

Reward-based crowdfunding jako nástroj financování AK COCO Otrokovice, z. s.

Bc. Andrea Blahušová

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. Andrea Blahušová**
Osobní číslo: **M17104**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Finance**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Reward-based crowdfunding jako nástroj financování AK COCO Otrokovice, z. s.**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretické poznatky v oblasti financování neziskových organizací a crowdfundingových projektů.

II. Praktická část

- Popiště a analyzujte současný stav financování AK COCO Otrokovice a navrhněte možnosti dalšího financování.
- Vypracujte crowdfundingový projekt pro vybranou neziskovou organizaci.
- Projekt podrobte nákladové, časové a rizikové analýze.
- Zhodnoťte úspěšnost crowdfundingového projektu.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

BRABHAM, Daren C. Crowdsourcing in the public sector. Washington, DC: Georgetown University Press, 2015, 97 s. ISBN 978-1-62616-379-9.

DOBROZEMSKÝ, Václav a Jan STEJSKAL. Nevýdělečné organizace v teorii. 2., aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 407 s. ISBN 978-80-7552-103-3.

LAWTON, Kevin a Dan MAROM. The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media. New York: McGraw-Hill, 2013, 82 s. ISBN 00-717-9045-4.

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

YOUNG, Thomas Elliott. The everything guide to crowdfunding: learn how to use social media for small-business funding: understand crowd psychology: gain an online presence: create a successful crowdfunding campaign: promote your campaign to reach hidden funding sources. Avon: Adams Medis, 2013, 304 s. ISBN 1-4405-5033-6.

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 18. července 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 přípouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně 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 15. 4 2019

Jméno a příjmení: ADÉLA ZAHROUBOVÁ

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato práce se zabývá financováním neziskových organizací, jejími možnostmi a moderními způsoby. Jedním z moderních způsobů je crowdfunding. Existuje řada druhů crowdfundingu, práce se však podrobněji zabývá pouze odměnovým. V rámci práce byl realizován projekt s názvem Sportovní pomůcky pro děti z AK COCO Otrokovice, pro podporu a rozvoj jejich pohybových aktivit. V práci byl popsán a rozebrán celý projekt a strategie jeho jednotlivých částí. Dále je nedílnou součástí práce analýza financování organizace AK COCO Otrokovice a návrh dalších možností financování. Hlavním výsledkem práce je zhodnocení projektu a jeho dopadů na spolek.

Klíčová slova: nezisková organizace, financování, crowdfunding, projekt, odměny

ABSTRACT

The thesis is focused on financing of the non-profit organizations, standard legal possibilities of the financial support or donations and describe also modern ways of financing of the non-profit organizations. One of the modern ways chosen in the thesis as is crowdfunding. There are many types of crowdfunding, but this thesis deals with reward-based crowdfunding. A project called Sports aids for children from the AK COCO Otrokovice was implemented to support and develop their physical activities. The whole project and strategy of its individual parts were described and analyzed. The next part deals with the analysis of the financing of the AK COCO Otrokovice and the proposal of other financing options. The main result of the work is the evaluation of the project and its impact on the association.

Keywords: Non-profit Organization, Finance, Crowdfunding, Project, Rewards

Touto cestou bych chtěla poděkovat paní Ing. Blance Kameníkové, Ph. D. za vedení diplomové práce, za trpělivost a za velmi cenné a odborné rady k mé diplomové práci.

OBSAH

ÚVOD	11
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 NEZISKOVÉ ORGANIZACE	14
1.1 ČLENĚNÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	15
1.2 STÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	15
1.3 NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	15
1.3.1 Členění nestátních neziskových organizací	16
2 SPOLKY	17
2.1 STANOVY	17
2.2 HLAVNÍ A DOPLŇKOVÁ ČINNOST SPOLKU	18
2.3 ZALOŽENÍ SPOLKU.....	19
2.4 ORGÁNY SPOLKU.....	19
3 FINANČNÍ ZDROJE NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	20
3.1 VLASTNÍ ZDROJE	20
3.1.1 Členské příspěvky	20
3.1.2 Příjmy z výkonu hlavní a doplňkové činnosti.....	21
3.2 CIZÍ ZDROJE.....	21
3.3 POTENCIÁLNÍ ZDROJE	21
3.3.1 Dotace, granty	21
3.3.1.1 Ze státního rozpočtu.....	22
3.3.1.2 Dotace z krajských a místních rozpočtů	22
3.3.2 Nadace a nadační fondy	22
3.3.3 Firemní a individuální dárcovství	23
3.3.4 Fondy Evropské unie.....	23
3.4 DALŠÍ MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ	24
3.4.1 Fundraising.....	24
3.4.2 Crowdfunding	25
3.4.3 Crowdsourcing	26
3.5 ZPŮSOBY FINANCOVÁNÍ	26
4 CROWDFUNDING	28
4.1 HISTORIE CROWDFUNDINGU	30
4.2 ÚČASTNÍCI CROWDFUNDINGU	31
4.2.1 Příspěvatel	31
4.2.2 Příjemce.....	31

4.3	VÝHODY, NEVÝHODY, RIZIKA	31
4.4	MOTIVACE AUTORŮ A PŘÍSPĚVATELŮ.....	32
4.5	MODELÝ CROWDFUNDINGOVÉHO FINANCOVÁNÍ.....	33
4.5.1	Donation-crowdfunding	33
4.5.2	Lending-crowdfunding.....	33
4.5.3	Equity-crowdfunding	34
4.5.4	Reward-based-crowdfunding	34
4.6	PRINCIPY CROWDFUNDINGOVÉHO FINANCOVÁNÍ	34
4.6.1	Všechno nebo nic	35
4.6.2	Flexibilní projekt.....	35
5	PROJEKT	36
5.1	ROZDĚLENÍ PROJEKTŮ	36
5.2	PŘÍPRAVA A REALIZACE CROWDFUNDINGOVÉHO PROJEKTU.....	37
5.2.1	Přípravná fáze.....	37
5.2.2	Fáze realizace	37
5.2.3	Fáze po realizaci.....	38
II	PRAKTICKÁ ČÁST	39
6	AK COCO OTROKOVICE	40
6.1	ČLENSKÁ ZÁKLADNA	40
6.2	DALŠÍ ČINNOSTI SPOLKU	40
6.3	ÚSPĚCHY V ROCE VE ŠKOLNÍM ROCE 2017/2018.....	40
6.4	PLÁNY A PŘEDPOKLADY	41
6.5	SWOT ANALÝZA	42
6.6	EKONOMICKÉ INFORMACE.....	43
6.6.1	Peněžní deník	47
6.6.2	Srovnání členských příspěvků.....	48
7	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU FINANCOVÁNÍ.....	49
7.1	DOTACE	49
7.2	DÁRCOVSTVÍ.....	49
7.3	ČLENSKÉ PŘÍSPĚVKY	50
7.4	SPORTOVNÍ AKCE	50
7.5	CELKOVÉ ZHODNOCENÍ FINANCOVÁNÍ	51
8	NÁVRH DALŠÍCH MOŽNOSTÍ FINANCOVÁNÍ	52
8.1	DOTACE MĚSTA OTROKOVICE	52
8.1.1	SPORT 1	52
8.1.2	SPORT 2	53
8.1.3	SPORT 3	53
8.1.4	Grant z rozpočtu města Otrokovice.....	53
8.2	DOTACE ZLÍNSKÉHO KRAJE.....	54
8.2.1	MaS01-19.....	54

8.2.2	MaS03-19.....	54
8.2.3	MaS04-19.....	55
8.3	DOTACE A SPOLEK.....	55
8.4	DÁRCOVSTVÍ.....	56
8.5	SAMOFINANCOVÁNÍ	56
8.5.1	Členské příspěvky	56
8.5.2	Sportovní akce pro členy.....	56
8.5.3	Sportovní akce pro veřejnost.....	57
8.6	CROWDFUNDING	57
8.7	FUNDRAISING	58
8.8	CELKOVÉ ZHODNOCENÍ MOŽNOSTÍ FINANCOVÁNÍ	58
9	ANALÝZA CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ	60
9.1	ČESKÉ CROWDFUNDINGOVÉ PORTÁLY.....	60
9.1.1	Hithit.com.....	60
9.1.2	Startovač.cz	60
9.1.3	Peněždroj.cz	60
9.1.4	Nakopni.me	61
9.1.5	Sportstarter.cz.....	61
9.2	ZAHRANIČNÍ CROWDFUNDINGOVÉ PORTÁLY	62
9.2.1	Kickstarter.com	62
9.2.2	Indiegogo.com.....	63
10	VÝBĚR CROWDFUNDINGOVÉHO PORTÁLU	64
10.1	PROVIZE A POPLATKY	64
10.1.1	Provize.....	64
10.1.2	Poplatky.....	65
10.2	DĚLKA PROJEKTU	65
10.3	ATRAKTIVITA PORTÁLU	66
10.4	SAMOTNÝ VÝBĚR PORTÁLU	67
11	ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	69
12	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU.....	70
12.1	POPIS A CÍL PROJEKTU	70
12.2	STANOVENÍ CÍLOVÉ ČÁSTKY	70
12.3	VÝŠE A CENA ODMĚN	71
12.4	NÁKLADY PROJEKTU	72
12.5	MARKETING PROJEKTU.....	72
13	POSTUP PŘED ZVEŘEJNĚNÍM PROJEKTU	74
14	ANALÝZA RIZIK	75
14.1	NÁKLADOVOST	75
14.1.1	Analýza nákladovosti odměn	75

14.2	ČASOVÁ ANALÝZA	76
14.3	RIZIKOVOST Z POHLEDU AUTORA A PŘÍSPĚVATELE	77
14.3.1	Riziko z pohledu autora projektu	77
14.3.2	Riziko z pohledu přispěvatele	77
14.4	DALŠÍ RIZIKA	78
15	POSTUP PO SKONČENÍ PROJEKTU.....	79
16	ANALÝZA VYBRANÝCH UKAZATELŮ A VYHODNOCENÍ PROJEKTU	80
16.1	ANALÝZA ODMĚN.....	80
16.2	CELKOVÉ NÁKLADY NA ODMĚNY	81
16.3	ANALÝZA PŘÍSPĚVKŮ V ČASE.....	81
16.4	ANALÝZA PRŮMĚRNÉHO PŘÍSPĚVKU	83
16.5	ANALÝZA PŘÍSPĚVATELŮ	83
16.6	SROVNÁNÍ KALKULOVANÉ A SKUTEČNĚ VYBRANÉ ČÁSTKY	84
17	DOPAD PROJEKTU NA ORGANIZACI A JEHO VYHODNOCENÍ.....	86
	ZÁVĚR	87
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	88
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	94
	SEZNAM OBRÁZKŮ	95
	SEZNAM TABULEK.....	96
	SEZNAM PŘÍLOH.....	97

ÚVOD

Neziskové organizace jsou důležitou součástí každé ekonomiky. V tomto sektoru nelze očekávat návratnost investic nebo dosahování zisku. Neziskové organizace obecně spojují především jednotlivce nebo komunity, které jsou nadšeni pro určitou oblast obecné činnosti nebo prospěšnosti. Prostřednictvím své činnosti nevytváří zisk sloužící k přerozdělení mezi své vlastníky, správce nebo zakladatele. Zisk sice mohou vytvořit, ale musí ho zase vložit zpět do rozvoje organizace a plnění jejího poslání. Důležitou součástí neziskových organizací je jejich financování. A právě touto problematikou se diplomová práce zabývá.

Práce je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou uvedeny různé možnosti financování neziskových organizací od vlastních a cizích zdrojů až po zdroje potenciální. Nedílnou součástí je také jedna z moderních metod financování, crowdfunding. Crowdfunding u nás není prozatím tolik rozšířen, mezi neznámější portály patří Startovač.cz, nebo Hithit.com. Teoretická část obsahuje charakteristiku subjektů crowdfundingového projektu, typologie a motivace investorů nebo například principy crowdfundingu. Toto téma jsem si vybrala z důvodu, že se o crowdfunding delší dobu zajímám a chtěla jsem si rozšířit své teoretické poznatky a následně je prohloubit v praxi.

V praktické části je představena nezisková organizace AK COCO Otrokovice. Organizace je analyzována v oblasti financování a jsou navrženy další možnosti financování, které by organizace mohla využít. Následně byl vytvořen vlastní crowdfundingový projekt Sportovní pomůcky pro děti z AK COCO Otrokovice. V praktické části jsou popsány nejen všechny kroky a části projektu ale je zde zpracována také analýza crowdfundingových portálů u nás i v zahraničí. Projekt byl podroben nákladové, časové a rizikové analýze.

Na závěr je projekt zhodnocen a vyhodnocen a jsou popsány dopady na neziskovou organizaci AK COCO Otrokovice.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavní cíle této diplomové práce lze rozdělit do dvou částí. Prvním cílem je analýza a návrh možností financování pro vybranou neziskovou organizaci a druhým hlavním cílem je zpracování a realizace crowdfundingového projektu. Součástí práce je samozřejmě představení organizace AK COCO Otrokovice, pro kterou byla provedena zmíněná analýza financování a následně proveden návrh dalších možností financování. Následně byl zpracován crowdfundingový projekt, se všemi nutnými částmi a před jehož spuštěním byla provedena analýza českých a zahraničních crowdfundingových portálů.

Při zpracování teoretických poznatků z českých a zahraničních literárních zdrojů byla využita analýza, aby bylo vše důležité srozumitelně popsáno. Jsou využity knihy i články o dané problematice, k lepšímu porovnání názoru různých autorů.

V praktické části je nejčastěji využito metody analýzy při zjištění současných způsobů financování neziskové organizace na což navazuje návrh dalších možností financování. Dále je analýza využita pro zjištění informací o crowdfundingových portálech u nás i v zahraničí. Metoda analýzy je provázána celou prací, protože je využita také při rozboru projektu, tedy analýzy různých vybraných ukazatelů, jako například analýza odměn, analýza příspěvků v čase, analýza přispěvatelů a další.

V rámci práce je také využita metoda modelace, která je použita při kalkulaci předpokládaných nákladů před spuštěním projektu.

V neposlední řadě je využita také metoda komparace při detailním porovnávání dvou vybraných crowdfundingových portálů, mezi nimiž je následně vybrán portál, na který je projekt umístěn. Metoda je také využita na konci práce pro porovnání skutečných a kalkulovaných nákladů po skončení projektu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 NEZISKOVÉ ORGANIZACE

Neziskové organizace (dále jen NO) sdružují miliony lidí, pomáhají rozvoji společenského, ekonomického i politického života a poskytují velké množství služeb, proto jsou velmi důležitou součástí společnosti. Tyto organizace jsou také indikátorem rozvinutosti občanské společnosti vzhledem k jejich dopadu do různých sfér života společnosti. (Pelikánová, 2016, s. 15)

Další autorka Merlíčková (2013, s. 8) doplňuje, že neziskové organizace jsou ty, které nebyly zřízeny za účelem podnikání, jedná se o organizace, o jejichž činnost je zájem státu, společnosti nebo určité skupiny lidí. Založení je spojeno s prospěchem té osoby, která měla zájem na jejich zřízení.

Dle Anheiera (2014, s. 19) je neziskový sektor jakýmsi součtem soukromých, dobrovolných, neziskových organizací a sdružení, někdy označovaný také jako třetí sektor, který se dotýká jak oblastí sociálního zabezpečení, tak také vzdělání, rozvoje komunity, umění, kultury, mezinárodních vztahů.

Další zahraniční autor Francois (2015, s. 2) říká, že koncept slova „neziskový“ se skládá z předpony „ne“ a může naznačovat něco, co není založeno za účelem dosahování zisku. Lze si představit organizaci, jejímž účelem není dosahování zisku. Většina z těchto organizací je založená na charitativních, kulturních a vzdělávacích základech.

Bridge (2014, s. 7) charakterizuje ekonomiku třetího sektoru, jež zahrnuje širokou škálu organizací založených pro sociální účely, umění, životní prostředí, etické nebo kulturní cíle. Třetí sektor je tedy schopen poskytnout řadu zajímavých příspěvků do společnosti a zájem o něj tedy roste.

Autorka Hommerová (2015, s. 8) ve své publikaci uvádí, že existuje celá řada organizací a informačních systémů, které se neziskovému sektoru věnují, nejen na bázi podpůrné instituce, ale také se snaží o prezentaci této části trhu a zprostředkování řady informací ve vztahu k veřejnosti. Tímto zcela vyvrací informace od autorů Novotný a kol. (2008, s. 20), kde autoři uvádějí, že schopnost neziskového sektoru je vážně oslabena nedostatkem informací o tomto sektoru obecně a o způsobu jeho fungování.

1.1 Členění neziskových organizací

Autor Boukal (2010, s. 11) člení neziskový sektor na veřejný sektor, jehož zakladateli jsou veřejné subjekty, jako například státní orgány, města, obce. Tyto vkládají do samostatných neziskových organizací prostředky, aniž by očekávali dosažení zisku, vzhledem k tomu že je v jejich zájmu přímý užitek. Dále vymezuje soukromý sektor, jehož zakladateli jsou soukromé subjekty. Pro tyto organizace je možná podpora z veřejných zdrojů.

Pelikánová (2016, s. 26) dělí organizace z **globálního hlediska** a dle **zřizovatele**. Z globálního hlediska člení organizace na veřejně prospěšné (jsou založeny za účelem poskytování veřejných a smíšených statků široké veřejnosti) a organizace vzájemně prospěšné (jsou založeny za účelem vzájemné pomoci a podpory skupin občanů).

Pelikánová (2016, s. 17) popisuje stejné členění jako Boukal (2010, s. 11) dle zřizovatele, ovšem s rozdílem názvu, a to neziskové organizace státní a nestátní. Státní NO zřizuje stát a jeho organizační složky a nestátní NO jsou zřizovány občany.

1.2 Státní neziskové organizace

Státní neziskové organizace jsou zřizovány institucemi veřejného sektoru. Zajišťují pro obyvatelstvo veřejné služby, které mají formu čistých nebo smíšených veřejných statků. Mezi nejdůležitější vládní NO patří organizační složky státu a příspěvkové organizace. Tyto jsou podřízeny legislativní úpravou: zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, v platném znění. (Krechovská, Hejduková, Hommerová, 2018, s. 26)

1.3 Nestátní neziskové organizace

Mezi typické znaky podle mezinárodně sdílené definice NNO (L. M. Salamon a H. K. Anheier, 1997), která se nachází také v dokumentu Státní politika vůči nestátním neziskovým organizacím 2015-2020, jenž je dokumentem Úřadu vlády ČR (2015, s. 8) patří organizovanost, soukromý charakter, nerozdělování zisku, samosprávnost a dobrovolnost ve smyslu účastí dobrovolníků.

Autorky Krechovská, Hejduková a Hommerová (2018, s. 28) dále uvádějí, že NNO mohou být zřizovány soukromými subjekty a jsou upravovány jinými právními předpisy, než státní

NO. Dodávají však, že i tento typ NO se podílí na zabezpečování veřejných statků, zejména smíšených a soukromých statků s pozitivní externalitou.

Nestátní neziskové organizace přispívají ke snížení výdajů státu, i když využívají finanční zdroje z veřejných rozpočtů. Je to z toho důvodu, že tyto organizace jsou schopny zajistit činnosti, které by musel zajistit stát. (Stejskal, Kuvíková, Maňátková, 2012, str. 23) Toto potvrzují také autorky Krechovská, Hejduková a Hommerová (2018, s. 28), dodávají, že v praxi je zřejmá vzájemná spolupráce veřejného neziskového a soukromého neziskového sektoru při poskytování služeb.

1.3.1 Členění nestátních neziskových organizací

Pokud bychom se zaměřili na členění nestátních neziskových organizací, tak Rada vlády pro nestátní neziskové organizace (2015, s. 9) rozeznává tyto organizace podle jejich funkce, a to:

Servisní: NNO poskytující sociální služby, rozvojové spolupráce, humanitární pomoci a další

Advokační: bojují za práva vymezených skupin či vybraných veřejných zájmů, patří zde ochrana životního prostředí, ochrana lidských práv atd.

Zájmové: nejpočetnější skupina NNO, zaměřuje se na činnosti výhradně pro své členy, patří zde sport kultura atd.

Filantropické: podporují hmotně i finančně veřejně prospěšné aktivity, patří zde nadace a nadační fondy

Autorka Pelikánová (2016, s. 26) rozeznává nestátní neziskové organizace podle typu právní formy jako například spolek, ústav, obecně prospěšná společnost, nadace, nadační fondy, politické strany a politická hnutí, atd. Zmiňuje také některé nové právní formy jako například korporace, fundace nebo ústavy.

2 SPOLKY

Spolek je právnickou osobou, která je založená k naplňování společného zájmu jeho zakladatelů. Spolek může být veřejně či vzájemně prospěšný. Je možné, aby spolek sloužil k uspokojování potřeb svých členů, ne celé veřejnosti. (Krechovská, Hejduková, Hommerová, 2018, s. 29)

Nový občanský zákoník č. 89/2012 Sb., definuje spolek jako samosprávný a dobrovolný svazek členů, jež umožňuje se v něm spolčovat a je založen alespoň třemi osobami, které jsou vedené společným zájmem.

Název spolku musí obsahovat slovo „spolek“ nebo „zapsaný spolek“, postačí však i zkratka „z. s.“

Autoři Dobrozemský a Stejskal (2016, s. 109) doplňuje, že institut spolku jako jedné z právnických osob soukromého práva je známí z římského práva, jež stanovilo zásadu *tres faciunt collegium*, tedy tři tvoří spolek. Uvádí také data k 15.9.2014, kdy bylo do spolkového rejstříku zapsáno 86 851 spolků a 27 236 pobočných spolků. (2016, s. 111)

Dle Petrova (2017, s. 278) se spolky mohou dělit podle zaměření účelu, a to ve prospěch členů spolku, nebo ve prospěch třetích osob. Příkladem spolků ve prospěch členů jsou zájmové spolky, jako jsou zahrádkáři, myslivci, sportovci a také spolky stavovské, tedy spolky studentů, kominíků atd. Dobročinné spolky zahrnují spolky na ochranu kulturního nebo přírodního dědictví.

Autor Vít (2015, s. 47) připomíná, že spolek je výrazem svobody sdružování, které je zaručené Ústavou a Listinou základních práv a svobod. Právní úprava spolku je dispozitivní povahy, což umožňuje se odklonit od zákona, příkladem je možnost úpravy struktury orgánů spolku.

2.1 Stanovy

Zakladatelé se na obsahu stanov, jakožto nejdůležitějšího základního dokumentu, musí shodnout. Obvykle spolky upravují vnitřní poměry v dalších předpisech, jako například v řádech, vyhláškách nebo směrnicích, ve kterých dále rozvíjejí obsah stanov. Tyto dokumenty však mohou být změněny daleko jednodušším způsobem (Dobrozemský, Stejskal, 2016, s. 114)

Údaje, které musí stanovy minimálně obsahovat, vymezuje NOZ §218 a stejně tak je má ve své publikace uveřejněné i autor Vít (2015, s. 48). Patří zde:

- název a sídlo spolku,
- účel spolku,
- práva a povinnosti členů vůči spolku, popřípadě určení způsobu, jak jim budou páva a povinnosti vznikat,
- určení statutárního orgánu.

