



Evropská
komise



Vysvětlení pojmu skupinové financování (crowdfunding)

Průvodce pro malé
střední podniky

Obsah

Co je skupinové financování?	4
- Vysvětlení pojmu skupinové financování (crowdfunding)	6
- Nejenom peníze	9
- Jaká jsou rizika?	10
Jednotlivé druhy skupinového financování	12
- Skupinové úvěrování	14
- Podílové skupinové financování	15
- Skupinové financování založené na odměnách	16
- Pro koho je skupinové financování vhodné	17
Jak na to	18
- Skupinové úvěrování	20
- Případová studie skupinového úvěrování	22
- Podílové skupinové financování	24
- Případová studie podílového skupinového financování	26
- Skupinové financování založené na odměnách	28
- Případová studie skupinového financování založeného na odměnách	30
Co dál?	32



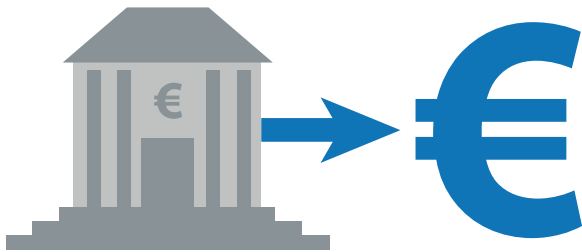
Co je skupinové financování?



Vysvětlení pojmu skupinové financování (crowdfunding)

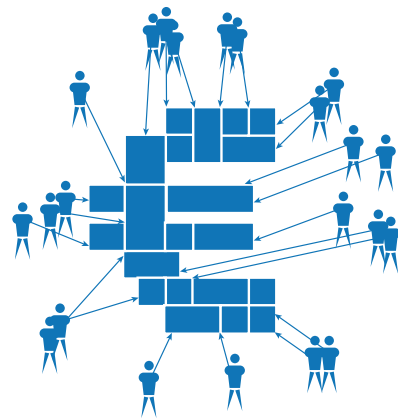
Skupinové financování je metodou získávání finančních prostředků na financování projektů a podniků. Umožňuje subjektům shánějícím finanční prostředky **vybírat peníze od velkého množství dárců prostřednictvím online platformem.**

tradiční financování



velké částky z jednoho nebo několika zdrojů

skupinové financování



mnoho malých částek od velké skupiny jednotlivců

Skupinové financování nejčastěji využívají začínající nebo rostoucí podniky jako možnost alternativního financování. Jedná se o inovativní způsob získávání finančních prostředků na nové projekty, podniky nebo nápady.

Můžete si tak také kolem své nabídky budovat komunitu. Využitím potenciálu online komunity rovněž můžete získat **užitečné marketingové poznatky a oslovit nové zákazníky.**

Tento průvodce je určen podnikatelům, **obchodníkům a firmám, zejména malým a středním podnikům.** Pokud přemýšlíte o možnostech financování nového podniku či nápadu nebo jste narazili na pojem skupinové financování (crowdfunding) a chtěli byste se o něm dozvědět něco více, může pro vás být tento průvodce užitečný.

Jak skupinové financování funguje?

Platformy skupinového financování jsou webové stránky umožňující interakci mezi těmi, kdo shánějí finanční prostředky, a veřejností. Prostřednictvím těchto platformem lze poskytovat a získávat finanční příspěvky.

Pokud je kampaň na získání finančních prostředků úspěšná, účtují platformy skupinového financování subjektům shánějícím finanční prostředky obvykle určitý poplatek. **Od platformem skupinového financování se zase očekává poskytnutí bezpečné a snadno využitelné služby.**

Mnoho platformem používá model financování „všechno nebo nic“. To znamená, že peníze dostanete, pokud se vybere stanovená cílová částka, peníze – bez pocitů křivdy a finančních ztrát.

Existuje několik druhů skupinového financování, jež jsou vysvětleny níže v tabulce. Tento průvodce je koncipován jako nestranný rádce, jenž vám má pomoci pochopit tři nejběžnější druhy skupinového financování využívané malými a středními podniky a začínajícími podniky v ziskovém sektoru: **skupinové úvěrování, podílové skupinové financování a skupinové financování na základě odměn.**

Hlavní druhy skupinového financování

Skupinové úvěrování

Veřejnost půjčuje peníze společnosti pod podmínkou, že budou vráceny s úrokem. Velmi se to podobá tradičnímu úvěru od banky, jen s tím rozdílem, že si vypůjčujete od mnoha investorů.

Podílové skupinové financování

Prodej podílu v podniku mnoha investorům za jejich investici. Funguje to podobně jako nákup a prodej kmenových akcií na burze cenných papírů nebo jako rizikový kapitál.

Skupinové financování založené na odměnách

Jednotlivci přispějí na projekt nebo podnik a očekávají, že za svůj příspěvek později dostanou nepeněžní odměnu, např. zboží nebo služby.

Skupinové financování založené na darech

Dárci se po menších částkách skládají na větší cílovou částku pro konkrétní charitativní projekt, aniž by za to dostali jakoukoliv finanční nebo materiální odměnu.

Podíl na zisku / podíl na tržbách

Podniky mohou za finanční příspěvek nabídnout veřejnosti podíl na budoucím zisku nebo tržbách.

Skupinové financování založené na dluhových cenných papírech

Jednotlivci investují do dluhového cenného papíru vydaného danou společností, jako je např. dluhopis.

Hybridní modely

Dávají podnikům možnost kombinovat prvky několika druhů skupinového financování.

Nejenom peníze

Přínos skupinového financování nemusí být jen finanční povahy. Můžete díky němu rovněž získat přístup k velkému množství lidí se zájmem o váš projekt nebo podnik, kteří vám mohou poskytnout také cenné poznatky a informace.

Nefinanční přínos skupinového financování

- **Ověření a potvrzení správnosti záměru:** Skupinové financování je praktickým testem zájmu; zjistíte, jestli ostatní věří vašemu projektu nebo záměru a považují jej za hodnotný. Jsou-li ochotni přispět, je to jasný důkaz, že váš trh, váš projekt nebo záměr schvaluje.
- **Pomoc s dalšími formami financování:** Úspěšná kampaň není jen důkazem správnosti vašeho záměru, nýbrž také ukazuje, že pro váš podnikatelský záměr existuje trh a že mu lidé věří. To se velmi hodí, pokud se snažíte získat financování ještě z jiných zdrojů, jako jsou například banky, rizikový kapitál nebo andělské investoři, pro které potom můžete představovat méně rizikovou investici nebo můžete získat příznivější podmínky.
- **Přístup k velkému počtu lidí:** Obracíte se na velmi početnou skupinu lidí, z nichž někteří mohou být zdrojem cenných znalostí a podnětů. Skupinové financování vám obecně umožňuje komunikovat s nimi novým způsobem, který zdarma přináší cennou zpětnou vazbu.
- **Účinný marketingový nástroj:** Podílové skupinové financování a skupinové financování založené na odměnách může být účinným prostředkem prezentace nového produktu, nové společnosti nebo expanze, neboť osloví přímo pravděpodobné budoucí zákazníky. Váš produkt tak může vyvolat očekávání a zájem ještě předtím, než se začne vyrábět.

