich designu a rozšíření informací o spolku, např. zadat odkaz na facebook, kde má spolek založený vlastní účet, přidat uploadovaná videa z youtube, rozšířit fotogalerii o minulé roky a akce, přidat tisk, ve kterém se píše o Národopisném souboru Pantlák, z.s. aj.

Hrozby ve SWOT analýze jsou jednou z kategorií, které se spolku nebudou s vysokou pravděpodobností dotýkat, aby je musel ihned řešit. Faktorem vzniku hrozeb je okolí spolku, organizační struktura a finanční zdroje. Každý rok se podává žádost o grant a vždy byl schválený. Eventuální hrozbou může být nevypsání nebo neschválení grantu. Druhou hrozbou, která by pro spolek znamenala jeho zánik, by byla ztráta členů. Poslední je nezájem veřejnosti o folklor, znamená to, že by spolek neměl komu předvádět svá vystoupení a předávání tradic z oblasti Hané.

Pro zlepšení situace spolku je dobré využít příležitostí. Pořádat více akcí mimo ČR, když v zahraničí již několikrát vystupovali. Například jet do ještě nenavštívených zemí nebo se účastnit soutěží v zahraničí pro folklorní soubory. Možností je propojit výjezdy do zahraničí s dalším zdrojem financování, kterým je najít sponzorství spolku. Spolek tak může propagovat zároveň i svého sponzora v zahraničí.

Zavedením dalšího alespoň jednoho stálého finančního zdroje se sníží slabé stránky spolku. Nebude mít tolik omezených zdrojů a nebude závislý na konkrétních finančních prostředcích jako grantu města Němčice nad Hanou. Finančními zdroji si může např. vylepšit své webové stránky, když si jimi zaplatí odborníka.

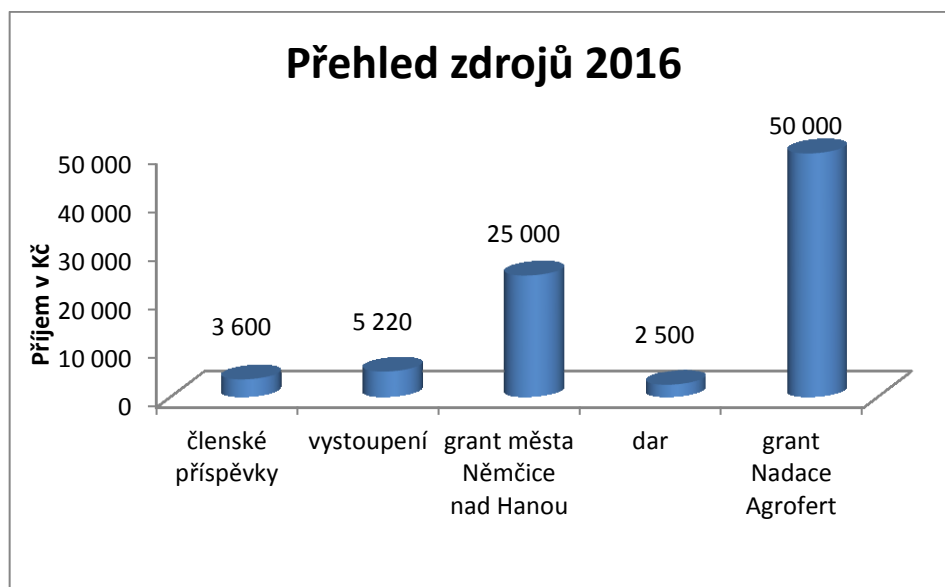
Jednou ze silných stránek spolku je vysoký počet členů, kterých má 25. Společně nacvičují a vystupují s tradičními folklorními událostmi z Hané. Nemají ve svém okolí takový konkurenční soubor, jehož zaměření by bylo stejné a zabraňovalo jim uskutečňovat dosavadní činnost. Soubor má nyní mezi sebou i mladší děti, hrozba ze ztráty členů je minimalizována.

6.2 Analýza zdrojů

Spolek vede jednoduché účetnictví. Sestavuje peněžní deník za kalendářní rok, který se shoduje s účetním rokem. Do peněžního deníku shromažďuje údaje o příjmech a výdajích v hotovosti neboli stavy pokladny a v bezhotovostní podobě na bankovním účtu. Za poslední tři sledovaná období 2016, 2017 a 2018, spolek obdržel příjmy z těchto zdrojů:

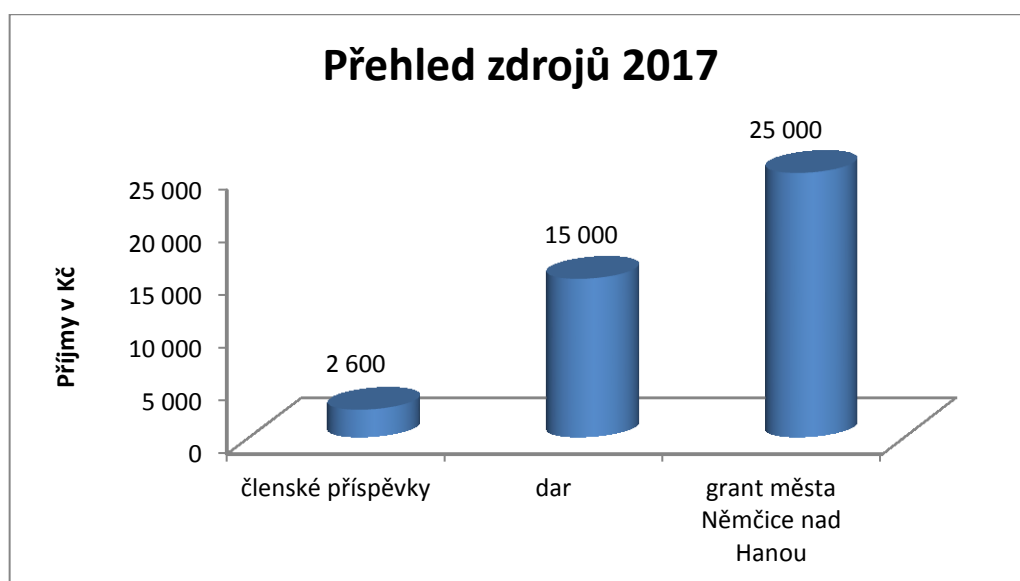
- vystoupení
- členské příspěvky
- grant města Němčice nad Hanou
- dary
- dotace Agrofert
- projekt na Startovači

Výši jednotlivých zdrojů v každém sledovaném roce porovnávají následující grafy. Zdroje nejsou rozděleny podle formy peněžních prostředků, v jakém je spolek dostal, ale pouze podle druhů.



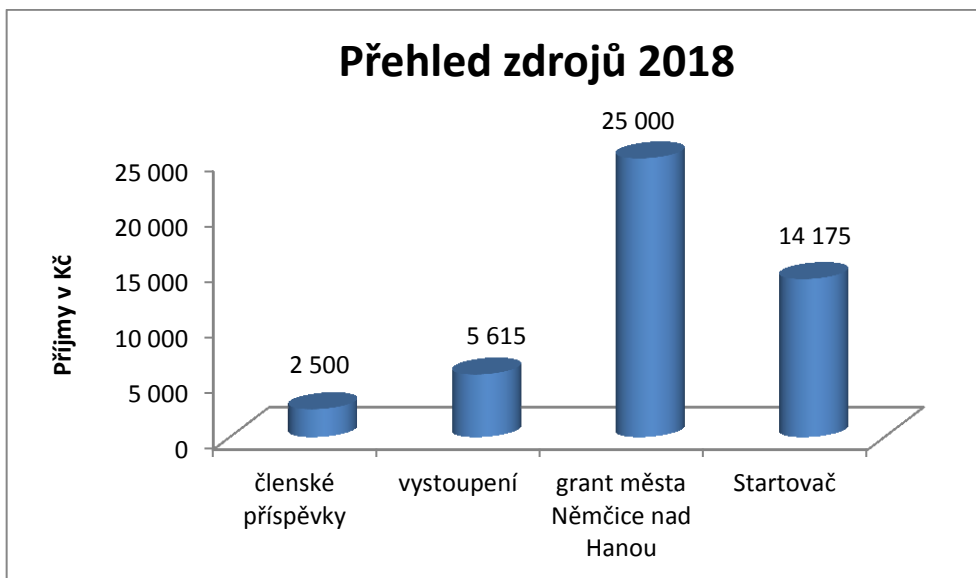
Graf 3 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2016 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

První rok se spolku dařilo získat vysoké množství peněžních prostředků. Rozhodujícím důvodem bylo obdržení grantu Nadace Agrofert v částce 50.000,- Kč.



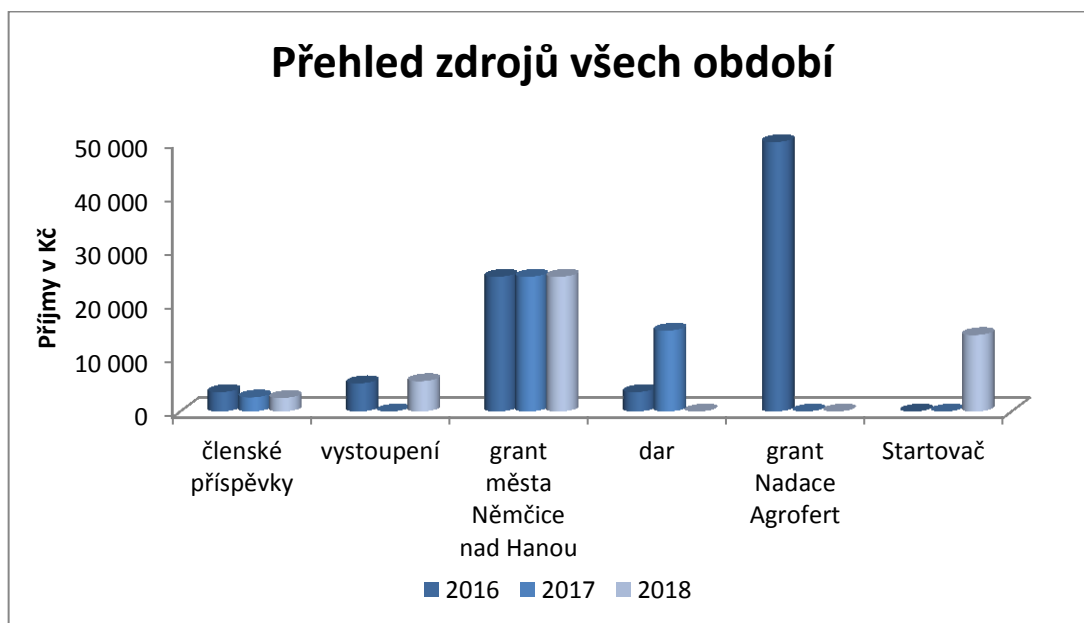
Graf 4 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2017 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

V roce 2017 spolek měl příjmy pouze ze tří zdrojů, jak je vidět z grafu č. 4. Během roku hlavně čerpal z finančních prostředků získaných v minulém roce 2016.



Graf 5 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Oproti roku 2017 v posledním sledovaném období spolek obdržel vyšší příjmy a podařilo se rozšířit jeho zdroje o jeden. Další graf zobrazuje všechny roky s jejich různými zdroji, které spolek využil pro svou činnost.



Graf 6 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů za rok 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Srovnáním všech období se ukázalo, že nejvíce prostředků bylo získáno v roce 2016. Spolek první sledovaný rok nejúspěšněji využil svých možností finančních zdrojů a dosáhl nejvyšších příjmů v porovnání s ostatními roky.

6.2.1 Členské příspěvky

Členské příspěvky jsou stanoveny jako roční poplatek za člena spolku v hodnotě 100,- Kč. Členové se společně dohodli o poskytnutí příspěvků na chod spolku. Členské příspěvky jsou nízké z důvodu, že si členové sami platí dopravu do míst, kde mají vystoupení. Kromě dopravy na celostátní soutěž Sedmikvítek, která se odehrává v Příbyslavi a je zapotřebí autobus. Autobus je tedy placen ze zdrojů spolku.

Podle grafického znázornění a interních materiálů spolku, byly členské příspěvky placeny v každém sledovaném roce. Jejich celková výše se lišila a trendem pro následující období bylo jejich snižování. Příčinou nižších členských příspěvků je odchod některých členů. Za rok 2016 se vybralo 3.600,- Kč a to znamenalo, že spolek tvořilo 36 členů. Následující rok 2017 opustilo spolek 10 členů, proto roční členské příspěvky byly v částce 2.600,- Kč. Spolek v daném roce měl o 1.000,- Kč nižší příjmy než v roce předešlém. Rok 2018 získal ze členských příspěvků 2.500,- Kč, o 100,- Kč méně než za rok 2017. Ve sledovaném tříletém období opustilo spolek 11 členů a v roce 2018 jich zůstalo 25.

6.2.2 Vystoupení

Jednou z činností spolku je pořádání folklórních akcí, které reprezentují tradiční události z Hané. Vystoupení si spolek domlouvá s různými právníckými i fyzickými osobami. Podle dohody s organizátory, dostává soubor ve výjimečných případech peněžitou odměnu za vystoupení. Příjmy z těchto akcí jsou nízké a z 90 % soubor vystupuje zadarmo, např. v penziónech.

Příspěvek za vystoupení prvního monitorovaného roku 2016 byl 5.220,- Kč. Příjem obsahoval i příspěvek za vystoupení v Olomouci, který měl pokrýt náklady na dopravu členům souboru. Členové se domluvili, že příspěvek za dopravu nechají pro jiné potřeby spolku. Příjem činil 1.095,- Kč. V roce 2017 soubor vystupoval pouze zadarmo, protože nedostal za pořádanou akci žádný příspěvek, jak zobrazuje grafický přehled vývoje zdrojů.

Soubor za rok 2018 pořádal nebo se účastnil 27 akcí od ledna do prosince. Přitom příjmy z vystoupení měli hodnotu 5.615,- Kč a částka byla složena ze tří příspěvků, které spolek

obdržel během srpna a prosince. Všechny finanční příspěvky byly placeny v hotovosti na pokladnu, z toho dva dostaly z města a jeden z hotelu.

6.2.3 Grant města Němčice nad Hanou

Každý rok město Němčice nad Hanou vypíše grant, o který se musí spolek přihlásit. Grant omezuje spolek nastavenými podmínkami. Částku nemůže použít na cokoli, např. na zaplacení telefonických hovorů nebo mzdových výdajů. Většinou spolek grantem hradí nájemné v prostorách Sokolovny, kde zkouší členové svá vystoupení. Někdy se podaří částí grantu uhradit i doplňky ke krojům nebo jiné potřebné věci.

Vždy spolek dostává v podobě grantu 25.000,- Kč, ale musí se částí na něm spolufinancovat. Závěrečné vyúčtování činí 31.500,- Kč, spolek se tak podílí 6.500,- Kč. Město má zavedené postupy výpočtu, kterými se spolek řídí. Částka, na níž se spolek podílí, zároveň musí odpovídat několika procentům z celkové proučtované sumy.

Ve všech třech pozorovaných letech se spolek hlásil o grant města Němčice nad Hanou. Jak je patrné z grafů č. 3 – 6, spolku byl přidělen grant v hodnotě 25.000,- Kč každý rok. Grant byl zasílán na účet spolku vždy v měsíci květnu.

Spolek spolupracuje s městem i v rámci Němčického zpravodaje. Uvádí v něm čtvrtletně své aktivity. Zpravodaj tak mezi místními obyvateli zajišťuje spolku propagaci.

6.2.4 Dary

První rok spolek dostal dar na základě darovací smlouvy v prosinci. Další rok obdržel dar od fyzické osoby počátkem ledna. V roce 2018 spolku neposkytl dar nikdo.

Dary byly přijaty v hotovosti na pokladnu. Dar získaný v prosinci měl hodnotu 2.500,- Kč. Druhý dar byl vyšší a to v částce 15.000,- Kč.

6.2.5 Grant Nadace Agrofert

Spolek využil vypsání výzvy o grant z Nadace Agrofertu v roce 2016. Program se jmenoval „Podpora amatérských folklorních souborů rok 2016“. Prostředky poskytnuté nadací se musely využít pouze na stanovený účel. Účelem, kterým byly prostředky pokryty, bylo zhotovení kopie starého němčického kroje.

Grant přijal spolek na účet v prosinci 2016, ale kopie kroje se začala tvořit následující rok 2017. Časová náročnost neumožňovala stihnout kroj vyhotovit do konce roku 2016. Po-

skytnuté finanční prostředky zároveň musely odpovídat požadovanému období, na které se měly čerpat, což bylo 12 měsíců. Po vyhotovení kroje se na základě podmínek závěrečné zprávy, zaslaly v souvislosti s tím i fotografie jako důkazní materiál a faktury.