2.2 Hlavní a doplňková činnost spolku

Dobrozemský a Stejskal (2016, s. 71) definují hlavní činnost jako aktivity, pro které byla nezisková organizace založena. Činností v tomto případě je třeba rozumět jako soubor aktivit, který je zakotven v zakladatelském právním jednání a také představuje souhrn aktivit, jimiž organizace naplňuje účel, pro který byla založena.

Autorky Fitříková a Musilová (2013, s. 13) říkají, že neziskové organizace mohou provozovat doplňkovou činnost, která vychází ze stanov nebo zřizovací listiny. Nesmí však být v rozporu s plněním hlavního účelu organizace. Doplňková činnost musí být v účetnictví vedena odděleně.

Toto doplňuje Dobrozemský a Stejskal (2016, s. 73-74) a připomíná, že základní zásadou existence neziskových organizací je, že jsou založeny za účelem nevýdělečným. V zahraniční literatuře se uvádí pojem non-profit. Tento fakt však nevylučuje možnost provozovat výdělečnou činnost v rámci vedlejší činnosti.

Ministerstvo spravedlnosti ČR ve Výkladovém stanovisku KANCL - k výdělečné činnosti spolku říká, že v hlavní činnosti může spolek vyvíjet i výdělečnou činnost, avšak pouze v případě, že jsou kumulativně splněny dvě podmínky:

- Výdělečná činnost je prostředkem dosahování účelu spolku, ke kterému byl založen.
- Výdělečná činnost nedosahuje takové úrovně, aby ji bylo možné považovat za činnost „srovnatelnou s podnikáním“, (soustavnou činnost provozovanou za účelem dosažení zisku).

2.3 Založení spolku

Zákon umožňuje dvě formy založení spolku, prvním formou je založení okamžikem, kdy se zakladatelé shodnou na obsahu stanov (minimální náležitosti vymezuje zákon), druhou možností je usnesení ustavující schůze tvořícího se spolku, tento způsob se využívá v případě, že se na zakládání spolku podílí větší počet osob nebo konkrétní počet osob není předem znám. (Dobrozemský, Stejskal 2016, s. 112)

Pelikánová (2017, s. 30) dodává, že spolek vzniká dnem zápisu do veřejného rejstříku. Pokud spolek není zapsán do 30 dnů ode dne podání návrhu na zápis a pokud nebylo v této lhůtě ani vydáno rozhodnutí o odmítnutí zápisu, spolek se považuje za zapsaný 30. dnem od podání návrhu.

2.4 Orgány spolku

Dle autora Víta (2015, s. 49) má spolek statutární a nejvyšší orgán. Statutární orgán řídí činnost a nejvyšší orgán udává primární zaměření činnosti daného spolku. Dále například rozhoduje o změně stanov, schvaluje výsledek hospodaření, rozhoduje o zrušení spolku, rozhoduje o přijetí nebo vyloučení členů.

NOZ §243 hovoří o tom, že je možné orgány spolku libovolně pojmenovat, v případě, že toto nezbudí klamný dojem o jejich povaze a vše musí být zavedeno ve stanovách.

Za nejvyšší orgán spolku je považována členská schůze, jejíž zasedání musí být svoláno alespoň jednou od roka. Dalším orgánem je kontrolní komise, jež dohlíží nad řádným vedením spolku a rozhodčí komise rozhoduje ve sporných záležitostech. (Pelikánová, 2016, s. 31)

Dobrozemský a Stejskal (2016, s. 132) dodávají, že členem orgánu spolku nemusí být pouze člen spolku. Ve stanovách je však možné členství ve spolkových orgánech podmínit členstvím ve spolku.

3 FINANČNÍ ZDROJE NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

Financování neziskového sektoru se stává čím dál více složitější oblastí. Úspěšnost každé organizace závisí na mnoha faktorech, z nichž nejvýznamnější je oblast činnosti, ve které organizace působí, rozsah zájmu přispěvatelů a v neposlední řadě zkušenosti a efektivita zaměstnanců. (Vrzáček a kol., 2017, s. 124)

Finanční zdroje nestátních NO lze rozdělit do tří kategorií podle Stejskala, Kuvíkové a Mařátkové (2012, s. 105), jimiž jsou vlastní zdroje, cizí zdroje a potenciální zdroje. Mezi vlastní zdroje řadíme takové prostředky, které zpravidla poskytují organizaci vlastní členové nebo je organizace schopna je zajistit sama vlastní činností. Cizí zdroje získává organizace formou grantů, dotací, nebo půjček a úvěrů, pokud je jedná o prostředky, které organizace musí po sjednané době vrátit. Mezi potenciální zdroje patří zdroje, které NO mohou získat ze svého okolí například formou příjmů z veřejných rozpočtů nebo darů od soukromých osob.

V praxi je možné se setkat s případy, kdy NO čerpají finance z většího počtu zdrojů, avšak jeden z nich je primárním (dominantním), na němž je organizace závislá. (Šedivý, Medlíková, 2017, s. 72)

3.1 Vlastní zdroje

Skupině vlastních zdrojů se obvykle říká také samofinancování a zahrnuje členské příspěvky, příjmy z výkonu hlavní činnosti, příjmy z doplňkových činností, podnikání. Organizace může tyto zdroje přímým způsobem ovlivňovat, především proto, že o nich rozhoduje a ze všech ostatních zdrojů má o vlastních zdrojích nejlepší přehled. (Stejskal, Kuvíková, Mařátková, 2012, s. 106)

3.1.1 Členské příspěvky

Stejskal, Kuvíková, Mařátková (2012, s. 106) ve své publikaci uvádí, že placení členských příspěvků většinou přímo vyplývá ze stanov nebo statutu. Jejich výši stanoví příslušný orgán na základě částek odvodů vyšším organizačním složkám či náležící domovské organizační jednotce.

Pelikánová (2016, s. 43) dodává, že členské příspěvky je nutné dělit u neziskových organizací členského a nečlenského charakteru organizace.

Zákon o daních z příjmů č. 586/1992 Sb., §18a odstavec 25 hovoří o tom, že členské příspěvky jsou předmětem daně, ale následující §19 odstavec 1 a) od daně osvobozuje takové členské příspěvky, které vyplývají ze stanov, statutu, zřizovací nebo zakladatelské listiny, přijaté zájmovými sdruženími právnických osob, profesními komorami s nepovinným členstvím, spolkem včetně odborových organizací, politickými stranami a hnutími. Ze strany plátce takové příspěvky nepatří mezi daňově uznatelné náklady dle tohoto zákona §25.

3.1.2 Příjmy z výkonu hlavní a doplňkové činnosti

Ziskové příjmy z hlavní činnosti u NO jsou z pořádaných akcí a realizovaných projektů. Doplňkovou činnost musí NO vymezit ve zřizovací listině. Příjmy z doplňkové činnosti jsou nejjednodušším způsobem získání peněžních prostředků pro účely dané organizace. Jako příklad lze uvést pronájem prostor, budov, vybavení, oblíbeným jsou také reklamy podnikatelům nebo spolupráce při pořádání společenských akcí. (Pelikánová, 2016, s. 44)

3.2 Cizí zdroje

NO může cizí zdroje získat na určitou dobu a po sjednané době musí prostředky vrátit. Většinou se jedná o zdroje, kde poskytovatelem je banka, tudíž jsou tyto zdroje spojeny se zaplacením úroku. (Pelikánová, 2018, s. 46)

3.3 Potenciální zdroje

Jedna z definic již byla uvedena na začátku této kapitoly o finančních zdrojích od autorů Stejskala, Kuvíkové a Mařátkové (2012, s. 105) Další definici uvádí také autorka Pelikánová (2018, s. 46) ve své aktualizované knize. Potenciální zdroje jsou tedy nenárokové zdroje, které může organizace obdržet na základě žádosti nebo projektů od veřejných institucí, podnikatelských subjektů nebo jednotlivců. Prostředky musí být ve většině případů použity na schválený účel a vybrané druhy nákladů. Po skončení daného projektu nebo žádosti dokládá vyúčtování se závěrečnou zprávou.

3.3.1 Dotace, granty

V roce 2016 dle informací Úřadu vlády ČR (©2019) bylo nadačním subjektům, spolkům, pobočným spolkům, obecně prospěšným společnostem, ústavům, účelovým zařízením

církví, školským právníckým osobám a zájmovým sdružením právníckých osob poskytnuto formou dotace 17.889,7 mil. Kč.

3.3.1.1 Ze státního rozpočtu

Základním zákonem, který je vázán k dotacím ze státního rozpočtu je zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech, ve znění pozdějších předpisů. V souladu s § 7 tohoto zákona mohou být ze státního rozpočtu poskytnuty dotace neziskovým organizacím, jejichž hlavním předmětem činnosti je poskytování zejména zdravotních, kulturních, vzdělávacích a sociálních služeb a dotace k poskytování sociálně právní ochrany dětí atd. (mfcz.cz, 2015)

Autoři Stejskal, Kuvíková a Maťátková (2012, s. 111) uvádějí, že dotace ze státního rozpočtu mohou být poskytovány jak přímo tak nepřímo. Přímo dotací je, že mezi poskytovatelem a příjemcem není žádná další instituce či orgán. Příkladem jsou dotace z Ministerstva kultury a další. Nepřímé dotace náleží NNO s organizačními jednotkami. Ústřední orgán poté zpracuje žádost od organizační jednotky a na základě poskytnutých podkladů ji podá na ministerstvo. V případě, že ministerstvo poskytne dotaci, ústředí je rozdělí žadatelům.

Důležité je si také uvědomit, že na dotaci ze státního rozpočtu není právní nárok. O poskytnutí dotace konkrétní neziskové organizaci na konkrétní projekt rozhoduje poskytovatel dotace na základě žádosti příjemce. (mfcz.cz, 2015)

3.3.1.2 Dotace z krajských a místních rozpočtů

Pro získání dotace z územních samospráv by NNO měly sledovat webové stránky krajů a měst. Zde jsou zveřejňovány grantové programy. Tyto dotace mohou být považovány za významnější, především proto, že je neposkytují pouze velká města. U menších obcí je třeba představit projekt či záměr a dotace bude velkou mírou pravděpodobnosti poskytnuta (Pelikánová, 2016, s. 46)

3.3.2 Nadace a nadační fondy

Nadace a nadační fondy jsou zakládány za účelem finanční podpory projektů u NNO, které korespondují s jejich posláním. Nejpodstatnější částí je dobře propracovaný projekt nebo žádost o grant. (Krechovská, Hejduková, Hommerová, 2018, s. 64)

3.3.3 Firemní a individuální dárcovství

Nejdůležitější u dárcovství je zaujmout osobu, která o přidělování prostředků rozhoduje. Co se týče firemního dárcovství, zde lze spoléhat především na místní příslušnost, tedy vazbu firem na místě, kde se nachází. Dárcovství u firem se liší také tím, že některé společnosti mají propracovanou koncepci sponzoringu a jiné zase jsou schopny poskytnout hmotný dar, dále mohou uspořádat sbírku, aukce a další.

Mezi individuální dárce lze zahrnout členy organizace, dobrovolníky a další. Tito většinou darují finanční prostředky nebo pomáhají svými znalostmi. Mezi moderní formy dárcovství patří dárcovské SMS, ovšem využívají se také pokladničky, přímé oslovování poštou, inzerce, většinou zveřejněný v médiích s cílem oslovení široké veřejnosti a další. (Pelikánová, 2017, s. 46)

Autorka Tatjáková (2016, s. 119) se ve své knize podrobně věnuje sponzoringu v oblasti sportu a uvádí, že sponzoring neodmyslitelně patří k moderní společnosti. Jména sponzorů jsou spojeny v souvislostech s významnými sportovními, kulturními a humanitárními akcemi. V současné době sponzorství ve sportu představuje velký komunikační a marketingový nástroj a je jednou z forem public relations.

3.3.4 Fondy Evropské unie

Fondům Evropské unie se ve své knize věnuje Pelikánová (2016, s. 45). Finanční prostředky z těchto fondů lze získat dvěma způsoby. Prvním je prostřednictvím regionálních operačních programů v oblastech NUTS II, což jsou územní statistické jednotky tzv. regiony. V ČR existuje 8 územních jednotek na úrovni NUTSII, které odpovídají 8mi regionům soudržnosti. Druhou možností je získání prostředků z jednotlivých programů vyhlášených správcovskými institucemi či organizacemi.

Na webových stránkách DotaceEU.cz (©2019) jsou informace o fondech, jež představují hlavní nástroj realizace evropské politiky soudržnosti. Prostřednictvím těchto fondů jsou investovány prostředky určené ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů mezi členskými státy a jejich regiony. Prostředky lze čerpat přes jednotlivé operační programy.

Strukturální a investiční fondy:

- Evropský fond pro regionální rozvoj
- Evropský sociální fond
- Fond soudržnosti

- Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
- Evropský námořní a rybářský fond

Další fondy:

- Fond solidarity Evropské unie
- Evropský fond pro přizpůsobení se globalizaci
- Fond evropské pomoci nejchudším osobám
- Azylový, migrační a integrační fond
- Evropský fond pro strategické investice

3.4 Další možnosti financování

Do kapitoly další možnosti financování, jsou rozebrány moderní možnosti financování nestátních neziskových organizací.

3.4.1 Fundraising

Termín fundraising je převzatý z anglosaské terminologie a doslovně by se dal tento výraz přeložit jako „navyšování fondů či zdrojů“. Fundraising se netýká jenom peněz, ale také získáváním podpory formou darování služby či výrobků, popřípadě získáváním dalších dobrovolníků. (Šedivý, Medlíková, 2017, s. 71)

Autor Boukal (2013, s. 15) uvádí podobnou definici fundraisingu. Jedná se o soubor činností zaměřených na zdrojové zajištění NO založené za účelem konkrétního poslání. Doplňuje však, že je nutné NNO zařadit do celkového hospodářství, k tomu využívá sektorové vymezení hospodářství, jež lze členit na ziskový a neziskový sektor.

Fundraising lze realizovat v různých formách (Pelikánová, 2017, s. 39):

- **Individuální** – získávání finančních prostředků od jednotlivců (dary, loterie, dobročinné aukce atd.)
- **Firemní** – získávání prostředků od firem, především jejich oslovením (týká se propagace, reklamy, zapůjčení prostor, pracovníků atd.)
- **Státní** – získávání prostředků formou projektů státní a místní správy a samosprávy
- **Nadace a nadační fondy** – prostředky získané formou projektů, grantů, dotací
- **Evropská unie** – získávání prostředků prostřednictvím zakázek a projektů EU

Autoři Šedivý, Medlíková (2017, s. 73) uvádí, že pro úspěšný fundraising nestačí pouze vědět kde, ale klíčové je jak získat podporu od určitého zdroje. Uvádí, že ji lze získat prostřednictvím veřejné sbírky, benefiční akce, vytvoření projektu a sepsání žádosti o grant nebo dotaci, telefonické oslovení dárce, osobní setkání, dárcovská sms a další.

3.4.2 Crowdfunding

Crowdfunding dle autorek Krechovská, Hejduková a Hommerová, (2018, s. 141) slouží k zajištění dostatku finančních prostředků na daný projekt prostřednictvím sociálních sítí a webu. Systém funguje online a větší počet jednotlivců přispívá drobnými částkami k dosažení cílové částky. Tento typ financování používají především začínající firmy, neziskové organizace nebo jednotlivci v oblastech vzdělávání, kultury nebo například umění.

Obdobnou definici uvádí také autoři Belleflamme, Lambert a Schwienbacher (2014, s. 586). Cílem je shromáždit peníze na investice pomocí sociálních sítí. Cílem je tedy získávání peněz od malé skupiny investorů, pomáhá organizacím získat peníze od velkých diváků (davů), ve kterém každý jedinec poskytuje malé množství peněžních prostředků. Tato investice může mít podobu nákupu, darování nebo před-objednání produktu.

Young (2013, s. 14) dále uvádí, že crowdfunding je poměrně novou cestou a radikální změnou, jak získat peněžní prostředky na různé projekty. Crowdfunding je novým způsobem financování i vzhledem k využívání sociálních sítí jako součástí marketingové kampaně. Autoři se nemusí zadlužovat vůči bance a platit vysoké úroky nebo si půjčovat peníze od rodiny či přátel. Mohou využít crowdfundingového portálu a peníze tak získat během několika týdnů či měsíců.

Autor Brabham (2015, s. 37) uvádí, že crowdfunding popisuje model financování, kdy jednotlivci využívají internet k tomu, aby přispěli drobné částky peněz na podporu vytvoření konkrétního výrobku nebo investice do určité podnikatelské činnosti. Nejznámějším představitelem je dle autora Kickstarter.com, kde hudebními, umělci, filmoví tvůrci a další kreativní lidé představují nápady a projekty a žádají členy v online komunitě k podpoře této myšlenky pomocí peněžních prostředků. Dále také říká, že crowdfunding nesplňuje přísné definice davu. V crowd-fundingu umělec nebo podnikatel rozvíjí myšlenku a usiluje o peněžní podporu, aby uvedl svůj nápad na trh. Neexistuje zde však žádný vztah s davem o tom, jak bude vypadat umělecké úsilí nebo jak bude začínat podnikání. Crowdfunding je tedy distribuované financování, nikoliv crowdsourcing.

3.4.3 Crowdsourcing

Dle autora Young (2013, s. 24) slovo vzniklo spojením „crowd“ a „outsourcing“. Jedná se tedy o stejný princip jako v případě crowdfundingu s rozdílem, že veřejnost zde není oslovena kvůli finanční podpoře, ale kvůli zkušenostem nebo schopnostem.

Další autor Komninos (2019, s. 93) ve svém článku uvádí, že crowdsourcing se v posledních dvou desetiletích objevil jako silná alternativa k řešení problémů se sběrem a zpracováním dat. S rozšiřováním mobilních zařízení, které jsou připojeny k internetu, se může každý občan zapojit ve výzkumu a vědeckých problémech nebo může pomoci se řízením svého města s minimálním úsilím. Dále také dělí crowdsourcingové projekty do tří odlišných kategorií, jimiž jsou: zvětšování dat, zpracování dat a generování inovací. Při zvětšování dat jsou účastníci požádáni, aby zaznamenali a předali informace, které by jinak nebyli vlastníci projektu schopni nasbírat. Při zpracování dat jsou naopak požádáni, aby vyřešili malé problémy, ve kterých mohou účastníci vynikat a v neposlední řadě je generování inovací, kdy je veřejnost vyzývána, aby přispěla k nápadům nebo řešením stávajících problémů, často v rámci konkurenčního přístupu, který proti sobě postaví jednotlivce nebo týmy, aby našli optimální řešení problému.

Jak uvádí autor Brabham (2015, s. 6-11) crowdsourcing není stejný jako open-source produkce, tedy produkce s otevřeným zdrojem. Tato popisuje uspořádání, v níž jednotlivci spolupracují na vytváření společného zdroje ve vlastních termínech a jako samosprávná komunita. Podmínky, které dělají crowdsourcing možné jsou technické a koncepční. Internet a další nové media technologie poskytují technickou základnu, která podporuje aplikace a také technologie, které vytvářejí určité postoje a způsoby angažovanosti. Koncepčně lze crowdsourcing vysvětlit jako procesy řešení problémů a inovace, prostřednictvím skupinových jevů, kolektivní inteligence a moudrosti davů.

3.5 Způsoby financování

Mezi způsoby financování dle Stejskala, Kuvíkové a Maťátkové (2012, s. 99-103) patří účelové financování, výkonové financování, globální financování a kombinované financování. Podstatou účelového způsobu financování je vymezení ekonomických činností, které budou předmětem financování. Organizace zároveň nesmí překročit objem přidělených finančních prostředků a tyto prostředky může využít pouze účelově. U výkonového způsobu financování je důležitá časová následnost, tedy finanční prostředky se poskytují vý-

hradně po provedení plánovaných aktivit. V případě globálního způsobu se jedná o způsob, kdy organizace dostane dopředu „balík“ finančních prostředků, které musí použít na splnění stanovených úkolů. V praxi se však velmi často můžeme setkat s kombinovaným způsobem financování. Využívá se tedy kombinace několika způsobů financování, čímž lze odstranit nevýhody a rizika jednotlivých způsobů.

4 CROWDFUNDING

Crowdfunding získal větší pozornost od vědců z různých oborů, včetně informačních systémů a podnikání. Literatura uvádí také faktory ovlivňující úspěchů projektů, jako mohou být například osobní úspěch tvůrců a vyjádřená kvalita projektů. (Ryu, Kim, 2018, s. 351)

Vzhledem k tomu, že platformy crowdfundingu představují různé projekty, je zde tedy množství různých motivů. Tvůrci mohou své projekty spustit pro získávání finančních prostředků, propojení s potenciálními zákazníky, testování konceptů produktů nebo propagace povědomí o produktech. (Ryu, Kim, 2018, s. 352)

Dle Dresnera (2014, s. 11) je crowdfunding kolektivní kooperací lidí, kteří shromažďují prostředky do společného fondu, prostřednictvím internetu, aby podpořili úsilí jiných lidí nebo organizací.

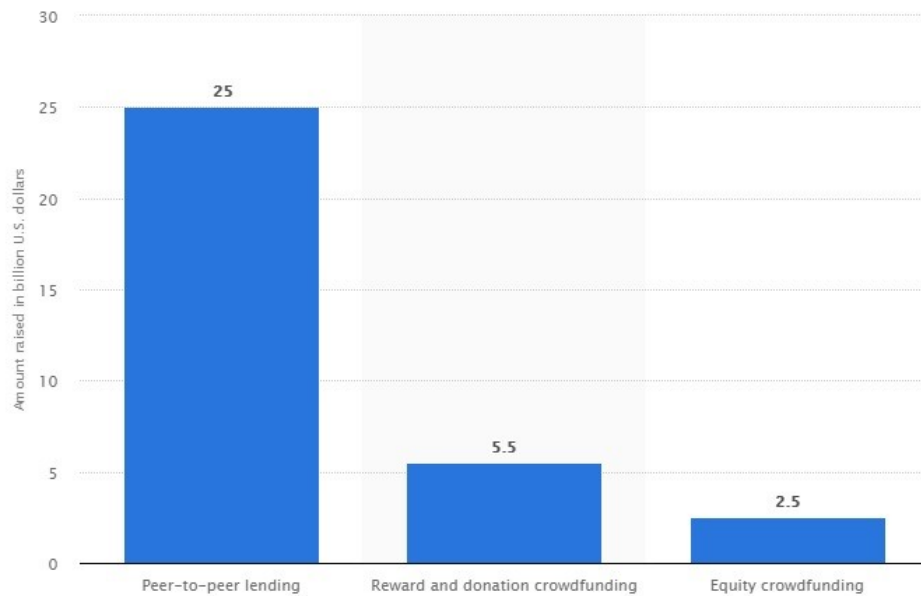
Crowdfunding by se dalo volně přeložit jako financování davem, což vystihuje hlavní myšlenku způsobu financování, především nových projektů. Crowdfunding tedy pomáhá firmám získat finanční prostředky od široké veřejnosti, kde jednotlivec přispěje malou částkou.