Musíte však počítat s tím, že ani skupinové financování není samospásné. Jako každé jiné podnikání vyžaduje spoustu soustředěného úsilí a tvrdé práce.

Jaká jsou rizika?

Skupinové financování má mnoho výhod, ale také potenciální rizika, o nichž byste měli vědět. V tomto oddíle si představíme a objasníme možná úskalí skupinového financování.

Nemáte žádnou záruku, že dosáhnete svého cíle

Tak jako u jiného podnikání zde existuje riziko neúspěchu. Pokud nedosáhnete stanovené cílové částky, peníze vybrané během kampaně budou muset být vráceny investorům.

Doporučení: Důkladně analyzujte veškeré možnosti, jak se svojí kampaní na získání finančních prostředků uspět. Pokud jeden pokus nevyjde, můžete to zkusit znovu. U některých neúspěšnějších kampaní se správný recept podařilo najít až po několika pokusech. Ve smluvních podmínkách by měla být jasně stanovena práva a povinnosti dotčených stran v případě, že nebude dosaženo stanovené cílové částky.

Vaše duševní vlastnictví bude veřejné

K vašim nápadům má na internetu přístup mnoho lidí a hrozí nebezpečí, že váš návrh někdo okopíruje.

Doporučení: Informujte se u platform, které máte v úmyslu využít. Mohou vám poskytnout obecná doporučení ohledně ochrany vašich práv duševního vlastnictví. Pomoci vám může také vaše místní obchodní komora nebo vládní agentura, ale pokud nebudete spokojeni, využijte nezávislé poradenství.

Podcenění nákladů

Lidé běžně podceňují množství času a zdrojů potřebných pro skupinové financování. Některé formy skupinového financování mohou přinášet další náklady. Například v případě podílového skupinového financování mohou s každou emisí akcií narůst administrativní náklady. Nemusíte mít také dostatečnou kapacitu pro jednání s novými investory, na poskytování průběžných informací o projektu nebo na výkon podílových práv akcionářů.

Doporučení: Uvědomte si, jaké kroky musíte udělat, vyhrad'te si dostatek času a vypracujte plán s rezervou pro případné chyby nebo zpoždění. Nezapomeňte na to, že si budete muset vyhradit zdroje na etapu před kampaní, během kampaně a po kampani. Možná budete potřebovat také využít právní poradenství o právních otázkách týkajících se skupinového financování.

Poškození pověsti

Na trhu je v současnosti velká konkurence a vaši nabídku budou pravděpodobně zkoumat zkušení investoři. Jakákoliv nedbalost, chyby nebo nepřipravenost vrhne na vás a váš projekt nebo podnik negativní světlo.

Doporučení: Zjistěte si veškeré potřebné informace. Další zdroje naleznete v oddíle „Co dál?“ tohoto průvodce.

Doporučení: Mějte na paměti, že se jedná o jiné podnikání. Je možné, že svůj přístup budete muset přizpůsobit tak, aby vyhovoval lidem, kteří vaše odvětví příliš dobře neznají.

Doporučení: Než se rozhodnete využít tohoto způsobu financování, ujistěte se, že plně chápete, jak skupinové financování probíhá, abyste si byli jisti, že budete schopni splnit své sliby.

Požadavky na poskytování informací a právní požadavky

Doporučení: *Vždy si od dané platformy a vašeho místního orgánu dozoru zjistěte, jaké dokumenty budete muset předložit a kolik vás bude splnění těchto požadavků stát, a zahrňte tyto výdaje do plánovaných nákladů. Může se jednat o složitější otázky spojené se značnými náklady, a proto může být užitečné poradit se s právníkem.*

Porušení zákona

Právní předpisy upravující skupinové financování se stále vyvíjí, a proto je možná mnoho lidí nezná. Pokud se neseznámíte s příslušnými evropskými a vnitrostátními právními předpisy, mohli byste je nevědomky porušit.

Doporučení: *Vždy se seznamte s příslušnými právními předpisy a požadavky. Platforma obvykle poskytuje obecná doporučení a odkáže vás na příslušné místo, kde můžete získat konkrétnější rady, například na regionální obchodní komoru, místní orgán dozoru nebo na příslušné ministerstvo.*

Potíže s platformou

Existuje nebezpečí, že narazíte na podvodnou platformu.

Doporučení: *Ujistěte se, že jste si vybrali zavedenou a solidní platformu, která má dobrou pověst a nevykazuje žádné problematické znaky. Hledejte platformy v dobře regulovaných prostředích, s jejichž právními předpisy jste obeznámeni a kde si můžete být jisti, že vaše práva jsou chráněna.*

Problémy s povinnostmi vůči investorům a dynamikou investorů

Velká a potenciálně velmi různorodá skupina přispěvatelů s sebou nese rozličné problémy, očekávání a požadavky. Neznalost práv přispěvatelů a mechanismů řešení stížností nebo mechanismů vymáhání může vést ke vzniku problémů, zejména v případě podílového skupinového financování, které s sebou nese určitou ztrátu kontroly nad vlastním podnikem.

Doporučení: *Zkoumejte možné důsledky a aktivně komunikujte s platformou, abyste si plně ujasnili své povinnosti. Zjistěte, jak vám platforma může pomoci a jaká je její úloha.*

Doporučení: *Než se rozhodnete využít podílové skupinové financování, důkladně zvažte možné pozdější problematické stránky. Aby byla investice atraktivní, budete muset investorům nabídnout určitá práva. Je důležité, abyste si byli vědomi povinností, které pro vás z těchto práv investorů plynou.*


Doporučení: *Strukturu a mechanismy řízení společnosti vždy koncipujte s plnou znalostí požadavků a povinností. Jedná se o složitou problematiku, proto v případě potřeby využijte odborných rad kvalifikovaných odborníků.*

Odchod/výstup investora = exit

Může se stát, že vaši investoři jednou budou chtít své akcie prodat nebo že se k vašemu podniku rozhodnou přidat noví investoři.