Výše grantu činila 50.000,- Kč. Spolek se stal jedním ze 155 folklorních souborů, které nadace vybrala a finančně je podpořila.

6.2.6 Projekt

Spolek v roce 2018 využil vytvoření projektu jako odměnového crowdfundingu na portále Startovač. Úspěšné ukončení umožnilo spolku dostat příjmy k pokrytí části svých výdajů na ušití krojového oděvu. Projektová část práce se zabývá podrobnými kroky, které se řešily v rámci uskutečnění celé kampaně pro spolek.

Pomocí vytvořeného projektu se získalo 14.175,- Kč. Příjem na bankovním účtu byl již očištěn o provizi a transakční poplatky. Výslednou částku poslal Startovač do čtrnácti dnů po skončení kampaně.

6.3 Příjmy

Příjmy během sledovaných let získával spolek na pokladnu i bankovní účet. Následně tabulka ukazuje přehled celkových příjmů ve všech období. Spolku se dařilo během tří let obdržet vždy příjmy hotovostně i bezhotovostně. Banka svými příjmy převyšuje pokladnu, což je z důvodu využívaných zdrojů k financování. Celkové příjmy na pokladně odpovídají celkově přijatým peněžním částkám ze zdrojů, které jsou analyzovány v předchozí kapitole a výběrem z banky na pokladnu. U banky se do příjmů přičítaly kladné úroky z účtu a poplatky za využívání debetní karty.

Tabulka 4 Celkové příjmy za rok 2016, 2017 a 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Rok	Celkové příjmy (v Kč)	
	Pokladna	Banka
2016	8 100,00	78 223,14
2017	24 600,00	25 005,52
2018	8 115,00	39 176,76

Pomocí horizontální analýzy celkových příjmů, se zjistí procentní změny během porovnávání dvou let mezi sebou. Spolek má pouze pokladnu a banku, proto se analýza vytvořila pro tyto dvě položky financování.

Tabulka 5 Horizontální analýza příjmových položek peněžního deníku (Vlastní zpracování)

Položka	Horizontální analýza v % změně	
	2016/2017	2017/2018
Pokladna	203,70	67,01
Banka	68,03	56,67

Z analýzy vyplývá, že snížení jedné položky značí o to vyšší nárůst procentní změny položky druhé. První srovnání let 2016 a 2017 byly příjmy na pokladně vyšší o 203,7 %, naopak na bankovní účet přišlo příjmů méně a byl pokles o 68,03 %. Příjmy v pokladně byly nižší v roce 2018 než v roce 2017 o 67,01 %. Zároveň se zvýšily příjmy banky o 56,67 %. Druhý rok byl úspěšnější než ostatní podle horizontální analýzy zásluhou vysokých příjmů na pokladně.

Obsahem celkových příjmů se zabývá vertikální analýza, která určuje procentní podíl jednotlivých druhů příjmů k celkovým. Zvláště je analýza tvořena pro pokladnu i banku za jednotlivé roky.

Tabulka 6 Vertikální analýza příjmů na pokladně za období 2016 – 2018 (Vlastní zpracování)

Pokladna	Rok			Rok		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Příjmy celkem	8 100	24 600	8 115	100,00%	100,00%	100,00%
Členské příspěvky	3 600	2 600	2 500	44,44%	10,57%	30,81%
Vystoupení	2 000	-	5 615	24,69%	-	69,19%
Dary	2 500	15 000	-	30,86%	60,98%	-
Výběr z banky	-	7 000	-	-	28,46%	-

Členské příspěvky se nejvýše podílely na celkových příjmech v prvním roce. Ostatní roky 2017 i 2018 tvořily nejnižší procento z celkových příjmů. První dva roky byly příjmy pokladny tvořeny třemi položkami, ale v posledním sledovaném období pouze dvěma. Zdroje příjmů má spolek různorodé až na členské příspěvky, které se vybírají každý rok na základě povinně ustanovené částky 100,- Kč za člena. U ostatních zdrojů nelze určit, že jsou

pro spolek natolik důležité, aby jimi získával v každém roce příjmy, ale je potřeba nějakých peněžních prostředků dosahovat k zajištění činnosti spolku. Různé zdroje tvoří celkově finanční pomoc a spolku se v některém roce podaří je využít a v některém ne.

Přijaté dary byly druhou nejvyšší částkou prvního období a nižší o 13,58 % než členské příspěvky. Druhý rok tvořila ta samá položka darů nejvyšší podíl na celkových příjmech 60,98 %. Bylo darováno o 12.500,- Kč více než v roce 2016. Poslední období peněžité dary spolek nedostal. Příspěvky za vystoupení byly poslední položkou prvního roku a zároveň nejnižší. Ačkoliv v roce 2017 neobdržel za vystoupení nic, neznamená to, že by spolek nevystupoval, ale neochota organizátorů se finančně podílet na realizaci vystoupení. V roce 2018 příjmy z vystoupení činily vyšší částku než členské příspěvky a podílely se na celkových peněžních prostředcích pokladny v hodnotě 69,19 %. Pouze druhým rokem spolek využil převod prostředků z banky na pokladnu v částce 7.000,- Kč. Z celkových příjmů činila 28,46 % jako druhá nejvyšší.

Tabulka 7 Vertikální analýza příjmů v bance za období 2016 – 2018 (Vlastní zpracování)

Banka	Rok			Rok		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Příjmy celkem	78 223,14	25 005,52	39 176,76	100,00%	100,00%	100,00%
Vystoupení	3 220	-	-	4,12%	-	-
Kladné úroky	3,14	5,52	1,76	0,00%	0,02%	0,00%
Grant Někčice nad Hanou	25 000,00	25 000,00	25 000,00	31,96%	99,98%	63,81%
Grant Nadace Agrofert	50 000,00	-	-	63,92%	-	-
Projekt Startovač	-	-	14 175,00	-	-	36,18%

Spolek si vede záznam o kladných bankovních úrocích, ale nejsou významnou položkou příjmů. Podle vertikální analýzy se nepodílí na příjmech ani půl procentem. Významnějším zdrojem je grant města Někčice nad Hanou v každém sledovaném období. V roce 2017 tvořil veškeré příjmy na účtu banky pro potřeby spolku.

Ostatní zdroje nejsou stálé a neobjevují se v položkách banky každý rok. V roce 2016 tím nejvyšším příjmem byl účelový grant Nadace Agrofert, který tvořil podstatný podíl všech obdržených příjmů svými 63,92 %. Malý podíl tvořil příspěvek za vystoupení, který výjimečně byl v bezhotovostní podobě.

Poslední rok se opět podařilo získat další zdroj financování, jehož příjmy byly pro činnost spolku důležité, ale ne nejvyšší. Tím byl grant města Někčice nad Hanou, který tvořil

63,81 %. Znovu lze spatřovat na základě tabulky č. 7 nízké využití zdrojů ve druhém roce. Poslední rok není na tom stejně, ale využitím pouze dvou zdrojů znamená vysoký potenciál pro hledání dalších.

6.4 Výdaje

Spolek měl společně s příjmy i výdaje. Znázorněné celkové výdaje v posledních třech letech jsou jak z pokladny, tak i z banky. Placené jsou hotovostní nebo bezhotovostní formou doplňky ke krojům, nájmy a jiné drobné nákupy související s činností spolku. Rozborem těchto výdajů se zabývá vertikální analýza.

Tabulka 8 Celkové výdaje za období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Rok	Celkové výdaje (v Kč)	
	Pokladna	Banka
2016	16 411,00	29 302,50
2017	12 217,00	85 490,00
2018	6 901,00	29 786,95

Celkové výdaje jsou vyšší u banky. Z pokladny platí spolek každý rok méně, důvodem je také vzájemná propojenost s příjmy, které byly nízké. Procentuální změny, které nastaly během dalšího období, ukazuje horizontální analýza výdajů.

Tabulka 9 Horizontální analýza výdajů (Vlastní zpracování)

Položka	Horizontální analýza v % změně	
	2016/2017	2017/2018
Pokladna	25,56	43,51
Banka	191,75	65,16

Oproti příjmům jsou pro spolek lepší červeně zvýrazněné změny, které značí nižší výdaje za uplynulý rok, než byly v roce předchozím. S nižšími výdaji zůstávají přijaté peněžní prostředky z různých zdrojů na pokladně nebo bance. Za rok 2017 se výdaje pokladny snížily o 25,56 %, k dalšímu snižování došlo i v roce 2018. Změna výdajů poslední rok byla o 43,51 % nižší v porovnání s rokem předchozím.

Výdaje poskytované bezhotovostním způsobem byly v roce 2017 velmi vysoké, způsobily změnu o 191,75 % vyšší než v roce 2016. Dále spolek méně platil na výdajích v roce 2018, protože se mu podařilo snížit jejich částku o 65,16 %.

Celkové výdaje obsahovaly více různorodých položek než celkové příjmy. Vertikální analýzou se zjistí procentuální dopad jednotlivých položek na celkové výdaje. Popisem výdajů se dají nastavit opatření pro další roky hospodaření spolku tím, že zbytečně vysoké výdaje se bude snažit omezovat. Jedná se zejména o poplatky bance, ostatní výdaje jsou oprávněné k zajištění hlavní činnosti.

Tabulka 10 Vertikální analýza výdajů pokladny v období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Pokladna	Rok			Rok		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Výdaje celkem	16 411	12 217	6 901	100,00%	100,00%	100,00%
Kancelářský materiál	853	468	1 600	5,20%	3,83%	23,19%
Pomocný materiál	845	1 285	2 147	5,15%	10,52%	31,11%
Krojové doplňky	1 452	4 824	-	8,85%	39,49%	-
Poštovné	61	186	-	0,37%	1,52%	-
Oprava hanáckých bot	1 800	790	250	10,97%	6,47%	3,62%
Účastnický poplatek	2 000	2 600	-	12,19%	21,28%	-
Doprava Sedmikvítek	9 400	-	-	57,28%	-	-
Schůze	-	686	-	-	5,62%	-
Rekvizity	-	838	-	-	6,86%	-
Látka na kroj	-	540	-	-	4,42%	-
Členské požitky	-	-	1 776	-	-	25,74%
Odměny - Startovač	-	-	828	-	-	12,00%
Poplatek MAS	-	-	300	-	-	4,35%

Nejvyšším výdajem pokladny prvního roku byla doprava na celostátní soutěž Sedmikvítek do Příbyslavi. Další rok společná doprava autobusem nebyla financována, jelikož spolek měl málo prostředků, proto se členové dopravovali vlastními automobily. Účastnický poplatek uhradil spolek v obou letech, kdy v roce 2017 došlo k jeho zvýšení o 600,- Kč. Poslední rok se soutěž nekonala vůbec a spolek nemusel vynakládat peníze na účastnický poplatek ani na dopravu.

Druhý rok byly zaplacený krojové doplňky v částce 4.824,- Kč, které tvořily 39,49 % celkových výdajů. Mezi krojové doplňky patří např. šátky, deštníky a kapesníky. Doplňky ke krojům spolek nakupoval i v roce 2016. Důležitým výdajem je pomocný materiál, měl

rostoucí tendenci v každém roce. Do pomocného materiálu se zahrnují stuhy, pentle, špendlíky, feroly aj. věci potřebné ke kroji nebo na vystoupení jako je tomu v případě ferolů, využívajících při předávání hanáckého práva.

Jedním z výdajů v roce 2018 byl poplatek MAS, který se platil za všechna tři období v částce 300,- Kč. Spolek je součástí MAS Hanácký venkov, z.s., území se rozkládá na jihu Olomouckého kraje s 28 členskými obcemi včetně Němčice nad Hanou. V minulém období spolek čerpal dotaci cca 90.000,- Kč. Za ni si pořídil vybavení zvukové aparatury, aby měl na vystoupeních vlastní ozvučení a skříně vyrobené na míru pro úschovu krojů.

Výdaj označený členské požitky byl v posledním roce ve výši 1.776,- Kč, ale zahrnuje součet tří menších výdajů, kterými byly květiny na pohřeb a dar k životnímu jubileu. Výdaj se stal druhým nejvyšším v daném roce s podílem na celkových výdajích 25,74 %.

Přes pokladnu byl zaplacen i materiál k výrobě některých odměn se známkami přispěvatelům projektu ze Startovače. Více informací o nákladech spojených s projektem je součástí analýzy rizik a příležitostí na konci praktické části.

Jako kancelářský materiál si spolek nakoupil externí nosiče pro nahrávání videí nebo fotek ze svých vystoupení. První rok v rámci této položky se zaplatila výroba razítka k použití na administrativní dokumenty spolku.

Tabulka 11 Vertikální analýza výdajů banky v období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Banka	Rok			Rok		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Výdaje celkem	29 302,50	85 490,00	29 786,95	100,00%	100,00%	100,00%
Poplatek za kartu	264,00	264,00	402,00	0,90%	0,31%	1,35%
Poplatek za vedení účtu	40,00	97,00	40,00	0,14%	0,11%	0,13%
Nájem sokolovny	3 750,50	3 750,00	3 750,00	12,80%	4,39%	12,59%
Kancelářský materiál	850,00	-	-	2,90%	-	-
Kalendář	3 398,00	3 085,00	-	11,60%	3,61%	-
Hanácké boty	12 250,00	-	-	41,81%	-	-
Krojové doplňky	8 750,00	18 591,00	2 515,00	29,86%	21,75%	8,44%
Členský příspěvek Hanfos	-	1 850,00	1 850,00	-	2,16%	6,21%
Ušití krojů	-	50 853,00	15 929,75	-	59,48%	53,48%
Výběr do pokladny	-	7 000,00	-	-	8,19%	-
Zahraniční poplatek	-	-	250,00	-	-	0,84%
Figurka Hanačky	-	-	5 050,20	-	-	16,95%

Spolek využívá běžný účet a k tomu má vystavenou kartu, za niž platí poplatky. V roce 2018 se měsíční poplatky navýšily z 22,- Kč na 45,- Kč. Během roku 2019 je spolek rozhodnut vypovědět službu spojenou s kartou, protože celková roční výše poplatku je vysoká.

Členové nacvičují svá vystoupení v prostorách místní Sokolovny, která je spojena s platbou nájmu. Každý rok měl spolek stejné výdaje, rozdíl byl pouze v podílu na celkových výdajích.

Spolek využil v prvních dvou letech výrobu folklorního kalendáře, kde se nachází na každé stránce jiný folklorní soubor a tím dochází k jejich společné propagaci. Výdaje spojené s kalendářem druhým rokem klesly o 313,- Kč. Zaplacením nákladů na výrobu kalendáře obdržel spolek 30 ks kalendářů zadarmo.

Nejvyšším výdajem v roce 2017 i 2018 bylo ušití krojů. Ušily se nové fěrtochy a kordulky, jejichž hromadná suma činila 59,48 % a 53,48 % celkových výdajů. Zároveň byly pořízeny další krojové doplňky a v roce 2016 hanácké boty v částce 12.250,- Kč.

Spolek nejenom, že je součástí Místní akční skupiny, ale je členem i Hanáckého folklorního spolku tzv. HANFOS. Členy sdružení jsou folklorní soubory z Hané. Sdružení pomáhá souborům prostřednictvím poradenství např. v oblasti zavedení Instagramu nebo s poplatky OSA. Mimo jiné činnosti také zajišťuje festival setkání Hanáků v Čechách pod Kosířem, kterého se účastní i Národopisný soubor Pantlák, z.s.

Vysoký výdaj byl v roce 2018 za figurku Hanačky a s tím související zahraniční poplatek. Jedná se o umělecky ztvárněnou sochu, kterou vytvořil slovenský sochař. Replika ve zmenšené podobě byla za poplatek, který se platil na Slovensku. Byla to druhá nejvyšší položka celkových výdajů toho roku, podílela se na nich přibližně ze 17 %.



Obrázek 7 Socha Hanačky (Pantlek.7x.cz, © 2019)

Konečné stavy peněžního deníků jsou vypočítány jako suma počátečních stavů a příjmů, od nich se odečítají výdaje. Kdyby spolek neměl počáteční stavy, vypadaly by konečné stavy na pokladně i bance ve všech sledovaných obdobích tak, jak ukazuje tabulka č. 12.