Autor Dresner (2014, s. 33) hovoří o tom, že podnikatelé budou moci v budoucnosti využít většího množství expertů, poradců a informací, jež budou zakotveny v crowdinvestingovém ekosystému, což napomůže vytvořit silnější a konkurenční prostředí.

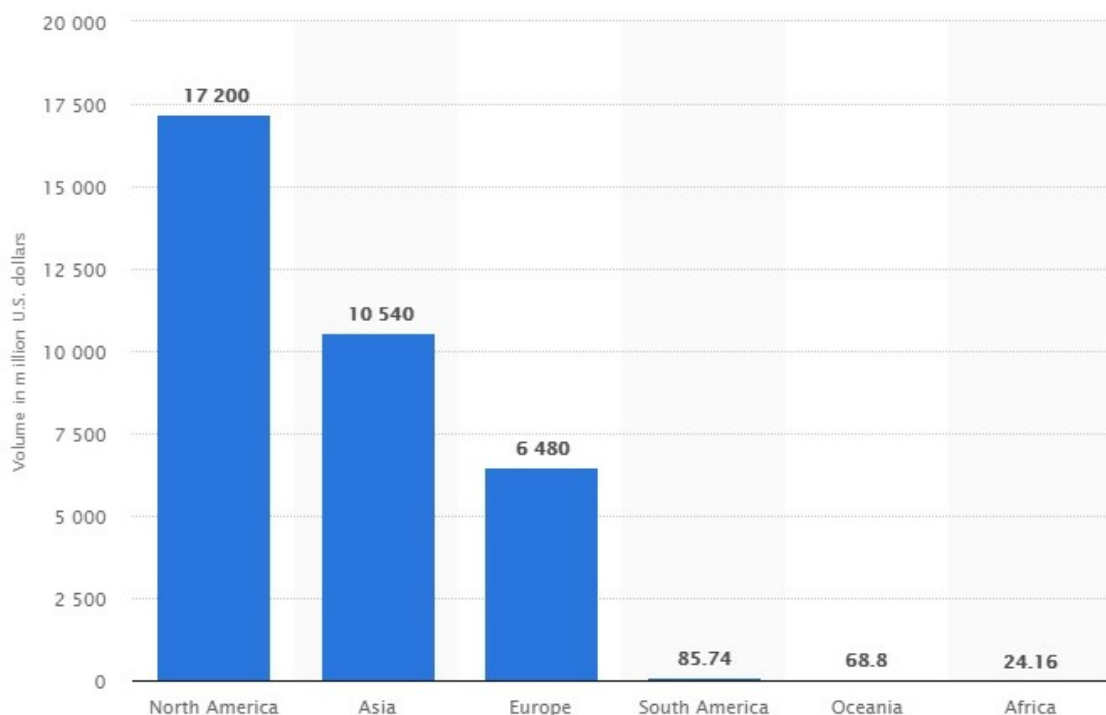
Autorky Hommerová a Severová (2018, s. 181) ve svém článku uvádí, že crowdfunding je novým konceptem financování projektů, jež zaznamenal výrazně rostoucí trend ve fundraisingu, je součástí marketingových aktivit nebo alespoň s nimi velmi úzce souvisí.

Článek od autorů Simons, Kaiser a Vom Brocke (2019, s. 113) hovoří o tom, že o crowdfunding se zajímaly také zavedené velké společnosti. Příkladem je společnost Indiegogo, která nedávno zahájila program nazvaný „Indiegogo Enterprise“, který se připojit k několika velkým společnostem, jako Hasbro, Heineken, Motorola a další. Dále společnosti jako IBM a Siemens navíc zavádějí jednotlivé praktiky crowdfundingu v rámci svých firemních oblastí.

Webová stránka CrowdExpert.com (©2018) je poměrně novou informační a zpravodajskou stránkou obsahující články, návody a rozhovory o crowdfunding platformě. Mimo jiné uvádí také data celkového objemu finančních prostředků společnosti Global Crowdfunding Industry jež v roce 2015 dosáhl hodnoty 34 miliard dolarů.



Obrázek 1 Objem finančních prostředků získaných prostřednictvím crowdfundingu na celém světě v roce 2017 podle typu (v miliardách amerických dolarů) (Statista ©2019)



Obrázek 2 Objem finančních prostředků získaných prostřednictvím crowdfundingu na celém světě v roce 2017 dle regionů (v milionech amerických dolarů) (© Statista 2019)

V prvním grafu se nachází objem finančních prostředků, které byly získány prostřednictvím crowdfundingu na celém světě v roce 2017. Dle typu byly nejvíce zastoupeny peer-to-

peer půjčky s hodnotou 25 miliard amerických dolarů. Na druhém místě byly dárcovské a odměnové projekty. Na druhém grafu je vidět objem finančních prostředků získaných prostřednictvím crowdfundingu na celém světě. Vedoucím je Severní Amerika, kde objem finančních prostředků dosáhl částky 17.200 milionů dolarů. Naopak v Jižní Americe je objem peněžních prostředků daleko nižší. Druhé místo obsadila Asie s 10.540 miliony amerických dolarů a třetí Evropa, se 6.480 milionů dolarů.

4.1 Historie crowdfundingu

Crowdfunding je považován za nový nástroj financování, ovšem je možné se s ním setkat mnohem dříve. Jako první crowdfundingovou aktivitu lze považovat spolufinancování Sochy Svobody. Symbol Spojených států a svobody, který slíbila darovat Francie v roce 1876 Spojeným státům na Velké výstavě konané ve Filadelfii, je jedním z prvních velkých úspěchů crowdfundingu. S nápadem oslovit širokou veřejnost tehdy přišel novinář Joseph Pulitzer. Za pouhého půl roku se mu podařilo získat cílovou částku od více než 100.000 přispěvatelů díky tiskovým zprávám, akcím a událostech. (Daularans, 2014)

Podle autora Young (2013, str. 25), v roce 2001 došlo k výraznému průlomů ve formě sbírání peněžních prostředků prostřednictvím většího množství menších investic. Hudebník a programátor Brian Camelio založil webový server ArtistShare, který je považován jako první specializovaná crowdfundingová platforma.

Dalším významným projektem byl projekt britské rockové kapely, které v roce 1997 potřebovala finance na opětovné setkání kapely. Využila společnosti ArtistShare, která se v roce 2000 rozhodla vytvořit první crowdfundingový portál, prostřednictvím níž vytvořil projekt. (Dresner, 2014, s. 11)

Jedním z důležitých milníků pro vývoj crowdfundingu je tzv. JOBS act (The Jumpstart Our Business Startups). Jedná se o zákon podepsaný prezidentem Obamou v roce 2012, kterým se ruší některá pravidla vzniklá během Velké deprese z počátku minulého století. Původní zákony prakticky znemožňovali investice jednotlivců do malých podniků, tedy neumožňovali nákup akcií malých podniků širokou veřejností, což je mimo jiné základem tzv. ekvity-based crowdfundingu. (Cunningham, 2012, s. 3)

Novodobá historie crowdfundingu začala s příchodem webu 2.0 a vznikem portálů sloužících k podpoře uměleckých, dobročinných a jiných portálů. (Inflow, 2016)

V našich podmínkách, lze jako první crowdfundingový projekt jmenovat sbírku na znovuo-
tevení Národního divadla. Zde bylo možné pozorovat některé prvky, které nesou současné
známky crowdfundingu.

4.2 Účastníci crowdfundingu

Mezi účastníky crowdfundingu patří přispěvatel (investor) a příjemce. Styk mezi těmito
dvěma účastníky je prostřednictvím internetových crowdfundingových platform (portálů).
Tyto platformy získávají prostředky na svou činnost prostřednictvím příjemců (zákazníků),
za zprostředkování financování projektu, podmínek pro shromažďování finančních zdrojů
a jejich další distribuci. (Hommerová, Krechovská, Hejduková, 2018, s. 143)

4.2.1 Přispěvatel

Přispěvatele specifikuje portál Hithit (©2019) jako zákazníka, tedy fyzickou nebo právnic-
kou osobu, která je registrovaná na webových stránkách a která kupuje předem stanovenou
odměnu (produkt nebo službu)

Autor Zeman (2016, s. 29) dodává, že pro všechny typy crowdfundingu je společné to, že
příspěvky, které jsou zaslané v rámci projektu, mají vždy peněžní charakter. Pokud by ne-
měli peněžní charakter, nejednalo by se o crowdfunding, ale o crowdsourcing.

4.2.2 Příjemce

Příjemce, neboli také autor projektu je dle Hithit (©2019) fyzická nebo právnická osoby,
která provozovateli zašle žádost o zveřejnění projektu a jejíž projekt je následně prezento-
ván potenciálním zákazníkům prostřednictvím webových stránek.

Dle Zemana (2016, s. 30) je příjemcem také osoba odpovědná za to, jaké plnění nebo od-
měna bude přispěvateli poskytnuta. Může nést také odpovědnost za celý projekt a za využi-
tí peněžních prostředků.

4.3 Výhody, nevýhody, rizika

I když je crowdfundingu moderním způsobem financování, přináší sebou řadu výhod a
nevýhod. Webové stránky Fund.chaser (©2018) uvádí k jednotlivým typům crowdfundin-
gu plusy a mínusy.

V případě Reward-Based Crowdfundingu, tedy crowdfundingu založeného na odměnách, lze jako výhodu uvést, že autor neztrácí kontrolu nad svým projektem. Příkladem je, že tato varianta nenutí podporovatelům dávat procenta z firmy, ale jen odměnu. Získává tím tedy první zákazníky a pozornost, ale neztrácí kontrolu. Další výhodou je, že kampaň, které umí zaujmout, přinese mnohem více výhod než jen peněžní prostředky. Autoři takto mohou získat řadu fanoušků, loajálních zákazníků, nové vztahy s médii, rozšíření povědomí. Neúspěch většinou spočívá ve špatných předpokladech vývoje produktu, nesprávných kalkulacích logistiky odměn a také autoři by měli mít taková očekávání, která jsou splnitelná.

Další variantou je Equity Crowdfundingu, tedy příspěvkem přispěvatel získává podíl ve firmě. Mezi výhody patří větší finanční potenciál a možnost jednoho investora. Pokud by částka byla vybrána od 100 investorů, tak se jedná o 100 lidí, kteří by mohli říkat, jak vést firmu, a tomu se jistě chce každý investor vyhnout. Jako nevýhodu lze uvést malý marketingový potenciál, vzhledem k tomu, že řada zemí ještě neupravila své regulace vůči konceptu podílového crowdfundingu.

Dále webové stránky Fund.chaser (©2018) uvádí Donation-Based Crowdfundingu, tedy crowdfunding založený na darování. V tomto případě je velmi diskutabilní, zda lze jasně stanovit výhody a nevýhody. Na jedné straně je jednoznačné, že pro byznysově orientované projekty, tento typ není příliš zajímavý, naopak pro sociální a ekologické projekty je dárcovský crowdfunding jasnou možností.

Další možností posuzování výhod a nevýhod je z hlediska autorů projektů a přispěvatelů. Crowdfunding představuje potenciální zdroje financování pro malé a inovativní projekty které nemají přístup k bankovnímu financování. Autoři projektu touto formou mohou získat zpětnou vazbu od davu a mohou rychleji budovat vztahy se zákazníky investory. (ESMA, 2014)

Přispěvatelé, jak uvádí webové stránky FCA (2016) v článku o crowdfundingu, mohou považovat za výhodu to, že se podílí na podnikání nebo projekty, jeho vývoji nebo naopak se podílí na podpoře místní iniciativy nebo iniciativy jiných osob. Platformy crowdfundingu mohou nabízet vyšší výnosy, ale existují zde daleko větší rizika.

4.4 Motivace autorů a přispěvatelů

Odborný článek zahraničních autorů uvádí, že rychlý nárůst „trhu“ s crowdfundingem přitáhl velkou pozornost k otázkám výzkumu v oblasti motivace. Někteří zkoumají, proč fun-

drasers využívají crowdfunding k získávání zdrojů, jako příklad uvádí, že podnikatelé, kteří mají dostatečné znalosti o využívání technologií Web 2.0, jsou ochotni přijmout crowdfundingu pro podnikání. Další zkoumají motivaci podporovatelů projektů, jejichž motivací je především zapojování se do projektů, které zahrnují spotřebovávání výrobků a také projekty ze sociální oblasti. V nedávné studii je dokázáno, že typy projektů crowdfundingu mohou vyvolat inspiraci a ovlivnit skutečný úspěch projektu. Ukázalo se, že zábava je důležitým atributem ovlivňujícím postoje spotřebitele k produktu nebo službě. Dále bylo také poukázáno na to, že někteří sponzoři investují peněžní prostředky do projektů kvůli získání finančních zisků, zatímco jiní mohou mít zájem o projekty, které mají společenské hodnoty nebo vytvářejí význam pro společnost. (Liang, Wu, Huang, 2019, s. 70-74)

4.5 Modely crowdfundingového financování

Crowdfunding zahrnuje rozmanité modely, jako jsou donation- (dárcovství), lending- (půjčování), equity-(kapitálový) a reward-based (odměnový). Model založený na principu darování zahrnuje sponzory, kteří přispívají z nezjištěných důvodů ve prospěch druhých. Model založený na půjčování se týká především půjček typu peer-to-peer, kde investoři investují s očekáváním vysokých úrokových výnosů. Model založený na vlastním kapitálu nabízí investujícím subjektům malý kapitálový podíl v budoucí společnosti, výměnou za jejich příspěvky. A v neposlední řadě odměnový model, ve kterém sponzoři investují, aby získali odměnu ve formě produktu, služeb a dalších. (Zheng, Xu, Zhang, Wang, 2018)

4.5.1 Donation-crowdfunding

Sociální příčiny vedoucí k nedávnému vzestupu dárcovského crowdfundingu jsou různé, ale obecně souvisí s neplněním veřejných služeb nebo nedostatečným zajištěním veřejných statků. Kampaně založené na dárcovství téměř vždy zahrnují některé finanční a občanské záležitosti, jako je vzdělávání nebo žurnalistika, které sotva mohou hledat pomoc jinde. Crowdfunding často přináší stejné výsledky jako získávání kapitálu z jiných zdrojů, má tedy potenciál být silným doplňkem, ne-li nahrazujícím pro ohrožený veřejný sektor. (Xu, 2018, s. 34)

4.5.2 Lending-crowdfunding

Lending-based crowdfunding, založený na půjčkách představuje nový způsob finančního zprostředkování spojení mezi věřitelem a dlužníkem přímo prostřednictvím internetových

platformem. Zatímco jejich podíl na trhu s úvěry je stále velmi malý, v některých případech jsou tyto platformy skutečnou alternativou k bankovnímu úvěru.

Platformy pro získávání úvěrů založené na jejich poskytování nevytvářejí transformaci rizika a zralosti, ale experimentují s obchodními modely, které by jim mohly v budoucnu umožnit vykonávat bankovní funkce. Řada platform umožňuje věřitelům automatizovat svůj úvěrový proces stanovením úvěrových kritérií (riziko, splatnost a další). To umožňuje diverzifikaci a snižuje transakční náklady. Platformy používají také kreditní skóre pro přidělení rizika dlužníkům. Některé platformy dokonce poskytují služby likvidity vytvořením sekundárních trhů, ve kterých věřitelé prodávají své úvěry jiným investorům. (Havrylchuk, 2018)

4.5.3 Equity-crowdfunding

U modelu Equity crowdfunding je investorům přislíben podíl na budoucích peněžních tocích začínající firmy. Tento model crowdfundingu nedostal tolik pozornosti, protože investice neakreditovaných investorů byly v USA zakázány až do nedávné doby. V Evropě byl rozmach tohoto typu spojen s portály Crowdcube a Seedmatch. Podílový crowdfunding rozšiřuje možnosti financování začínajících společností, což může být významnou hnací silou ekonomického růstu. Je však zapotřebí určité opatrnosti, jelikož investoři trpí asymetrií informací a většina začínajících firem selhává. (Hornuf, Schmitt, 2016, s. 16)

4.5.4 Reward-based-crowdfunding

U tohoto typu crowdfundingu příjemci dostávají nefinanční odměnu za jejich investice. Finanční prostředky jsou tedy získávány prostřednictvím kampaně, kterou vytvářejí podnikatelé nebo autoři projektů na platformě crowdfundingu. Kampaň obvykle obsahuje název projektu, popis, obrázky, nápad nebo produkt a propagační video. Většina projektů uvádí nepublikované produkty, a pokud potenciální zájemci skutečně mají zájem o produkt, musí vybrat jednu z možností odměny, neboť produkt obvykle jinde nabízen není. (Wessel, Adam, Benlian, 2019, s. 49)

4.6 Principy crowdfundingového financování

Crowdfundingové projekty se hodnotí, zda jsou úspěšné či nikoli dle několika principů. Podstatou je, zda autor projektu získá nebo naopak nezíská peněžní prostředky od veřej-

nosti. Lze rozlišovat dva základní principy, které jsou Všechno nebo nic a Flexibilní projekt.

4.6.1 Všechno nebo nic

Základem tohoto principu je, aby autor projektu získat peněžní prostředky buď 100%, nebo více procent z cílové částky. V případě, že se částka nevybere, peníze se rozešlou zpět příspěvatelům v plné výši a autor projektu nic nedostává. (Zeman, 2016, s. 53)

Jedná se o jeden z nejvíce používaných typu v odměnovém a podílovém crowdfundingu.

4.6.2 Flexibilní projekt

Flexibilní projekt je opačným případem principu Všechno nebo nic. Autor zde nemusí získat 100% peněžních prostředků za určité časové období. Autorovi zůstává vše, co se za daný časový úsek vybere a není podstatné kolik procent z cílové částky, to je. (Zeman, 2016, s. 54)

5 PROJEKT

Dle autorů Doležal, Krátký a Cingl (2013, s. 9) je projekt charakterizován tím, že je jedinečný, vymezený (ohraničený časově finančně), různorodý (dosažení vyžaduje různé dovednosti lidí), komplexní (řešení není jednoduché) a rizikový.

V knize z roku 2017 s. 17 autoři Doležal a Krátký definují projekt jako jedinečnou skupinu kroků vedoucích k dosažení stanoveného cíle nebo výsledku.

Young (2013, s. 32) uvádí, že jako crowdfundingový projekt můžeme chápat všechny projekty, které pro své financování využívají jednu z metod crowdfundingu. Projekt však nemusí být plně financovaný jen z crowdfundingu, může být pro daný projekt jen částí finančních prostředků nutných pro realizaci.

Každý projekt by měl být velmi dobře naplánován. Plán projektu můžeme definovat jako dokument, který obsahuje specifické údaje o projektu. Plán by měl odpovídat na čtyři základní otázky (Hrazdilová Bočková, 2016, s. 227):

- **Proč?** Z jakých důvodů je projekt realizován
- **Co?** Jaký má projekt cíl
- **Kdo?** Kdo se bude podílet na jeho realizaci
- **Kdy?** Časový plán projektu

5.1 Rozdělení projektů

Autorky Krechovská, Hejduková a Hommerová (2018, s. 143) dělí projekty do několika skupin, a to podle: komerčnosti projektu a podle původu a směřování projektu.

Podle komerčnosti projektu:

- Neziskové projekty – cílem jsou společensky významné cíle
- Ziskové projekty – cílem je dosažení zisku
- Smíšené – projekty s dlouhodobým výhledem

Podle původu a směřování projektu:

- Nezávislé projekty – tvořené jednotlivci
- Zakotvené projekty – pocházející ze stávající organizace
- Start-up – projekty začínající nezávisle a končící vznikem podniku či NO

5.2 Příprava a realizace crowdfundingového projektu

Řada autorů podává doporučení jak správně vést crowdfundingovou kampaň. Model úspěšné kampaně lze členit do tří základních částí (Steinberg, Demaria, 2012):

- Přípravná fáze
- Fáze realizace
- Fáze po realizaci

Na tomto rozdělení se shodují také autorky Hommerová, Hejduková a Krechovská (2018, s. 151-152)

Základní zásady dobré kampaně uvádí web Crowder (©2019), mezi něž patří dobré načasování, video, jasný popis a zajímavé odměny. Autoři projektu by samozřejmě neměli slibovat nic, co není možné splnit a odměny by neměly být získány automaticky zdarma.

5.2.1 Přípravná fáze

Zahájení crowdfundingového projektu se může zdát snadnou záležitostí, ovšem v praxi je to opačně. Tvůrce projektu musí dbát na velké množství podstatných záležitostí. Velmi důležité je se důkladně připravit a předejít případným chybám. Přípravná fáze je jednou z nejdůležitějších částí, protože se od ní odvíjí celý průběh projektu. Do této fáze jsou zahrnuty činnosti jako analýza crowdfundingových portálů, nastudování podobných projektů včetně zaměření se na projekty, které byly neúspěšné a odhalit jejich příčiny. Dále je nutné zajistit všechny potřebné podklady, zde se jedná o videa, fotografie, obrázky a další. Z vyjmenovaných je jedním z nejdůležitějších faktorů video, jeho zpracování nebo délka. Důležitá je také tvorba příběhu, ideálně by měl být výstižný a osobní, aby na investorovi zanechal nějaký dojem. Odměny by měly být naplánovány také před spuštěním projektu, je důležité, nejen aby tyto odměny byly vhodně odstupňované, ale také aby byl spočítán rozpočet. Doporučením je, aby byla ještě před spuštěním projektu vybudována fanouškovská základna. Vhodnou pomůckou jsou sociální sítě a další. (Young, 2013, s.)

5.2.2 Fáze realizace

Autorky Krechovská, Hommerová, Hejduková (2018, s. 152) ve své publikaci uvádějí, že umístěním projektu na daný crowdfundingový portál práce nekončí. Zásadní činnosti jsou v oblasti marketingu, tedy oslovováním co nejširšího okruhu lidí. Pokud o projektu nikdo

neví, není žádná šance, že bude podpořen. Dále je důležitá nepřetržitá komunikace s přispěvateli a fanoušky.

5.2.3 Fáze po realizaci

Po skončení projektu ať už úspěšném či neúspěšném je třeba provést pár závěrečných kroků, které zanechají dobrý dojem a nechají otevřenou cestu pro případné další projekty. Patří zde poděkování, čím osobnější, tím lepší. Je také dobré si po skončení kampaně vytvořit seznam přispěvatelů, jež bude obsahovat jméno, e-mailovou adresu a adresu, kam je nutné zaslat slíbenou odměnu. Důležitý je také neustálý kontakt, i po skončení kampaně, který může nalákat nové fanoušky. A v neposlední řadě je důležité finanční vyrovnání, tedy zaplacení všech poplatků, které z výtěroku plynou. (Krechovská, Hommerová, Hejduková, 2018, s. 152-153).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 AK COCO OTROKOVICE

Sportovní klub AK COCO Otrokovice se zaměřuje na rozvoj a výchovu dětí a mládeže v oblasti sportu. Jeho cílem je reprezentace klubu a také města Otrokovice. Spolek vznikl v roce 2017 a zaměřuje se především na sportovní přípravu a aerobik. Vzhledem k tomu, že je aerobik všestranným sportem, protože zlepšuje koordinaci, fyzickou kondici, pohybové dovednosti, rytmiku a mnoho dalších, je skvělým startem pro velkou řadu sportů. (AK COCO Otrokovice, ©2016)

6.1 Členská základna

Členská základna v současné době je 37 dětí a mládeže. Zastoupení je ve všech věkových kategoriích, a to již od 4 let. Děti se sportu věnují pravidelně 1x – 2x týdně. Spolek také připravuje své závodníky na celou řadu závodů, mezi něž patří závody Českého svazu aerobiku, Aerobic Tour nebo Mia festival. Spolek se účastní závodů především v České republice, v loňském roce se však poprvé účastnil i zahraničních závodů, a to v Polsku a na Slovensku.