Doporučení: *Hned na začátku důkladně promyslete, jaký dopad na váš podnik by změna nebo odchod investorů mohly mít, a před tím, než nabídnete investorům akcie vašeho podniku, vždy zvažte, zda nevyužít právní poradenství.*

Doporučení: *Rovněž musíte mít promyšleno, jak budete v budoucnosti řešit přijímání nových potenciálních investorů, protože tento krok by mohl oslabit hodnotu akcií původních investorů.*



Jednotlivé druhy skupinového financování



Skupinové úvěrování

Popis

Skupinové úvěrování (někdy nazývané sociální půjčky) je **přímou alternativou k bankovnímu úvěru** s tím rozdílem, že **společnosti** si místo z jednoho zdroje **mohou vypůjčit peníze od desítek, někdy stovek jednotlivců ochotných poskytnout půjčku**. Skupinoví věřitelé často nabízejí půjčky tak, že uvedou úrokovou sazbu, za niž jsou ochotni půjčit. Dlužníci pak přijmou nabídky s **nejnižší úrokovou sazbou**. Ke zprostředkování kontaktu mezi věřiteli a dlužníky **slouží internetové platformy**. Každá žádost o půjčku se pečlivě posuzuje, jelikož platformy skupinového financování jsou povinny chránit jak zájmy podniků, tak zájmy investorů. **Obvykle požadují účetní uzávěrku a obchodní historii**.

Nejdůležitější aspekty

- **Pružnější úrokové sazby:** Pokud je o vaši kampaň velký zájem, investoři mezi sebou mohou soupeřit o to, kdo vašemu podniku půjčí peníze, a nabídnou lepší úrokové sazby, aby si zajistili daný obchod.
- Můžete získat půjčku, když vám odmítne půjčit banka.
- **Výše půjček může mít velké rozpětí, takže vyhoví nejrůznějším potřebám. Minimální výše půjčky je velmi nízká, což povzbudí k účasti široké spektrum věřitelů.**
- **Půjčka se splácí bezhotovostní platbou platformě, jež tyto splátky rozděljuje mezi věřitele.**
- **Požadavky na poskytování informací jsou stejné jako u banky.** Na rozdíl od banky jsou však tyto informace zpřístupněny všem věřitelům.
- Tak jako u tradičního bankovního úvěru **máte zákonnou povinnost úvěr splatit**.

Podílové skupinové financování

Popis

Podílové skupinové financování spočívá v tom, že **podíl ve svém podniku prodáte za investici několika investorům**. Podílové financování existuje již dlouho a soukromý kapitál, rizikový kapitál a andělské investiční společnosti mají nezastupitelnou úlohu v rozvíjejících se podnicích. Hlavní rozdíl mezi podílovým skupinovým financováním a uvedenými tradičními modely spočívá v tom, že místo exkluzivního individuálního vztahu je nabídka určena širokému spektru potenciálních investorů, z nichž **někteří mohou být zároveň současnými nebo budoucími zákazníky**. Při podílovém skupinovém financování dochází ke zprostředkování kontaktu mezi společnostmi a potenciálními investory díky internetovým platformám.

Nejdůležitější aspekty

- Budete muset **stanovit podmínky** a rozhodnout se, kolik chcete prodat, za jakou cenu a jak budou investoři odměňováni. Pro správné ohodnocení podniku je zapotřebí mít dostatečné znalosti.
- **Poplatky** za využití platformy skupinového financování pro získání kapitálového financování budou obvykle tvořit poplatky za úspěšnou kampaň a související právní nebo správní poplatky. Je možné, že budete muset hradit ještě další právní poplatky a poplatky za poradenství.
- **Investovat může mnoho lidí**, a tak můžete mít spoustu malých spoluvlastníků místo několika velkých investorů. Je to obvykle méně nákladné než kótování na burze.
- Musíte prokázat, že **váš podnik je připraven na investice**, a proto musíte vypracovat podnikatelský plán a finanční prognózu. Měli byste mít také kvalitní **kommunikační strategii**, která potenciálním investorům snadno zpřístupní a lehce srozumitelnou formou předloží nejdůležitější informace o projektu.
- Platforma obvykle provede **omezenou hloubkovou prověrku** a investor si případně může **vyžádat další informace**. Měli byste být připraveni mu je poskytnout, i když to pro vás bude znamenat dodatečné náklady.
- Podílové skupinové financování má důležité **právní aspekty**. Neměli byste zapomínat na náklady s nimi spojené, jako jsou náklady na poskytování informací a na právní dokumenty, na výroční valnou hromadu akcionářů, na výkon podílových práv, na výroční zprávy a rozhodovací postupy.
- **Práva investorů mohou být různá**. Obvykle však akcionáři mají hlasovací právo vztahující se na nejdůležitější aspekty řízení podniku, emise nových akcií atd. Měli byste si rozmyslet, v jakém rozsahu jste ochotni poskytnout kontrolní práva nad svým podnikem externím akcionářům. Co se týče vyrovnání, je důležité vědět, že investoři mohou požadovat odškodnění za finanční ztráty utrpěné například v důsledku porušení smlouvy.

Skupinové financování založené na odměnách

Popis

O skupinovém financování založeném na odměnách se hovoří tehdy, když **jednotlivci přispějí na projekt nebo podnik a očekávají, že za svůj příspěvek později dostanou nepeněžní odměnu**, např. zboží nebo služby. Typickým příkladem je projekt nebo podnik, jenž oplátkou za investici nabízí ojedinelou službu (odměny) nebo nový produkt (předprodej). Tato forma skupinového financování umožňuje společnostem zahájit fungování a mít již zajištěné předobjednávky a hotovostní tok (což bývá pro nové podniky velký problém) a získat zájemce ještě před uvedením produktu.

Nejdůležitější aspekty

- **Finanční prostředky nemusíte vracet**; pouze dodáte slíbenou službu nebo zboží.
- Objednávky máte zajištěny ještě před uvedením produktu a kampaň vám umožňuje **si se shromažďováním finančních prostředků současně budovat zákaznickou základnu**.
- Jste **povinni splnit své sliby** podle dohodnutého harmonogramu.
- Tuto formu si **s oblibou volí začínající podniky a podnikatelé**, neboť umožňuje financovat založení nových společností nebo uvedení nových produktů.
- Toto řešení je **zvláště vhodné pro inovativní produkty a služby** nebo pro produkty a služby, které přitahují velkou pozornost zákazníků.
- Pro skupinové financování **jsou méně vhodné složité záměry nebo produkty**.