Tabulka 12 Rozdíl příjmů a výdajů v roce 2016 – 2018 (Vlastní zpracování)

Položka	Rok		
	2016	2017	2018
Pokladna	-8 311	12 383	1 214
Banka	48 920,64	-60 484,48	9 389,81

Příjmy získané v roce 2016 na pokladnu nestačí k pokrytí všech výdajů. Stejná situace nastala v roce 2017 v rozdílu příjmů a výdajů banky. Spolu s počátečními stavy přenesených z minulých let byly konečné zůstatky pokladny a banky jiné.

Tabulka 13 Konečné stavy peněžního deníku za období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Položka	Rok		
	2016	2017	2018
Pokladna	20	12 403	13 617
Banka	71 715,53	11 231,05	20 620,86

Konečné stavy jsou ve všech letech kladné jak na pokladně, tak i na bankovním účtu spolku. Souvztažně s konečným stavem minulého období odpovídá počáteční stav běžného období.

Analýzou se zjistilo, že spolek hospodaří dobře. Pokud získá příjmy, platí jimi výdaje na udržení své činnosti. V opačném případě, by žádné výdaje mít nemohl. Snaží se dosahovat kladných zůstatků na pokladně i v bance, ze kterých čerpá další rok.

Pro získání příjmů musí využívat různé zdroje. Některé z nich jsou součástí následující podkapitoly. Spolek se může návrhy možných zdrojů inspirovat a pomocí jimi financovat svou činnost.

6.5 Další zdroje financování

Rozborem příjmů a výdajů vyplývá, že spolek potřebuje získávat finance hlavně z cizích zdrojů, protože příjmy z hlavní činnosti nestačí na zabezpečení jeho výdajů. V této podkapitole jsou uvedeny tři další zdroje, které spolek ještě nevyužil a mohl by jimi financovat svou rozmanitou činnost. Jeden druh zdroje byl již zmiňován ve SWOT analýze. Spolek může zavést hospodářskou činnost, která mu bude pomáhat získávat častěji příjmy a nejednalo by se o jednorázové peněžní prostředky jako u dotací.

6.5.1 Zavedení hospodářské činnosti

Hospodářská činnost je už výdělečná a spolek prostřednictvím ji dosahuje zisků. Jedná se o pravidelnost, proto musí být činnost ohlášená na živnostenském úřadě. Zavedení doplňkové činnosti znamená několik změn výhodných, ale i nevýhodných.

Nevýhodou je při ohlašování živnosti zaplacení správního poplatku ve výši 1.000,- Kč. Další ohlášení živnosti činí správní poplatek ve výši 500,- Kč. Za každé účetní období se musí podávat daňové přiznání zahrnující jak hlavní tak i doplňkovou činnost, takže velkou zátěží je administrativa, časová a finanční náročnost.

Výhodou je získání nového zdroje financování, který má každý rok přinést spolku zisky k zabezpečení hlavní činnosti. Při výpočtu daňové povinnosti může uplatnit podle ZDP § 20 odst. 7 položky snižující základ daně jako veřejně prospěšný poplatník. Uplatňováním položky snižující základ daně může nastávat nulová daň a spolek bude pouze podávat daňové přiznání (ČESKO, 1992).

Spolek musí svolat schůzi, na které odsouhlasí jako další zdroj financování vedlejší činnost spolku na základě živnostenského oprávnění a provede písemný zápis ze schůze. Předseda spolku nebo jeho zástupce v plné moci tuto činnost ohlásí na kterémkoliv živnostenském úřadě. Při ohlášení živnosti předkládá výpis ze spolkového rejstříku o tom, kdy spolek

vznikl, je zapsaný a bylo mu přiděleno IČ. Dále předloží zápis ze schůze, kde se odsouhlasila doplňková činnost a zaplatí správní poplatky. Po získání živnostenského oprávnění musí činnost nechat zapsat do spolkového rejstříku. Vykonávání ohlášené činnosti podléhá dani z příjmů.

Navrhovanou živností by byla živnost ohlašovací volná „Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“ s oborem činnosti:

- č. 41 – Výroba školních a kancelářských potřeb, kromě výrobků z papíru, výroba bižuterie, kartáčnického a konfekčního zboží, deštníků, upomínkových předmětů
- č. 48 – Velkoobchod a maloobchod
- č. 59 – Pronájem a půjčování věcí movitých
- č. 72 – Mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti
- č. 73 – Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí (ČESKO, 1991)

Náplní uvedených oborů mohou být činnosti jako např. výroba upomínkových předmětů (panenky z vařečky, korálkové ozdoby, dekorativní předměty), prodej DVD a fotek z vystoupení, prodej folklorního kalendáře z vlastních fotek, pronájem a půjčování krojů a rekvizit, pořádání kurzů nebo přednášek s tematikou folkloru a lidových tradic z Hané a pořádání Hanáckého plesu.

Z výše uvedeného vyplývá, že doplňková činnost za účelem zisku může být velmi rozmanitá. Spolek může vykonávat jednu nebo více z uvedených činností, protože jsou ohlašovány pod jednou živností ohlašovací volnou.

6.5.2 Dotace Ministerstva kultury



Obrázek 8 Logo MKČR (mkcr.cz, © 2019)

Ministerstvo kultury ČR každoročně vyhlašuje výběrová dotační řízení na následující rok. V rámci programu Regionální a národnostní kultura může spolek využít dotační výzvy

„Podpora tradiční lidové kultury“. Na rok 2019 již výběrové řízení bylo ukončeno v listopadu 2018, ale na rok 2020 budou výzvy teprve otevřeny. Když spolek nebude chtít propásnout šanci zažádat o dotaci, měl by v průběhu srpna sledovat stránky Ministerstva kultury ČR – granty a dotace. Nachází se zde ke stažení podmínky výzvy i formulář žádosti o dotaci.

Žadatelé dotace mají rozděleny tematické okruhy na kategorii A a B. Spolek dle podmínek spadá pod kategorie A, jejíž tematické okruhy jsou každý rok stejné:

- *dokumentace, identifikace a prezentace projevů tradiční lidové kultury*
- *zpravodajská a sběratelská činnost, zpracování záznamů, výzkumná činnost (nejedná se o podporu projektů ve smyslu zákona č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu a vývoje z veřejných prostředků a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů)*
- *shromáždování dokladů o projevech tradiční lidové kultury pro databáze*
- *dokumentace a záznamy tradičních technologií*
- *popularizace a prezentace shromážděných dokladů, výstavní činnost, předvádění technologií lidových řemesel*
- *podpora výjimečných edičních počinů (mkcr.cz, © 2019)*

Dotace se poskytuje pouze na neinvestiční náklady maximálně do výše 70 % kalkulované částky. Zbytek musí financovat spolek vlastními nebo jinými zdroji. Výsledky výběrových kol jsou zveřejňovány na webových stránkách MKČR. Podpora byla přidělena na rok 2019, např. Valašskému folklornímu spolku, Frenštát pod Radhoštěm na projekt Lidové tance z Rožnova a okolí - DVD záznam. Dotace na rok 2018 byla poskytnuta, např. Vyšehrad spol. s r. o., Praha 3, která financovala projekt České lidové pohádky I: Pohádky zvířecí a bajky. Výsledky výběrových řízení jsou na webu MKČR od roku 2010.

6.5.3 Grant Nadace ČEZ



Obrázek 9 Logo Nadace ČEZ (Nadace ČEZ.cz, © 2019)

Spolek může využít finanční podpory z Nadace ČEZ, která již podpořila Folklorní soubor Kadlůbek ze slovácké vesnice Korytná. Díky jejich příspěvku si soubor pořídil rukávce, fěrtůšky a kordulky pro teenagery ve věku od 14 do 19 let. Kroje si nechal soubor ušít podle tradičního vzoru slováckého kroje z obce Korytná.

Dřívější zkušenost s podporou Nadace Agrofert, kde spolek získal v roce 2016 grant, je užitečná k požádání o grant i Nadaci ČEZu.

Na webu nadace jsou vyhlašovaná grantová řízení a jedním z nich je otevřená podpora na rok 2019 „Podpora regionů“. Grantové řízení je zaměřeno na podporu veřejně prospěšných aktivit. Účelem mohou být podpory dětí a mládeže, zdravotnictví, sociální péče, osob s handicapem, vědy, vzdělání, kultury, sportu či životního prostředí.

Spolek může o podporu požádat během letošního roku, protože příjem žádostí je nastaven na dobu od 2. ledna do 31. prosince 2019. Oprávněnými žadateli jsou právnické osoby ČR, což spolek je a maximální výše příspěvku není stanovena. Pouze v podmínkách je zmínka k částce grantu rovna nebo vyšší než 250.000,- Kč, že žadatel bude povinně ověřen auditorem.

Žádosti o grant se posílají pouze přes vyplněný elektronický formulář na webu nadace. Písemné nebo jiné formy žádostí nejsou automaticky zařazeny do výběrového kola. Další komunikace mezi žadatelem a nadací je přes e-mail.

Nadace ČEZ uvádí spolu s podmínkami nadačního příspěvku také návod k vyplnění žádosti. Oba dokumenty jsou k nahlédnutí u otevřeného grantového řízení „Podpora regionů“. Spolek jako žadatel se musí zároveň seznámit s dalšími dokumenty v sekci „Pro žadatele/příjemce“, kde jsou průvodci pro obě kategorie osob a také ke stažení rozpočet nadačního příspěvku jako důležitá součást žádosti.

Spolek může využít k financování svého projektu i EPP aplikaci pomáhej pohybem. Dopředu si domluví cílovou částku s nadací, kterou mu poskytne po získání určité výši bodů. *Aplikace zaznamenává pohyb uživatele (např. chůze, běh, jízda na kole, lyžování, ale třeba i běh na běžícím pásu v tělocvičně) a kromě běžných údajů o rychlosti, čase, tempu či vzdálenosti také generuje body. Tyto body může uživatel kdykoli věnovat některému z aktuálně nabízených projektů neziskových organizací, škol nebo obcí.* Uživatelé svým pohybem pomáhají nashromáždit dopředu stanovené body za daný čas. Nadace aplikaci používá už čtvrtým rokem. Pokud spolek chce využít této formy financování, musí se stejně přihlásit o nadační příspěvek jednoho z grantových řízení.

EPP aplikace pro uživatele je zadarmo, může ji využívat kdokoli anonymně nebo pomocí registrace přihlášením přes e-mail nebo Facebook. Aplikace nepotřebuje připojení k internetu pouze, když chce uživatel přispět svými body na konkrétní projekt (Nadace ČEZ.cz, © 2019).

7 ANALÝZA CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ

V ČR existují čtyři odměnové crowdfundingové portály. Trh zaznamenal v minulých letech obrovský boom odměnových crowdfundingových portálů, ale musely svou činnost již ukončit. Mezi dosud nejznámější a nejvyužívanější platformy patří Hithit.cz a Startovač.cz.

Dalším portálem je Peněždroj.cz, který využívá nejen odměnového crowdfundingu, ale je spojený i s podílovým crowdfundingem. Specificky vytvořený je Sportstarter.cz sloužící výhradně pro podporu sportovců, jejichž přispěvateli jsou nejčastěji fanoušci.

Mezi méně úspěšnými se stal portál Nakopni.me založený v roce 2011, který je dočasně nedostupný. Má vypsanou nabídku k prodeji pro možné investory. Investora nebo možného majitele hledá i Peněždroj.cz, oproti Nakopni.me má web dostupný, ale nemá žádnou zaznamenanou aktivitu v oblasti nového spouštění kampaní. Konec činnosti zaznamenali portály jako Fondomat, Kreativcisobe.cz, Everfund.cz, Katalyzátor.cz a Odstartováno.cz (Tyinternety.cz, © 2019).

Projekt spolku není zaměřen na sport, proto se další kapitoly nebudou věnovat portálu Sportstarter. Nejdříve je potřebné seznámení s dostupnými portály, kterými jsou Hithit a Startovač. Účelem srovnání odměnových crowdfundingových portálů je najít z nich jeden vyhovující pro vytvoření kampaně na stanovený projekt Národopisného souboru Pantlák, z.s.

7.1 Údaje o Hithitu

Hithit je jedním z portálů v ČR umožňující hromadné financování projektů pomocí internetové sítě. Byl založen jako právnická osoba, jejíž právní formou je společnost s ručením omezeným. Na webových stránkách po registraci si fyzická i právnická osoba může vytvořit kreativní projekt.

Portál pro odměnový crowdfunding byl založen roku 2002 a je často používaným i jedním z nejznámějších mezi veřejností. Zájemce s nápadem, který chce financovat, najde všechny potřebné informace o portále i jednotlivých krocích k založení projektu na jejich stránkách.

Tým Hithitu je devítičlenný a svou činnost v oblasti crowdfundingu má rozšířenou pro slovenské zákazníky usilující o finanční podporu (Hithit.cz, © 2019).

7.2 Údaje o Startovači

Startovač je provozován od roku 2013 společností Army of Darkness, s.r.o. Spolu s Hithitem je druhým portálem, který je v ČR nejvyužívanějším a nejznámějším. Dostupný je i pro slovenské kampaně stejně jako Hithit.

Fyzická nebo právnická osoba, která chce založit kampaň, se musí nejdříve registrovat na webu. Nelze zakládat kampaně k účelům charitativním, porušujícím zákony, financovaných danou osobu, neuskutečnitelných nebo neslušných (Startovač.cz, © 2019).

7.3 Crowdfunding v ČR

Chce-li fyzická osoba či organizace založit kampaň, nejprve by měla znát odpověď na otázku, zda je odměnový crowdfunding úspěšný i u nás. Využití crowdfundingu pro financování vlastních záměrů nelze, pokud o to nikdo nejeví zájem nebo jej zná malý počet lidí, který nemusí docílit výběru požadovaného objemu peněžních prostředků. Následující rozbor zodpovídá otázku: Jsou úspěšné odměnové crowdfundingové portály v ČR?

Hithit i Startovač shromažďují údaje o nejúspěšnějších kampaních podle procenta vybrané částky. Prostřednictvím zkoumaných pěti kampaní každého portálu, se objasní tvrzení, jestli je úspěšný odměnový crowdfunding nebo není.

Tabulka 14 Pět nejúspěšnějších kampaní ze Startovače (Startovač.cz, © 2019, Vlastní zpracování)

Název projektu	Kategorie	Cílová částka	Vybraná částka	Počet odměn	Počet startérů	Úspěšnost
Anarchokapitalismus	Knihy	65 536 Kč	656 562 Kč	11	962	1001%
RE-PLAY staví nové studio!	Hry & Apps	200 000 Kč	1 173 650 Kč	24	1 193	586%
Trabantem napříč Tichomořím	Film & Video	500 000 Kč	2 817 765 Kč	20	3 869	563%
VYBUDOVÁNÍ INDIAN STUDIA 2.0	Hry & Apps	20 000 Kč	110 407 Kč	13	209	552%
Deskofobie (druhá série)	Hry & Apps	10 000 Kč	52 519 Kč	11	108	525%

Podle tabulky č. 4 lze usuzovat, že kampaně na Startovači jsou úspěšné. Získání větší částky peněžních prostředků znamená pro autory projektů více startérů (příspěvatelů), kterým musí zasílat odměny po skončení časového limitu kampaně. Počet odměn za příslušný příspěvek není rozhodujícím, jako spíše zaujetí záměrem, kterého se chce dosáhnout. Tři z pěti procentně nejlepších kampaní byly Hry & Apps.

Tabulka 15 Pět nejúspěšnějších kampaní na Hithitu (Hithit.cz, © 2019, Vlastní zpracování)

Název projektu	Kategorie	Cílová částka	Vybraná částka	Počet odměn	Počet příspěvatelů	Úspěšnost
Barefoot konopné tenisky Bohempia	Design, Móda	490 000 Kč	3 962 664 Kč	12	1 636	808%
Footshop pro Sportovci Hrdinům	Móda	50 000 Kč	359 252 Kč	19	1 333	718%
štokrle záchodová stolička boří střevní tabu	Design	75 000 Kč	465 378 Kč	22	333	620%
SKINNERS - botky do kapsy	Design, Móda	90 000 Kč	542 051 Kč	11	503	602%
The Žurnál Diár pre hrdinov na každý deň	Design	51 300 Kč	267 760 Kč	10	475	521%

Kampaně na Hithitu jsou také úspěšné, ale v některých případech počet příspěvatelů je nižší u vyšší částky. Neplatí pravidlo, že s navyšující se vybranou částkou se rovnoměrně navyšuje počet příspěvatelů. Úspěšnost je v porovnání se Startovačem lepší, i když nejúspěšnější kampaní ze všech byla právě ta na Startovači s 1.001 %. Z tabulky se dají vyčíst i jiné podmínky Hithitu v oblasti nastavování kategorie, protože dva projekty mají nastavené více než jednu kategorii. Zdánlivě se jeví možnost volby dvou nebo více kategorií u projektů na Startovači, avšak Hry & Apps jsou pouze dvě oddělaná slova vystihující právě jednu kategorii. Na Hithitu se top pět projektů nacházelo v kategorii Design nebo Móda, ve dvou případech byly zvoleny oba zmiňované druhy.