6.2 Další činnosti spolku

Kromě pravidelných tréninků dětí a mládeže, spolek pořádá také různé akce v průběhu školního roku. Mezi nejvýznamnější akce patří: Halloweenový trénink, Vánoční předvádění pro rodiče, kterého se v roce 2018 zúčastnilo asi 70 dospělých a 30 účinkujících nebo například závěrečný program pro rodiče, děti a veřejnost na konci školního roku. Dále také připravuje doprovodný program na plesy a jiné kulturní akce, který lze poskytnout bezplatné vystoupení.

6.3 Úspěchy v roce ve školním roce 2017/2018

V loňském školním roce dosáhl spolek řady úspěchů, především díky svým závodním týmům. Důkazem je 25 pohárů z různých soutěží po celé České republice. V loňském roce se závodníci účastnili poprvé zahraničních závodů a to na Slovensku a v Polsku, z nichž odvezly cenné medaile a dokonce na Polských závodech se skupina 8—10 let stala absolutním vítězem. Díky vstřícnosti Základní školy T. G. Masaryka v Otrokovicích, kde v tělocvičnách cvičí, má spolek vlastní vitrínu a nástěnku, kde se může pyšnit svými úspěchy.

6.4 Plány a předpoklady

V rámci příštího školního roku má spolek v plánu udělat mnohem větší nábor dětí, prostřednictvím návštěv školek a větší propagace formou letáků na veřejných místech. Využije také sociálních sítí a webových stránek. Děti budou na základě těchto náborů rozděleny do věkových kategorií a také dle výkonnosti.

Na podzim spolek každoročně pořádá Halloweenový karneval, zatím jen pro členy. V roce 2018 byla tato akce spojena také s lampionovým průvodem po městě Otrokovice. V budoucnu by spolek chtěl tuto akci poskytnout veřejnosti, což obnáší náročné organizační, časové a propagační záležitosti.

Další ročník Vánočního předvádění se konal v prosinci 2018. V rámci této akce spolek vybírá dobrovolné vstupné, které je následně použito pro potřeby spolku. Zúčastnilo se 70 dospělých a 37 vystupujících. V následujících letech by spolek rád tuto akci pořádal ve větších prostorech, vzhledem k narůstající členské základně.

V rámci své činnosti také členové vystupují na plesech a dalších kulturních akcích. V listopadu 2018 proběhlo první vystoupení a na únor 2019 je naplánované další vystoupení, celkem tří skupin dětí a mládeže.

V roce 2019 se uskuteční další závody, kterých se spolek účastní od března do června. Zúčastní se především závodů Aerobic Tour, Mia festival a dalších. Závody probíhají po celé České republice a pro závodníky se jedná o vrchol sezóny. Vzhledem k tomu, že je sport finančně náročný, děvčata se mohou účastnit závodů především díky finanční podpoře spolku a rodičů.

Spolek se také snaží účastnit se veřejného života a ukázat svým členům také jiné stránky. Proto stejně tak jako v loňském roce plánuje návštěvu Senioru, kde děvčata předvedla své závodní sestavy a také přinesla malé dárečky pro seniory z Otrokovic.

V roce 2019 se spolek snaží výrazně snižovat náklady, o tom svědčí následující tabulka, kde jsou vyobrazeny náklady na jednotlivce na závodní sezónu pro člena ve věkové kategorii 8-10 let. Toto snížení je především v oblasti cen za klubovou soupravu a závodní dres na míru. Právě přes tyto položky se domnívám, že snížení cen bylo možné, především prostřednictvím jednání o cenách a možnostech jejího snížení. V obou případech spolek našel vhodnějšího dodavatele, což přispělo ke snížení cen a to uvítali především rodiče dětí.

Tabulka 1 Náklady na jednotlivce ve věku 8-10 let na závodní sezonu 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)

	2017/2018	2018/2019
Sportovní obuv Reebok Freestyle Hi dětské	1.200,--	1.200,--
Závodní dres na míru	1.500,--	1.100,--
Klubová souprava	900,--	200,--
Doplňky (kamínky, flitry, vlasové pomůcky)	250,--	150,--
Cestovné na závody	2.000,--	2.000,--
Startovné na závody	1.200,--	1.200,--
Členské příspěvky (2x týdně, pololetí)	1.300,--	1.400,--
Celkem	8.350,--	7.250,--

6.5 SWOT analýza

Domnívám se, že právě SWOT analýza je nejvhodnějším popsáním charakteristiky jakékoli organizace. Ukáže, jak silné a slabé stránky, tak také může určit, zda by organizace mohla využít dalších příležitostí nebo zda existují hrozby, které by ovlivnily její činnost.

Tabulka 2 SWOT analýza AK COCO Otrokovice 2018/2019 (vlastní zpracování dle Blahušová, 2017, s. 41)

Silné stránky	Slabé stránky
Kvalifikovaní trenéři	Velká a silná konkurence v okolí
Stabilní zázemí	Klesá atraktivita sportu
Odhodlanost a motivace členů	Nákladný sport (obuv, dres, startovné atd.)
Individuální přístup	Žádná historie a jméno klubu
Prostředí školy – noví členové	Nedostatek finančních prostředků pro rozvoj (nákup sportovního náčiní)
Výše členských příspěvků	Absence vlastních prostor
Úspěšná závodní sezóna 2017/2018	Sport především pro dívky
Propagace (místní noviny, sociální sítě, webové stránky, atd.)	
Příležitosti	Hrozby
Další vzdělávání trenérů	Nezájem dětí o sport
Pořádání sportovních a kulturních akcí	Odchod závodníků do jiných klubů
Dosažení výsledků na všech úrovních	Nezájem o aktivní účast na závodech
Rozšíření o další sportovní aktivity	Vznik nového klubu v Otrokovicích
Získání finanční podpory (dotace, sponzoři)	Výpověď nájmu používaných prostor
Spolupráci se základní školou	Nedostatečnost členské základny a s tím spojené nepokrytí nákladů na provoz
Možnost otevření lekcí pro dospělé	Nestálost zájemců (členů)
Možnost navázání spolupráce s jiným sportovním klubem	

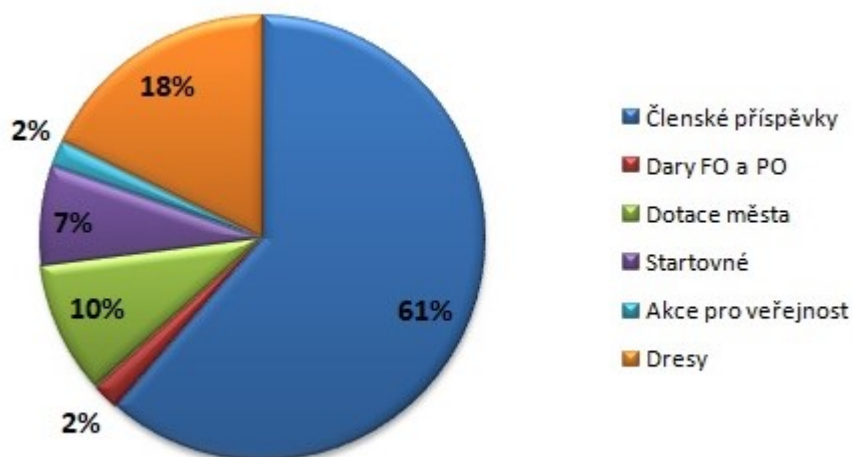
6.6 Ekonomické informace

V této kapitole o ekonomických informacích spolku AK COCO Otrokovice, budu znázorňovat její příjmy a výdaje. Vzhledem k tomu, že vazba na příjmy a výdaje je u této organizace na školní rok. Budu tedy srovnávat příjmy a výdaje mezi dvěma školními roky.

Tabulka 3 Příjmy organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)

Příjmy	2017/2018	2018/2019
Členské příspěvky	63.700	99.700
Peněžní dary FO a PO	2.000	2.000
Dotace města Otrokovice	10.000	0
Příspěvky startovné	7.500	0
Příjmy z akcí pro veřejnost	1.985	2.984
Příjem na platbu dresů	18.480	34.220
Příjmy celkem	103.665	138.904

Jak je patrné z předchozí tabulky, vazba členských příspěvků se odvíjí od počtu členů základny, které se o značný počet zvýšila. Velikost členských příspěvků také závisí na počtu tréninků v týdny, kdy tedy stávající členové začali trénovat častěji v týdnu, a tedy výše příspěvků se zvýšila. Naopak nově přichodící členové cvičí 1x maximálně 2x týdně. Vzhledem k tomu, že momentálně spolek připravuje žádosti o dotace, nejsou tyto zahrnuty v rozpočtu příjmů a to samé platí o příspěvcích na startovné, které hradí rodiče členů na základě počtu závodů v závodní sezóně, která začíná na začátku dubna 2019. Příjmy z akcí pro veřejnost se také zvýšily, vzhledem k tomu, že akci navštívilo více hostů. Organizace se značně rozrůstá, příjmy ve školním roce 2018/2019 jsou asi o 33% vyšší než ve školním roce 2017/2018 a to v rozpočtu nejsou zahrnuty zmíněné dotace města Otrokovice a příspěvky na startovné. Je nutné podotknout, že v školní rok 2018/2019 v současné době běží a proto nejsou do tabulky doplněny příspěvky na startovné a ani zmíněné dotace města Otrokovice. Příjmy znázorňuje také následující graf prostřednictvím procent.



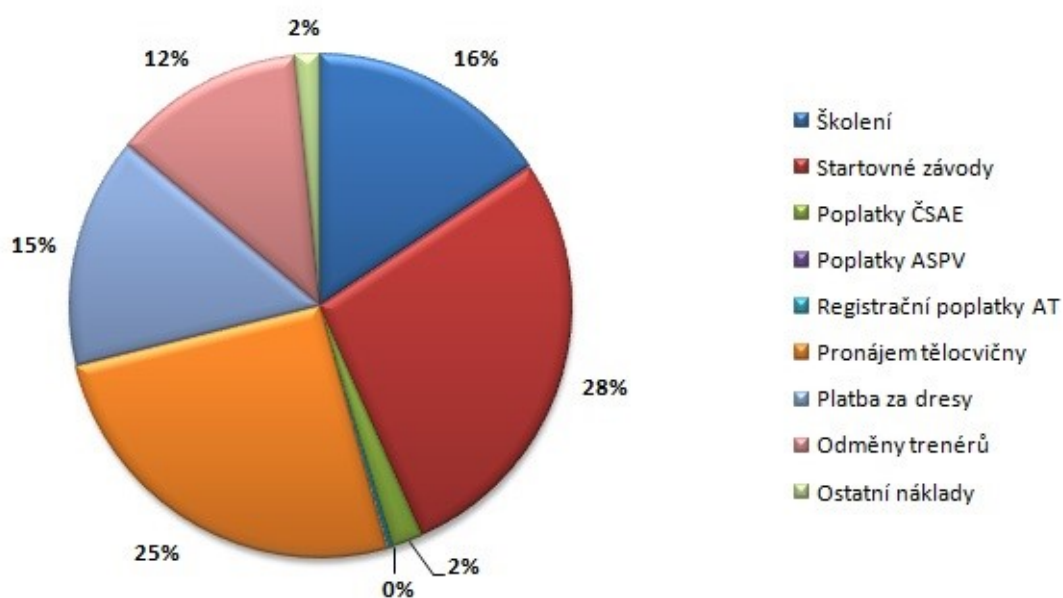
Obrázek 3 Příjmy organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování)

V oblasti výdajů jsem vybrala nejdůležitější položky, které ovlivňují činnost organizace. Nejsou zde zahrnuty jednorázové akce, jako jsou jednodenní soustředění, kdy je pronájem tělocvičny hrazen zvlášť a samozřejmě je ekvivalentní rozpočítaná částka rozdělena do příjmů od členů.

Tabulka 4 Výdaje organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)

Výdaje	2017/2018	2018/2019
Školení	19.400	-
Startovné závody	34.370	41.000
Poplatky ČSAE	2.500	-
Poplatky ASPV	-	3.700
Registrační poplatky AT	400	600
Pronájem tělocvičny	31.600	49.190
Platba za dresy	18.480	34.220
Odměny trenérů	15.320	25.200
Ostatní náklady	2.000	4.000
Výdaje celkem	124.070	157.910

V předcházející tabulce jsou znázorněny výdaje organizace AK COCO Otrokovice. Největší část výdajů pochopitelně ve školním roce 2017/2018 zaujal pronájem tělocvičny a startovné na závody, jež se pohybuje v částkách 130-300 Kč na osobu. Ve zmíněném školním roce bylo nutné také provést doplňující vzdělání obou trenérek, které bylo v hodnotě přes 22.000 Kč. Platba za dresy odpovídá celkové částce přijaté na dresy, tato položka se tedy v podstatě vynuluje. Ostatní náklady se vážou k tvorbě závodní hudby a jsou vynakládány vždy na začátku školního roku. Co se týče cestovného, to hradí rodiče sami, není tedy zahrnuto ve výdajích organizace. Vzhledem k tomu, že školní rok 2018/2019 právě probíhá, nejsou známy všechny výdaje, odhadované výdaje jsou tedy vyznačeny kurzívou. Vše je ještě jednou znázorněno v následujícím grafu.



Obrázek 4 Výdaje organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018
(vlastní zpracování)

Členská základna je zde uvedena také za školní rok 2016/2017, kdy spolek fungoval prostřednictvím firmy HSEF, s. r. o. tedy podnikatelského subjektu. V této tabulce je toto důležité, aby bylo možné pozorovat vývoj členské základny. Členská základna má rostoucí trend, což je pro organizaci a její existenci velmi důležité. Veřejnost má stále o aerobik zájem, i když doba jeho popularity je již pryč. Na školní rok 2019/2020 plánuje organizace opět velký nábor nových členů, především nových dětí. Odhad příjmu nových dětí je ve srovnání se školním rokem 2018/2019, 10 dětí ve věku od 4-8 let, vzhledem k tomu, že tuto věkovou kategorii nabírá organizace nejčastěji.

Tabulka 5 Vývoj členské základny spolku AK COCO Otrokovice (vlastní zpracování)

Školní rok	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Členská základna	21	25	37	47
- z toho děti	17	18	29	37
- z toho dospělí	4	7	8	10

6.6.1 Peněžní deník

Tabulka 6 Peněžní deník AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování)

2017/2018	1.Q	2.Q	3.Q	4.Q
Pokladna	24.654	17.869	20.934	-4.732
Členské příspěvky	29.250	-	29.250	-
Dary	-	2.000	-	-
Příspěvek na startovné	-	-	7.500	-
Příjmy z akcí	-	1.985	-	-
Příjem na dres	-	18.480	-	-
Startovné na závody	-	-	11.220	3.200
Odměny trenérů	4.596	4.596	4.596	1.532
Bankovní účet	-21.300	-15.800	-23.550	0
Členské příspěvky	2.600	-	2.600	-
Dotace	-	-	10.000	-
Platba za školení	19.400	-	-	-
Startovné na závody	-	-	19.950	-
Zaplacené poplatky ČSAE	2.500	-	-	-
Registrační poplatky AT	-	-	400	-
Platba za pronájem tělocvičny	-	15.800	15.800	-
Ostatní platby	2.000	-	-	-

V předcházející tabulce je uveden peněžní deník v přehledné podobě za jednotlivá čtvrtletí školního roku 2017/2018. Jsou rozděleny jednotlivé příjmy a výdaje, které byly přijaty v hotovosti a které na bankovní účet. Z tabulky je patrné, že většinu členských příspěvků

platí rodiče v hotovosti. Největší částky, které v deníku figurují, jsou členské příspěvky, které se pravidelně platí každé pololetí a dále také pronájem tělocvičny, jež se hradí vždy v prosinci a v březnu. Další podstatnou část peněžního deníku tvoří startovné na závody. U většiny závodů již lze v dnešní době provádět platbu převodem na účet, což velmi usnadňuje administrativu před v průběhu i po konci samotného závodu. Samozřejmě je část závodů hrazena v hotovosti a na některé závody spolek vybírá příspěvek od rodičů. V posledním čtvrtletí již nejsou vysoké částky, to je způsobeno tím, že závodní sezóna je u konce a děti mají dva měsíce prázdniny.

6.6.2 Srovnání členských příspěvků

Dalším kapitolou je srovnání členských příspěvků s ostatními kluby v okolí. Domnívám se, že je velmi zajímavé toto srovnat. V následující tabulce je uveden výčet alespoň některých sportovních klubů v okolí, především tedy v oblasti aerobiku. Toto srovnání je uvedené pro cvičení jednou týdně. Je patrné, že ve spolku AK COCO Otrokovice se platí velmi nízké členské příspěvky oproti dalším klubům. Ve Zlíně se poplatky pohybují okolo 1.000 Kč. Nejnižší členský příspěvek je v TJ Jiskra Otrokovice, to může být způsobeno, značnou podporou města Otrokovice a Sokolem.

Tabulka 7 Srovnání výše členských příspěvků v okolí (vlastní zpracování)

Název klubu	Výše příspěvku
AK COCO Otrokovice	700 Kč
NikaFit Zlín-Malenovice	900 Kč
Aerobik team Tlumačov (DDM Sluníčko)	700 Kč
Aerobik klub Zlín – základní kurz	1.200 Kč
Aerobik klub Zlín - Děti na startu	1.000 Kč
SK P+K Zlín	1.350 Kč
TJ Jiskra Otrokovice – všeobecná sp. příprava	650 Kč

7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU FINANCOVÁNÍ

V této kapitole bude rozebrán současný stav financování neziskové organizace AK COCO Otrokovice. Lze říci, že nezisková organizace v rámci svých možností využívá více-zdrojového financování. Finanční prostředky ovlivňují fungování a existenci každé neziskové organizace, proto si myslím, že by jim měla být věnována značná pozornost. Budou zde rozebrány jednotlivé kategorie možností financování, jako jsou dotace města Otrokovice, dotace Zlínského kraje, dárcovství a samofinancování prostřednictvím členských příspěvků a sportovních akcí, které organizace pořádá.

7.1 Dotace

Organizace prozatím nemohla žádat dotace, vzhledem k tomu, že zájemce o dotaci musí splňovat řadu podmínek, jako například doba působení 2 roky nebo určitý počet členů v základně. Ani jednu z těchto podmínek prozatím spolek nespĺňoval. V letošním roce by ale bylo možné již dotace čerpat.

Spolek se také pokoušel o získání dotace z „Výzva MŮJ KLUB“, kterou vypisovalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Jednalo se o poskytnutí dotace na podporu sportovních aktivit dětí a mládeže do 23 let. Lhůta pro podání žádosti byla do 31. října 2018. Spolek však opět nevyhovoval jedné ze základních podmínek existence, tedy 2 roky. (MŠMT, ©2019)

V loňském roce se spolek účastnil zahraničních závodů, na které žádal dotaci od města Otrokovice, aniž by splňoval všechny uvedené podmínky. Bylo mu vyhověno, město tak podpořilo účast na zahraničních závodech a celková dotace na závody v Opole a Bratislavě byla 10.000 Kč. Tato částka postačila na úhradu startovného na obou akcích.

7.2 Dárcovství

V dnešní době rozhodně pro neziskové organizace není snadné získat peněžní prostředky formou darů a sponzorství. Bohužel zájem firem podporovat organizace penězi se výrazně snížila. Obecně se lze setkat spíše s materiální podporou. Problémem je, že potencionální sponzory příliš nezajímá a není pro ně zajímavé prostředí aerobiku pro děti, spíše je pro ně zajímavější odvětví fotbalu, florbalu, hokeje a další. Propagace případného sponzora je v těchto odvětvích jednodušší vzhledem k tomu, že mohou logo sponzora použít na sportovní dresy a další majetek neziskové organizace. V případě spolku AK COCO Otrokovice

nelze prezentovat logo nebo název firmy sponzora na dresech, protože to odporuje pravidlům sportu.

Organizace pravidelně oslovuje firmy, které působí v místě a okolí, které by mohly mít zájem na rozvoji AK COCO Otrokovice. Oslovování je také prostřednictvím rodičů členů organizace ve firmách, kde pracují. Spolek v loňském roce získal peněžní dar 2.000 Kč od podnikatele – fyzické osoby. Tento dar použil jako příspěvek na šití dresů.

7.3 Členské příspěvky

Členské příspěvky jsou jednou z nejdůležitějších částek, která ovlivňuje fungování celé organizace. Výše členský příspěvků se odvíjí od počtu tréninků v týdnu. Tyto příspěvky je možné hradit jednou ročně nebo pololetně. Převážná většina členů hradí příspěvky pololetně, tedy nejpozději v polovině října a v polovině března. Členové cvičí v intervalech od 1x-4x týdně.

- 1x týdně – 700 Kč
- 2x týdně – 1.400 Kč
- 3x týdně – 2.100 Kč
- 4x týdně – 2.500 Kč

Z členských příspěvků organizace hradí pronájem tělocvičny, odměny trenérů, poplatky organizací jako ČSAE a ASPV a startovné na závody, které se každoročně pohybuje v desetitisícových sumách.

7.4 Sportovní akce

Organizace v současné době pořádá akce především pro své členy, do budoucna je určité další možnosti financování tyto akce pořádat také pro veřejnost. Organizace má za svou dobu existence již značné zkušenosti s pořádáním sportovních akcí pro členy především díky kolektivu trenérů, jež působili v obdobných organizacích, a proto mají s tímto pořádáním zkušenosti.

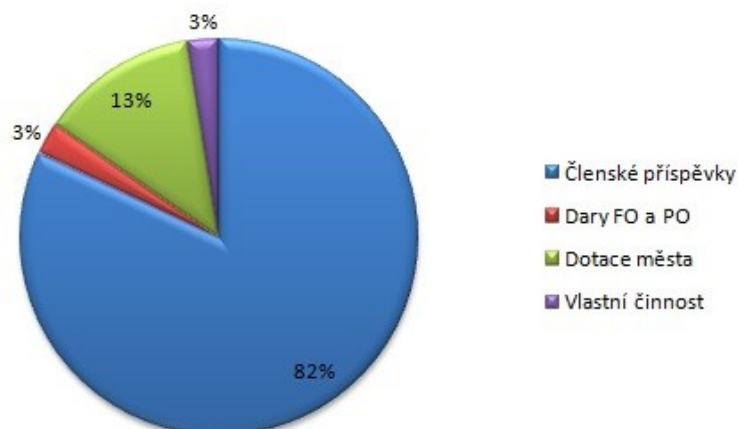
Každoročně spolek pořádá Vánoční předvádění pro rodiče a veřejnost. Cílem je přestavení práce, kterou organizace za necelého půl roku s dětmi odvedla. V loňském roce se účastnilo asi 60 hostů. Vstupné je formou dobrovolného a peněžní prostředky organizace využije pro úhradu startovného na závodech. Částka, kterou v loňském roce organizace vybrala, se blížila 3.000 Kč.