Pro koho je skupinové financování vhodné?

	Podílové skupinové financování	Skupinové financování založené na odměnách	Skupinové úvěrování
Předprodej		✓	
Dosud neziskový podnik	✓	✓	
Rostoucí ziskový podnik	✓		✓
Zavedený a stále rostoucí podnik	✓		✓
Zavedený stabilní podnik	✓		✓
Uvedení nového produktu/ služby/ značky	✓	✓	✓
Akvizice			✓
Expanze na nová území	✓	✓	✓
Investice do nových zařízení			✓
Potřeba refinancování	✓		✓
Potřeba kapitálové restrukturalizace	✓		✓



Jak na to





Skupinové úvěrování

V tomto oddíle si projdeme hlavní kroky, jak postupovat v případě skupinového úvěrování, a naleznete zde také několik konkrétnějších tipů a doporučení. **Berte tyto doporučené kroky pouze jako orientační vodítko.** Obtížnost jednotlivých kroků se vám může jevit různě v závislosti na vašem projektu, velikosti vašeho týmu a množství času, který můžete projektu věnovat.

Příprava

Na začátku kampaně skupinového financování byste se měli seznámit se světem skupinového úvěrování a věnovat se přípravě své nabídky. Měli byste:

- **prozkoumat potenciální platformy** a zjistit, jaké možnosti nabízejí,
- **důkladně se seznámit s pravidly a právními požadavky** platformy,
- **pročíst si co nejvíce příruček, blogů a probíhajících kampaní**, kde můžete načerpat inspiraci a poučit se ze zkušenosti druhých,
- **obrátit se na platformy, které nejvíce vyhovují vašim potřebám**,
- **pečlivě připravit a překontrolovat finanční dokumenty**, které zvolená platforma požaduje.

Tip: Pokud si to můžete dovolit, zkuste sami půjčit menší obnos (dejme tomu 100 EUR) po malých částkách jiným podnikům. Uděláte si tak velmi dobrou představu o tom, jak se na věc dívají skupinová věřitelé.

Fáze získávání prostředků

Tým, jenž na zvolené platformě provádí úvěrové hodnocení, si prostuduje všechny informace, jež jste poskytli. Bude-li vaše žádost úspěšná, mohou vám sdělit, do které rizikové třídy vás zařadí. Po schválení bude váš podnik zařazen na platformu, aby potenciální věřitelé mohli předkládat nabídky. Každý věřitel nabídne určitou částku a úrokovou sazbu. Po dosažení cílové částky mohou potenciální věřitelé pokračovat v nabídkách a snižovat úrokovou sazbu, takže čím bude vaše kampaň žádanější, tím lepší můžete získat podmínky.

Důležité: Často budete muset poskytnout účetní uzávěrku alespoň za poslední dva roky a svou úvěrovou historii. Pokud tyto dokumenty nemáte, požádejte o pomoc odborníka. Vyhotovení účetní uzávěrky trvá nějakou dobu a může znamenat další náklady.

Po uzavření aukce

Po skončení aukce vás platforma kontaktuje kvůli potvrzení výsledné průměrné úrokové sazby. Následně vám v dohodnuté lhůtě zašle finanční prostředky na váš bankovní účet.

Potom musíte splácet půjčku i úroky ve splátkách dohodnutých s platformou. Obvykle to probíhá bezhotovostní platbou platformě, která pak splátky převádí na účty investorů.

Jakmile půjčku zcela splatíte, platforma potvrdí ukončení operace, a tím je věc uzavřena.

Tip: Buďte během celého procesu připraveni pohoťově komunikovat, protože platforma nebo investoři se na vás mohou obracet s dodatečnými dotazy, na které bude třeba velmi rychle odpovídat.

Případová studie skupinového úvěrování

Isabellino cukrářství

Úvod

Isabella je cukrářka, jejíž prodeje stále rostly, a nedávno se přestěhovala do větších prostor zahrnujících i malou restauraci, jež v současnosti vytváří 30 % jejího obrátu. To však klade značné nároky na její personál i kapacitu. Aby mohla svoji kapacitu zdvojnásobit, potřebuje si pořídit nový stroj na výrobu těsta a další trouby. Celková cena tohoto nového vybavení činí 50 000 EUR, které se rozhodla sehnat. Šla si zažádat o úvěr do místní banky, v níž už má smlouvenou možnost přečerpání účtu o 10 000 EUR a splácí posledním rokem úvěr ve výši 30 000 EUR (který si vzala na počáteční investici). Banka by jí však poskytla úvěr pouze ve výši 30 000 EUR s úrokovou sazbou 14,5 % místo 11,5 %, kterou měla dříve. Rozhodla se poohlédnout po alternativních možnostech na internetu a narazila na skupinové úvěrování.



Plánování: 1. až 10. den

Isabella věnovala určitý čas zkoumání informací o koncepci skupinového úvěrování, které se jí podařilo najít, přičemž se zaměřila především na to, jak skupinové úvěrování funguje, jaké portály ho nabízejí, za jakých podmínek / za jakou cenu. Shromáždila a přečetla si blogy a články o skupinovém úvěrování, hledala příběhy dalších lidí s podobným požadavkem a to za jakých podmínek se jim podařilo dosáhnout úvěru. Na konci týdne byla přesvědčena, že už chápe, jak vzájemné půjčky fungují, a ví toho dost, aby o takovou půjčku mohla požádat. Aby Isabella zjistila více o chování věřitelů, zaregistrovala se na několika platformách skupinového úvěrování a půjčila 100 EUR ze svých prostředků po malých částkách jiným podobným podnikům. To jí umožnilo udělat si lepší představu o tom, jaké to je být věřitelem a na co se takový věřitel pravděpodobně zaměří. S těmito nabytými poznatky se věnovala přípravě finančních podkladů a dalších materiálů, aby splnila potřebné požadavky.