Posouzením nejúspěšnějších kampaní na Startovači i Hithitu lze tvrdit, že v ČR je možné využít odměnový crowdfunding pro financování různých cílů. Podle stanovených počtů odměn z ukončených projektů na portálech, je dobré volit mezi deseti až dvaceti různě ohodnocenými odměnami. Vyšší požadované částky autoři volili většinou takovou, aby opravdu pokryla jejich kalkulované výdaje. Příkladem jsou dva nejnižší ohodnocené projekty ze Startovače, kdy autoři kampaní požadovali na zrealnění 10.000,- Kč a 20.000,-

Kč. První z nich byla na financování materiálu pro online pořad, druhá byla na vybudování studia.

7.4 Srovnání odměnových crowdfundingových portálů

Předchozí kapitola doložila, že v ČR jsou odměnové crowdfundingové kampaně úspěšné a známé mezi veřejností s ohledem na počty přispěvatelů. Fyzická osoba nebo organizace může využít této formy k financování svých záměrů. Pro nastavení kampaně je potřeba vybrat jeden ze dvou crowdfundingových portálů, které jsou k tomu dostupné. Výběr vhodného portálu závisí na určitých kritériích. Požadavky kladené na portál byly stanoveny pro potřebu konkrétního projektu zadaného vybraným spolkem:

- jakého typu jsou projekty zakládány
- volby časových intervalů pro trvání kampaní
- jaké jsou poplatky a provize
- jaká je úspěšnost kampaní

7.4.1 Model

Oba odměnové crowdfundingové portály Hithit i Startovač využívají modelu financování „Všechno nebo nic“. Znamená to, že autor projektu musí využít všech svých možností a znalostí, aby jeho projekt vytvořený na jednom z portálů byl úspěšný. Úspěšnost se odráží v získání stanovené peněžní částky na realizaci projektu od širokého počtu přispěvatelů. Projekt, který této částky nedosáhne, končí neúspěchem a autor projektu nezískává ani nashromážděné příspěvky tvořící nižší obnos. Příspěvky se po skončení časového limitu projektu vrátí přispěvatelům.

7.4.2 Provize a poplatky

Provize a poplatky si oba crowdfundingové portály strhávají z úspěšných kampaní. Podle ceníku na Hithitu je sazba orientována podle dvou mezníkových částek.


Úspěšný projekt		
Provize	Z projektů s cílovou částkou do 200 000 Kč nebo do 7500 €	9 % (+ DPH dle zákonné výše) z celkové vybrané částky Projektu + 699 Kč administrativní poplatek
	Z projektů s cílovou částkou nad 200 000 Kč nebo nad 7500 €	Individuální
Transakční poplatky (projekty v CZK)	Všechny platby	1,5 % + 1 Kč
Transakční poplatky (projekty v EUR)	Všechny platby	1,5 % + 0,10 €
Neúspěšný projekt		
Provize	Žádná provize	
Transakční poplatky	Bez poplatků	

Obrázek 10 Ceník poplatků a provizí Hithitu (Hithit.cz, © 2019)

Provize do 200.000,- Kč je stanovena na 9 %, k tomu se odečítá daň z přidané hodnoty a administrativní poplatek ve výši 699,- Kč. Projekty s cílovou částkou nad 200.000,- Kč mají provizi počítanou individuálně. Transakční poplatky jsou dané na všechny typy plateb 1,5 % plus 1,- Kč. Startovač má ve svých podmínkách vystavený ceník s odlišnými sazbami.

Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 500 000 Kč nebo 20 000 EUR	5 %
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 50 000 Kč nebo 2 000 EUR	7 %
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je nižší než 50 000 Kč nebo 2 000 EUR	9 %

Provize Provozovatele

Transakční poplatek při platbě kartou na úspěšný projekt	2 % z Kč příspěvku / 2,2 % + 0,1 EUR z EUR příspěvku 
Transakční poplatek při platbě převodem na úspěšný projekt	0 Kč / 0 EUR
Transakční poplatek při platbě PayPal na úspěšný projekt	3,4 %** z příspěvku + 10 Kč, resp. 0,35 EUR z příspěvku
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť T-Mobile CZ	10,89 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Vodafone CZ	15,25 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Telefónica CZ	15,73 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť U:fon	19,36 %

Tabulka poplatků pro jednotlivé platební metody

**Jedná-li se o mezinárodní příspěvek, může být v závislosti na podmínkách PayPal procentní sazba poplatku až 4,9 %.

Poplatek při vrácení platby kartou	0 Kč / 0 EUR
Poplatek při vrácení platby převodem z účtu*	0 Kč / 0 EUR
Poplatek při vrácení platby PayPal	0 Kč / 0 EUR

Obrázek 11 Ceník poplatků a provizí Startovače (Startovač.cz, © 2019)

Startovač dělí provizi až na tři sazby. Vybrané částce z projektů do 50.000,- Kč odpovídá výše 9 %. Částce nad 50.000,- Kč již 7 % a cílové částce rovné nebo vyšší 500.000,- Kč činí provize 5 %. Další srážky jako u Hithitu administrativní poplatek nebo DPH nejsou stanovené. Liší se i transakční poplatky, které jsou podrobněji rozepsány ke každému typu platby. Účetní převod je nejvýhodnější formou platby, protože za něj si Startovač nevezme žádné procento transakčních poplatků. Poplatek z platby kartou je 2 % z každého příspěvku, nebo při platbě PayPal způsobem 3,4 % z příspěvku. SMS platby jsou stanoveny odlišně na základě operátorů, kde nejlevnější je T-Mobile a nejdražší U:fon.

Pokud projekt není úspěšný, vrací se došlé platby zpět příspěvateľům, kromě SMS plateb možných přes Startovač, které zůstávají portálu na jeho potřeby. Žádný ze jmenovaných portálů při vracení plateb nestrhává transakční poplatek, když se cílová částka nenaplní (Startovač.cz, © 2019;Hithit.cz, © 2019).

7.4.3 Časový limit

Hithit dává možnost nastavení dvou časových limitů na projekty 30 nebo 45 dnů. Limity se nemohou měnit bez souhlasu portálu (Hithit.cz, © 2019).

Startovač oproti Hithitu má výběr z více možností. Čas se může nastavovat na 15, 30, 42 nebo 60 dnů bez udávání změn v průběhu projektu (Startovač.cz, © 2019).

7.4.4 Úspěšnost kampaní

Kampaně na Startovači bývají z 59 % úspěšné. Hithit uvádí úspěšnost kampaní kolem 45 %, tedy méně než u Startovače a méně než polovina úspěšnosti. Strategie Startovače je podporovat klienty k vytvoření projektů, aby byly úspěšné. Hithit spíše podporuje zakladatele kampaní k získání co největší částky peněžních prostředků.

Odvíjí se od toho i propagace kampaní, kdy Hithit umožňuje svým jménem zveřejňovat kampaně za poplatek ve svých obchodních podmínkách. Startovač takovou možnost neuvádí, ačkoliv občas přes svůj facebookový profil některou kampaň sdílí veřejně (Hithit.cz, © 2019;Startovač.cz, © 2019).

7.4.5 Druh kampaně

Jediný Startovač dává možnost kromě tvorby kampaní na stanovený počet dnů, založit kampaň v podobě tzv. patrona. Odlišnost je v průběhu projektu. Jedná se o opakovatelné

nebo dlouho trvající události a akce, např. pořádání přednáškových cyklů. Přispívání u patrona je periodické a ne jednorázové jako u běžných kampaní.

Zároveň u tohoto odlišného typu kampaně se nepracuje s modelem „Všechno nebo nic“, ale autor projektu získává jakoukoliv částku, kterou mu během měsíce přispěvatelé poskytli. Přispěvatel může platit na projekt stejnou částku každý měsíc nebo poslat pouze příspěvek za jeden měsíc (Startovač.cz, © 2019).

7.4.6 Úspěchy podobných kampaní

Hithit nebyl zatím využit pro sestavení podobné kampaně. Oproti tomu Startovač využil jiný folklorní soubor Česká beseda Kruščice. Soubor se snaží předávat české tradice a jeho pojmenování Kruščice je podle hrušky, které se v Srbsku říká kruška. Název kampaně byla „Kruščice na startu“ a cílem bylo vybrat 200.000,- Kč na ušití nových krojů pro cca 16 tanečnicků. Projekt skončil úspěchem splnění částky 242.895,- Kč, která byla o 21 % vyšší než cílová (Startovač.cz, © 2019).

7.5 Výběr vhodného crowdfundingového portálu

Na základě výše dostupných informací, plynoucích z provedené analýzy crowdfundingových portálů se vybral pro založení kampaně Startovač.cz.

Startovač byl zvolen kvůli splnění podstatných kritérií, jimiž jsou:

- nízké procento nákladů na provize
- přehledné uspořádání stránek jednotlivých kampaní na webu
- záměr podporovat, aby založená kampaň byla úspěšná

Výhodou Startovače oproti Hithitu byl i fakt, že před realizací kampaně pro vybraný spolek, se uskutečnila podobná kampaň, která byla úspěšná.

8 NÁVRH ODMĚNOVÉHO CROWDFUNDINGU

K využití crowdfundingu jako možného způsobu financování spolku je potřeba mít stanovený cíl, kterého chce spolek prostřednictvím získaných prostředků dosáhnout. Ať je to nový nápad, jednorázová nebo dlouhodobější činnost či jiný projekt, musí být jasně charakterizovaný. Crowdfunding oslovuje širokou veřejnost, proto konkretizace kampaní je důležitá k pochopení, na jaký účel jsou finanční prostředky vybírány. Cílem Národopisného souboru Pantlák, z.s. je podpořit ušití krojových částí, na které každoročně posílá žádost o dotaci.

8.1 Založení kampaně

Zaregistrování uživatele na Startovači předchází vytvoření projektu. Registrace je snadná přes webovou stránku, na které je k dispozici registrační okno. Samotná registrace se dá provést přes Facebook či e-mail. Registrací se na Startovači vytvoří osobní účet a opětovné otevírání účtu je za pomoci přihlášení na stránce.

Zakládat projekty nebo kampaně mohou pouze osoby přihlášené. Naopak přispěvatelé oproti zakladatelům projektů nemusí být zaregistrováni. Přitom uvádějí podobné informace jako registrované osoby (e-mail a kontaktní údaje). Přispěvatelé neboli startéři informace uvádí kvůli doručení odměny. Pokud nechtějí zveřejňovat jméno u svého příspěvku, které je součástí přehledu u všech založených projektů, mohou vystupovat jako anonymní osoby.

Po registraci a přečtení podmínek fungování na Startovači je možné založit projekt. Model fungování projektů je „všechno nebo nic“. Pokud projekt neuspěje (nevybere se cílová částka), vrací se dosavadní příspěvky zpět těm, kdo jej poslali. Následující tvorba kampaně musí tento fakt brát na zřetel a vhodným nastavením všech parametrů cílit na úspěšné zakončení odstartovaného projektu.

8.1.1 Jaký je cíl projektu

Důležitým krokem před zahájením tvorby kampaně je mít připravený účel, který bude vystihovat cíl kampaně. V případě Národopisného souboru Pantlák, z.s. bylo potřeba určit částku na zaplacení nového ušití jedné části kroje. Postupem let se k souboru přidávají nové členové a mezi nimi jsou samozřejmě i děti, které společně s ostatními vystupují na folklorních akcích. Kroje, potřebné jako oděv při vystoupeních, má soubor zapůjčené

nebo jsou jeho vlastnictvím. Každý člen potřebuje svůj vlastní, a proto se každoročně spolek zúčastňuje výběrových řízení a žádá o dotaci kraje.

Děti v souboru každým rokem rostou a mají stávající kroje malé. Nemusí jim být vhodné ani kroje poděděné od jiného člena kvůli rozdílným tělesným rozměrům. Součástí výbavy jsou i vhodné boty, které se nechávají podobně vyrábět na zakázku pro konkrétního člena. Spolek poskytuje svým členům oděv a doplňky, které k němu patří na základě dochovaných informací o krojích tradičně nošených na Hané zdobené ruční výšivkou. Když je cíl projektu daný a je vybrán crowdfundingový portál může se začít chystat kampaň tak, aby zaujala veřejnost k její podpoře a povedl se celý projekt.

8.1.2 6 kroků k odstartování

Projekt se zakládá šesti kroky. Jednotlivé kroky obsahují povinné údaje, které Startovač požaduje k upřesnění samotného projektu. Zapsané informace lze ukládat a opětovně se k nim později vracet, proto je možné pozdější chystání odměn, videí, fotek a dalších materiálů. Když je projekt v rozpracované podobě dlouhou dobu, Startovač vyzve autora projektu k jeho dokončení. Vhodnější je před zakládáním kampaně mít všechny materiály k dispozici. Spolek žádný z materiálů připravené neměl. Projektové části se zpracovávaly za pochodu, což vedlo k časovému posunu zahájení celé kampaně o několik dnů. Samotná kampaň se odstartovala 17. září 2018.

8.1.2.1 První krok

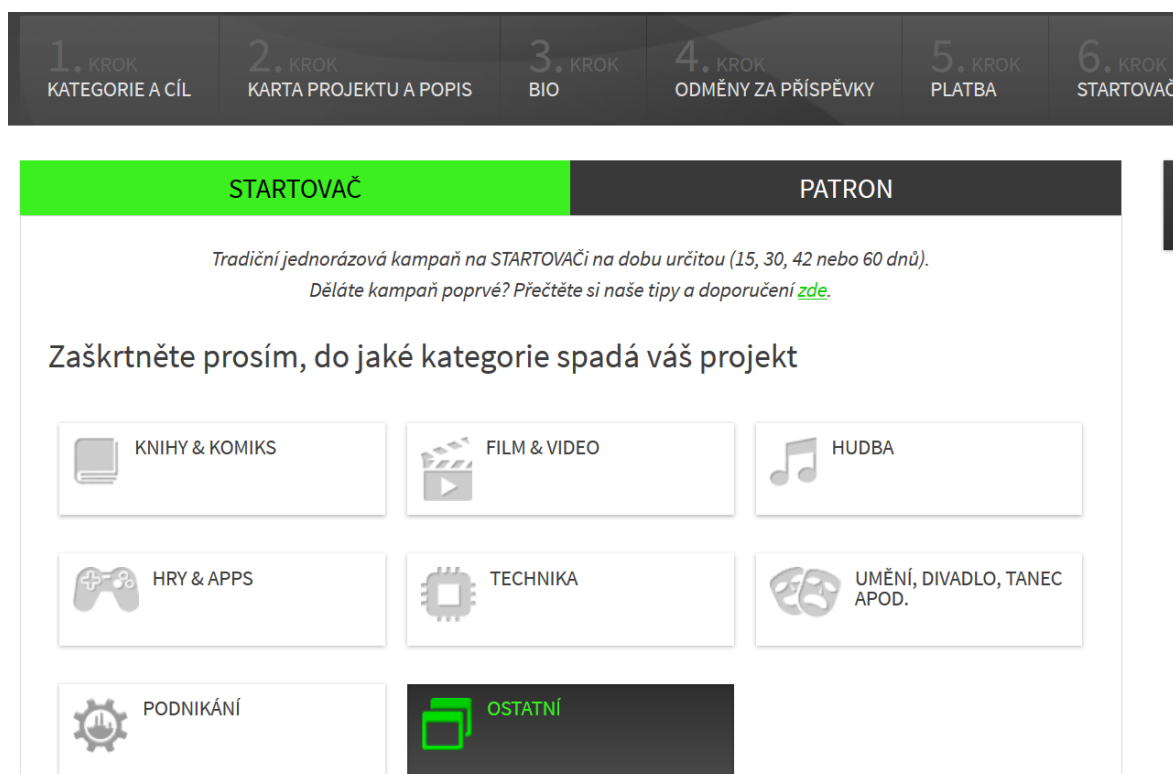
Nejdříve se vyplňuje karta „Kategorie a cíl“, kde se volí doba kampaně jako jednorázová nebo na delší období s měsíčními příspěvky. Založení kampaně jako patrona s sebou nese vytvoření tří cílů s konkrétními peněžními částkami, projekty nejsou omezeny časovým intervalem.