Další akce jako je Halloweenský trénink a pravidelná soustředění organizace plánuje tak, aby byly uhrazeny náklady, a zisk z této činnosti tedy žádný neplyne. Tedy nezbyvají finance na placení dalších nákladů, které jsou spojeny s fungováním organizace.

7.5 Celkové zhodnocení financování

Z předešlé analýzy je patrné, že spolek funguje a existuje především díky členským příspěvkům. Akce, které organizace pořádá, s sebou vždy nenesou zisk, který by mohl být použitelný pro další potřeby organizace. Doporučila bych, aby se organizace, vzhledem ke svým zkušenostem, pokusila zorganizovat akce pro veřejnost, tím získat částku vstupného, kterou pak lze použít na úhradu nákladů na organizaci akce a dále zisk použít pro další činnost organizace. Co se týče oblasti dotací, je škoda, že organizace funguje příliš krátkou dobu, tudíž na dotace nedosáhne. Letos by se to však mohlo obrátit a může tedy čerpat řadu dotací. Dotace, kterých se to týká, budou rozebrány v následující kapitole o dalších možnostech financování. Aby organizace získala individuální dárcy, doporučila bych, aby nejen kontaktovala firmy v okolí, ale také aby o sobě dávala vědět formou článků v novinách, veřejných vystoupeních a dalších možnostech propagace. Tím by se mohla dostat právě k řadě dárců, kteří byli ochotni přispět na činnost organizace.

V následujícím grafu je procentuelně znázorněno financování organizace. Jak již bylo zmíněno, největší část v tomto případě tvoří členské příspěvky, tedy 82%. Další významnější položkou byly dotace města 13%. Ostatní položky jsou v zanedbatelném množství. V návrhu dalších možností financování bude zpracován graf, jak by mohlo financování vypadat, aby organizace nebyla závislá pouze na členských příspěvcích.



Obrázek 5 Financování spolku AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování)

8 NÁVRH DALŠÍCH MOŽNOSTÍ FINANCOVÁNÍ

Organizace by z případných dalších možností financování mohla uhradit veškeré startovné na závody, pronájem tělocvičny, odměny trenérů a také by mohla přispět na úhradu šití dresů a nákup sportovní obuvi. Především by však za finance nakoupila pomůcky ke sportování, které organizaci momentálně chybí.

8.1 Dotace města Otrokovice

Město Otrokovice má dle mého názoru propracovaný dotační systém, prostřednictvím něhož se snaží podporovat i malé organizace. Každoročně podporuje prostřednictvím dotací z odboru školství a kultury řadu neziskových organizací a podporuje tak také sportovní činnost dětí a mládeže.

V současné době jsou vypsány tři dotační programy, jež se skládají z programu pro poskytování dotací v oblasti sportu na činnost v roce 2019, v oblasti mládežnického výkonnostního sportu v roce 2019 a poskytování dotací na akce mimořádného významu.

8.1.1 SPORT 1

Program pro poskytování dotací z rozpočtu města Otrokovice pro oblast sportu v roce 2019

Základem pro výpočet dotace na činnost žadatele je skutečný stav jeho celkových nákladů k 31.12. předchozího kalendářního roku na hlavní činnost a to v následujícím členění:

- provozní náklady – zde patří nákup materiálu na údržbu a opravu majetku organizace, energie, vodné, stočné, pronájem sportovišť a sportovního vybavení
- cestovní náklady - zahrnují náklady na cestovné a dopravu na utkání, soutěže a soustředění a další.
- ostatní náklady

Město Otrokovice upřednostňuje žadatele o dotaci se sportovním zázemím, a proto při výpočtu dotace přikládá 70% váhu, dále podporuje účast žadatelů o dotaci ve sportovních soutěžích s 20% váhou a ostatní náklady mají při výpočtu váhu 10%. Upřednostňuje tak sportování dětí a mládeže. Prostřednictvím výše členské základny pak zvyšuje dotaci prostřednictvím „koeficientu mládeže“. Předpokládaný objem peněžních prostředků pro tento

program je 7,35 mil. Kč. Termín doručení žádostí je od 18.03.-21.3.2019 a rozhodnutí bude provedeno do termínu 30.04.2019. (MěÚ Otrokovice, ©2019)

8.1.2 SPORT 2

Program pro poskytování dotací z rozpočtu města Otrokovice v oblasti sportu na akce mimořádného významu s mezinárodní účastí pořádané v Otrokovicích v roce 2019

Tato dotace je poskytnuta žadatelům na náklady spojené s organizací nebo pořádáním akce mimořádného významu s mezinárodní účastí. Je možné ji uplatnit na úhradu uznatelných nákladů dané akce. Náklady, které nejsou uznatelné, jsou blíže popsány v programu dotace. Předpokládaný objem peněžních prostředků pro tento program je 300.000 Kč. Dotace může být poskytnuta maximálně do výše 50% celkových předpokládaných nákladů na akci a nesmí být vyšší než 50.000 Kč. Termín doručení je od 01.03.-08.03.2019.

Vzhledem k tomu, že spolek AK COCO Otrokovice nemá v plánu v současné době plánovat akci se zahraniční účastí, tuto dotaci může využít například v příštím roce, pokud by takovou akci chtěl pořádat. (MěÚ Otrokovice, ©2019)

8.1.3 SPORT 3

Program pro poskytování dotací z rozpočtu města Otrokovice v oblasti mládežnického výkonnostního sportu v roce 2019

Tato dotace je poskytována na podporu sportovních aktivit dětí a mládeže ve věku od 6 do 18 let a tato osoba musí mít sídlo na území města Otrokovice. Dotaci lze použít na úhradu uznatelných nákladů, konkrétně na náklady na cestovné na utkání a soutěže, které jsou konané mimo území Otrokovic a ostatní náklady na trenéry hrazené podle zákona č. 262/2006 Sb. zákoníku práce do maximální výše 240 Kč/hod. Předpokládaný objem peněžních prostředků pro tento program je 1 mil. Kč. Termín doručení žádosti je 15.04.-30.04.2019. (MěÚ Otrokovice, ©2019)

8.1.4 Grant z rozpočtu města Otrokovice

Výzva pro podávání žádostí o grant z rozpočtu města Otrokovice talentovaným dětem a mládeži 2019

Tento grant je určen pro občany města ve věku do 23 let, jež vynikají jako žáci nebo studenti základní školy, základní umělecké školy, střední školy, konzervatoře a další nebo

jsou skvělými umělci či sportovci. V rozpočtu města je vyčleněna částka ve výši 100.000 Kč. Peněžitý dar je v hodnotě nejvýše 20.000 Kč pro jednotlivého příjemce v daném kalendářním roce. Žádost o grant lze podávat v termínu od 11.03.2019-05.04.2019. (MěÚ Otrokovice, ©2019)

8.2 Dotace Zlínského kraje

Stejně tak jako město Otrokovice, tak také Zlínský kraj vypisuje řadu zajímavých dotací pro nestátní neziskové organizace, které působí ve sportu. V současné době jsou vypsány dotační tituly, které jsou blíže specifikovány níže.

8.2.1 MaS01-19

Jednorázové projekty v oblasti mládeže a sportu

Cílem tohoto programu je zvýšení sportovní úrovně dětí a mládeže a nabídky volnočasových aktivit ve Zlínském kraji. V rámci poskytnuté dotace jsou očekávány dopady na rozvoj mládežnických a sportovních aktivit. Lhůty pro předložení žádostí o poskytnutí dotace jsou od 21.01.2019 – 13.02.2019 pro jednorázové projekty s termínem konání leden – červen 2019 a další lhůta od 20.05.2019-12.06.2019 pro jednorázové projekty s termínem konání červenec – prosinec 2019. Celková předpokládaná částky vyčleněná na realizace programu je 4.000.000 Kč. Účel, na který mohou být finanční prostředky v programu poskytnuty, je realizace sportovních a mládežnických nadregionálních projektů a realizace sportovních a mládežnických regionálních projektů. (Zlínský kraj, ©2019)

8.2.2 MaS03-19

Činnost a rozvoj mládežnického sportu

Cílem tohoto programu je zvýšení úrovně sportovní činnosti dětí a mládeže ve sportovních organizacích na území Zlínského kraje. Důvodem podpory je naplňování koncepce rozvoje tělovýchovy a sportu ve Zlínském kraji týkající se strategického cíle A, tedy zajištění široké nabídky sportovních aktivit. V rámci podpory jsou očekávány dopady na zlepšení rozvoje a kvality sportovní činnosti týkající se organizací pracujících s dětmi a mládeží ve Zlínském kraji. Lhůta pro podání žádostí je od 21.01.2019-13.02.2019. Celková předpokládaná částky vyčleněná na realizaci tohoto programu je 17.500.000 Kč. Účely, na které mohou být finanční prostředky v programu poskytnuty, jsou:

- Individuální sportovní odvětví – přímá a systematická práce s dětmi a mládeží, soustavná příprava sportovců na sportovní akce regionálního, republikového nebo vrcholového charakteru a účast na těchto akcích. Dále je uveden výčet sportů, v nichž je zastoupen také aerobik
- Kolektivní sportovní odvětví – soustavná příprava sportovních týmů či družstev na sportovní akce regionálního, republikového či vrcholového charakteru a účast na těchto akcích, výchova talentovaných sportovců. (Zlínský kraj, ©2019)

8.2.3 MaS04-19

Podpora mládeže na krajské úrovni

Cílem programu je podpora volnočasových aktivit dětí a mládeže ve Zlínském kraji, a to v oblasti vzdělávání, zdravého životního stylu, zájmu o aktivní participaci na dění v okolí. Očekávány jsou dopady na rozvoj a zlepšení kvality činnosti organizací pracujících s dětmi a mládeží ve Zlínském kraji. Tento program je spolufinancován ze státního rozpočtu a vychází z podmínek dotačního programu MŠMT. Lhůta pro podání žádosti o poskytnutí dotace je od 08.04.2019 - 03.05.2019. Finanční prostředky mohou být poskytnuty na účel týkající se volnočasových aktivit dětí a mládeže ze Zlínského kraje, vzdělávání dětí a mládeže podporující mimo jiné vzájemnou toleranci a respekt. Celková předpokládaná částka vyčleněná na realizaci programu je 1.887.000 Kč. Rozhodnutí o poskytnutí nebo neposkytnutí dotace v orgánech Zlínského kraje a schválení Smlouvy je 27.05.2019. (Zlínský kraj, ©2019)

8.3 Dotace a spolek

V případě organizace AK COCO Otrokovice, hraje velkou nevýhodu krátká doba existence, vzhledem k tomu, že veškeré dotace jsou podmíněny minimálně dvou roční existencí. Spolek AK COCO Otrokovice vznikl v dubnu 2017, tedy je na rozhraní některých dotací. Co se týče dotací města Otrokovice, zde již pro řadu dotačních programů skončila doba pro podání žádosti. Spolek však připravil podklady pro dotační program v oblasti mládežnického výkonnostního sportu, zde končí lhůta pro podání žádosti dnem 30.04.2019, je tedy naděje, že by spolek mohl alespoň část peněz získat. Domnívám se, že v současné době a velikosti spolku pravděpodobně není reálné aby spolek získal peněžní prostředky ze Zlínského kraje. Nicméně je třeba podotknout, že tyto programy jsou vypisovány pravidelně hned ze začátku roku, takže bych doporučila, aby spolek pohlídal termín pro podání žádos-

tí na tyto programy na začátku roku 2020 a vzhledem k tomu, že je zde možnost, že se rozšíří členská základna, je tedy i větší možnost získání finančních prostředků ze Zlínského kraje.

8.4 Dárcovství

V oblasti individuálního a firemního dárcovství by organizace mohla zkusit oslovovat nejen více firem a osob, pro něž je město Otrokovice blízké, ale také firmy, které jsou se sportem spjaty. Jedná se tedy především o firmy se sportovním oblečením, dále ty, které zajišťují potisk sportovního oblečení, firmy, které se zabývají sportovními pomůckami, a řada dalších. Domnívám se, že pro získání takových darů je nutné, aby organizace AK COCO Otrokovice zlepšila o sobě povědomí. Lze využít článků do novin, větší aktivita na sociálních sítích, organizace akcí pro veřejnost. Díky tomuto bude o organizaci vědět a případní sponzoři se budou hledat lépe a hlavně bude větší pravděpodobnost, že organizace nějaký sponzorský dar dostane.

8.5 Samofinancování

V současné době je pro organizaci nejdůležitější formou financování samofinancování. Organizace tedy získává peněžní prostředky vlastní činností. Vzhledem k tomu, že spolek AK COCO Otrokovice ještě není příliš známou organizací, není divu, že je tato forma financování stále nepostradatelnou.

8.5.1 Členské příspěvky

Jak již bylo zmíněno výše, členské příspěvky jsou jednou z nejdůležitějších částí financování organizace. Pokud by organizace přemýšlela o zvyšování těchto částek, bylo by to z důvodu zvyšování cen pronájmu tělocvičny, případně pokud by organizace nezískala žádné dotace pro startovné na závody, byla by nucena zvýšit členské příspěvky nebo zavést vyšší poplatky právě na tyto akce. Naopak snížení těchto příspěvků by bylo možné, pokud by organizace získala dotace například na pronájem tělocvičny.

8.5.2 Sportovní akce pro členy

Mimo akce, které spolek pořádá, by bylo možné uspořádat řadu dalších akcí. Například víkendové soustředění nebo příměstský tábor. Vzhledem k tomu, že organizace v letošním

roce registruje své členy v Asociaci sportu pro všechny a ta nabídla prostory, kde by bylo možné uspořádat víkendové soustředění, lze toho využít a ve školním roce 2018/2019 takové soustředění uspořádat. Hrazeno by mělo být rodiči případně nějakým příspěvkem od spolku. Další akcí, kterou by bylo možné pořádat je příměstský tábor, kde by děti denně docházely v období prázdnin, a peněžní prostředky, které by spolek získal, by byly na pokrytí nákladů na tuto akci a zbytek by bylo možné využít pro další činnost spolku.

8.5.3 Sportovní akce pro veřejnost

Sportovní akce pro veřejnost jsou další oblastí, kde by organizace mohla získat peněžní prostředky, které by bylo možné dále využít pro další činnost. Prozatím spolek pořádá pouze jednu akci pro veřejnost, a jak již bylo zmíněno výše, finanční prostředky, které získá, jsou dále použity k činnosti spolku. Další takovou akcí by mohl být například karneval pro veřejnost, kde by vstupné bylo samozřejmě na pokrytí nákladů a případný zisk by se využil například k zaplacení startovného na závody. K takové akci by bylo nutné zařídit, prostory, dobrovolníky (pravděpodobně z řad členů), doprovodný program, hry pro děti, občerstvení, a další. Bylo by možné také na konci závodní sezóny uspořádat rozloučení se školním rokem. Kde by členové vystoupili, byly by připraveny prezentace z fotografií ze závodů a dalších akcí. Na tuto akci by bylo možné pozvat také zastupitele města a touto formou by se tedy organizace zviditelnila. Dále může být v úvahu organizace závodů nebo přehlídky, jež je však velmi časově a organizačně náročná. Spolek by také mohl uspořádat ples, na kterém by vystoupili členové organizace. Domnívám se, že sportovní ples by bylo jednodušší uspořádat než například závody. Řada spolků a neziskových organizací pořádá tyto akce, aby získali peněžní prostředky.

8.6 Crowdfunding

V dnešní době mohou neziskové organizace využít crowdfunding. Vzhledem k tomu, že každá nezisková organizace má nějakou členskou základnu a fanoušky, je pravděpodobné, že finanční prostředky získá, pokud každý přispěje alespoň drobnou částku. Organizace AK COCO Otrokovice by mohla tento způsob financování využít pro získání cvičebních pomůcek. Vzhledem k tomu, že organizace dary a dotace využívá především na úhradu nákladů spojených se závody, na sportovní pomůcky peníze nezbývají. S touto formou financování je spojena řada činností, které musí organizace zajistit, patří zde samotné vytvoření projektu, zpracování videa, vymyslet a realizovat odměny a další úkoly. Na první

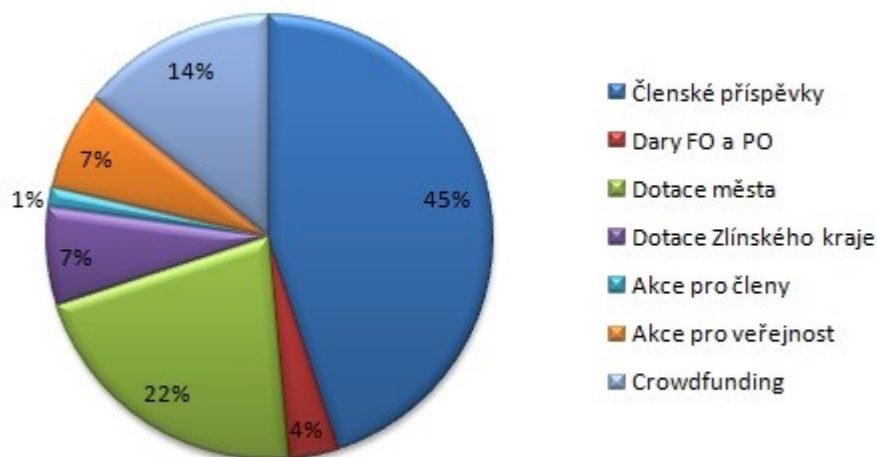
pohled to tedy může být časově velmi náročný způsob financování, ovšem na druhou stranu organizace mohou získat prostředky, které potřebují pro další činnost.

8.7 Fundraising

Fundraiding je formou více-zdrojového financování. Organizace tedy získávají peněžní prostředky z různých zdrojů od dotací po individuální dárcovství, projekty a další. Domnívám se, že toto je pro každou neziskovou organizaci velmi důležité. Díky tomu, že organizace získává peněžní prostředky z více zdrojů, není ani na jednom zdroji plně závislá a tedy není ohrožena její existence. Příkladem je, že pokud by organizace byla například plně závislá na dotacích města, tak pokud by tyto dotace nezískala, mohlo by to vést k jejímu konci. Každá nezisková organizace by se tedy měla snažit získat klidně menší částky ale od více dárců, sponzorů a dalších.

8.8 Celkové zhodnocení možností financování

Dle mého názoru by organizace mohla daleko více využívat různých zdrojů financování. Letos již bude fungovat dva roky, tedy bude moci využít dotací, které jsou zmíněny výše. V příloze je uvedena jedna zpracovaná žádost o dotaci, kterou jsem pro organizaci vypracovala. V současné době se domnívám, že organizace nechce zvyšovat členské příspěvky. Co se týče dalších oblastí samofinancování, organizaci bych doporučila uspořádat nějakou akci pro veřejnost. Byla navržena řada akcí, které může organizace využít. Doporučila bych také využít crowdfunding, jako alternativní formu financování, pro získání sportovních pomůcek, které v současné době organizace potřebuje. Čím více, různých zdrojů bude organizace mít, tím lépe. Nebude tedy závislá pouze na jednom zdroji. Na následujícím obrázku je zpracováno, jakou strukturu by mohlo financování mít, aby bylo pro organizaci co neoptimálnější. Budeme uvažovat, že výdaje organizace v letošním školním roce bude skoro 140.000 Kč.



Obrázek 6 Návrh struktury financování organizace AK COCO Otrokovice pro školní rok 2018/2019 (vlastní zpracování)

Z obrázku 5 je patrné, že struktura financování by se značně změnila, pokud by organizace využila navržené možnosti financování. Samozřejmě členské příspěvky budou stále nedílnou součástí financování, ovšem už nebudou tvořit 80 % financování. Dále by byly zastoupeny dotace města Otrokovice, dotace Zlínského kraje, také crowdfunding a akce pro veřejnost a členy.

9 ANALÝZA CROWDFUNDINGOVÝCH PORTÁLŮ

K analýze českých a zahraničních crowdfundingových portálů jsem zvolila několik vybraných a nejznámějších portálů.

9.1 České crowdfundingové portály

Dle informací webových stránek Crowder (©2018) se crowdfunding v České republice stává známým pojmem pro stále více lidí. Ke crowdfundingovým velmocím jako je USA však bude ještě dlouhá cesta.

9.1.1 Hithit.com

Crowdfundigový portál Hithit.com vznikl v roce 2012. Jeho modelem je všechno nebo nic. Každý projekt má shromáždění stanovené částky maximálně 45 dní. Pokud se ve stanoveném termínu peníze nepodaří vybrat, nedostane zadavatel projektu nic. Na webových stránkách lze jednoduše vytvořit vlastní projekt, který společnost zkontroluje a za několik dní po konzultaci se zadavatelem jej zveřejní. Základní provizí pro projekty do 200.000 Kč je 9% a pro větší projekty dle domluvy individuálních podmínek a dále bankovní poplatky asi 1,5-2,5%. Portál obsahuje řadu kategorií jako například: Divadlo, Sport, Hry, Hudba, Umění, Tanec, Fotografie, Film, Design, Jídlo, Móda a další. (Hithit, ©2018)

9.1.2 Startovač.cz

Startovač.cz vznikl v roce 2013 a jako v předchozím případě se jedná o model portálu všechno nebo nic. Provize z projektů do 50.000 Kč je 9%, dále pokud je vyšší než 50.000 Kč tak 7% a poslední hranice je 500.000 Kč, do této je provize ve výši 5% z dosažené cílové částky a dále 2-2,5% bankovní poplatky. Crowdfundigový portál Startovač.cz má také vlastní blog, ve kterém zveřejňuje zajímavé články o úspěšných projektech, nebo rady co dělat, aby náš projekt byl úspěšným. Portál obsahuje také několik kategorií jako je: Knihy, Film a Video, Hudba, Hry a Apps, Technika, Umění, Podnikání, Ostatní. (Startovac, ©2018)

9.1.3 Peněždroj.cz

Tento portál vznikl v roce 2015, který se zaměřuje především na obchodní a podnikatelské projekty. Peněždroj.cz je prvním českým crowdfundingovým portálem, který umožňuje více

typů financování. Znamená to tedy, že je možné získat kapitál na všechny druhy dobrých nápadů, ať už ty kreativní nebo obchodní, prostřednictvím tří způsobů: Odměna, Podíl nebo kombinace Odměna/Podíl. Modelem portálu je všechno nebo nic. Provize je v obou dvou typech projektu 7% a bankovní poplatky 1%-2,5% z hodnoty transakce. Zde se na rozdíl od ostatních objevuje poplatek za vrácení částky přispěvateli, (v případě neúspěšného projektu, který je 10 Kč za každou jednu vrácenou transakci. Tento poplatek hradí přispěvatel. (Penezdroj, ©2018)

9.1.4 Nakopni.me

Portál Nakopni.me vznikl v roce 2011 a také jako předchozí využívá metody všechno nebo nic. Investory motivuje buď odměna, nebo příběh, který je s projektem spojen. Provize za úspěšný projekt je 3% z částky, která je nasbírána. Tento portál má také Pozice projekt dne, což znamená, že první den po zveřejnění je na úvodní straně a je zdarma. Každý další den je zpoplatněn 50 Kč. Jednotlivé projekty jsou rozděleny do kategorií: Podnikání, Umění, Sponzoring, Veřejné projekty a Charita. (Nakopni.me, ©2018)

9.1.5 Sportstarter.cz

Sportstarter.cz vznikl v roce 2014, který je určen pro financování sportu, především pro profesionální ale i pro rekreační sportovce. Na rozdíl od ostatních zde není model všechno nebo nic, ale vybraná částka náleží autorovi projektu i v případě, že se nepodaří dosáhnout cílové částky. Odečte se provize provozovatele. Vzhledem k tomu, že je portál zaměřen pouze na jednu kategorii, není zde další rozdělení jako v předchozích případech. (Sportstarter, ©2018)

Tabulka 8 Srovnání českých crowdfundingových portálů dle několika vybraných kritérií (vlastní zpracování)

Portál	Zaměření	Model	Provize	Bankovní poplatky
Hithit.com	Všechno dle kategorií	Všechno nebo nic	9%	1,5%-2,5%
Startovač.cz	Všechno dle kategorií	Všechno nebo nic	9%	2%-2,5%
Penězdroj.cz	Podnikatelské projekty	Všechno nebo nic	7%	1%-2,5%
Nakopni.me	Všechno dle kategorií	Všechno nebo nic	3%	neuvádí
Sportstarter	Rekreační i profesionální sport	Flexibilní projekt	Dle projektu	neuvádí

Crowdfunding u nás však nemá pouze vzrůstající směr, máme již několik platforem, které byly ukončeny. Patří zde například Fondomat, který byl založen v roce 2011 s velkým mediálním zájmem. Bohužel v roce 2015 byl oficiálně ukončen. (Crowder, ©2018)

První banka, která se rozhodla pro spuštění své crowdfundingové platformy byl Reifeisen Bank s portálem Odstartováno.cz, ovšem i tento projekt byl po pár měsících uzavřen. (Crowder, ©2018)

9.2 Zahraníční crowdfundingové portály

Financování prostřednictvím crowdfundingových portálů je v zahraničí mnohem více rozšířené než v České republice. V této kapitole jsem vybrala pouze dva neznámější a největší portály ze zahraničí.