Získávání finančních prostředků: 11. až 20. den

Poté, co si vše připravila a důkladně zkontrolovala, předložila požadované dokumenty platformě. Tým, jenž na zvolené platformě odpovídá za úvěrové hodnocení, si od ní následně vyžádal další informace o jejích finančních poměrech včetně účetní uzávěrky. Poskytnuté informace posoudil s ohledem na úvěrové modely používané platformou. Zanedlouho poté Isabelle oznámili, že její podnik prošel úvěrovým hodnocením úspěšně. Po tomto schválení již mohl být zařazen do aukcí a přijímat nabídky investorů. Někteří investoři se rozhodli Isabellu kontaktovat prostřednictvím nástroje pro přímou komunikaci. Položili jí doplňující otázky, aby se dozvěděli bližší podrobnosti o tom, jak hodlá peníze využít, a o ziskovosti podniku v několika posledních letech. S její reakcí byli spokojeni, a tak se během několika dní podařilo od investorů shromáždit celou částku na požadovanou půjčku 50 000 EUR. Isabella měla možnost spokojit se s průměrnou úrokovou sazbou, které bylo dosaženo v okamžiku shromáždění cílové částky, ale rozhodla se ponechat svou půjčku na platformě celých sedm dní až do konce aukce. Během zbývajících dní mohla sledovat, jak díky dalším investorům, kteří nabízeli půjčky, úroková sazba klesá.

Po uzavření aukce

Po skončení aukce platforma Isabellu kontaktovala, aby jim potvrdila, že přijímá výslednou průměrnou nabídnutou úrokovou sazbu 10,3 %. Tato sazba odpovídala její ratingové třídě (B) a byla dokonce nižší než původní úroková sazba za úvěr poskytnutý bankou (11,5 %). Platforma jí také sdělila, že pokud se rozhodne půjčku nepřijmout, nebude platit žádné poplatky, ale Isabella se rozhodla, že si půjčku vezme, a peníze byly převedeny na její bankovní účet do tří pracovních dnů. Půjčku i s úrokem Isabella splácela v měsíčních splátkách po dobu pěti let. Probíhalo to formou bezhotovostní platby platformě, která pak splátky převáděla na účty investorů.

Podílové skupinové financování

V tomto oddíle si projdeme hlavní kroky, jak postupovat v případě podílového skupinového financování, a naleznete zde také několik konkrétnějších tipů a doporučení. **Berte tyto doporučené kroky pouze jako orientační vodítko.** Obtížnost jednotlivých kroků se vám může jevit různě v závislosti na vašem projektu, velikosti vašeho týmu a množství času, který můžete projektu věnovat.

Příprava

Na začátku kampaně skupinového financování byste se měli seznámit s problematikou podílového skupinového financování a věnovat se přípravě své nabídky. Měli byste:

- **prozkoumat potenciální platformy** a zjistit, jaké možnosti a podmínky nabízejí,
- důkladně se **seznámit s pravidly a právními požadavky** platformy a pravidly a právními požadavky platnými ve vaší oblasti,
- **vytvořit harmonogram a plán nákladů**,
- **seznámit se s trendy na trhu**, to znamená zjistit si, kolik lze v současných kampaních skupinového financování získat a co se za to očekává. Tím získáte srovnání pro vlastní kampaň,
- **obrátit se na platformy, které nejvíce vyhovují vašim potřebám**,
- pečlivě **připravit a překontrolovat finanční dokumenty**, které platformy požadují,
- **začít na sociálních médiích budovat své publikum**,
- **zjistit, jakým požadavkům na poskytování informací a jakým právním povinnostem** budete muset vyhovět. V případě kampaní s velkou hodnotou je třeba předložit ověřenou roční účetní uzávěrku, která může být velmi nákladná. Vždy si u své platformy a místního orgánu zjistěte, co přesně se od vás požaduje a kolik to bude stát.

Tip: Pokud možno zkuste vždy najít společnost, která uspěla. Informujte se o jejích zkušenostech a požádejte ji, aby vám poradila nebo poskytla pomoc. Ušetří vám to spoustu času a díky jejím doporučením může být vaše kampaň kvalitnější.

Plánování kampaně

Pokud se svou žádostí na platformě uspějete, **měli byste dokončit svůj podnikatelský plán a finanční nabídku.** Je důležité být připraven; **zkontrolujte si, zda jsou vaše propočty správné, a připravte si podklady, jimiž můžete doložit svá tvrzení.** Měli byste být schopni předložit například:

- zhodnocení svého podniku a jak jste k němu dospěli,
- finanční výkon a prognózy,
- jak velký podíl nabízíte a proč.

Velmi důležité je podat svůj příběh přesvědčivě a nabídnout snadno srozumitelný popis vašeho produktu nebo služby včetně finanční stránky. Dobré je využít více kanálů včetně videa, sociálních sítí a přímé prezentace. Požádejte o zpětnou vazbu své přátele a potenciální zákazníky. Je důležité, abyste:

- **měli na zřeteli své publikum** a přemýšleli o tom, co ho pravděpodobně bude zajímat,
- byli struční, ale **dali si záležet na tom, aby z vašeho projevu byly zřejmé vaše vědomosti, dovednosti a nadšení pro váš podnik**,
- **jasně vysvětlili finanční stránku** s odkazem na další informace,
- **podali svůj příběh vizuálně přitažlivým a podmanivým způsobem.**

Vytvoření kampaně

Měli byste mít kvalitní webové stránky: dobře navržené a informativní, jež investory přesvědčí, jak moc vážně to se svým podnikem myslíte.

Některé z **nejúčinnějších kampaní zahrnují kratičké dvouminutové (nebo kratší) video**. V něm byste měli jasně:

- říci, čeho chcete dosáhnout a proč,
- představit sebe a svůj tým,
- vysvětlit, jak váš podnik funguje,
- ukázat, jak peníze použijete,
- sdělit, jaké budou finanční výnosy.

Důležitá je rychlá odezva. Bylo zjištěno, že kampaně, které dosáhnou více než 20 % ze stanoveného cíle již během několika prvních dnů, mají mnohem větší šanci uspět. Měli byste být aktivní na sociálních médiích a začít budovat své publikum tím, že budete navazovat konverzace a zapojovat se do nich.

Fáze získávání finančních prostředků

Měli byste být v aktivním kontaktu se svým publikem, na internetu i mimo něj:

- **motivovat publikum**, podněcovat ho k zapojení do kampaně a k jejímu sdílení s přáteli,
- **být aktivní na sociálních médiích**, propagovat tam svou kampaň a snažit se ji zviditelnit,
- **mluvit s novináři**, na konferencích, na veletrzích atd.,
- reagovat na otázky, návrhy a dotazy.