Jednorázová kampaň byla vybrána jako vhodnější způsob získání rychlého finančního prostředku, kterým chtěl spolek později financovat své výdaje. Startovač sám autory vede k adekvátnímu vyplnění všech polí. První se vybírá kategorie, do které projekt nejvhodněji patří. Vybrat se může pouze jedna z nabízených:

- knihy a komiksy
- film a video
- hudba
- hry a apps

- technika
- umění, divadlo, tanec, apod.
- podnikání
- ostatní

Ušití krojových částí se vyřazovací metodou zařadilo pod kategorii ostatní. Jiné nabízené kategorie nesouviseli s cílem projektu.



Obrázek 12 Výběr kategorie v prvním kroku (Startovač.cz, © 2019)

Když je kategorie zvolena, může se určit cílová částka. Cílová částka byla stanovena tak, aby pokryla všechny výdaje spojené s ušitím krojové části i s poplatky a provizí Startovači. Nebylo jisté, jak široký okruh podporovatelů daný projekt osloví, proto se spolek rozhodl pro větší opatrnost. Zvolila se pouze menší částka, která by stačila pokrýt ušití jedné části krojového oděvu. Nechala se na přispěvatelích otevřená možnost dalšího přispění nad požadovaný cíl, který by posloužil k ušití i druhé krojové části. Cílová částka byla nastavena na 15.000,- Kč.

Tabulka 16 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)

Údaj	Částka (v Kč)
Cílová částka	15 000,00
Provize	1 350,00
Transakční poplatek platební karta	300,00
Transakční poplatek PayPal	0,00
Platba převodem	0,00
Konečná částka	13 350,00
Výdaje na odměny	1 350,00
Předpokládaný výdaj na část kroje	12 000,00

Předpokládaný výdaj, který pokryje ušití krojové části (fěrtochu) se stanovil na 12.000,- Kč. Kdyby skutečný výdaj byl vyšší, spolek byl rozhodnut dorovnat rozdíl jiným finančním zdrojem. Startovač provizi počítá z úspěšného projektu, proto rozpočítání všech výdajů bylo metodou shora. Provize je počítána z dostupného ceníku na Startovači. V ceníku se uvádí tři stupně provizí, protože cílová částka projektu byla stanovena na 15.000,- Kč, počítala se výše provize 9 %. Sazba odpovídá projektům, jejichž vybraná cílová částka nepřesahuje 50.000,- Kč.

Startovač v ceníku zahrnuje dva transakční poplatky, které se počítají z příspěvků placené formou platební karty nebo PayPal. Tabulka č. 16 uvádí pouze transakční poplatek platební kartou a to odhadem, kdyby se celá cílová částka zaplatila jedním typem platební metody.

Druhá platební metoda je využita pro výpočet v tabulce č. 17. Opět se kalkuluje s možností zaplacení cílové částky využití pouze přes PayPal.

Tabulka 17 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)

Údaj	Částka (v Kč)
Cílová částka	15 000,00
Provize	1 350,00
Transakční poplatek platební karta	0,00
Transakční poplatek PayPal	510,00
Platba převodem	0,00
Konečná částka	13 140,00
Výdaje na odměny	1 140,00
Předpokládaný výdaj na část kroje	12 000,00

Obě varianty výpočtu ukazují, že stanovená cílová částka může pokrýt veškeré výdaje, aby zbyla požadovaná část finančních prostředků k realizaci projektového cíle. Zároveň se využití platební metody PayPal jeví jako méně výhodné, protože si za ni Startovač účtuje větší procento transakčního poplatku. Předpokládané výdaje na odměny by musely být o 210,- Kč nižší, což může vést k problému jejich financování.

Nulový transakční poplatek je nastaven pro platbu převodem. Kdyby každý z přispěvatelů využil pouze této metody, získané peněžní prostředky na odměny by byly vyšší o 510,- Kč než u metody PayPal nebo vyšší o 300,- Kč než u metody platební kartou.

Tabulka 18 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)

Údaj	Částka (v Kč)
Cílová částka	15 000,00
Provize	1 350,00
Transakční poplatek platební karta	0,00
Transakční poplatek PayPal	0,00
Platba převodem	0,00
Konečná částka	13 650,00
Výdaje na odměny	1 650,00
Předpokládaný výdaj na část kroje	12 000,00

Plánováním cílové částky vyplývá, že výdaje na odměny mohou být minimálně 1.000,- Kč. Na základě dalších poplatků se maximální výše mění. Skutečnost, že odměny nemají překročit téměř 2.000,- Kč na nákladech, se brala v úvahu při jejich plánování.

Startovač umožňuje další z platebních metod, kterou je posílat peněžní příspěvky přes SMS zprávy. Spolek možnost nevyužil a nechal platby pouze bankovním převodem, platební kartou a PayPal. Platba přes SMS je omezena na 100,- Kč, a když projekt skončí neúspěšně, došlé peníze si nechává Startovač.

Následně se volí časový limit. Na výběr jsou čtyři možnosti, do 15, do 30, do 42 a do 60 dnů. Patnáct dnů bylo moc krátké období a šedesát zbytečně dlouhé. Zvoleno bylo období 42 dnů. Zároveň byla vysoká pravděpodobnost, že ve stanoveném intervalu bude projekt dostatečně propagován, aby našel tolik přispěvatelů k úspěšnému zakončení. Vyřazením eventuality 30 dní bylo proto, že se počítalo s výhodou o 12 dnů delší časové hranice. Současně spolek s realizací projektu natolik nespěchal, takže mu stanovený termín vyhovoval.

Poslední částí v prvním kroku je volba, zda jde o projekt podnikatelský. Získávání podpory na podnikání nebylo cílem projektu, proto nebyla tato možnost zvolena. Národopisný soubor Pantlák, z.s. je neziskovou organizací a rozporovalo by to s jeho právní formou založení.

Jaká je vaše cílová částka? Kolik budete potřebovat na spuštění vašeho projektu?

15000 Kč

Premium SMS

SMS příspěvky
Souhlasím, aby bylo možné na projekt přispět SMS platbou.

Jaký je váš časový limit?

Do 60 dnů
ode dne spuštění

Do 42 dnů
ode dne spuštění

Do 30 dnů
ode dne spuštění

Do 15 dnů
ode dne spuštění

Podnikatelský projekt

Podnikatelský projekt
pro získání prostředků na podnikání

[ULOŽIT A PŘEJÍT NA DALŠÍ KROK](#)

Obrázek 13 Další výběr znaků v prvním kroku (Startovač.cz, © 2019)

8.1.2.2 Druhý krok

Ve druhém kroku je „Karta projektu a popis“, zapisují se základní údaje o chystaném projektu. Popis projektu obsahuje malý obrázek, ten uvidí každý po zahájení na webu Startovače. Znovu se objeví informace, pod jakou kategorií je projekt zařazen. Důležitou součástí je název projektu. Vytváří se krátký popis, odkaz na video nebo obrázek a rozepíše se popis projektu.

Malý obrázek na úvod projektu se pro konkrétní spolek vybral tematicky. Byla zvolena fotka se všemi členy Národopisného souboru Pantlák, z.s. v krojích. Příspěvatelům mohla již po vstoupení na stránku Startovače signalizovat, komu budou přispívat na projekt.

Název projektu bylo těžké stanovit, protože má vystihovat současně cíl projektu. Respektive každý má mít před otevřením projektu jasno, o čem projekt nejspíš bude. Na název je omezený počet znaků, který je max. 50 znaků. Pro projekt spolku se podařil velmi originální a výstižný název vytvořit a to: „Kroje nám sluší jenom je ušít“.

Krátký popis, který spolu s malým obrázkem vidí uživatelé na Startovači v úvodu webové stránky, zněl: „Folklór, tradice, tanec, to je naše radost! Pomozte podpořit Národopisný soubor Pantlák, z.s. k ušití krojových doplňků, které jim jsou malé či chybí.“

Odkaz na obrázek by byl málo, proto se vytvořilo video na Youtube. Startovač uvádí také možnost vkládat odkazy videí vytvořených na Vimeo nebo Stream. Spolek oslovil na vytvoření videa dobrovolníka, který jej za pomoci fotek i videí z proběhlých akcí nastříhal. Video bylo dostupné k přehrání pod názvem „Národopisný soubor Pantlák, z.s. - video na startovač“.

Samotný popis projektu musí obsahovat informace, odpovídající na otázky Kdo?, Co?, Proč?, Kde?, Kdy?. Ve formuláři k popisu se mohou různě kombinovat obrázky s textem. Text se může ozvláštnit barvou, kurzívou nebo tučným zvýrazněním a měnit jeho velikost. Mezi text lze používat odkazy na jiné stránky. I v projektu „Kroje nám sluší jenom je ušít“ se využily formátové úpravy textu spolu s vloženými obrázky a odkazem na webové stránky spolku. Text byl sepsán podle rad Startovače, aby co nejpřesněji a pravdivě zodpovídal otázky Kdo, Co, Proč, Kde a Kdy. Text klade důraz spíše na stručnost informací, které zároveň doplňují fotky poskytnuté spolkem.

Na co vlastně přispíváte?

Značnou část souboru Pantlák tvoří dospívající mládež, které jsou současné kroje malé nebo jí chybí. Soubor využívá generační kroje. Kroje jsou z části majetkem MKS Němčice nad Hanou nebo soukromým majetkem. Mají podobu původních - tradičních krojů, zdobených ruční výšivkou. Z uvedeného důvodu soubor hledá další finanční prostředky k obstarání dílčích doplňků. Každoročně si nechává ušít doplněk kroje z poskytnutých grantů. Letos jdou s novým trendem a chtějí peněžitou částku vybrat přes startovač.

Cíl 1: 15 000 Kč

Získáním této částky pomůžete k pokrytí nákladů na ušití krojové zástěry - fěrtochu.

Cíl 2: 30 000 Kč

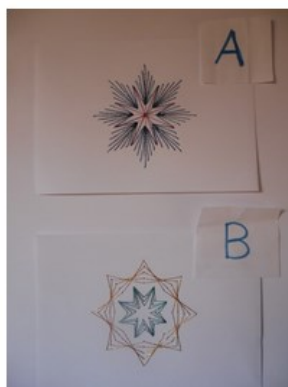
Získáním této částky pomůžete k ušití krojové vesty - kordulky.



Obrázek 14 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)

První část popisu projektu vysvětluje otázky Co a Proč. Otázka na co se cílová částka vybírá je důležitá, proto je v úvodu popisu. Přispěvatelé chtějí vědět účel projektu dříve, než na něj přispějí. Startovač při posuzování projektu sám požadoval tuto skutečnost uvést na první místo, aby přispěvatelé neměli potíže s hledáním informace v celém textu.

Přispěním částky 300 Kč si můžete vybrat za odměnu zaslání vánočního přání. Na obrázku jsou vyšíváné motivy pro každý typ. Tak neváhejte, je jich omezené množství!



Obrázek 15 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)

Z obrázku č. 12 je patrné také využití popisu na ukázkou jedné z odměn, která je spolu s ostatními odměnami tvořena ve čtvrtém kroku. Odměna zahrnovala dvě rozdílné podoby, kdy si mohli přispěvatelé vybrat jednu z nich a měli reálnou představu, jak bude vypadat.

Charakteristika souboru

Folklórní Národopisný soubor Pantlák, z.s. působí v Němčicích nad Hanou od roku 1991. Soubor byl pojmenován podle svatebního čepce hanácké nevěsty.



Soubor Pantlák má 24 členů, kteří pocházejí z Němčic nad Hanou a blízkého okolí.



Obrázek 16 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)

Následovala charakteristika souboru jako odpověď otázky Kdo, která je obsažena na obrázku č. 13 i 14. Otázky Kde a Kdy samotného projektového cíle nemohly být zahrnuty, jelikož se nejednalo o venkovní akci. Avšak obrázek č. 14 navazuje na otázky Kde a Kdy v souvislosti s činností provozovanou Národopisným souborem Pantlák, z.s.

Akce a účinkování souboru

Soubor Pantlák vystupuje nejen na území České republiky, ale i v zahraničí.

U nás doma již představil řadu tradičních vystoupení jako Dožínky, Jízda králů, Hanácké právo, regionální besedy, Tryznový tanec, žně, aj.

Zúčastnil se Hanáckých dnů ve Vyškově, při kterých padl český rekord v počtu krojovaných tanečniců. Tanečnici z několika souborů tančili Hanáckou besedu a rekord byl zapsán i v Guinnessově knize rekordů.



Pochlubit a ukázat náš folklór jel i za hranice. Navštívil Polsko, Německo, Francii, Chorvatsko, Rakousko a Švédsko.

Úspěchy:

Příbrav - Pionýrský sedmikvítek (soutěž folklórních tanců)

2014, 5. kategorie - 1. místo

2016, 5. kategorie - 1. místo

2017, 5. kategorie - 2. místo

Pokud chcete soubor vidět na živo máte jedinečnou příležitost 28.9. 2018 při Hodové mši v Nezamyslicích.

<https://pantlek.7x.cz/rubriky/o-nas>

<https://www.facebook.com/Pantl%C3%A9k-zs-134364549992991/>

Obrázek 17 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)

8.1.2.3 Třetí krok

Třetí krok „Bio“ je vypsání údajů o zakladateli projektu. Vždy po zahájení kampaně je k ní stanovený autor, který má zveřejněný na sebe kontakt pro případné dotazy příspěvateľů. Poskytnuté informace prokazují důvěru/nedůvěru odstartovaného projektu. Druhou cestou komunikace s autory projektu nebo mezi příspěvateľi je možnost využití psaných komentářů k odstartované kampani. Pro napsání komentáře se musí přihlásit na Facebook, čímž jsou v nevýhodě lidé, kteří Facebookový účet nemají založený.

V sekci „Bio“ se přidává obrázek, nejčastěji fotka autora. Potom jsou údaje, z nichž povinně se uvádí jméno a e-mail. Ostatní dobrovolné informace jsou země původu, FB profil, G+ profil, Twitter, osobní stránky a text. Text i všechny zmíněné údaje uvidí každý u od-

startované kampaně. Text v případě projektu „Kroje nám sluší jenom je ušít“ byl koncipován tak, aby přispěvatelé věděli, kdo je autorem projektu a proč zakládá daný projekt.

8.1.2.4 Čtvrtý krok

Dalším krokem se vytváří odměny přispěvatelům. Zadává se částka, název odměny, pokud jsou odměny omezené počtem, tak počet odměn, popis odměny a případně datum doručení odměny. Odměny byly zvoleny, aby vhodně doplňovaly účel projektu a podstatu neziskové organizace. Tvořily je především ručně vyráběné předměty. S postupnou výší příspěvku mohl dostat přispěvatel více věcí v odměně, byla to záměrně vytvořená strategie, aby měli přispěvatelé motivaci posílat větší částky peněžních prostředků. Odměny byly vytvořeny:

- 100,- Kč „Tištěné poděkování“ – Děkujeme dárcům za jejich podporu. Dárcům bude poslána fotka souboru s poděkováním. (počet odměn není omezen)
- 200,- Kč „Něco malého na památku“ – Děkujeme dárcům za příspěvek. Jako poděkování dárci obdrží andílka z korálků. A k tomu fotku s poděkováním. (počet dostupných odměn 50)
- 300,- Kč „Potěšení na Vánoce – typ A“ – Děkujeme dárcům za jejich příspěvek na daný projekt. Jako poděkování za příspěvek dárci obdrží k Vánocům ručně vyrobené přáníčko. Přáníčko bude obsahovat tematickou básničku (vlastní zpracování). A k tomu fotka s poděkováním. (počet dostupných odměn 15)
- 300,- Kč „Potěšení na Vánoce – typ B“ – Děkujeme dárcům za jejich příspěvek na daný projekt. Jako poděkování za příspěvek dárci obdrží k Vánocům ručně vyrobené přáníčko. Přáníčko bude obsahovat tematickou básničku (vlastní zpracování). A k tomu fotka s poděkováním. (počet dostupných odměn 15)
- 400,- Kč „Dáreček od srdce“ – Děkujeme dárcům za jejich příspěvek na daný projekt. Dárci jako poděkování bude posláno zdobené srdce z perníku. A k tomu fotka s poděkováním. (počet odměn není omezen)
- 500,- Kč „Dřevěná radost“ – Děkujeme dárcům za jejich příspěvek na daný projekt. Dárci jako poděkování za příspěvek dostane ručně vyrobenou panenku z vařečky. A k tomu fotku s poděkováním a andílka z korálků. (počet dostupných odměn 25)
- 1000,- Kč „Folklór u vás doma“ – Děkujeme dárcům, kteří podpoří projekt touto částkou. Jako poděkování dostanou DVD s vystoupením souboru obsahující bese-

du mikroregion Němčicko. A k tomu fotku s poděkováním, andílka z korálků a perníkové srdce. (počet dostupných odměn 15)

- 1000,- Kč „Folklór u vás doma podruhé“ – Děkujeme dárcům, kteří podpoří projekt touto částkou. Jako poděkování dostanou DVD s vystoupením souboru Hanácká svatba. A k tomu fotku s poděkováním, andílka z korálků a perníkové srdce. (počet dostupných odměn 15)
- 5000,- Kč „Vystoupení“ – Děkujeme dárci, který podpoří tento projekt touto částkou. Po domluvě se souborem mu bude zajištěno jedno vystoupení kdekoliv. Dopravu souboru na místo a zajištění prostor na vystoupení zajišťuje sám dárci. A k tomu dostane fotku s poděkováním, andílka z korálků, perníkové srdce a DVD s vystoupením souboru dle vlastního výběru (Hanácká svatba nebo beseda mikroregion Němčicko). (počet dostupných odměn 1)

Podle rad Startovače, že ideální počet odměn je mezi šesti až dvanácti, se povedlo vytvořit devět odměn. Zkušenost různých úspěšných projektů dokládá, že se může nabídnout i méně odměn než šest. Vysoký počet odměn u projektu znamenal i pestrost výběru pro přispěvatele. Startovač umožňuje zadáním kódu do formuláře odměn přidávat odkazy. Odkazy vedou na obrázky odměny, ale u projektu tato možnost nebyla využita. Místo toho se jedna z odměn objevila v popisu projektu, kam ji dávají u jiných projektů další autoři. Odkazy nebyly vloženy i z důvodu, že v době tvorby projektu na Startovači se odměny nevyrobily, mimo odměnu v popisu projektu.