9.2.1 Kickstarter.com

Tento portál byl založen 28. dubna 2009 ve Spojených státech amerických. Od data zahájení doposud bylo podpořeno 16 milionů lidí, byly vybrány 4 miliardy dolarů a přes 154 000 projektů bylo úspěšně financováno. Metodou portálu je Všechno nebo nic a taktéž obsahuje několik kategorií, do kterých je možné projekt zařadit jako například Umění, Design, Film, Hudba atd. (Kickstarter, ©2018)

9.2.2 Indiegogo.com

Indiegogo vznikl také ve Spojených státech amerických v roce 2007. Modelem portálu je Všechno nebo nic, tedy pokud projekt není splněn na 100%, jsou příspěvky vráceny příspěvatelům. Tento portál je dle mého názoru lépe tříděn v oblasti projektů oproti Kickstarteru. Obsahuje hlavní tři oblasti (Technika a inovace, Kreativita, Komunitní projekty), které se následně rozpadají do podkategorií. (Indiegogo, ©2018)

Z výše uvedených zahraničních crowdfundingových portálů však pro spolek není vhodné vybírat a to především z důvodu velmi nízké členské základny a malé pravděpodobnosti získání peněžních prostředků. V podstatě spolek není zcela známý po celé ČR a tedy by na zahraniční úrovni neměl šanci na vybrání cílové částky.

10 VÝBĚR CROWDFUNDINGOVÉHO PORTÁLU

Před spuštěním vlastního projektu je velmi důležité porovnat portály a vybrat z nich nejvhodnější. Vzhledem k tomu, že se práce týká pouze dárcovského crowdfundingu, pro výběr portálů jsem využila porovnání pouze těch, které s tímto typem souvisí. Ve výběru mi pomohla také Tabulka 6 z kapitoly o analýze crowdfundingových portálů. Z výběru byl tedy vyřazen portál Peněždroj.cz, který se specializuje na podnikatelské a obchodní projekty. Dalším vyřazeným byl Sportstarter, který je určen pro závodníka jednotlivce a není u nás tolik známý. Zároveň mým kritériem pro porovnání bylo vybrat portály, které jsou dle mého názoru nejznámější. Jasně tedy zůstal crowdfundingový portál Hithit.com a Startovač.cz. Do přehledných tabulek jsem zpracovala vybraná kritéria, dle kterých bude možné následně vybrat nejvhodnější portál.

10.1 Provize a poplatky

Jedním z nejdůležitějších kritérií je bezpochyby stanovení podmínek v oblasti poplatků a provizí. Provize představují vždy nějaké procento z cílové částky projektu a poplatky jsou procentem z příspěvku, který zasílá přispěvatel, zaleží však také na tom, z jaké banky přispěvatel peníze posílá.

10.1.1 Provize

Tabulka 9 Provize vybraných crowdfundingových portálů (vlastní zpracování)

Hithit.com	Cílová částka do 200.000 Kč	9%
	Cílová částka nad 200.000 Kč	individuální
Startovač.cz	Cílová částka je nižší než 50.000 Kč	9%
	Cílová částka je vyšší než 50.000 Kč	7%
	Cílová částka je vyšší než 500.000 Kč	5%

Co se týče provizí, portál Hithit má rozdělené provize dle velikosti cílové částky s hraniční hodnotou 200.000 Kč. Do částky 200.000 Kč je provize 9% a nad tuto částku se provize stanovuje individuálně. Naopak portál Startovač.cz, je rozdělen na více kategorií s jinými

hraničními hodnotami. Provize se zde pohybují od 5% do 9% v závislosti právě na cílové částce.

10.1.2 Poplatky

Tabulka 10 Transakční poplatky u vybraných crowdfundingových portálů (vlastní zpracování)

Hithit.com	Transakční poplatky (projekt v CZK)	1,5% + 1 Kč
	Transakční poplatky (projekt v EUR)	1,5% + 0,10 €
Startovač.cz	Transakční poplatek při platbě kartou na úspěšný projekt	2% z Kč příspěvku
	Transakční poplatek při platbě převodem na úspěšný projekt	0 Kč
	Transakční poplatek při platbě PayPal na úspěšný projekt	3,4% z příspěvku +10 Kč
	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%

Oblast poplatků je na portále Hithit rozdělena do dvou kategorií v závislosti na měně, jaké je daný projekt. Oproti tomu portál Startovač.cz, nevyužívá rozdělení dle měny, ale využívá variabilní složky, tedy procento ze zaslání příspěvku.

Velikost provize a poplatků je závislá především na velikosti cílové částky, počtu příspěvatelů nebo způsobem zaslání příspěvku. Dle mého názoru tedy nelze jednoznačně určit, který z těchto dvou portálů je v oblasti provizí a poplatků vhodnější. V kapitole Samotný výběr portálu, bude tato analýza využita pro konkrétní projekt naší neziskové organizace.

10.2 Délka projektu

Pokud porovnáváme délku trvání projektu, stanovuje portál Hithit délku, které činí 30 nebo 45 dní ode dne zveřejnění a tuto dobu není možné bez předchozího souhlasu provozovatele žádným způsobem měnit. Portál Startovač nabízí variantu 15, 30 a 60 dní. Domnívám se,

že jako ideální doba je 30 dní. Kratší čas je dle mého názoru riskantnější a naopak z časových důvodů je doba 60 dní příliš dlouhá.

10.3 Atraktivita portálu

V této kapitole je záměrem zjistit, jak portály působí v oblasti vzhledu stránek, jak působí na uživatele, zda mají nadstandardní služby pro autory a také jak jsou aktivní.

Hithit má v současné době 26 aktivních projektů. Domnívám se, že je těchto projektů velmi málo, avšak stránky nevypadají prázdně, což působí dobrým dojmem. Projekty jsou přehledně uspořádané. Na prvním místě vždy uvádí novinky, tedy projekty, které aktuálně odstartovaly, což je jistě velkou výhodou. Dále jsou projekty namátkově seřazeny, což nutí přečíst si těchto projektů více.

Za nadstandardní službu pro uživatele portálu Hithit považuji, kanál Hithit LAB, který zprostředkovává poradenství v oblasti tvorby projektů. Nachází se zde 3 balíčky, které obsahují různé služby, jako například tvorbu textu na popis projektu, natočení motivačního videa a další.

Velkým zklamáním se však pro mě staly Facebookové stránky portálu. Fanouškovská základna sice tvoří více než 15.000 sledujících, což je jistě pozitivní, jsou také aktivní v oblasti přidávání článků a dalších příspěvků, ovšem začaly se objevovat negativní hodnocení, což na uživatele rozhodně nepůsobí dobrým dojmem.

Co se týče druhého analyzovaného portálu, tak zde se nachází 47 aktivních projektů, které jsou uspořádaně rozděleny do kategorií „nejúspěšnější“, „patron“, „nové“. Uživatel se tedy může velmi rychle zorientovat v prostředí stránek, což hodnotím velmi pozitivně. Jako nevýhodu vidím v tom, že není ihned vidět cílová částka, ta se zobrazí až po „rozkliknutí“ projektu. Oproti portálu Hithit tedy vidím velký rozdíl, již jen v aktivitě portálu Startovač a počtu aktivních projektů, kterých je dvakrát tolik.

Portál Startovač nezahálí ani v oblasti sociálních sítí, kde má téměř 12.000 sledujících. Pravidelně přidává články a nové projekty. Není zde možné najít žádná hodnocení, ale myslím si, že bych těch negativních bylo daleko méně, než na portále Hithit. Soudím tak podle komentářů k jednotlivým příspěvkům.

Jako nadstandardní službu považuji velmi podrobně psané články o problematice tvorby projektů. Články odpovídají na otázky například: „Jak dobrý je můj cíl?“ nebo „Před kamerou, za kamerou“ a mnoho dalších

Řekla bych, že trochu zklamáním ze všech těchto projektů je, že se většina darujících vůbec nedozví, zda peníze byly skutečně použity na účel, ke kterému byl projekt vytvořen.

10.4 Samotný výběr portálu

Na základě výše uvedených kritérií jsem pro projekt vybrala crowdfundingový portál Startovač.cz. Velkou roli v tomto případě hrálo to, jestli bude projekt dobře viditelný a také pověst portálu a jak působí na člověka.

Prvním kritériem byl rozhodně počet aktivních projektů na portále. V tomto zvítězil Startovač.cz, na kterém se nachází dvakrát tolik projektů, než na portále Hithit. Domnívám se, že uživatelsky přívětivějším je také portál Startovač.cz, který nabízí přehledné uspořádání a navíc hezky seřazené projekty do kategorií „nejúspěšnější“, „patron“ a „nový“, tyto projekty jsou dále řazeny podle procenta vybrané cílové částky. Je však škoda, že portál Startovač.cz neukazuje přímo cílovou částku, kterou se uživatel dozví až po „rozkliknutí“ projektu.

Dalším pozitivem na portále Startovač.cz je, že veškeré poradenství má v podstatě zdarma, a to formou velmi podrobných článků, jak daný projekt vytvořit. Hithit oproti tomu má službu placenou, ale na druhou stranu je poradenství šité přímo na míru daného projektu. Pro potřeby neziskové organizace se domnívám, že je lepší důkladně prostudovat články na Startovači a nebude nutné hradit další poplatky za poradenství.

Co se týče poplatků, zde jsou oba portály srovnatelné. Vzhledem k tomu, že projekt pro neziskovou organizaci bude pod hodnotou 50.000 Kč, zde bude 9% provize, v případě úspěšného projektu.

Poslední důležitou součástí hodnocení je také oblast propagace portálů na sociálních sítích. Zde jsem byla nemile překvapena kritikou na portál Hithit, což mě značně odradilo od zveřejnění projektu právě na tomto portále. Negativní hodnocení směřovaly především na nevrácení peněžních částek věnovaných na neúspěšný projekt, nemožnost kontroly, zda vybrané peníze byly skutečně věnovány na účel, pro který projekt vznikl, dále také kritika některých projektů, které nebyly podchyceny ze strany portálu. Myslím si, že takové jed-

nání pak velmi negativně působí na dárce či přispěvatele a ti pak nejsou již dále ochotni přispívat či investovat do dalších projektů.

11 ČASOVÝ HARMONOGRAM

Časový harmonogram je nedílnou součástí práce a domnívám se, že správně načasovat a naplánovat projekt je jednou z nejdůležitějších věcí.

V první řadě je nutné zapřemýšlet nad samotnou myšlenkou projektu a stručně si poskládat alespoň jeho základní body. Následovat by měl výběr vhodného crowdfundingového portálu na základě analýzy, která by měla mít jasně definované kritéria. Tato část je dle mého názoru jedna z nejdůležitějších, protože portál, který si tvůrce projektu zvolí, bude jeho projekt v podstatě prezentovat a měl by mu být nápomocen k podpoře a výběru cílové částky.

Samotná tvorba projektu zabere asi 1-2 týdny a spočívá ve zpracování a napsání dobrého textu a vymyšlení zajímavých odměn, které budou pro dárce atraktivní. Dalším je natočení videa, jehož realizace a závěrečná podoba zabere také značný čas.

Následuje předání projektu vybranému portálu. Zpětnou vazbu lze očekávat do 48 hodin a následuje konzultace formou emailu nebo telefonu s některým z členů vybraného crowdfundingového portálu. Lze také domluvit přesnější termín nebo čas startu projektu.

Posledním krokem je samotné zveřejnění projektu na portále, což následuje po schválení projektu členy týmu crowdfundingového portálu. Projekt je následně zveřejněn po zvolené dobu, v našem případě můžeme pravděpodobně počítat s dobou 30 dní.

Poslední částí mé práce bude vyhodnocení projektu, které můžeme odhadnout na 3-5 dní, podle toho, zda bude projekt úspěšný či nikoli.

12 PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU

Crowdfundingový projekt byl vytvořen ve spolupráci s neziskovou organizací AK COCO Otrokovice. Projekt byl umístěn na portál vybraný na základě vlastní analýzy, Startovač.cz, po dobu 30 dní. Projekt byl zařazen do kategorie Umění na základě platformy všechno nebo nic.

12.1 Popis a cíl projektu

Tento projekt byl vytvořen pro neziskovou organizaci AK COCO Otrokovice, která, jak je již výše zmíněno, se věnuje sportu pro děti, mládež a dospělé. V současné době především aerobiku. Spolek velmi dobře znám, především proto, že jsem jedním ze zakládajících členů a zároveň trenérkou několika skupin dětí. Jakmile jsem se dozvěděla o tomto zajímavém tématu a možnosti financování jiným způsobem, než jen formou dotací, neváhala jsem.

Projekt byl vytvořen pro dosažení finančních prostředků pro získání sportovního vybavení, které pomůže členům v rozvoji jejich pohybových schopností. V současné době nezisková organizace nedisponuje žádnými cvičebními pomůckami. Vzhledem k velmi krátké době existence a prozatím ne příliš vysokému počtu členů, není schopna získat dotace, kterými by mohla pokrýt náklady právě na tyto sportovní pomůcky. Sponzorské dary, dotace a členské příspěvky dostačují na pronájem tělocvičny a startovné na závody. Další výdaje spojené se sportováním dětí musí hradit rodiče. Touto formou projektu by mělo být podpořeno zdravé sportování dětí. Pro organizaci není důležité vychovávat mistry, stačí dělat dětem radost, umožnit jim pravidelně a hlavně zdravě sportovat a především vytvořit jim příjemné místo, kde se mohou pravidelně scházet v kolektivu přátel, stejně motivovaných pro sport jako jsou oni.

12.2 Stanovení cílové částky

Aby bylo možné stanovit cílovou částku, bylo nutné zjistit ceny sportovního vybavení a dále vytvořit návrh rozpočtu, ve kterém jsou jednotlivě vypsány sportovní pomůcky, které organizace potřebuje a jejich ceny, dále počet kusů daného vybavení. V následující tabulce jsou znázorněny jednotlivé kroky nutné ke stanovení cílové částky projektu.

Tabulka 11 Výpočet cílové částky (vlastní zpracování)

	Kalkulovaná částka
Nákup cvičebního vybavení	26.262 Kč
Provize (9%)	2.700 Kč
DPH z provize (21%)	567 Kč
Poplatky (2%)	600 Kč
Celkem	30.129 Kč

Základem pro výpočet tedy byla částka nutná pro nákup sportovního vybavení 26.262 Kč. Dále byla připočítána provize ve výši 9%, daň z přidané hodnoty 21% a poplatky, které se na Startovači.cz pohybují od 2-2,5%. Pro výpočet jsem odhadem zvolila 2%. Po sečtení všech částí byla vypočítána částka 30.129 Kč. Vzhledem k tomu, že většina projektů na kterémkoli z crowdfundingových projektů není takto konkrétně definovaná, zaokrouhlila jsem ji na 30.000 Kč. Je také nutné brát v úvahu, že poplatky byly v tomto případě pouze odhadované, takže 129 Kč nehraje zásadní roli u tohoto projektu.

12.3 Výše a cena odměn

Domnívám se, že v oblasti odměnového crowdfundingu pro neziskové organizace, nejsou odměny tím nejpodstatnějším. Lidé přispívají především pro podporu organizací, které jsou jim sympatické nebo pro dobrý pocit. V rámci projektu jsem stanovila devět různých kategorií odměn. Vzhledem k tomu, že finanční limit není příliš vysoký, oproti mnoha dalším projektům, nebylo nutné připravovat rozsáhlejší odměny. Odměny jsem koncipovala podle výše částky, kterou chce přispěvatel přispět. Inspirovala jsem se nejen projekty, které již byly zveřejněné, ale využila jsem také vlastní kreativity a možnosti samotné neziskové organizace. Výše a cena odměn mi zabrala značný čas. Bylo nutné nastavit odměny od malých částek příspěvků, až po větší finanční sumu, která by byla určená spíše pro firmy.

Tabulka 12 Nastavení odměn za jednotlivé příspěvky (vlastní zpracování)

Číslo	Částka	Odměna
1.	100,--	Elektronické poděkování
2.	200,--	Ruční výrobek od členů týmu
3.	250,--	Magnetka s logem sportovního klubu
4.	300,--	Placka se špendlíkem
5.	500,--	Plátěná taška s potiskem
6.	1.000,--	Tričko s logem sportovního klubu
7.	1.500,--	„Pravý fanda“ tričko, plátěná taška, magnetka
8.	2.000,--	Vstupenka na kterékoli závody v závodní sezóně pro dvě osoby
9.	5.000,--	Sponzor - propagace všude kde se dá + „Pravý fanda“

12.4 Náklady projektu

Jak již bylo zmíněno výše, cílem projektu byla také minimalizace nákladů na jeho realizaci. Video jsem tedy vytvořila dobrovolně a organizace tak nemusela hradit náklady s ním spojené. Další propagace probíhala formou sociálních sítí, kde se nehradily žádné další náklady spojené s marketingem.

Pokud by do budoucna byl vytvořen další projekt, kde by byla cílová částka vyšší, bylo by možné realizovat propagaci prostřednictvím letáčků, které by tvořily náklady nebo by bylo možné uhradit placenou reklamu na Facebooku, či jiných sociálních sítích.

12.5 Marketing projektu

Marketing byl nedílnou součástí projektu a to nejen před jeho spuštěním, ale také po celou dobu průběhu crowdfundingového projektu. Byly využity jak sociální sítě, tak také řada dalších nástrojů, které mohou dopomoci k získání cílové částky.

Jedním z důležitých portálů na podporu projektu byl crowdfundingový portál Startovač.cz, zde byli přispěvatelé informováni o výši částky, která byla získána, také o tom, kolik ještě chybí.

Hlavní komunikace probíhala především prostřednictvím Facebooku. Zde byli přispěvatelé pravidelně informováni o průběhu vývoje cílové částky a také o tom, kolik ještě chybí a samozřejmě poděkování těm, co již přispěli. Důraz byl kladen na to, aby informace o projektu byly přidávány pravidelně mezi příspěvky ostatními. Vzhledem k hodnotě cílové částky, bylo ve snaze, aby marketingové náklady byly co nejnižší. Proto bylo využito pouze sdílení členů, rodičů a dalších lidí. Organizace tedy nehradila žádné další náklady spojené s propagací projektu. Další využitou sociální sítí byl Instagram, kde byl projekt také zveřejněn na oficiálních stránkách AK COCO Otrokovice. Dále bylo také využito webových stránek organizace.

Následně byla využita propagace prostřednictvím e-mailu. Vzhledem k tomu, že ne všichni fanoušci organizace a další lidé vlastní sociální sítě, byl vytvořen e-mail na podporu projektu. E-mail byl zaslán nejen rodičům dětí, ale také dalším fyzickým a právnickým osobám v Otrokovicích.

13 POSTUP PŘED ZVEŘEJNĚNÍM PROJEKTU

Před zveřejněním projektu bylo v první řadě nutné zanalyzovat crowdfundingové portály a vybrat ten nejvhodnější, na který bude projekt umístěn. Na základě výše uvedené analýzy byl vybrán crowdfundingový portál Startovač.cz.

Každý autor projektu si zde musí vytvořit vlastní účet s osobními údaji. Dále je možné založit projekt, který může být napsán i jedním krátkým odstavcem. Domnívám se, že by popis projektu měl být krátký a výstižný. Projekt se tvoří na vlastním účtu a vypisuje se do formuláře s jednotlivými oddíly, aby projekt na konci působil jednotně. Jakmile je vytvořen, je zaslán administrátorům portálu. Jakmile jej administrátoři zkontrolují, proběhne telefonická nebo emailová komunikace. V případě projektu pro organizaci AK COCO Otrokovice byl projekt konzultován prostřednictvím několika telefonních hovorů. Než byl projekt finálně upraven, byl přesunut do formy „rozpracovaný“. Byly prováděny úpravy, tak aby měl projekt co největší šanci na úspěch. Následně, jak projekt odpovídal všem požadavkům Startovače.cz, byl zveřejněn.

Startovač.cz také nabízí možnost, kdy je možné projekt spustit, dává tedy na výběr, zda projekt spustit sám v termín, který vyhovuje nebo automaticky spustit po schválení. Jakmile je projekt spuštěn je možné provádět drobné úpravy.

14 ANALÝZA RIZIK

Analýza rizik je důležitou součástí práce, nejen aby autor zjistil zda se projekt vůbec vyplatí, ale zjistit zda jsou nějaké časové požadavky a také jaké jsou rizika pro přispěvatele a autora projektu. Tato kapitola je tedy rozdělena následovně do podkapitol Nákladovost, Časová analýza a Rizikovost z pohledu autora a přispěvatele.