Po kampani

Po skončení kampaně byste měli provést veškeré administrativní kroky, například zapsat nové vlastnictví a změnit statut společnosti. Zejména byste měli:

- **upravit nové uspořádání společnosti.** Získali jste několik investorů a obchodních partnerů. To s největší pravděpodobností znamená, že budete muset zavést nové struktury a postupy řízení. Pokud máte určité nejasnosti, požádejte o pomoc odborníka, právníka nebo místní obchodní komoru,
- **udržovat vztahy s investory.** V závislosti na uspořádání se může změnit rozhodovací proces a měli byste myslet na to, jak vyjít vstříc novým akcionářům,
- **připravit se na odchod investorů.** Výnos budete muset vrátit investorům (podíl na zisku, dividendy, zpětné odkoupení akcií atd.).

Případová studie podílového skupinového financování

Úvod

Oskar vlastní ve Španělsku velký podnik na výrobu plastových výrobků. Má 20 stálých zaměstnanců ve výrobním závodě a 10 dalších v obchodním oddělení a správním úseku. Uvažoval o tom, že by rozšířil své působení na další evropské trhy, ale aby to mohl udělat, potřeboval kapitál na rozšíření kapacity továrny a přijetí dalších zaměstnanců, kteří budou k tomuto rozšíření potřeba. Spočítal, že by potřeboval celkem 1,2 milionu EUR. Oskar se obrátil na několik investorů soukromého kapitálu a fondů rizikového kapitálu, z nichž jeden či dva projevíli zájem, ale chtěli 26 % podíl ve společnosti a zapojení do strategických rozhodnutí včetně velmi ambiciózního plánu expanze, o němž se Oskar domníval, že by mohl jeho podnikání ohrozit. Při hledání alternativních možností Oskar narazil na podílové skupinové financování a uvědomil si, že to by mohl být způsob, jak získat potřebný kapitál, aniž by se musel vzdát takové míry kontroly nad svým podnikem.



Plánování: 1. až 10. den

Oskar nejprve začal hledat veškeré dostupné informace o podílovém skupinovém financování, co to je a jak to funguje. Zjišťoval také, které webové stránky je nabízejí a jaké jsou podmínky a poplatky. Rozhodl se, že to zkusí, aby nemusel obětovat ze své společnosti a kontroly nad ní tolik, kolik požadovaly fondy rizikového kapitálu. Oskar si zvolil platformu, na níž bylo velké množství investorů, ovšem s vědomím, že nemůže spoléhat jen na ně. Aby vzbudil jejich zájem a pozornost, musel s sebou přivést vlastní lidi – ty, kdo ho znají a znají i jeho podnik a díky nimž se pro ostatní investory stane zajímavějším. Usoudil, že usilovat o cílovou částku 1,2 milionu EUR je rozumný cíl a že vzhledem k předpokládanému zhodnocení bude nabídka 20 % podílu v jeho společnosti přiměřená a dostatečná. Oskar věděl, že platforma si správnost jeho propočtů ověří a že se poté investoři sami rozhodnou, zda uvěří navrhovanému zhodnocení. Proto podrobně vysvětlil, na základě čeho k tomuto zhodnocení došel.

Vytvoření kampaně: 11. až 30. den

Oskar strávil hodně času vymyšlením způsobu, jak prezentovat propočty co nejnázorněji a nejučinněji. Úzce při tom spolupracoval s konzultantkou doporučenou jednou z kontaktovaných platforem, která mu v každé fázi přípravy a ladění plánu poskytovala cennou a objektivní zpětnou vazbu. Oskar si uvědomil, že se bude muset uvést krátkým, dvou až třiminutovým videem. Najal si na to odborníky a během jednoho dne vzniklo profesionální video, v němž Oskar svým komentářem doprovází záběry z továrny a ukázkou výrobců. Oskar si kampaň procházel znovu a znovu, aby zkontroloval, zda v ní nejsou nějaké nedostatky či nesrovnalosti. Velmi dobrou zpětnou vazbu mu poskytli i konzultanti z dané platformy, kteří mu rovněž zodpověděli technické a právní dotazy. Oskar se od různých lidí na internetu i mimo něj dozvěděl, že je jeho nabídka velmi zaujala. Hovořil také s několika klíčovými osobami, které mají velkou chuť investovat, a když zjistil, že by mu dohromady pravděpodobně poskytly počátečních 20 až 30 % cílové částky, bylo mu jasné, že už může svou kampaň spustit.

Kampaň: 31. až 60. den

Oskar svou kampaň aktivně podporoval a zviditelňoval na sociálních médiích. Zjistil, že jeho snaha získat prostředky pomocí skupinového financování a jeho příběh zaujal i místní novináře a také o něm vyšel článek v celostátním časopise věnovaném obchodu.

Po kampani: 61. až 80. den

Oskarovi se rychle podařilo získat téměř 30 % cílové částky – většinou od těch, kteří ho a jeho podnik už znali a věděli o zahájení jeho kampaně. Již během asi tří týdnů dosáhl svého cíle. Místo nabídky dalšího podílu, což byla možnost, kterou Oskar zvažoval a plánoval, se rozhodl ukončit kampaň dříve a po úspěšném výsledku ji z platformy stáhnout. První, co udělal, bylo, že poděkoval všem, kdo se do kampaně zapojili, a uvítal je jako nové spoluvlastníky společnosti. S platformou, která měla k dispozici veškeré potřebné systémy, spolupracoval na vydání listinných akcií a vyřízení ostatních formalit.

Skupinové financování založené na odměnách

V tomto oddíle si projdeme hlavní kroky, jak postupovat v případě skupinového financování založeného na odměnách, a naleznete zde také několik konkrétnějších tipů a doporučení. **Berte tyto doporučené kroky pouze jako orientační vodítko.** Obtížnost jednotlivých kroků se vám může jevit různě v závislosti na vašem projektu, velikosti vašeho týmu a množství času, který můžete projektu věnovat.

Příprava

Na začátku kampaně skupinového financování byste se měli seznámit s problematikou skupinového financování založeného na odměnách a věnovat se přípravě své nabídky. Měli byste:

- **prozkoumat potenciální platformy** a zjistit, jaké možnosti a podmínky nabízejí,
- důkladně **se seznámit s pravidly a právními požadavky** platformy a pravidly a právními požadavky platnými ve vaší oblasti,
- vytvořit harmonogram a plán nákladů,
- **seznámit se s trendy na trhu**, to znamená zjistit si, jak velkou částku lze v současných kampaních skupinového financování získat a co se za to očekává. Tím získáte srovnání pro vlastní kampaň,
- obrátit se na platformy, které nejvíce vyhovují vašim potřebám,
- pečlivě **připravit a překontrolovat finanční dokumenty**, které platforma požaduje,
- začít na sociálních médiích **budovat své publikum**.