8.1.2.5 Pátý krok

Platba je součástí pátého kroku. Uvádí se zde fakturační údaje, sloužící výhradně k účelům úspěšného projektu. Startovač po skončení zasílá fakturu a peníze. Pro vystavení faktury se sděluje jméno fyzické nebo právnické osoby s adresou. Vytvořený projekt měl stanovenou právnickou osobu, pro kterou byl zakládán jako Národopisný soubor Pantlák, z.s. s adresou sídla podle výpisu z veřejného rejstříku. Dále se uvádí bankovní spojení na vyplacení vybrané částky očištěné o provizi a poplatky. Bankovní spojení byl běžný účet spolku. Když je fyzická či právnická osoba plátcem DPH, vyplní pole DIČ, což spolek neuvedl, protože plátcem DPH není. Poslední kolonkou je kontaktní telefon, pomocí něho Startovač kontaktuje osobu o posouzení projektu, proto bylo vhodnější uvést kontakt autora projektu, než neziskové organizace, které projekt sloužil.

8.1.2.6 Šestý krok

V šestém kroku je shrnutí důležitých položek podle Startovače a zároveň všechny musí být vyplněné v dřívějších krocích, jinak nelze projekt poslat na posouzení. Musí být uvedena kategorie, cílová částka, časový limit, bio, karta projektu (název), Url projektu (samo se vygeneruje), média (video nebo obrázek), odměny a platba (bankovní účet). Splňuje-li projekt vše, může se odeslat k posouzení. Odesláním na posouzení se projekt nestává odstartovaným projektem. Startovač může projekt vrátit s nějakými upomínkami k předělání, a pokud je vše v pořádku, stejně se spojí s autorem projektu, aby si s ním domluvil den odstartování kampaně.

8.2 Průběh kampaně

Odstartováním kampaně nekončí práce na projektu, ale pokračuje. Během doby, po kterou je kampaň aktivní, je potřeba informaci o projektu šířit do světa. Každý projekt má potenciál po skončení časového limitu být úspěšný. Důležitou roli hraje propagace. Startovač si od autora projektu ještě před zahájením kampaně zjišťuje, zda má dostatek informačních kanálů, aby dal vědět co nejširšímu počtu lidí, protože je i prioritou Startovače zahájený projekt úspěšně skončit. Úspěšný projekt Startovači zajistí z vybrané částky provizi.

Během 42denní doby kampaně „Kroje nám sluší jenom je ušít“ se propagace uskutečňovala pomocí sociální sítě Facebook, elektronickou poštou a osobně. Malou roli v propagaci poskytovalo i video na Youtube, které zhlédlo 118 lidí a dostalo 1x „To se mi líbí“.

8.2.1 Facebook

Jako autor projektu jsem využila svého profilu na Facebooku. Odkaz na projekt byl umístěn na Timeline v den po jeho odstartování. V průběhu kampaně se objevila zpráva o projektu ještě dvakrát, když bylo potřeba vybrat do cílové částky jenom 3.000,- Kč, a poslední zpráva informovala o získání 100 % požadované částky. Na zprávy reagovalo z 99 přátel dohromady 11, kteří ji označili „To se mi líbí“, a dva z nich ji sdíleli. Facebook byl využit i k osobnějšímu informování. Přátelé, které jsem dobře znala, byli kontaktováni zvlášť.

8.2.2 E-mail

E-mail byl využíván pro ty, kteří nemají založený účet na Facebooku. Výhradně jej používal spolek. Přes elektronické zprávy žádal o příspěvní přátele i známé. Zároveň vybízel k propagaci projektu své členy.

Obě formy propagací měly úspěch, někteří oslovení lidé opravdu příspěvek na projekt poslali. Jiní startéři, kteří nebyli osloveni přímo, přispěli z návštěvy portálu.

8.2.3 Osobní kontakt

Osobní kontakt sloužil spíše k připomenutí možnosti přispět na projekt. Prvořadá informace se dostávala ke známým a přátelům rychlejším způsobem přes Facebook nebo e-mail. Zároveň se mohli oslovení přátelé a známý zeptat na podrobnosti o projektu osobním sdělením.

Nejčastější bylo ujištění, že vybraná částka se použije na stanovený cíl spolku. Častou otázkou se stávalo, kolik mají na projekt přispět. Přispívání je dobrovolná aktivita, mohli přispět jakoukoli částkou. Rozhodujícím faktorem byla pouze skutečnost, zda a jakou chtějí odměnu.

8.2.4 Komentáře

V průběhu kampaně se využívalo psaní komentářů na webu Startovače. Komentáře se mohou psát k příslušné stránce projektu. Sami startéři a podporovatelé využívali této možnosti ke svým kladným komentářům. Poděkování všem přispěvatelům bylo přes komentáře nejrychlejším způsobem, jak dát najevo vděčnost, za jejich příspěvky. Jako jeden ze způsobů komunikace byl plně využit během doby trvání kampaně.

8.3 Ukončení kampaně

Úspěšné ukončení kampaně vede k dalším činnostem na projektu. Kontaktují se přispěvatelé, kdy jim bude doručena odměna podle seznamu startérů ze Startovače, který vidí pouze autor projektu po přihlášení. Před koncem kampaně se poděkovalo všem přispěvatelům prostřednictvím komentáře na webu Startovače, když byla vybrána cílová částka. Samotná kampaň byla ukončena 28. října 2018. Cílová částka stanovená na 15.000,- Kč přesáhla svou výši o 675,- Kč, což činilo 104 %.

Projekt podpořilo finančně 28 startérů, sedm z nich nepožadovali za svůj příspěvek odměnu. Následující tabulka znázorňuje přehled došlých plateb během doby kampaně i s údaji o odměnách.

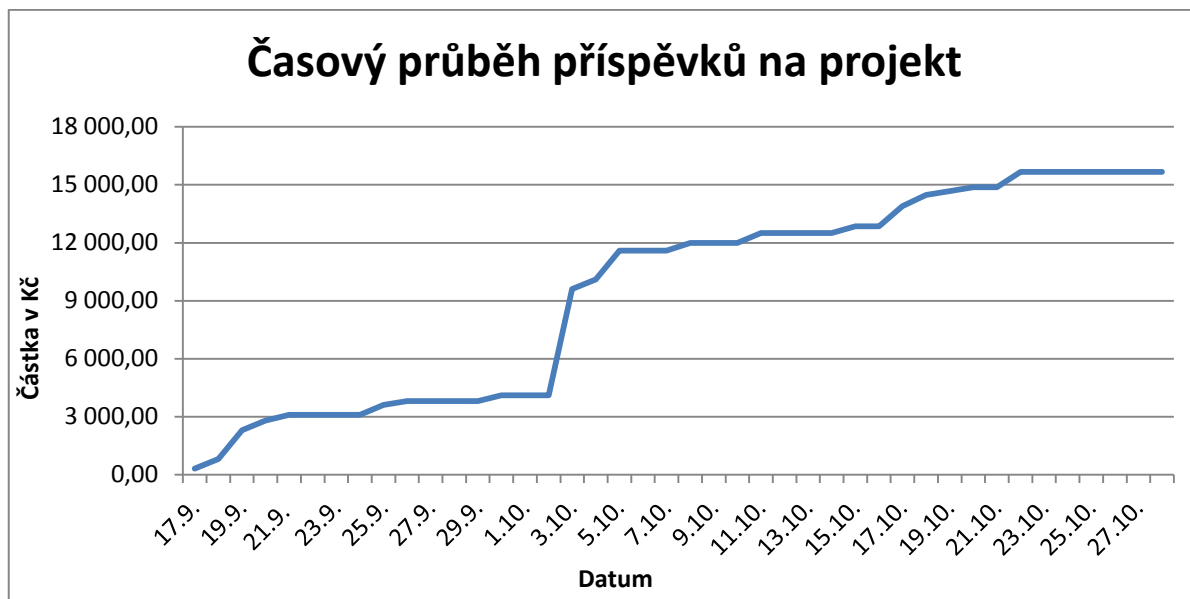
Tabulka 19 Přehled plateb s odměnami v jednotlivých dnech (Startovač.cz, © 2019, Vlastní zpracování)

Datum	Částka (v Kč)	Odměna
17.9.	300,00	ne
18.9.	500,00	ano
19.9.	1 000,00	ne
	500,00	ano
20.9.	500,00	ano
21.9.	300,00	ano
22.9.	-	-
23.9.	-	-
24.9.	-	-
25.9.	500,00	ano
26.9.	200,00	ano
27.9.	-	-
28.9.	-	-
29.9.	-	-
30.9.	300,00	ano
1.10.	-	-
2.10.	-	-
3.10.	5 000,00	ano
	500,00	ano
4.10.	200,00	ne
	300,00	ne
5.10.	1 000,00	ne
	500,00	ne
6.10.	-	-
7.10.	-	-
8.10.	400,00	ano
9.10.	-	-
10.10.	-	-
11.10.	500,00	ano
12.10.	-	-
13.10.	-	-
14.10.	-	-
15.10.	350,00	ano
16.10.	-	-
17.10.	300,00	ano

Datum	Částka (v Kč)	Odměna
	500,00	ano
	250,00	ano
18.10.	75,00	ne
	300,00	ano
	200,00	ano
19.10.	200,00	ano
20.10.	200,00	ano
21.10.	-	-
22.10.	500,00	ano
	300,00	ano
23.10.	-	-
24.10.	-	-
25.10.	-	-
26.10.	-	-
27.10.	-	-
28.10.	-	-

Nejnižší příspěvek, za který nebyla stanovena odměna, byl 75,- Kč. Pět startérů přispělo částkou 200,- Kč a jen čtyři z nich chtěli odměnu. Odměnu „Něco malého na památku“ jeden startér přeplatil o 50,- Kč, takže si ji vybralo celkem pět lidí. Následující odměnu, ohodnocenou za 300,- Kč „Potěšení na Vánoce“ pouze jeden z typů, chtělo šest startérů. Jeden z nich za odměnu dal navíc 50,- Kč a dva startéři, kteří zaplatili také 300,- Kč, odměnu nechtěli. Pouze jeden startér byl ochoten věnovat na projekt 400,- Kč za odměnu „Dáreček od srdce“. Devět startérů přispělo 500,- Kč a osm z nich zvolilo za příspěvek odměnu. Další částka odpovídala vytvořené odměně za 1.000,- Kč, příspěvek byl poskytnut dvěma startéry, ani jeden z nich si nezvolil odměnu. Poslední nejvyšší částka odpovídala i nejvýše nastavené odměně 5.000,- Kč, kterou si startér zvolil.

Graf č. 7 zobrazuje schematicky vývoj růstu cílové částky. Začátek kampaně byl mírný a příspěvky byly většinou stejné výše. Významný nárůst nastal až 3. října konkrétně následkem vysokého příspěvku v hodnotě 5.000,- Kč.



Graf 7 Vývoj příspěvků kampaně na Startovači (Vlastní zpracování)

Po ukončení kampaně na Startovači se pro každého startéra musela vyrobit a zaslat odměna, kterou si vybral. Odměny byly předány nebo zaslány do konce roku 2018. Čím vyšší částka byla, tím přispěvatelé získali více nežli jednu odměnu. V tabulce č. 20 jsou zpracované počty kusů k jednotlivým odměnám.

Tabulka 20 Počet kusů jednotlivých odměn (Vlastní zpracování)

Odměna	Počet kusů
Panenko z vařečky	8
Andílek z korálek	14
Fotka souboru s poděkováním	21
Přáníčko	6
Perníkové srdce	2
DVD	1

Fotku souboru s poděkováním dostal každý, proto jich bylo stejné množství jako startérů s odměnou. Druhou nejčastější odměnou byl andílek z korálek. Důvodem vysokého počtu této odměny bylo, že se přidala i k odměně za 500,- Kč „Dřevěná radost“. Nejvíce startéry oslovila právě tato odměna za 500,- Kč, podle nejvyššího počtu kusů hlavního dárku (panenek z vařečky), který se vyhotovil osmi startérům. Druhou preferovanou odměnou byla přáníčka k Vánocům s andílky z korálek. Odměně odpovídala částka 300,- Kč a 200,- Kč. Startéři tak nejčastěji přispívali částkou od 200,- Kč do 500,- Kč.



Obrázek 18 Odměny přispěvatelům (Interní zdroje spolku)

Ukončení projektu bylo koncem října, ale peníze spolku byly připsány na účet až v průběhu druhého týdne listopadu. Odměny se začaly od toho okamžiku chystat, aby mohly být doručeny přispěvatelům do konce roku 2018. Spolek se tedy zaměřil na odměny a časově posunul termín ušití fěrtochu na další rok. Během února 2019 se oslovila firma, která jim fěrtoch má vyrobit, ale zatím ho nedodala. Zkušenost spolku z minulých let je taková, že na dodání se čeká i půl roku.

9 VYHODNOCENÍ NÁKLADŮ, RIZIK A PŘÍLEŽITOSTÍ

Následující kapitoly se věnují vyhodnocení dopadu navrhnutého odměnového crowdfundingu pro Národopisný soubor Pantlák, z.s. Konkrétně jsou analyzovány náklady, rizika a příležitosti projektu pro posouzení o možném využití v budoucnu vybraným spolkem.

9.1 Nákladová analýza

Spolek vytvořením projektu nesl náklady částečně spojené s tvorbou odměn a náklady na provizi a transakční poplatky Startovači. Cílová částka byla stanovená na 15.000,- Kč, ale vybralo se 15.675,- Kč. Spolek dostal na účet hodnotu 14.175,- Kč, takže náklady spojené s provizí a transakčními poplatky byly 1.500,- Kč. Podle výpočtu Startovače, který byl zaslán spolku, je vytvořena tabulka č. 21. Startovač nejdříve odečítá z vybrané částky transakční poplatky, a pak provizi.

Tabulka 21 Výpočet hodnoty příjmu získaného ze Startovače (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Údaj	Hodnota (v Kč)
Vybraná částka	15 675
Transakční poplatky	98,5
Výsledná částka I	15 577
Provize 9 %	1 402
Výsledná částka II	14 175

Provize odpovídá hodnotě 9 % z 15.577,- Kč. Startovač k tomu dále nepočítá s DPH, ale celá provize 1.402,- Kč je včetně 21 % DPH. Spolek na vyčíslenou provizi dostal fakturu, kde byla celá suma provize rozdělena. Základ bez DPH byl 1.156,61,- Kč a DPH činilo 243,39,- Kč. Transakční poplatky byly stanoveny na základě použitého platebního způsobu jednotlivých startérů. Přehledně to znázorňuje následující tabulka, podle údajů získaných od spolku, které byly zasílány Startovačem.