14.1 Nákladovost

Jednou z nejdůležitějších částí práce je nákladová analýza projektu. Ať už se jedná o jakýkoli projekt, vždy se k němu vážou náklady. Analýzu jsem prováděla nejen v průběhu tvorby projektu, ale také po celou dobu, co projekt probíhal. Projekt se vázal ke čtyřem hlavním oblastem, které nesla nezisková organizace AK COCO Otrokovice, nebo já, jakožto autor.

První velkou oblastí byly provize a poplatky, které byly detailně rozebrány v kapitole o výběru vhodného crowdfundingového portálu. S těmito náklady bylo nutné počítat, i když pro projekt jako takový nebyly výdajem, vzhledem k tomu, že jsou provize a poplatky součástí cílové částky a jsou ve své podstatě placeny z každého příspěvku.

Další náklady byly ve spojitosti s videem. Dle mého názoru je video nejlepší formou propagace a motivace přispěvatelů, především proto, že přispěvatel nemusí číst dlouhé texty, zkrátka se jen podívá na krátké video. Vzhledem k tomu, že náš projekt nedosahuje velké cílové částky, rozhodla jsem se, že video zkusíme natočit ve spolupráci s neziskovou organizací, aby náklady byly co nejnižší. Já, jakožto autor projektu jsem tedy z hlediska nákladů na video neměla žádný výdaj a pro organizaci jsem video dobrovolně vytvořila.

Každý úspěšný projekt je spojen s dobrou marketingovou kampaní. V případě projektu pro organizaci AK COCO Otrokovice nevznikly žádné náklady, které by byly spojeny například s kampaní na Facebooku nebo jiných sociálních sítích. Jak již bylo zmíněno výše, propagace byla spojena s e-mailovou komunikací, sdílením na sociálních sítích a webových stránkách. Všechny vyjmenované jsou zdarma.

14.1.1 Analýza nákladovosti odměn

V následující tabulce jsou srovnány skutečné náklady na odměny a částka, kterou přispěvatel přispívá. Toto je velmi důležité pro zjištění, zda se projekt autorovi vyplatí, jinak řečeno, zda nezaplatí více peněz na odměnách, než skutečně získá.

Tabulka 13 Srovnání skutečných nákladů na odměny a částky příspěvků (vlastní zpracování)

Částka	Skutečný náklad	Odměna
100,--	0,--	Elektronické poděkování
200,--	8,--	Ruční výrobek od členů týmu
250,--	15,--	Magnetka s logem sportovního klubu
300,--	23,--	Placka se špendlíkem
500,--	84,--	Plátěná taška s potiskem
1.000,--	209,--	Tričko s logem sportovního klubu
1.500,--	308,--	„Pravý fanda“ tričko, plátěná taška, magnetka
2.000,--	400,--	Vstupenka na kterékoli závody v závodní sezóně pro dvě osoby
5.000,--	313,--	Sponzor - propagace všude kde se dá + „Pravý fanda“

Ze srovnání je zřejmé, že náklady, které nezisková organizace vynaloží na odměny, jsou několikanásobně menší v porovnání s příspěvkem, který obdrží. Při plánování odměn u tohoto typu crowdfundingu, není cílem, aby přispěvatel obdržel odměnu ve stejné výši, jako je jeho příspěvek. V případě mého projektu, jsme počítali s tím, že lidé přispějí především proto, aby neziskovou organizaci podpořili, a tudíž neočekávají ekvivalent zaslání částky.

14.2 Časová analýza

V oblasti časové analýzy bylo zásadní definovat činnost, které musí být vykonány, dále tyto činnosti seřadit a odhadnout jejich dobu trvání. Následně sestavit časový harmonogram na základě doby trvání jednotlivých činností. V následující tabulce jsou vyjmenované nejdůležitější činnosti a jejich odhadovaná doba trvání. Bylo nutné počítat s dobou trvání projektu, tedy 30 dní. Ta pro mě jako autora byla zásadní především pro následnou analýzu projektu, aby bylo vše v termínu splněno. Přípravné práce zabraly asi 10 dní, z toho největší podíl byl na tvorbě videa, které spočívalo v natáčení a střihání jednotlivých částí. Na zasílání odměn byla ponechána rezerva, z důvodu, že některé odměny organizace objednávala až v průběhu projektu.

Tabulka 14 Časová analýza projektu (vlastní zpracování)

Činnost	Doba trvání
Přípravné práce	10 dní
- Tvorba videa	5 dní
- Tvorba rozpočtu	1 den
- Tvorba odměn	2 dny
- Příprava textu	2 dny
Doba trvání projektu	30 dní
Zajištění odměn	10 dní
Zasílání odměn	10 dní

14.3 Rizikovost z pohledu autora a přispěvatele

Před samotným spuštěním projektu a následně pak v průběhu tvorby projektu bylo nutné provést rizikovou analýzu, vzhledem k tomu, že každý projekt sebou nese určité riziko a je tedy nutné s ním počítat, případně jej eliminovat nebo zcela potlačit. Rizika lze rozdělit do dvou skupin, a to z pohledu přispěvatele a autora projektu.

14.3.1 Riziko z pohledu autora projektu

Hlavním rizikem pro autora projektu je bezpochyby fakt, že se cílová částka nevybere. Autor tedy ztratí finanční prostředky, které do projektu vložil. V mém případě, jsem do realizace projektu peníze nevkládala. Ovšem z hlediska času stráveného nad projektem, bychom ztrátu z neúspěchu museli považovat za velmi významnou. Samotné vytvoření celého projektu zabralo značné množství volného času. Problémem v této oblasti je, že se čas nedá vyčíslit. Na druhou stranu, by se případný neúspěch mohl spojit s jakýmsi pozitivem v tom, čeho se pro příští projekt vyvarovat, zamyslet se nad tím, kde jsem udělala chybu nebo co naopak pro příště zlepšit.

14.3.2 Riziko z pohledu přispěvatele

Jak již bylo zmíněno, riziko nevzniká pouze na straně autora projektu, ale je také na straně přispěvatele. Riziko spočívá v tom, že i kdyby byla cílová částka vybrána, přispěvatel by svou odměnu za podporu projektu nezískal. Samozřejmě se toho riziko nedá zcela vyloučit, ale je potřeba jej eliminovat. Přispěvatelé ve většině případů tvořili skupinu lidí, kteří or-

organizaci AK COCO Otrokovice znali, pokud by tedy svou odměnu nedostali, poškodilo by to jméno organizace a příští projekt nebo jinou činnost organizace by již nepodpořili. Riziko ze ztráty finančních prostředků, z důvodu nevybrání cílové částky, je nízké, především proto, že portál v tomto případě vrací příspěvky jejich přispěvatelům v celé výši. Dle mého názoru tedy přispěvatelé podstupují velmi malé riziko.

14.4 Další rizika

Mezi další rizika lze jmenovat například odměňové nebo komunikační riziko. V první ze zmíněných spočívá v tom, že je potřeba všechny odměny ve stanoveném termínu doručit, což se samozřejmě nemusí povést. V případě odměn je to také riziko, že odměny, které spolek objednal, nepřijdou včas. K tomu se samozřejmě váže zpoždění také v případě odesílání odměn. Toto riziko je také spojeno s problémem odesílání, kdy na všechny přispěvatele nemusí být určena přesná adresa a může být tedy problém s jejich doručením. S odesíláním odměn také souvisí jejich balení, které také zabere značný čas. Druhým ze jmenovaných rizik je komunikační riziko. To souvisí s komunikačními problémy mezi autorem projektu a administrátory vybraného crowdfundingového portálu. Konzultace probíhají přes telefon či e-mail a ne vždy se dle mého názoru mohou obě osoby dobře pochopit. Také si myslím, že nemusí dostatečně vyniknout i cíl některých projektů, právě v tom, že administrátoři nemusí přesně pochopit, co autor zamýšlel. Komunikace je samozřejmě z tohoto hlediska i časově náročná, protože je projekt spuštěn až po tom, co jsou obě strany spokojené.

15 POSTUP PO SKONČENÍ PROJEKTU

Po ukončení projektu následovala evidence plateb a ověření majitelů bankovních účtů. Projekt skončil dne 27.03.2019 a peníze za úspěšný projekt by měly na účet AK COCO Otrokovice přijít nejpozději za 9 dní, což je do 05.04.2019.

V rámci informací o úspěšném projektu přišel také seznam všech přispěvatelů, jež obsahoval: jméno, e-mailovou adresu, adresu bydliště, částku a odměnu.

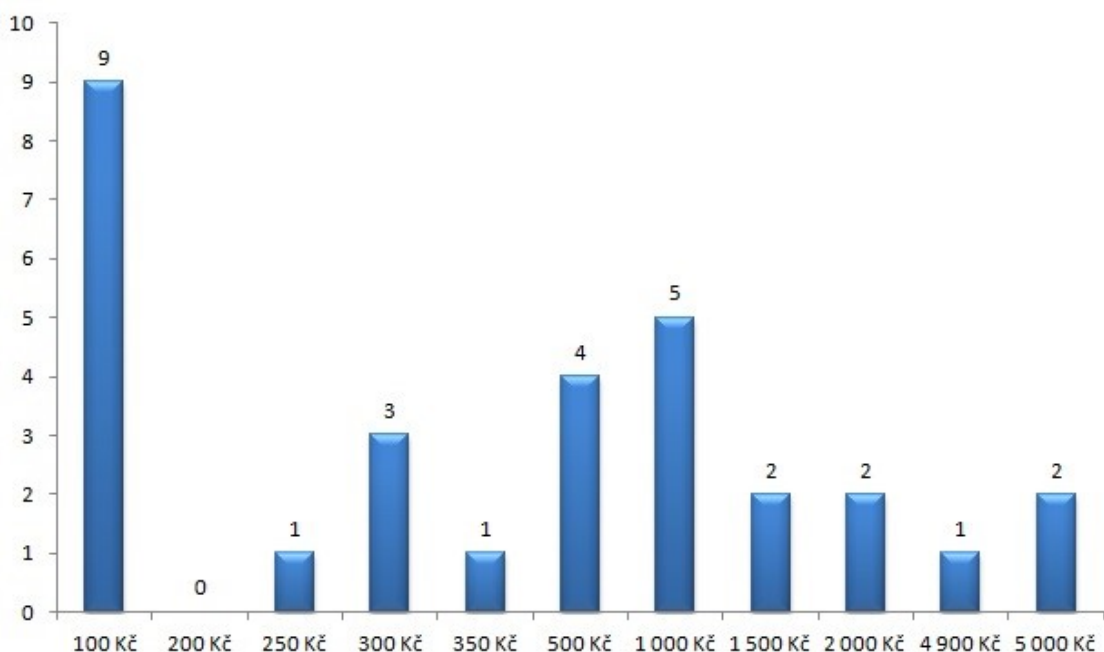
V průběhu této kontroly, probíhala příprava odměn pro přispěvatele, aby jim jejich odměna mohla být doručena co nejdříve. Zaslání odměn bylo určeno do 31.05 2019, aby organizace mohla vše připravit, vzhledem k tomu, že s odměnou chce zasílat také fotografii dětí s pomůckami, které za peněžní prostředky nakoupila.

16 ANALÝZA VYBRANÝCH UKAZATELŮ A VYHODNOCENÍ PROJEKTU

V kapitole analýza vybraných ukazatelů jsou rozebrány ukazatele týkající se odměn, příspěvků v čase, průměrného příspěvku nebo analýza přispěvatelů. Závěrem této kapitoly je vyhodnocení projektu. Všechny tyto podkapitoly vznikaly po skončení projektu.

16.1 Analýza odměn

Analýza odměn je důležitá především pro zjištění, jakou částkou lidé nejčastěji přispívali a tedy, o kterou z odměn byl největší zájem.



Obrázek 7 Analýza odměn (vlastní zpracování)

Na obrázku 6 lze vidět, že nejvíce osob přispělo částkou 100 Kč, celkem 9 osob z 30. Překvapením je, že druhou nejčastěji přispívanou částkou je 1.000 Kč v počtu 5 osob. Částku ve výši 200 Kč nikdo nepřispěl. Lidé přispívali ve dvou tendencích, a to v nejnižší částce a dále v jedné z vyšších částek. Domnívám se, že tento fakt je spojen s atraktivitou odměny, která v případě příspěvku 1.000 Kč je klubové tričko. Samozřejmě velkou roli při příspěvku hrálo, zda přispěvatel organizaci zná nebo již zmíněná atraktivita odměn. Zajímavostí je, že se organizaci podařilo získat skoro 3 přispěvatele, kteří přispěli částkou nejvyšší, tedy 5.000 Kč. V jednom případě se jednalo o firmu, dále přispěl anonym a v neposlední řadě fyzická osoba.

16.2 Celkové náklady na odměny

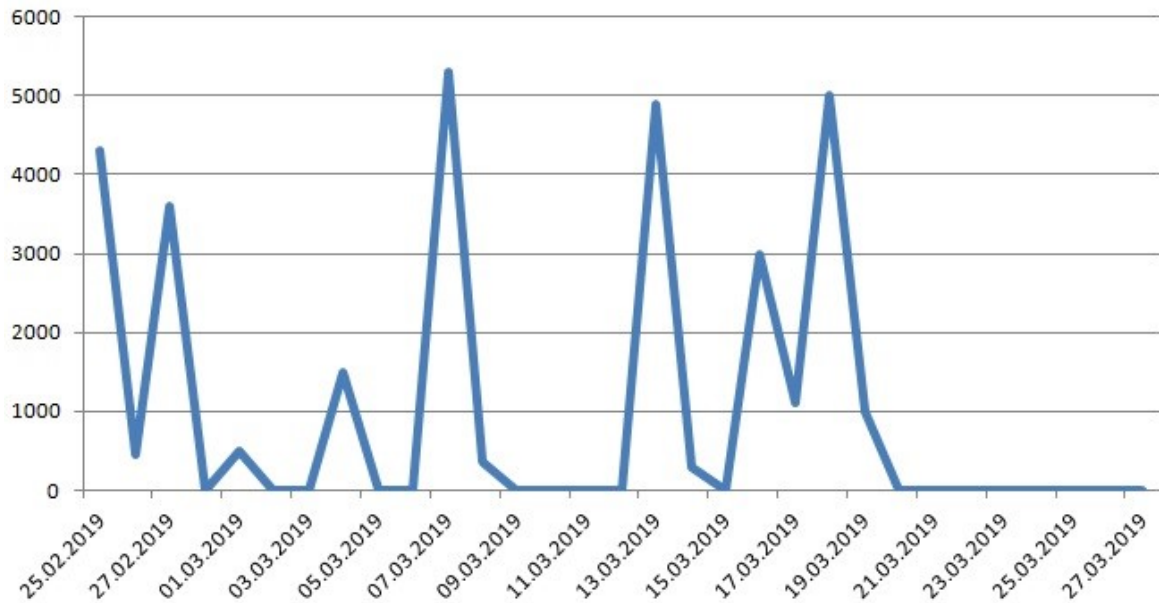
Tabulka 15 Celkové náklady na projekt (vlastní zpracování)

Částka	Skutečný náklad	Počet	Náklad celkem
100,--	0,--	9	0,--
200,--	8,--	0	0,--
250,--	15,--	1	15,--
300,--	23,--	4	92,--
500,--	84,--	4	336,--
1.000,--	209,--	5	1.045,--
1.500,--	308,--	2	616,--
2.000,--	400,--	2	800,--
5.000,--	313,--	3	939,--
Celkové náklady na odměny			3.843,--

V předcházející tabulce jsou znázorněny počty přispěvatelů k jednotlivým odměnám a jejich cenové vyčíslení. Samozřejmě jak již bylo zmíněno, z větších částek se nejvíce přispívalo částkou 1.000 Kč a tedy i náklady spojené s touto odměnou jsou nejvyšší. Celkové náklady na odměny pro projekt Sportovní pomůcky pro děti z AK COCO Otrokovice tedy činí 3.843 Kč.

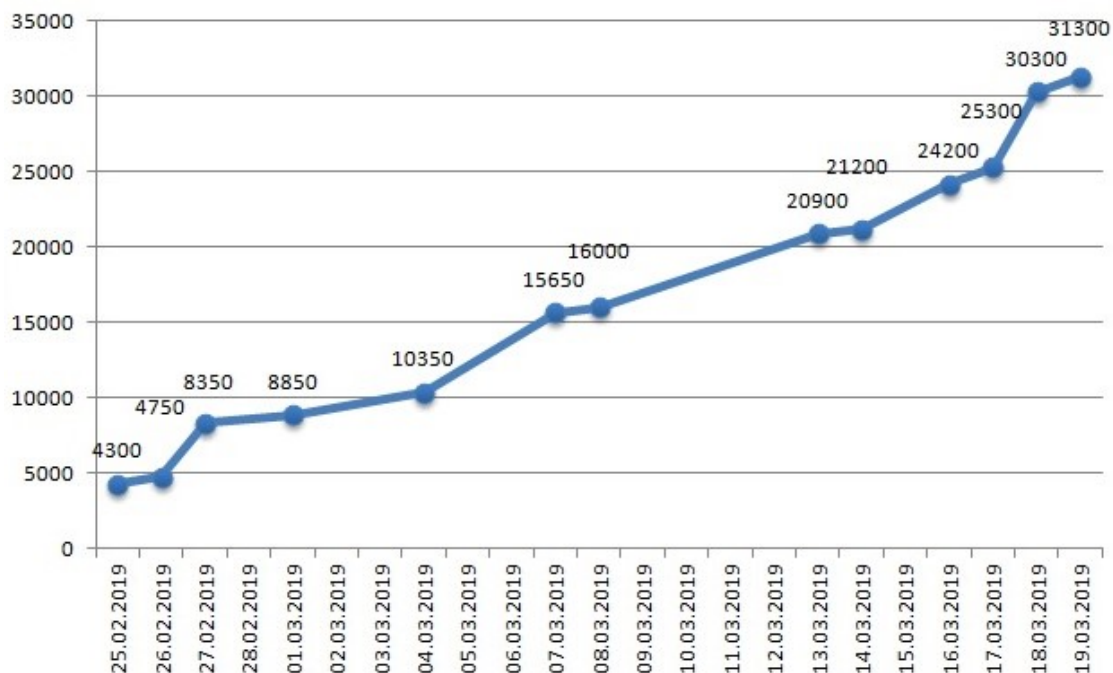
16.3 Analýza příspěvků v čase

V rámci analýzy příspěvků v čase jsou prezentovány dva grafy, jež poukazují na to, jak se projekt vyvíjel. V prvním grafu je zobrazena výše příspěvku za den během doby trvání projektu. Z grafu vyplývá, že největší příspěvky byly hned ze začátku spuštění projektu a následně v jeho polovině, kdy spolek opět oslovoval své fanoušky. Největší stagnaci došlo v období od 09.-12.03.2019. Po této stagnaci následoval opět velký růst. Dále lze pozorovat, že po získání cílové částky dne 18.03.2019, ještě přibýly příspěvky dne 19.03.2019 a následně už k žádnému příspěvku nedošlo. Domnívám se, že přispěvatelé, kteří byli ochotni přispět, již nebyli motivováni, protože cílová částka již byla získána.



Obrázek 8 Výše příspěvků za den za období trvání projektu (vlastní zpracování)

Dalším důležitým grafem je zobrazení, jak postupně docházelo k dosažení cílové částky. Je tedy patrné, že projekt získal peněžní prostředky, již první den kdy byl odstartován. Významný skok byl v období od 04.03.-07.03.2019. Domnívám se, že právě to, že se projekt v tomto období dostal do poloviny cílové částky, ovlivnilo další přispěvatele, aby přispívali. Byla zde tedy reálná naděje, že projekt cílovou částku získá. Projekt začal strměji stoupat, když se začal blížit ke konci, tedy od 16.03.-19.03.2019, kdy byla získána cílová částka a jak již bylo zmíněno u grafu výše, v dalším období již nikdo nepřispíval. Organizace se však snažila držet projekt stále aktivní a získat další peněžní prostředky, což se již bohužel nepodařilo.



Obrázek 9 Analýza příspěvků v čase – výše vybrané částky v průběhu trvání projektu (vlastní zpracování)

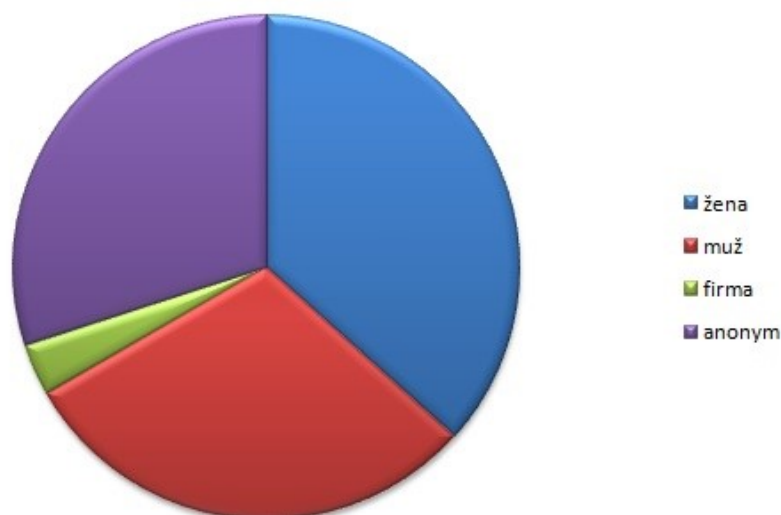
16.4 Analýza průměrného příspěvku

Celkem na projekt přispělo 30 lidí v celkové částce 31.300 Kč. Z tohoto lze zjistit, jaký byl průměrný příspěvek na přispěvatele. V tomto případě činí 1044 Kč. Tento průměr považuji za velmi vysoký. Nejblížeji odměna tomu byla ve výši 1.000 Kč. Z analýzy odměn vyplývá, že částkou 1.000 Kč přispělo 5 lidí. Nejčastější příspěvek byl v částce 100 Kč. Vzhledem k tomu, že do projektu byly získány tři velké příspěvky ve výši 5.000 Kč, naskočil i průměrný příspěvek na přispěvatele.

16.5 Analýza přispěvatelů

Zajímavou analýzou je také analýza přispěvatelů, z které lze zjistit, kdo nejčastěji přispíval, případně jaký je podíl přispěvatelů, kteří přispěli anonymně.

Z následujícího grafu vyplývá, že rozložení přispěvatelů je třetinové. Stejně přispívali jak muži, ženy, tak také na projekt přispívali anonymně. Nejvíce přispívali ženy v počtu 11 osob, dále muži a firmy obojí v počtu 9 osob.



Obrázek 10 Analýza přispěvatelů (vlastní zpracování)

16.6 Srovnání kalkulované a skutečně vybrané částky

V neposlední řadě je důležité srovnat kalkulovanou a skutečně vybranou částku. V první tabulce je připomenutí kalkulované částky, jež byla vypočítána před spuštěním projektu.

Tabulka 16 Kalkulované náklady na projekt (vlastní zpracování dle informací Startovač.cz)

	Kalkulovaná částka
Nákup cvičebního vybavení	26.262 Kč
Provize (9%)	2.700 Kč
DPH z provize (21%)	567 Kč
Poplatky (2%)	600 Kč
Celkem	30.129 Kč

V následující tabulce jsou zobrazeny skutečné náklady a konečná částka získaná z projektu.