Vytvoření kampaně

Pokud se svou žádostí na platformě uspějete, měli byste být schopni **přesvědčivě podat svůj příběh** a nabídnout snadno srozumitelný popis svého produktu nebo služby. To však není nic jednoduchého: abyste věděli, jak se vám to daří, budete určitě potřebovat zpětnou vazbu svých přátel a potenciálních zákazníků. Svůj příběh musíte logicky strukturovat, ale zároveň ho podávat s nadšením a vizuálně atraktivní a podmanivou formou.

Některé z nejúčinnějších kampaní zahrnují kratičké dvouminutové (nebo kratší) video. V něm byste měli jasně:

- říci, čeho chcete dosáhnout a proč,
- představit sebe a svůj tým,
- ukázat, jak peníze použijete,
- pokud vyberete více peněz, než je stanovený cíl (nazývaný cílová částka), vysvětlíte, jak prostředky, které získáte navíc, využijete k dalšímu rozvoji podniku.

Vaše odměny musí být lákavé; alespoň jedna z nich by měla být exkluzivní pro vaši kampaň a měla by být určena výhradně vašim přispěvatelům. Inspirujte se jinými kampaněmi. **Nezapomeňte na to, že už samotný předprodej vašeho produktu je pro vaše publikum cennou odměnou.** Pokud váš podnik nenabízí produkt, nýbrž služby, budete to mít obtížnější, ale záleží na kreativitě a na tom, zda nabídnete odměnu, která se bude vašemu publiku líbit a bude ji chtít.

Fáze získávání finančních prostředků

Ve fázi získávání finančních prostředků byste měli být v aktivním kontaktu se svým publikem, na internetu i mimo něj. Kampaň skupinového financování založeného na odměnách bývá neúčinnější, pokud zákazníci za projektem nebo podnikem cítí váš zápal pro věc. K projektu byste měli přistupovat energicky a s nadšením.

Měli byste:

- **motivovat své publikum**, ukázat mu, že vaše kampaň je živá. Podněcujte ho k zapojení do kampaně a k jejímu sdílení s přáteli,
- **být aktivní na sociálních médiích**, propagovat tam svou kampaň a snažit se ji zviditelnit,
- **mluvit s novináři**, na konferencích, na veletrzích atd.,
- reagovat na otázky, návrhy a dotazy.

Po kampani

Pokud se vám podařilo vybrat finanční prostředky, nemůžete si je jen tak vzít a vytrazit se, zbývá ještě hodně další práce. Pokud jste nedosáhli stanoveného cíle, nezoufejte. Můžete se poučit ze svých chyb a zkusit to znovu.

Nezapomeňte poděkovat svému publiku a udržovat kontakt s těmi, kteří o váš produkt měli největší zájem. Pokud jste nebyli úspěšní, požádejte o doporučení, co byste měli zlepšit.

Pokud jste byli úspěšní, vytvořte si harmonogram, **abyste slíbené odměny dodali** všem přispěvatelům ve slíbené lhůtě. A poslední věc, **nezapomeňte vyřídit veškeré administrativní úkony**, například zaplatit daně.

Důležité: Pokud hodláte provádět předprodej svého produktu, možná se budete muset zaregistrovat jako plátce DPH. Informujte se u svého místního orgánu.

Případová studie skupinového financování založeného na odměnách

Karlina designová svítidla

Úvod

Karla je designérka z Prahy. Nedávno dokončila prototyp svého designového systému osvětlení. Jedná se o ultramoderní koncepci využívající recyklované průmyslové materiály. Její systém vzbudil zájem i na ložské výstavě designu v Miláně. Našla si výrobce, který bude vyrábět základní díly, a sestavila malý tým, který bude svítidla montovat a zařídí dodání a instalaci. Aby mohla Karla toto podnikání spustit, potřebuje sehnat celkem 41 000 EUR na pokrytí nákladů za prvních šest měsíců. Vzhledem k tomu, že chce jedno svítidlo prodávat za 200 EUR, musí prodat 205 kusů, aby své náklady za prvních šest měsíců pokryla. Uvažovala, že požádá banku o úvěr, ale vzhledem k tomu, že nemá čím ručit, má nesplacenou studentskou půjčku a málo zkušeností s podnikáním, uvědomila si, že nespĺňuje základní předpoklady. Rozhodla se proto zkusit skupinové financování.



Plánování: 1. až 10. den

První týden Karla strávila hledáním informací o skupinovém financování. Procházela a pročítala si blogy a články o skupinovém financování založeném na odměnách a našla a prostudovala zajímavé příklady, jež byly podobné tomu jejímu a byly úspěšné. Na konci týdne již měla pocit, že chápe, jak skupinové financování funguje a jak má postupovat. Karlin produkt byl již schválený, a mohl se tudíž začít vyrábět a Karla už měla promyšlený svůj podnikatelský záměr a finanční stránku, proto se zaměřila na poznání svého publika, svých zákazníků. Prostřednictvím sociálních médií našla ve svém okolí lidi, kteří mají vliv a respekt v jejím oboru, a dostatečně aktivní fanoušky, kteří mohli pomoci šířit její sdělení. Strávila určitý čas tím, že s těmito lidmi hovořila, zapojovala se do konverzací, vytvářela si přátele a kontakty, takže když byla připravena spustit svoji kampaň, měla již početné publikum na internetu, které ji mohlo podpořit. Karla si zvolila si platformu s tím správným publikem, o které věděla, že má dobrou pověst a je hojně využívaná, ale na níž přesto mohla být její kampaň dostatečně vidět.

Vytvoření kampaně: 11. až 25. den

Karla věděla, že kampaň je pro úspěch klíčová, a proto si dala velmi záležet na tom, aby svůj příběh podala co nejpoutavěji. Věnovala hodně času promýšlení, jak svůj příběh prezentovat, a vymýšlení hlavních sdělení a odměn (jednou z nich bylo přímo jedno z jejích designových svítidel v hodnotě 200 EUR). Karla ze svého studia jiných projektů skupinového financování věděla, že nejúčinnějším prostředkem pro sdělení jejího příběhu bude krátké video, které ukáže kvalitu jejího designu a přispěvatelům umožní seznámit se s ní, jejím týmem a filozofií její společnosti. Natočila krátký film o tom, jak vytváří jedno ze svých svítidel, a vytvořila webové stránky své firmy, aby na ně mohla doplnit své další produkty a podrobněji je popsat. Domluvila si také videokonferenci s konzultantkou dané platformy s cílem požádat ji o zhodnocení své kampaně a o doporučení, co má zlepšit, a ověřit si, jaké technické nebo právní záležitosti je nutné v Praze splnit. Karla věnovala tři týdny schůzkám a rozhovorům se spoustou lidí, studiu problematiky a vytváření publika jejího projektu. Když nabyla dojmu, že o jejím projektu se už dostatečně mluví, zahájila kampaň.