Tabulka 22 Výpočet transakčních poplatků u jednotlivých příspěvků (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Typ platby	Částka (v Kč)	Transakční poplatek (v Kč)	Výsledná částka (v Kč)
The PayPal	300	6	294
The PayPal	500	10	490
The PayPal	1 000	20	980
Bankovní převod	500	0	500
Bankovní převod	500	0	500
Bankovní převod	300	0	300
The PayPal	500	10	490
Bankovní převod	200	0	200
Bankovní převod	300	0	300
Bankovní převod	5 000	0	5 000
Bankovní převod	500	0	500
Bankovní převod	200	0	200
Bankovní převod	300	0	300
Bankovní převod	1 000	0	1 000
Bankovní převod	500	0	500
The PayPal	400	8	392
The PayPal	500	10	490
Bankovní převod	350	0	350
Bankovní převod	300	0	300
The PayPal	500	10	490
The PayPal	250	5	245
The PayPal	75	1,5	73,5
Bankovní převod	300	0	300
The PayPal	200	4	196
The PayPal	200	4	196
Bankovní převod	200	0	200
The PayPal	500	10	490
Bankovní převod	300	0	300
Celkem	15 675	98,5	15 577

Z uvedené tabulky je patrné, že bankovní převody byly od transakčních poplatků osvobozeny. Celkem šestnáct startérů využilo v průběhu kampaně této platební formy. Ostatních dvanáct příspěvů posílalo příspěvky přes PayPal to znamená, že skoro polovina jich uplatnila první nebo druhou platební metodu. Transakční poplatky se stanovily jako 2 % z příspěvku a jejich suma byla odečtena z vybrané částky.

Dalšími náklady, které spolek mohl mít, byly na výrobu a posláni odměn startérům. Při přípravě projektu měl nulové náklady za autora projektu. Propagační video spolku udělané pro účely projektu na Startovač bylo také zadarmo, jelikož jej chystal člověk na dobrovolnické bázi. Část odměn spolek zaplatil prostředky z pokladny. Částku získanou ze Startovače ponechal celou na účtu pro potřeby ušití fěrtochu. Zbytek nákladů spojené s odměnami nesli sami členové. Polovina startérů usnadnila spolku vynaložení peněz na dopravu odměn tím, že si je vyzvedli osobně. Nakonec spolek platil poštovné v částce 190,- Kč pro odesláni deseti odměn a 638,- Kč pokryli výdaje na nákup korálků s drátky k výrobě andílků. Celkový rozpočet nákladů je vyhotoven ke všem odměnám bez poštovného.

Tabulka 23 Rozpočet odměn přispěvatelům (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)

Odměna	Počet kusů	Celkové výdaje (v Kč)	Výdaje na kus (v Kč)
Fotografie	21	63	2,99
Andílek z korálků	14	638	46
sada korálků		572	
drátky		66	
Panenka z vařečky	8	200	25
vařečky (30cm)		200	
látka z krojů		0	
Přáníčko	6	83	14
barevný papír		30	
bílý papír		5	
zlaté nitě		48	
Perníkové srdce (Ø 22 cm)	2	299	149,5
vejce		20	
hladká mouka		10	
mletý cukr		22	
hera		18	
med		80	
kakao		25	
jedlá soda		2	
perníkové koření		15	
marcipán		107	
DVD	1	68	68
Celkem		1 351	

Odměna panenka z vařečky byla vyrobená ze zbytků látek, které se používají na ušití krojů. Proto výdaje v tabulce jsou nulové. Vysoký rozdíl je rozpoznatelný z jednotkových nákladů mezi andílkem z korálků a přáníčkem. Na Startovači byla odměna andílek z korálků za 200,- Kč, a přáníčko za 300,- Kč. Důvodem nebyly jejich náklady, ale spíše atraktivnost. Při rozdělování odměn spolek vycházel z toho, že čím vyšší příspěvek, tím zajímavější odměna.

Kdyby se spolek rozhodl ze získané částky platit odměny i poštovné, na ušití fěrtochu by mu zůstalo 12.634,- Kč. Společnost, která šije fěrtoch, si účtuje 15.000,- Kč. V takovém případě doplatek spolku by musel být 2.366,- Kč. Ponechání celé částky ze Startovače na krojovou část bude znamenat doplatek ve výši 825,- Kč z jiného zdroje.

9.2 Analýza rizik

Jedním z cílů práce bylo navrhnout odměnový crowdfunding Národopisnému souboru Pantlák, z.s. Využitím této alternativní metody financování mohou nastávat různá rizika. Největším rizikem metody je neúspěšné ukončení projektu, ze kterého by spolek nezískal žádné finanční prostředky k realizaci požadovaného cíle. Spolek by crowdfunding z takové špatné zkušenosti nechtěl použít na jiné projekty a zřejmě by od něj odrazil další subjekty ve svém okolí. Riziko bylo minimalizováno během tvorby a průběhu kampaně.

Implementace návrhu crowdfundingu ve spolku nese následně uvedená rizika.

9.2.1 Personální riziko

Tvorba projektu vyžaduje osobu, která zvládne vybrat vhodný portál a nastavit všechny údaje tak, aby bylo zacíleno na vysoký počet lidí ochotných přispět. Tato osoba může, ale nemusí být členem spolku. Záleží pak na komunikaci s vedením spolku o dodání patřičných informací. Zároveň je důležité během průběhu kampaně stále sledovat, zda částka příspěvků roste nebo ne. Podle toho může využívat další motivační kroky jako přidávání či upravování odměn, psaní komentářů nebo uvádění novinek. Předpokladem autora projektu je ochota vyčlenit si čas na chystání projektu i v jeho průběhu. Měl by se aktivně podílet na oslovování možných přispěvatelů a sdílet všemožnými komunikačními kanály a médii projekt na portálu, protože i jeho prioritou má být úspěch.

Tvorba projektu pro vybraný spolek byla uskutečněna nečlenem spolku. Spolek byl ochotný dodat potřebné informace k vytvoření popisu projektu, odměn a videa. V průběhu kam-

paně se sledovalo každý den naplnění cílové částky. Bylo využito komentářů a sdílení na Facebook, aby se rozšířila zpráva o projektu.

Další potřebnou osobou v průběhu tvorby projektu je tvůrce videa. Když tvůrcem videa bude autor projektu, je to nejlepší možné řešení minimalizace rizika. Jinak se musí najít kvalifikovaný či kompetentní osoba. Záleží také na obsahu videa, zda to může vytvořit každý s přístupem na internet a zvláštním programem nebo je požadován složitější způsob.

Spolek oslovil k vytvoření videa nekvalifikovaného člověka, který dokázal z dostupných materiálů a speciálním programem sestříhat video charakterizující činnost spolku. Osoba, která toto video vytvořila, jej udělala jako dobrovolnickou práci.

S personálním rizikem souvisí i výdaje za práci, které se budou vyplácet v podobě odměny nebo mzdy, když nebude práce vykonávána na dobrovolnické bázi. Odměna se může dohodnout mezi oběma stranami spolkem a autorem projektu, spolkem a tvůrcem videa.

Spolek implementací projektu nenesl náklady spojené s odměnami či jiným peněžitým ohodnocením, proto riziko spojené s dalšími výdaji bylo eliminováno.

Kdyby měl spolek zaplatit za odvedenou práci, doporučená částka odměny se může pohybovat v rozsahu 200,- Kč až 1.000,- Kč, jelikož se jedná o neziskovou organizaci. Spolek nemá žádné výdaje v podobě mezd, proto by ani v tomto případě nemusel zaměstnávat osobu pro tvorbu crowdfundingového projektu.

9.2.2 Komunikační riziko

Se spolkem byla dobrá komunikace. Oslovené kompetentní osoby spolku byly ochotné zodpovědět každou otázku. Někdy se stávalo, že domluva konkrétní věci, musela být v souladu s požadavky spolku, i když to nebyla vždy nejvhodnější cesta.

Komunikační riziko souviselo i s oslovováním různých lidí, aby pomohli svým příspěvkem realizovat projekt. Výsledkem bylo dosažení cílové částky. Eliminace rizika byla částečná za pomoci některých komunikačních sítí a cest. Některé nebyly využity, proto riziko zcela nezaniklo. Také bylo osloveno více lidí, než kolik jich přispělo. Kdyby nikdo nepřispěl, projekt by na základě komunikačního rizika neuspěl. Komunikace s potenciálními přispěvateli byla vedena slušně s veškerými potřebnými informacemi a zodpovězeny doplňující otázky.

9.2.3 Informační riziko

Spolu s komunikačním rizikem bylo informační riziko eliminováno dotazováním a plně zodpovězenými otázkami. Spolek žádané informace poskytl v případě projektu, ale i analýzování jeho hospodářské situaci, když umožnil všechny údaje ve svém peněžním deníku.

9.2.4 Časové riziko

Volba průběhu kampaně na Startovači byla optimální k úspěšnému ukončení. Nastavením dřívější doby hrozilo ukončení kampaně neúspěchem. Delší časový limit by mohl odrážet přispěvatele relativním časem na poslání svého příspěvku a zkrátila by se doba potřebná pro zaslání odměn.

Čas při tvorbě projektu, který byl hlídán portálem, odpovídal asi dvěma týdnům. Tvůrce videa byl osloven moc pozdě, takže v průběhu druhého týdne rozpracovaného projektu měl čas a video nachystal. Hlavně čekáním na video se opozdil termín odeslání projektu k posouzení.

Časové riziko bylo nejvíce znát na přípravě před tvorbou projektu na samotný portál. Neexistovala příprava ohledně lepšího vyčíslení předpokládané částky na fěrtoch, přichystání odměn a videa. Časový tlak během přípravy projektu tak doléhal jak na autora projektu, tak i na spolek. Alespoň týdenní přípravou zmiňovaných věcí před samotnou tvorbou kampaně se mohla více minimalizovat časová tíseň.

9.2.5 Odměnové riziko

Odměny se začaly chystat a vyrábět po úspěšném ukončení projektu. Spolek měl nastavené a přispěvatelům se dalo vědět, že odměny všichni dostanou do konce roku 2018, do kterého zbývalo dva měsíce. Všechny odměny si spolek nastavil tak, aby byl schopný je provést. Riziko spojené s tím, že by někdo svou odměnu nedostal, nezáviselo na její realizaci. Někteří přispěvatelé předem odmítli odměnu, když si ji nezvolili. Kdyby se podařilo spolku dosáhnout vyšší vybrané částky, znamenalo by to i vyšší počet přispěvatelů. Tím by nastalo riziko s dodáním odměn v termínu.

Pouze jedna odměna nemusela být dodána do konce roku ukončení projektu. Byla to nejvyšší možná odměna za 5.000,- Kč, jejíž hlavní složkou bylo vystoupení. Vystoupení záviselo na samotném dárci, který si měl vybrat termín uskutečnění. Spolek uvedl, že se s dárce na vystoupení domluvil, ale ten do konce března 2019 neoznámil datum ani lokaci.

Nicméně spolek je ochotný počkat, zatím přeposlal dárci ostatní předměty související s odměnou.

9.3 Přínosy

Hlavním přínosem projektu byla pomoc při financování potřeb spolku. Dalším přínosem byla zkušenost s jinou formou získávání peněžních prostředků a možnost využití odměnového crowdfundingu v budoucnu. Úspěšným ukončením projektu si spolek mohl zafinancovat ušití jedné krojové části a nemusel vyčkávat na dotační nebo grantovou výzvu.

Přínosem bylo zviditelnění souboru, hlavně mezi oslovovanou skupinou lidí. Na základě vytvoření projektu si jich všiml i redaktor z novin „Hanácké noviny“. Články v novinách vychází v tištěné podobě na stáncích nebo předplatitelům, ale rozšiřují je i na Facebook a své webové stránky. Právě na webových stránkách i Facebook jsou všem dostupné a zadarmo. Článek o Národopisném souboru Pantlák, z.s. a jeho projektu na Startovači je převzat z webu jako součást příloh práce.

Článek je zároveň přínosný pro crowdfunding, jehož uveřejněním v novinách se dostane do povědomí více lidem, kteří o něm dosud nemuseli vědět. Jistou propagaci udělal i portálu Startovač, když jej zmiňuje spolu s úspěšným zakončením projektu.

ZÁVĚR

Implementací odměnového crowdfundingu pro vybraný spolek byl dosažen hlavní cíl práce. Projekt byl úspěšně uskutečněn a tím se zvládl naplnit vedlejší cíl návrh odměnového crowdfundingu. Eliminací některých dosavadních rizik, může spolek tohoto druhu financování své činnosti aplikovat i na budoucí projekty.

Projektová část práce byla vytvořena na základě předchozích analýz. Nejdříve se posuzovala hospodářská situace spolku důkladným rozбором jeho zdrojů a analýzou příjmů a výdajů. Následně přispělo k tvorbě projektu analyzování crowdfundingových portálů aktivních na území České republiky, na jehož webových stránkách se měl projekt vyskytovat.

Výsledkem analýzy příjmů a výdajů bylo navrhnouti některých možných způsobů financování spolku, které mohou zlepšit jeho hospodaření a dosud žádná z navrhovaných metod nebyla spolkem využita. Analýza crowdfundingových portálů pomohla vhodně vybrat portál pro vybudování určeného projektu.

Cílem práce bylo navrhnout odměnový crowdfunding spolku jako jednu z možností jeho financování alternativním zdrojem. V projektové části byl tento návrh uskutečněn a jeho výsledkem bylo úspěšné ukončení projektu pro financování konkrétního účelu spolku. Projekt byl nastaven podle daných parametrů vybraného portálu a v průběhu jeho trvání byla snaha docílit jeho úspěchu, aby došlo nejen k naplnění návrhu, ale i k pomoci při financování nastaveného cíle spolku. Ukončení projektu se vyhodnotilo analýzou nákladů, rizik a přínosů pro lepší nastavení a vedení crowdfundingu v dalších případech.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BOUKAL, Petr, 2009. *Nestátní neziskové organizace: (teorie a praxe)*. V Praze: Oeconomica, 304 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

BRIGGMAN, Salvador a Krystine THERRIAULT, 2016. *Real Estate Crowdfunding Explained: How to get in on the explosive growth of the real estate crowdfunding industry*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 56 s. ISBN 978-1532727245.

BRIGGMAN, Salvador, 2016. *Nonprofit Crowdfunding Explained*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 81 s. ISBN 9781537685465.

BURNETT, Ken a Jennie THOMPSON, c2002. *Relationship fundraising: a donor-based approach to the business of raising money*. 2nd ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass, xxxiv, 350 s. Jossey-Bass nonprofit and public management series. ISBN 0787960896.

EPSTEIN, J., Michael, 2017. *Crowdfunding Basics In 30 Minutes: How to use Kickstarter, Indiegogo, and other crowdfunding platforms to support your entrepreneurial and creative dreams*. In 30 Minutes Guides, 102 s. ISBN 978-1-939924-74-2.

GUASTI, Petra a Barbora STAŠKOVÁ, 2007. *Organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Professional Publishing, 116 s. ISBN 978-80-86946-22-1.

GUPTA, Rohit, 2018. *Reward and Donation Crowdfunding: A Complete Guide for Emerging Startups*. Notion Press, 146 s. ISBN 978-1684660889.

HAMERNÍKOVÁ, Bojka, 2000. *Financování ve veřejném a neziskovém nestátním sektoru*. Praha: Eurolex Bohemia, 213 s. ISBN 80-902752-3-0.

HOGUE, Joseph, 2015. *Step by Step Crowdfunding: Everything You Need to Raise Money From the Crowd*. United States of America: Efficient Alpha, 158 s. ISBN 9780996232111.

HYÁNEK, Vladimír, Zuzana PROUZOVÁ a Simona ŠKARABELOVÁ, 2007. *Neziskové organizace ve veřejných službách*. Brno: Masarykova univerzita, 293 s. ISBN 978-80-210-4423-4.

KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 203 s. Expert. ISBN 978-80-247-3075-2.

LEDVINOVÁ, Jana, 2013. *Profesionální fundraising: jak se osvobodit od finanční závislosti*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 129 s. Management umění - umění managementu. ISBN 978-80-7331-294-7.

MERLÍČKOVÁ RŮŽIČKOVÁ, Růžena, 2013. *Neziskové organizace: vznik, účetnictví, daně*. 12. aktualiz. vyd. Olomouc: ANAG, 264 s. Účetnictví, daně. ISBN 978-80-7263-825-3.

NOVOTNÝ, Jiří a Martin LUKEŠ, 2008. *Faktory úspěchu nestátních neziskových organizací*. Praha: Oeconomica, 223 s. ISBN 978-80-245-1473-4.