Tabulka 17 Skutečné náklady na projekt (vlastní zpracování)

	Kalkulovaná částka
Vybraná částka	31.300 Kč
Provize (9%)	2.817 Kč
DPH z provize (21%)	592 Kč
Poplatky	927 Kč
Celkem	26.964 Kč

Z porovnání obou tabulek lze zjistit, že provize je vyšší, než byla kalkulovaná, to je spojeno se získáním vyšší částky, než jaká byla určena jako cílová. S tímto souvisí také výše DPH, která se také mírně zvýšila. Částka poplatků je vyšší, především z důvodu, že v první tabulce bylo pouze odhadováno, jaké poplatky budou, vzhledem k počtu přispěvatelů a způsobem, jakým přispívali. Reálně jsou tedy poplatky vyšší, než jaké byly odhadovány. Celkově je částka, kterou organizace získá je mírně vyšší a to z důvodu, že bylo vybráno více, než jaká byla stanovená cílová částka, přesně o 1.300 Kč.

17 DOPAD PROJEKTU NA ORGANIZACI A JEHO VYHODNOCENÍ

Projekt Sportovní pomůcky pro děti z AK COCO Otrokovice lze vyhodnotit jako úspěšný, vzhledem ke splnění několika podstatných kritérií. Samozřejmě je nejdůležitějším kritériem dosažení cílové částky, které se podařilo splnit. Požadovanou částkou bylo 30.000. Kč. Tuto částku se podařilo o 4,3% překonat, tedy projekt získal 31.300 Kč. Největší část příspěvků překvapivě přišla již první den, kdy byl projekt zveřejněn. Domnívám se, že je trochu škoda, že se nevybraly další peněžní prostředky před dobou skončení projektu. Poslední příspěvky přišly 19.03.2019 a projekt trval dalších 8 dní.

Dopad na organizaci byl tedy rozhodně v pozitivním smyslu. Nejen, že bylo dosaženo cílové částky a organizace se tak může těšit na nákup sportovních pomůcek, ale také se o spolku zvýšilo povědomí.

Důkazem tomu může být, že v době probíhajícího projektu byly organizaci nabídnuty vystoupení na akcích, které se konají v Otrokovicích. Dále získala další 3 nové členy a několik zájemců se ozvalo, což je pro organizaci velmi pozitivní. V září 2019 tedy může očekávat větší počet nových členů. Pokud budou uskutečněny ještě plánované náборы, může se členská základna organizace vyšplhat na počet 60 členů.

Pozitivem je to, že lidem není organizace lhostejná, a to nejen lidem. Do projektu přispěly také organizace a firmy, tedy AK COCO Otrokovice získal mnoho kontaktů a s tím spojené nové potenciální zdroje financování.

Díky projektu se o organizaci dozvěděli nejen lidé ale také firmy, které by v budoucnu mohly přispět k fungování organizace.

Organizace a především její členové se velmi těší na nákup pomůcek, které jednoznačně zkvalitní tréninky a pomohou dětem v jejich dalším rozvoji. Díky všem těmto částem lze projekt hodnotit jako velmi úspěšný.

ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývala problematikou financování neziskových organizací. Hlavní cíle byly rozděleny do dvou částí, a to analýzu a na návrh dalších možností financování pro organizaci AK COCO Otrokovice a následně vytvoření crowdfundingového projektu.

V teoretické části byly na úvod představeny neziskové organizace a jejich možnosti financování, od vlastních zdrojů, cizích zdrojů až po zdroje potenciální. Dále byly představeny pojmy, které se vážou ke crowdfundingu. Součástí byla také charakteristika základních typů crowdfundingu nebo například motivace investorů. V závěru teoretické části jsem se věnovala tvorbě projektu a jeho jednotlivými fázemi.

Praktická část práce se v první řadě věnuje analýze současného financování spolku AK COCO Otrokovice. Dále jsou navrženy možnosti financování, které byly rozvedeny od možností dotací až po možnosti samofinancování prostřednictvím akcí, které může organizace pořádat a získat tím finanční prostředky. Následně se práce zaměřila na crowdfundingový projekt. Prvotně byly analyzovány crowdfundingové portály jak u nás, tak také v zahraničí. Dále byla popsána tvorba projektu a kroky, které byly nutné provést před zveřejněním a po úspěšném skončení projektu. V rámci práce byly také vytvořeny odměny za jednotlivé částky příspěvku. V neposlední řadě byl projekt podroben nákladové, časové a rizikové analýze. Závěrem práce bylo zhodnocení projektu a dopad projektu na organizaci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ANHEIER, Helmut K. *Nonprofit organizations: theory, management, policy*. 2nd ed. London: Routledge, 2014. ISBN 978-0-415-55047-5.

AK COCO Otrokovice [online]. Webnode, 2016 [cit. 2019-01-03]. Dostupné z: <https://cocoaerobik.webnode.cz/>

BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013, 260 s. Expert. ISBN 978-80-247-4487-2.

BLAHUŠOVÁ, Andrea. *Účetní a daňové aspekty založení spolku AK COCO Otrokovice*. Zlín, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati.

BRABHAM, Daren C. *Crowdsourcing in the public sector*. Washington, DC: Georgetown University Press, [2015], 97 s. Public management and change series. ISBN 978-1-62616-379-9.

BRIDGE, Simon, Brendan MURTAGH a Ken O'NEILL. *Understanding the social economy and the third sector*. 2nd ed. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, 287 s. ISBN 978-1-137-00543-4.

BELLEFLAMME, Paul, Thomas LAMBERT a Armin SCHWIENBACHER. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing* [online]. 2014, **29**(5), 585-609 [cit. 2019-02-27]. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2013.07.003. ISSN 08839026. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0883902613000694>.

Crowder [online], ©2018. [cit. 2019-01-11]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/novinky/CrowdExpert.com: Crowdfunding Industry Statistics 2015 2016> [online]. CrowdExpert.com, 2018 [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

CUNNINGHAM, William Michael, 2016. *The JOBS Act: Crowdfunding Guide to Small Businesses and Startups*. Maryland: Apress, 2016. ISBN 978-1-4842-2408-3.

ČESKO, 2000. Zákon č. 250/2000 Sb. ze dne 09. srpna 2000 o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. In: Sbíрка zákonů. Částka 73. Dostupná také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

ČESKO, 2012. Zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 22. března 2012 občanský zákoník. In: Sbíрка zákonů. Částka 33. Dostupná také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

ČESKO, 1992. Zákon č. 586/1992 Sb. ze dne 18. prosince 1992 o daních z příjmů. In: Sbírká zákonů. Částka 117. Dostupná také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-586>

ČESKO, 2000. Zákon č.218/2000 Sb. ze dne 27. června 2000 o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o rozpočtových pravidlech). In: Sbírká zákonů. Částka 65, s. 3106-3107. Dostupná také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

ČESKO: *Výkladové stanovisko č. 8 Expertní skupiny Komise pro aplikaci nové civilní legislativy při Ministerstvu spravedlnosti ze dne 7. 6. 2013 - k výdělečné činnosti spolku*. In: Ministerstvo spravedlnosti, ročník 2013. Dostupné také z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Stanovisko-08.pdf>

DELONG, Honza. #liskisk2016 Fenomén crowdfundingu. *InFlow: Information journal* [online]. 2016, 2016 [cit. 2019-03-06]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/liskisk2016-fenomen-crowdfundingu>

DOBROZEMSKÝ, Václav a Jan STEJSKAL. *Nevýdělečné organizace v teorii. 2.*, aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 407 s. ISBN 978-80-7552-103-3.

DOLEŽAL, Jan, Jiří KRÁTKÝ a Ondřej CINGL. *5 kroků k úspěšnému projektu: 22 šablon klíčových dokumentů a 3 kompletní reálné projekty*. Praha: Grada, 2013, 181 s. Management. ISBN 978-80-247-4631-9.

DOLEŽAL, Jan a Jiří KRÁTKÝ. *Projektový management v praxi: naučte se řídit projekty!*. Praha: Grada, 2017, 171 s. ISBN 978-80-247-5693-6.

DotaceEU: Evropské fondy [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019 [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <https://dotaceeu.cz/cs/Evropske-fondy-v-CR>

DRESNER, Steven. *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*. John Wiley, 2014. ISBN 978-1-118-49297-0.

DAULOURANS, Marlene, 2014. In. *Vivat Academia Digital Social Innovation: The Crowdfunding Model*. [online], vol. 17, iss. 127, s. 72-82 [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1546003696/fulltext/59B1E9C3BEA144E6PQ/1?accountid=15518>

Financial Conduct Authority. *Crowdfunding* [online]. 2018 [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.fca.org.uk>.

FITŘÍKOVÁ, Dagmar a Lýdie Musilová. *Průvodce DPH u neziskových subjektů*. Olomouc: ANAG, 2013, 576 s. ISBN 978-80-7263-833-8.

FUND.CHASER, *Typy crowdfundingu a jejich plusy a minusy*. Fund.chaser [online]. Praha: Fundchaser CZE, 2018 [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://fundchaser.cz/>.

HAVRYLCHYK, Olena. Regulatory framework for the lending-based crowdfunding platforms. *VOX CEPR Policy Portal* [online]. 2018, **2018** [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://voxeu.org/article/regulating-lending-based-crowdfunding-platforms>.

HitHit, 2017. *Obchodní podmínky společnosti Hithit s. r. o.*, HitHit.com [online]. [cit. 2018-11-10]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/terms>

HOMMEROVÁ, Dita. *Branding neziskových organizací*. Žatec: Ohře Media, 2015, 108 s. ISBN 978-80-905122-8-3.

HOMMEROVÁ, Dita a Lucie SEVEROVÁ. Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research* [online]. 2018, **45**(2), 181-192 [cit. 2019-02-27]. DOI: 10.1080/01488376.2018.1479678. ISSN 0148-8376. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01488376.2018.1479678>

HORNUF, Lars a Matthias SCHMITT. Success and Failure in Equity Crowdfunding. *CESifo DICE Report* [online]. 2016, **14**(2), 16-22 [cit. 2019-03-02]. ISSN 1613-6373. Dostupné z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/167259/1/ifo-dice-report-v14-y2016-i2-p16-22.pdf>

Indiegogo, 2017. *How it works*. Indiegogo.com [online]. [cit. 2018-11-10]. Dostupné z: <https://www.indiegogo.com/grow/how-it-works/>

JEAN-FRANÇOIS, Emmanuel. *Financial sustainability for nonprofit organizations*. New York: Springer Publishing Company, [2015]. ISBN 978-0826129833.

Kickstarter, Kickstarter.com [online]. [cit. 2018-11-10]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=about_subnav

KOMNINOS, Andreas. Pro-social behaviour in crowdsourcing systems: Experiences from a field deployment for beach monitoring. *International Journal of Human-Computer Studies* [online]. 2019, **124**, 93-115 [cit. 2019-02-27]. DOI: 10.1016/j.ijhcs.2018.12.001. ISSN 10715819. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1071581918301162>

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

LIANG, Ting-Peng, Shelly Ping-Ju WU a Chih-chi HUANG. Why funders invest in crowdfunding projects: Role of trust from the dual-process perspective. *Information & Management* [online]. 2019, **56**(1), 70-84 [cit. 2019-03-02]. DOI: 10.1016/j.im.2018.07.002. ISSN 03787206. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0378720618301344>

Ministerstvo financí ČR [online]. Praha: Creative Commons, 2019 [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/rozpocetove-ramce-statisticke-informace>.

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *Výzva můj klub 2019* [online]. MŠMT, 2019 [cit. 2019-03-26]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/>

MERLÍČKOVÁ RŮŽIČKOVÁ, Růžena, 2013. *Neziskové organizace: vznik, účetnictví, daně*. 12. aktualiz. vyd. Olomouc: Anag, 263 s. Účetnictví (Anag). ISBN 978-80-7263-825-3.

MěÚ OTROKOVICE. *Otrokovice. Přehled dotací* [online]. ©2019 [cit. 2019-03-26]. Dostupné z: <http://www.otrokovice.cz/vismo/prehled-dotaci.asp>

Nakopni mě, *Časté dotazy*. Nakopni.me [online]. [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <https://www.nakopni.me/caste-dotazy>

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

PELIKÁNOVÁ, Anna. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2018, 335 s. Účetnictví a daně. ISBN 978-80-271-2117-5.

Peněždroj, 2017. *O peněždroji*. Penezdroj.cz [online]. [cit. 2018-11-10]. Dostupné z: <https://penezdroj.cz/informace/5-o-penezdroji>

PETROV, Jan, Vladimír BERAN, Michal VÝTISK, a kol, 2017. *Občanský zákoník: komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 3053 s. ISBN 978-80-7400-653-1.

RYU, Sunghan a Young-Gul KIM. Money is not everything: A typology of crowdfunding project creators. *Journal of Strategic Information Systems* [online]. 2018,

12/2018, **2018**(4), 350-368 [cit. 2019-02-13]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0963868717300914>

SECURITIES AND MARKETS STAKEHOLDER GROUP, Esma. *Position Paper: Crowdfunding*. [online], 2014. Dostupné z: <https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2015/11/2014-smsg-010.pdf>.

SALAMON, Lester M. a Helmut K. ANHEIER. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. New York: Manchester University Press, 1997. ISBN 0719049024.

SIMONS, Alexander, Lena Franziska KAISER a Jan VOM BROCKE. Enterprise Crowdfunding: Foundations, Applications, and Research Findings. *Business & Information Systems Engineering* [online]. 2019, **61**(1), 113-121 [cit. 2019-02-27]. DOI: 10.1007/s12599-018-0568-7. ISSN 2363-7005. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s12599-018-0568-7>.

Sportstarter, 2014. *Často kladené otázky*. Sportstarter.cz [online]. [cit. 2018-11-06]. Dostupné z: <http://www.sportstarter.cz/cs/menu/faq/>

Statista: The Statistic Portal [online]. Statista, 2019 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/1283/crowdfunding/>

Startovač, 2013. FAQ. Startovač.cz [online]. [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/casto-kladene-dotazy/>

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

STEINBERG, Scott a Rusel DEMARIA. *The crowdfunding bible: How to raise money for any startup, video game, or project*. New York: Lulu, 2012. ISBN 978-1105726286.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2017, 165 s. Manažer. ISBN 978-80-271-0249-5.

TAJTÁKOVÁ, Mária, Jana NOVÁ a Ladislav BEDŘICH. *Marketing neziskových organizací, športu a kultúry*. Bratislava: Wolters Kluwer, [2016], 194 s. Ekonómia. ISBN 978-80-8168-407-4.

Úřad vlády České republiky. *Rada vlády pro nestátní neziskové organizace* [online]. Praha: Vláda ČR [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/zakladni-informace-767/>

VÍT, Petr. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2015, 157 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5477-2.

VRZÁČEK, Petr. *Krabička poslední záchrany pro neziskové organizace: manuál managementu neziskových organizací*. Praha: Togga ve spolupráci s Univerzitou Karlovou, Fakultou humanitních studií, 2017, 236 s. ISBN 978-80-7476-116-4.

WESSEL, Michael, Martin ADAM a Alexander BENLIAN. The impact of sold-out early birds on option selection in reward-based crowdfunding. *Decision Support Systems* [online]. 2019, **117**, 48-61 [cit. 2019-03-06]. DOI: 10.1016/j.dss.2018.12.002. ISSN 01679236. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0167923618301982>

XU, Larry Zhiming. Will a digital camera cure your sick puppy? Modality and category effects in donation-based crowdfunding. *Telematics and Informatics* [online]. 2018, **35**(7), 1914-1924 [cit. 2019-02-27]. DOI: 10.1016/j.tele.2018.06.004. ISSN 07365853. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0736585318300601>

YOUNG, Thomas Elliott. *The everything guide to crowdfunding: Learn how to use social media for small-business funding: understand crowd psychology: gain an online presence: create a successful crowdfunding campaign*. Avon: Adams media, 2013. ISBN 978-1-4405-4033-4.

ZEMAN, Vítězslav. *Právní aspekty crowdfundingu*. Brno 2016. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

ZHENG, Haichao, Bo XU, Min ZHANG a Tao WANG. Sponsor's cocreation and psychological ownership in reward-based crowdfunding. *Information Systems Journal* [online]. 2018, **28**(6), 1213-1238 [cit. 2019-02-13]. DOI: 10.1111/isj.12190. ISSN 13501917. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/isj.12190>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

NO	Nezisková organizace
NNO	Nestátní nezisková organizace
AK	Aerobik klub
ČSAE	Český svaz aerobiku
ASPV	Asociace sportu pro všechny
ČR	Česká republika
NOZ	Nový občanský zákoník
MěÚ	Městský úřad
FO	Fyzická osoba
PO	Právnícká osoba

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1 Objem finančních prostředků získaných prostřednictvím crowdfundingu na celém světě v roce 2017 podle typu (v miliardách amerických dolarů) (Statista ©2019)</i>	<i>29</i>
<i>Obrázek 2 Objem finančních prostředků získaných prostřednictvím crowdfundingu na celém světě v roce 2017 dle regionů (v milionech amerických dolarů (© Statista 2019).....</i>	<i>29</i>
<i>Obrázek 3 Příjmy organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování).....</i>	<i>45</i>
<i>Obrázek 4 Výdaje organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování).....</i>	<i>46</i>
<i>Obrázek 5 Financování spolku AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování).....</i>	<i>51</i>
<i>Obrázek 6 Návrh struktury financování organizace AK COCO Otrokovice pro školní rok 2018/2019 (vlastní zpracování)</i>	<i>59</i>
<i>Obrázek 7 Analýza odměn (vlastní zpracování)</i>	<i>80</i>
<i>Obrázek 8 Výše příspěvků za den za období trvání projektu (vlastní zpracování).....</i>	<i>82</i>
<i>Obrázek 9 Analýza příspěvků v čase – výše vybrané částky v průběhu trvání projektu (vlastní zpracování).....</i>	<i>83</i>
<i>Obrázek 10 Analýza přispěvatelů (vlastní zpracování)</i>	<i>84</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 Náklady na jednotlivce ve věku 8-10 let na závodní sezonu 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)</i>	42
<i>Tabulka 2 SWOT analýza AK COCO Otrokovice 2018/2019 (vlastní zpracování dle Blahušová, 2017, s. 41)</i>	43
<i>Tabulka 3 Příjmy organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)</i>	44
<i>Tabulka 4 Výdaje organizace AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 a 2018/2019 (vlastní zpracování)</i>	45
<i>Tabulka 5 Vývoj členské základy spolku AK COCO Otrokovice (vlastní zpracování)</i>	47
<i>Tabulka 6 Peněžní deník AK COCO Otrokovice ve školním roce 2017/2018 (vlastní zpracování)</i>	47
<i>Tabulka 7 Srovnání výše členských příspěvků v okolí (vlastní zpracování)</i>	48
<i>Tabulka 8 Srovnání českých crowdfundingových portálů dle několika vybraných kritérií (vlastní zpracování)</i>	62
<i>Tabulka 9 Provize vybraných crowdfundingových portálů (vlastní zpracování)</i>	64
<i>Tabulka 10 Transakční poplatky u vybraných crowdfundingových portálů (vlastní zpracování)</i>	65
<i>Tabulka 11 Výpočet cílové částky (vlastní zpracování)</i>	71
<i>Tabulka 12 Nastavení odměn za jednotlivé příspěvky (vlastní zpracování)</i>	72
<i>Tabulka 13 Srovnání skutečných nákladů na odměny a částky příspěvků (vlastní zpracování)</i>	76
<i>Tabulka 14 Časová analýza projektu (vlastní zpracování)</i>	77
<i>Tabulka 15 Celkové náklady na projekt (vlastní zpracování)</i>	81
<i>Tabulka 16 Kalkulované náklady na projekt (vlastní zpracování dle informací Startovač.cz)</i>	84
<i>Tabulka 17 Skutečné náklady na projekt (vlastní zpracování)</i>	84

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Rozpočet pomůcek pro tvorbu cílové částky

Příloha P II: Popis projektu

PŘÍLOHA P I: ROZPOČET POMŮCEK PRO TVORBU CÍLOVÉ ČÁSTKY

Název	Počet	Cena za kus	Cena celkem
Balanční podložka	3	1.390	4.170
Balanční podložka donut	3	439	1.317
Balanční ježek	5	130	650
Balanční podložka – točna	1	2.240	2.240
Jóga válec	2	290	580
Karimatka	10	149	1.490
Říční kameny	1	1.179	1.179
Tréninkové překážky	2	769	1.538
TRX	3	690	2.070
Fitball	2	415	830
Prolézací tunel	2	269	538
Akupresní kamínková podložka	2	390	780
Švihadlo dospělí	10	99	990
Švihadlo dítě	10	69	690
Trampolínka	2	1.990	3.980
Měkké míčky 1 kg	9	170	1.530
Kettlebell	3	100	300
Činky 1 kg	10	139	1.390
Celkem			26.262

PŘÍLOHA P II: POPIS PROJEKTU

Pomozte získat sportovnímu klubu **AK COCO Otrokovice** finanční prostředky pro nákup vybavení a pomůcek pro zlepšení dovedností našich dětí. Kvalitní vybavení a pomůcky nám pomohou nejen k lepším výsledkům, ale také k rozvoji kreativity a zpestření tréninků našich členů.

Co za finanční prostředky pořídíme?

Balační pomůcky - podložky, míčky, říční kameny a další

Překážky

Prolézací tunely

Švihadla

Trampolínku

Karimatky

TRX

Naše organizace není pouze sportovním klubem, jsme **jedna velká rodina**, a co to děláme, je něco, co nás baví a naplňuje. Děti máme rozděleny podle věkových kategorií a to od malé přípravky od 4-6 let, dále tým 7-9 let, tým od 9-11, 11-13 a nejstarší tým, který zahrnuje dívky ve věku 14-18 let. Naše členská základna se rozrostla za necelé dva roky na neuvěřitelných 35 členů, což považujeme za velký úspěch, neboť na počátku nás bylo pouze deset.

Máme za sebou řadu menších úspěchů, především v rámci České republiky. Účastnily jsme se také závodů v zahraničí (Polsko, Slovensko), kde se naše děti umístily na **vítězných** příčkách a dovezly jsme si tak cenné kovy. Chybí nám však pomůcky, které by nám pomohly k našemu dalšímu rozvoji a zajistily nám tak lepší podmínky pro zdravé sportování a rozvoj kreativity, tak zpestření pro pravidelné tréninky našich děvčat.

Organizace v současné době funguje díky členským příspěvkům a drobným finančním darům, které nám postačují na pronájem tělocvičny a některé startovné na závody. Bohužel z důvodu krátké doby existence (od roku 2017) a prozatím nízkého počtu členů na mnoho dotací nedosáhneme.

Rádi bychom touto formou podpořili **zdravé sportování dětí**. Prioritou pro nás není vychovávat mistry, stačí dělat dětem radost, umožnit jim pravidelně a hlavně zdravě sporto-

vat a především jim vytvořit příjemné místo, kde se mohou pravidelně scházet v kolektivu přátel a rodičů, stejně motivovaných pro sport, jako jsou oni.

Děkujeme všem za podporu

Vaše holky z AK COCO Otrokovice