Kampaň: 26. až 56. den

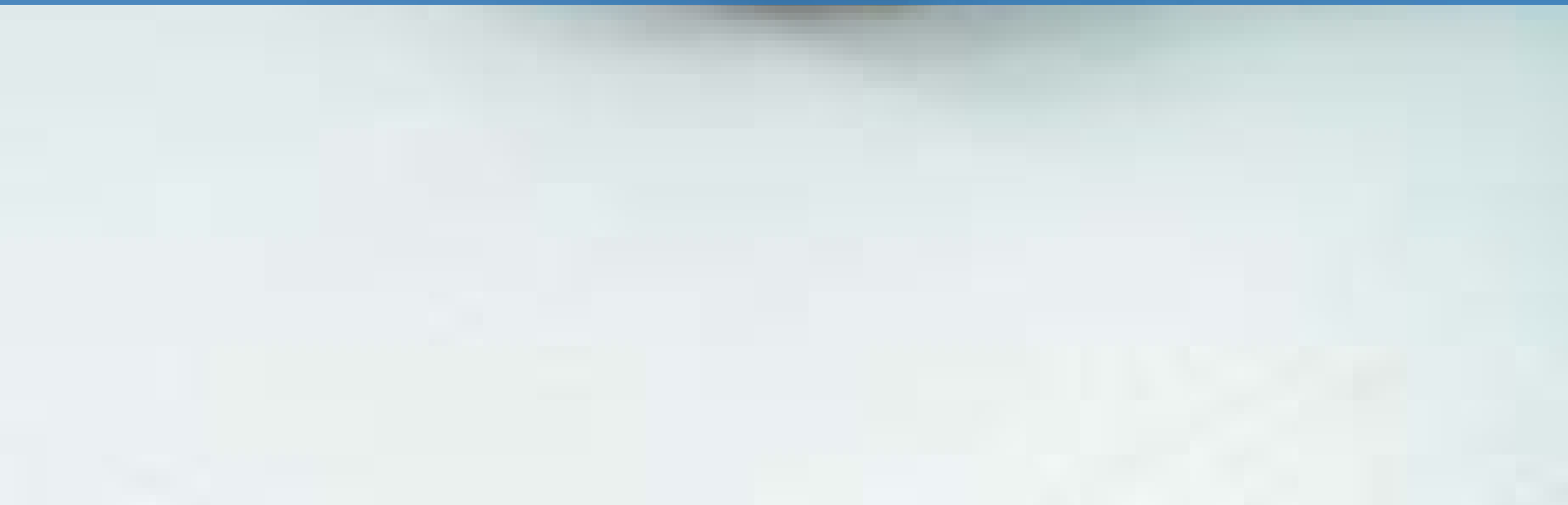
Jakmile začala kampaň, Karla se pustila do práce na další dvouměsíční fázi procesu skupinového financování. Věnovala se kampani každý den, komunikovala se svým publikem, aby bylo zřejmé, že kampaň je živá, a povzbuzovala své příznivce, aby se do ní zapojili a sdíleli ji se svými přáteli. Mluvila také s novináři a výsledkem byl velký zájem o její kampaň skupinového financování i o její inovativní produkty. Přišlo jí mnoho zpráv od lidí, které její kampaň zaujala a kteří jí kladli otázky nebo navrhovali věci, které ji předtím nenapadly, a další zlepšení. Karla vzala tyto připomínky v úvahu a v rámci svého úsilí, starat se o své publikum, poděkovala každému, kdo poslal nějaký návrh.

Po kampani: 56. až 70. den

Karlina kampaň zapůsobila, a Karla prodejem 145 svítidel překročila stanovený cíl. Byl to velký úspěch, protože nejenže měla dostatek financí na zahájení výroby, vytvoření skladových zásob a pokrytí nákladů za první tři měsíce, ale také se jí podařilo prodat více než polovinu svítidel dříve, než opustily továrnu. První věcí, kterou Karla udělala, bylo, že dala zelenou spuštění výroby a poděkovala všem zúčastněným. Pak naplánovala harmonogram výroby a informovala své publikum, kdy se může těšit na svá svítidla, a začala řešit veškerou administrativu spojenou se zahájením činnosti podniku. Se svým publikem však Karla nepřestala komunikovat. Pravidelně je informovala o pokroku a využívala jeho znalostí, pokud vyvstaly nějaké otázky. Vzhledem k tomu, že se její publikum stalo nadšenými uživateli jejích výrobků, získala v něm také nejlepšího advokáta pro své výrobky působícího jako její marketingová a PR platforma, jež šíří pověst jejích výrobků a pomáhá jí tak prodat ještě více svítidel.

A close-up photograph of a person's hand clicking a computer mouse. The mouse is dark grey and the hand is light-skinned. The background is blurred, showing what appears to be a desk with some papers and a pen. A blue horizontal bar is overlaid at the bottom of the image, containing the text 'Co dál?'.

Co dál?



Další informace o skupinovém financování

- **Skupinové financování v Evropské unii**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm
- **Skupinové financování ve Spojeném království**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Skupinové financování ve Francii**
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et-prestataires/Financement-participatif/Plateformes-de-financement-participatif---entr-e-en-vigueur-du-dispositif-r-glementaire-le-1er-octobre-2014-.html>
- **Skupinové financování v Itálii**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Souhrnné informace o skupinovém financování**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

Další informace o platformách skupinového financování

- **Přehled platform skupinového financování ve Francii**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Přehled platform skupinového financování ve Spojeném království**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **Evropská síť skupinového financování**
<http://www.eurocrowd.org>

Evropská unie o skupinovém financování

- **Stránky Evropské komise ke skupinovému financování**
http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_cs.htm
- **Stránky Evropského parlamentu ke skupinovému financování**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA ke skupinovému financování**
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA ke skupinovému financování**
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Další informace o jiných zdrojích financování pro váš podnik

- **Portál Evropské komise o přístupu k financování**
www.access2finance.eu
- **Na síti Enterprise Europe Network naleznete rady k programům EU a jak si najít partnery pro podnikání.**
<http://een.ec.europa.eu/>