PALANA, Kristen, 2017. *Crowdfunding Confidential: Raise Money For You and Your Cause*. Independently published, 111 s. ISBN 978-1520795812.

PELIKÁNOVÁ, Anna, 2016. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*. Praha: Grada Publishing, 319 s. Účetnictví a daně. ISBN 978-80-247-5699-8.

POLAČKOVÁ, Zuzana, 2005. *Fundraisingové aktivity: jak získávat finanční prostředky od místní komunity*. Praha: Portál, 119 s. ISBN 80-7178-694-2.

REKTOŘÍK, Jaroslav, 2007. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 188 s. ISBN 978-80-86929-25-5.

ROSE, Nathan, 2016. *Equity Crowdfunding: The Complete Guide For Startups And Growing Companies*. Stonepine Publishing, 239 s. ISBN 978-0473377984.

STEGMAIER, Jamey, 2015. *A Crowdfunder's Strategy Guide: Build a Better Business by Building Community*. 1., aktualiz. vyd. Berrett-Koehler Publishers, 217 s. ISBN 978-1-62656-408-4.

STEJSKAL, Jan, Helena KUVÍKOVÁ a Kateřina MAŽÁTKOVÁ. 2012. *Neziskové organizace - vybrané problémy ekonomiky: se zaměřením na nestátní neziskové organizace*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 169 s. ISBN 978-80-7357-973-9.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2012. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 138 s. Management. ISBN 978-80-247-4040-9.

VILAMOVÁ, Šárka, 2005. *Čerpáme finanční zdroje Evropské unie: praktický průvodce*. Praha: Grada Publishing, 200 s. Finanční řízení. ISBN 80-247-1194-X.

WALES, Kim, 2017. *Peer-to-Peer Lending and Equity Crowdfunding: A Guide to the New Capital Markets for Job Creators, Investors, and Entrepreneurs*. Praeger, 299 s. ISBN 144085534X.

SEZNAM POUŽITÉ LEGISLATIVY

ČESKO, 2012. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupná také z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

ČESKO, 1991. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupná také z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

ČESKO, 1992. Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupná také z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/1992-586>

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Statistika počtu NNO Fakta o NNO. In: *Neziskovky.cz* [online]. Copyright © 2018 [cit. 2018-08-30]. Dostupné z: https://www.neziskovky.cz/clanky/511_695/fakta_statistika-postu-nno/

Co to je fundraising. In: *České centrum fundraisingu* [online]. Copyright © 2018 [cit. 2018-10-08]. Dostupné z: <https://fundraising.cz/v1/je-fundraising/>

Financování neziskových organizací | Podpora z národních zdrojů | Ministerstvo financí ČR. *Ministerstvo financí ČR* [online]. Copyright © 2005-2013 [cit. 2018-11-12]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/podpora-z-narodnich-zdroju/neziskove-organizace>

Neziskové organizace a jejich financování - ppt stáhnout. *SlidePlayer - Nahrávejte a Sdílejte své PowerPoint prezentace* [online]. Copyright © 2018 SlidePlayer.cz Inc. [cit. 2018-11-12]. Dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/2338367/>

Rozbor financování nestátních neziskových organizací z veřejných rozpočtů v roce 2016. In: *Vláda České republiky: Dokumenty Rady vlády pro nestátní neziskové organizace* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-01-29]. Dostupné z: https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/dokumenty/rozb主or_2016_material_pro_web.pdf

Typy crowdfundingu, jejich plusy a mínusy a který typ si vybrat. In: *Fundchaser.cz* [online]. Copyright © 2018 by Fundchaser CZE s.r.o. All rights reserved. [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://fundchaser.cz/crowdfunding/typy-crowdfundingu-plusy-minusy/>

Crowdfunding je vhodný i pro velké firmy, dokazuje výrobce BIO vloček. In: *Měšec.cz - váš průvodce finančním světem* [online]. Copyright © 1998 – 2019 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/pr-clanky/crowdfunding-je-vhodny-i-pro-velke-firmy-dokazuje-vyrobce-bio-vlocek/>

Alternativní investice: Crowdfunding. Už od pětistovky. In: *Peníze.cz - Půjčky, Kurzy měn, Akcie, Hypotéky, Bydlení, Daně* [online]. Copyright © 2000 – 2018 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/investice/327450-alternativni-investice-crowdfunding-uz-od-petistovky>

Typy crowdfundingu. In: *Crowder.cz* [online]. Copyright © 2018 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/typy-crowdfundingu/>

Startuje český crowdfundingový portál zaměřený na charitu. Češi přes web podporují dobročinnost. In: *Byznys.ihned.cz* [online]. Copyright © 1996 – 2019 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-65226870-startuje-prvni-cesky-crowdfundingovy-portal-zamereny-na-charitu-cesi-pres-web-podporuji-dobrocinnost>

UP21 Interview: Jak vytvořit úspěšnou crowdfundingovou kampaň - krok za krokem. In: *UP21.com* [online]. Copyright © 2017 UP21 Design by [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://www.up21.com/blog/interview-jak-vytvorit-uspesnou-crowdfundingovou-kampan-krok-za-krokem>

Crowdfunding: Alternativní způsob financování podnikatelů. In: *FinExpert.cz* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: https://finexpert.e15.cz/crowdfunding-alternativni-zpusob-financovani-podnikatelu_1

STEINBERG Scott and Rusel DEMARIA. *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project* [online časopis]. Read.me, May 9th 2012, s. 90 [cit. 2019-02-05]. ASIN: B00823QLIM. Dostupné z: <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>

ZUNTYCH Ondřej, *Hanák je osoba důstojná. Barevné nehty ani cigareta ke kroji nepatří - Hanácké noviny* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <http://www.hanackenoviny.cz/6484/hanak-je-osoba-dustojna-barevne-nehty-ani-cigareta-ke-kroji-nepatri%ef%bb%bf/>

Crowdfunding: definición, modelos y ejemplos. *In: Ionos.es* [online]. Copyright © 2019 1&1 Internet España S.L.U. [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <https://www.ionos.es/startupguide/creacion/crowdfunding/>

Kdy byste měli začít přemýšlet o crowdfundingu?. *In: Fundchaser.cz* [online]. Copyright © 2018 by Fundchaser CZE s.r.o. All rights reserved. [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <https://fundchaser.cz/crowdfunding/byste-meli-zacit-premyslet-crowdfunding/>

ÚVOD - Národopisný soubor PANTLÉK, z.s.. *In: Pantlek.7x.cz* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-02-11]. Dostupné z: <https://pantlek.7x.cz/rubriky/uvod>

Interní zdroje spolku

V Česku vznikl už 10. crowdfundingový portál, Sportstarter cílí na sportovce a jejich fanoušky – Tyinternety.cz. *Tyinternety.cz – nejen o těch internetech!* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/startupy/cesku-vznikl-uz-10-crowdfundingovy-portal-sportstarter-cili-sportovce-fanousky/>

Hithit - Úvodní stránka. *In: Hithit.cz* [online]. Copyright © 2012 – 2019 [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/home>

Vypusťte to do světa | Startovač. *In: Startovač.cz* [online]. Copyright © 2013 [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/>

Vyhlášení výběrových dotačních řízení na rok 2019 - mkcr.cz. *Ministerstvo kultury České republiky* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-03-29]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/vyhlaseni-vyberovych-dotacnich-rizeni-na-rok-2019-1924.html>

Rukávce, fěrtušky a kordulky pořídila mladým tanečnickům z Korytné Nadace ČEZ | Pro média | *Nadace ČEZ* [online]. Copyright © 2019 [cit. 2019-03-29]. Dostupné z: <http://www.nadacecez.cz/cs/pro-media/aktuality/1179.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČR	Česká republika
DIČ	Daňové identifikační číslo
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská Unie
FO	Fyzická osoba
NNO	Nestátní nezisková organizace
NOZ	Nový občanský zákoník
OPS	Obecně prospěšná společnost
OSA	Ochranný svaz autorský
PO	Právnícká osoba
ZDP	Zákon o dani z příjmů

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Rozdělení národního hospodářství podle Pestoffa (Boukal, 2009, s. 17)	14
Obrázek 2 Model dárcovského (charitativního) crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)	30
Obrázek 3 Model investičního crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)	31
Obrázek 4 Model dluhového crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)	32
Obrázek 5 Model odměnového crowdfundingu (Ionos.es, © 2019)	33
Obrázek 6 Logo Národopisného souboru Pantlák, z.s. (Pantlek.7x.cz, © 2019)	43
Obrázek 7 Socha Hanačky (Pantlek.7x.cz, © 2019)	59
Obrázek 8 Logo MKČR (mkcr.cz, © 2019)	61
Obrázek 9 Logo Nadace ČEZ (Nadace ČEZ.cz, © 2019)	63
Obrázek 10 Ceník poplatků a provizí Hithitu (Hithit.cz, © 2019)	69
Obrázek 11 Ceník poplatků a provizí Startovače (Startovač.cz, © 2019)	69
Obrázek 12 Výběr kategorie v prvním kroku (Startovač.cz, © 2019)	74
Obrázek 13 Další výběr znaků v prvním kroku (Startovač.cz, © 2019)	77
Obrázek 14 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)	79
Obrázek 15 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)	79
Obrázek 16 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)	80
Obrázek 17 Popis projektu (Startovač.cz, © 2019)	81
Obrázek 18 Odměny přispěvatelům (Interní zdroje spolku)	89

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Statistika počtu NNO v období 2014 – 2017 (Neziskovky.cz, © 2018, Vlastní zpracování).....	17
Tabulka 2 Rozdíly mezi fundraisingem a crowdfundingem dle různých kritérií (Krechovská a spol., 2018, s. 122, Vlastní zpracování)	39
Tabulka 3 SWOT analýza (Vlastní zpracování podle interních údajů spolku)	45
Tabulka 4 Celkové příjmy za rok 2016,2017 a 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)	52
Tabulka 5 Horizontální analýza příjmových položek peněžního deníku (Vlastní zpracování)	53
Tabulka 6 Vertikální analýza příjmů na pokladně za období 2016 – 2018 (Vlastní zpracování)	53
Tabulka 7 Vertikální analýza příjmů v bance za období 2016 – 2018 (Vlastní zpracování)	54
Tabulka 8 Celkové výdaje za období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)	55
Tabulka 9 Horizontální analýza výdajů (Vlastní zpracování)	55
Tabulka 10 Vertikální analýza výdajů pokladny v období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)	56
Tabulka 11 Vertikální analýza výdajů banky v období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)	57
Tabulka 12 Rozdíl příjmů a výdajů v roce 2016 – 2018 (Vlastní zpracování).....	59
Tabulka 13 Konečné stavy peněžního deníku za období 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	59
Tabulka 14 Pět nejúspěšnějších kampaní ze Startovače (Startovač.cz, © 2019, Vlastní zpracování).....	66
Tabulka 15 Pět nejúspěšnějších kampaní na Hithitu (Hithit.cz, © 2019, Vlastní zpracování)	67
Tabulka 16 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)	75
Tabulka 17 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)	75
Tabulka 18 Plánování částky na Startovač (Vlastní zpracování)	76
Tabulka 19 Přehled plateb s odměnami v jednotlivých dnech (Startovač.cz, © 2019, Vlastní zpracování).....	86

Tabulka 20 Počet kusů jednotlivých odměn (Vlastní zpracování)	88
Tabulka 21 Výpočet hodnoty příjmu získaného ze Startovače (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	90
Tabulka 22 Výpočet transakčních poplatků u jednotlivých příspěvků (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	91
Tabulka 23 Rozpočet odměn příspěvatelům (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování)	92

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Podíl objemu dotací poskytnutých NNO ze státního rozpočtu v roce 2016 dle podpořeného odvětví (v %), (Vláda České republiky, © 2019, Vlastní zpracování)	24
Graf 2 Objem dotací NNO z rozpočtů krajů a hl. m. Prahy za rok 2016 v tis. Kč, (Vláda České republiky, © 2019, Vlastní zpracování).....	25
Graf 3 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2016 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	48
Graf 4 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2017 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	48
Graf 5 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů v roce 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	49
Graf 6 Přehled celkových příjmů z různých zdrojů za rok 2016 – 2018 (Interní zdroje spolku, Vlastní zpracování).....	49
Graf 7 Vývoj příspěvků kampaně na Startovači (Vlastní zpracování)	88

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: ČLÁNEK

Hanáček je osoba důstojná. Barevné nehty ani cigareta ke kroji nepatří

19.3.2019



Podělte se na Facebooku



Tweet na Twitteru



To se mi líbí 7

tweet

Hanáčeký kroj, to je poklad. Dědí se mezi generacemi nebo si ho mezi sebou předávají členové folklorních souborů. Když se některá jeho část obnosí, je potřeba sáhnout hlouběji do kapsy. Národopisný soubor Pantlák naposledy uspořádal sbírku na ušití krojové zástěry.



Část souboru Pantlák v minulém roce. Foto: archiv souboru

Bílá zástěra neboli fěrtoch je zdobná část ženského kroje. „Dle našeho dochovaného popisu od slečny Boženy Kostkové by měla být v šířce čtyř metrů a ta slavnostní by měla být vyšívaná žlutými hanáčekými motivy,“ popisuje vedoucí souboru Jana Otáhalová.

Vyšívalo se v zimě, když nebyla práce na poli

Vyšívka je bohatá, dříve šlo o ruční práci. „Každá Hanačka si svůj fěrtošek vyšívala sama anebo se touto činností zabývala děvčata u sedláka, která byla třeba nějak postižená a nemohla vykonávat jinou těžkou práci. Vyšívka se prováděla převážně v zimních měsících, kdy nebyla na poli práce,“ dodává Jana Otáhalová z Němčic nad Hanou.



Hanáci z Národopisného souboru Pantlák z Němčic nad Hanou. Foto: archiv souboru

V Pantléku z ruční vyšívky trochu slevili a podle staré původní zástěry si nechali novou vyšít strojově. Motivy i rozvržení zůstaly stejné jako na původním fěrtošku. I tak bylo potřeba sehnat 15 tisíc korun. V souboru se proto rozhodli poprvé zkusit internetovou platformu Startovač a uspořádali úspěšnou sbírku. Jindy kroje doplňují z každoročních příspěvků obce, případně pokud se dozvědí o vhodném grantu.

Z krojů se většinou vyrůstá do šířky

Členové souboru by také potřebovali nechat ušít nové kordulky, tedy krojové vesty. Některé z dochovaných se v obci nosily před sto lety a jsou natolik chatrné, že je nelze nosit. Nová vesta z ornátoviny vyjde asi na

dvojnásobek nákladů na fěrtoch. Na jednotlivých dílech budou vyšité barevné květy stejného tvaru i barvy tak, zkrátka aby byla kopie co nejvěrnější. Vyměnit celý kroj naráz by bylo velmi nákladné, a tak se obnovují po částech.

Kroje jsou v Pantléku takzvané generační. „V souboru už je nosilo několik generací členů a pokud z nich vyrostli – většinou do šířky, tak se kroj vyměnil a nosí ho se stejnou pýchou někdo jiný,“ usmívá se Otáhalová. Někteří z členů se ovšem mohou pyšnit kroji vlastními.

Kroj není módní hit

Dá se vůbec říct, kolik takový kroj stojí? Podle folkloristky sotva. „Hodnota starých, původních krojů se penězi vyčíslit nedá, je to dědictví našich předků, které si opravdu uchováváme s úctou po generace a i když se již nedají nosit, jsou nám vzorem pro další nově pořizované kroje. Je to prostě hanácký poklad,“ říká.



Členové Pantléku při každoroční pouti ke kapličky u Nezamyslic. Foto: archiv souboru

Jak jinak takovou cennost oblékat, než s úctou a láskou. „Není to módní hit, je to bohatství našich předků, a proto Hanák i Hanačka by se měli podle toho chovat. Ženy nejsou výrazně namalované, neměly by mít barevné nehty, prsteny, hodinky a jiné moderní doplňky a hlavně v ruce žádnou cigaretu. Hanák je odjakživa osoba důstojná,“ upozorňuje Jana Otáhalová.

V dnešní době se většina slavností odehrává v teplých měsících, a tak možná někteří návštěvníci přemýšlejí, jak se Hanáci společensky strojili přes zimu. Inu, muži nosili kabáty, ženy kabátky, vířáky. „Prostě nebyli ,hlópi, přece by nezmrzli. Ale těchto doplňků se dochovalo velmi, velmi málo, známe to spíš z obrázků hanáckých malířů,“ připomíná vedoucí Pantléku, že právě vířáčky hřejí i z obrázků.