



ZADÁNÍ BAKALÁ ŠKÉ PRÁCE

Název:	Analýza webových portálů pro komunitní financování
Student:	Lucie Stará
Vedoucí:	Ing. Mgr. Pavla Vozárová, Ph.D., M.A.
Studijní program:	Informatika
Studijní obor:	Informa ní systémy a management
Katedra:	Katedra softwarového inženýrství
Platnost zadání:	Do konce letního semestru 2016/17

Pokyny pro vypracování

V práci stručně shrňte principy a historii komunitního financování ve světě a v ČR. Analyzujte portály pro komunitní financování v ČR a srovnajte je se třemi nejznámějšími celosvětovými portály – charakterizujte vizuální stránku portálů, jejich pravidla, počet a typ nabízených projektů. Vytvořte nástroj pro průběžné stahování dat o úspěšných k vybraným projektům a pomocí něj získajte historii a charakteristiky alespoň dvou projektů v každé kategorii jednoho českého a jednoho celosvětového portálu dle vašeho vlastního výběru. Na základě získaných dat proveďte kvalitativní analýzu komunitního financování, popište a vytipujte klíčové faktory, které přispívají k úspěchu i neúspěchu projektu. Analýzu podložte vhodnými statistickými nebo kvantitativními metodami.

Seznam odborné literatury

Dodá vedoucí práce.

L.S.

Ing. Michal Valenta, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Ing. Pavel Tvrdík, CSc.
ředitel katedry

V Praze dne 2. října 2015

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE
FAKULTA INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ
KATEDRA SOFTWAREVÉHO INŽENÝRSTVÍ



Bakalářská práce

Analýza webových portálů pro komunitní financování

Lucie Stará

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Pavla Vozárová, Ph.D., M.A.

16. května 2016

Poděkování

Ráda bych poděkovala paní Ing. Mgr. Pavle Vozárové, Ph.D., M.A., za vedení mé bakalářské práce. Dále patří mé díky rodině a nejbližším přátelům za podporu nejen při psaní této práce, ale i v průběhu celého studia.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou práci vypracoval(a) samostatně a že jsem uvedl(a) veškeré použité informační zdroje v souladu s Metodickým pokynem o etické přípravě vysokoškolských závěrečných prací.

Beru na vědomí, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorského zákona, ve znění pozdějších předpisů, zejména skutečnost, že České vysoké učení technické v Praze má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

V Praze dne 16. května 2016

.....

České vysoké učení technické v Praze
Fakulta informačních technologií

© 2016 Lucie Stará. Všechna práva vyhrazena.

Tato práce vznikla jako školní dílo na Českém vysokém učení technickém v Praze, Fakultě informačních technologií. Práce je chráněna právními předpisy a mezinárodními úmluvami o právu autorském a právech souvisejících s právem autorským. K jejímu užití, s výjimkou bezúplatných zákonných licencí, je nezbytný souhlas autora.

Odkaz na tuto práci

Stará, Lucie. *Analýza webových portálů pro komunitní financování*. Bakalářská práce. Praha: České vysoké učení technické v Praze, Fakulta informačních technologií, 2016.

Abstrakt

Tato práce se věnuje rozboru toho, co je komunitní financování, neboli crowdfunding. Shrnuje jeho principy a druhy a také stručně popisuje jeho historický vývoj. Dále analyzuje pravidla a vzhled největších českých i zahraničních crowdfundingových portálů. V praktické části se zabývá problémem sledování projektů v čase jejich trvání s důrazem na sledování vývoje a získávání denních dat. Za tímto účelem byl vytvořen nástroj, který stahuje data o zadaných projektech a ukládá je do textových souborů. Tato data mohou být použita pro účely tvorby grafů. Praktická část také obsahuje analýzu dat z několika projektů, která byla stažena tímto nástrojem. Dále rozebírá faktory stojící za úspěchem nebo neúspěchem projektu.

Klíčová slova Komunitní financování, crowdfunding, analýza projektů, nástroj pro stahování dat, bash

Abstract

This thesis deals with the area of crowdfunding. It summarizes its principles and types and also briefly describes its historical development. Furthermore, it analyses rules and design of the biggest czech and foreign crowdfunding sites. The practical part of the thesis deals with the project monitoring, putting

emphasis on development of the project. For the purpose of analysis, a tool for downloading data and saving them to files has been made. This data could be used for plotting graphs. In addition, the practical part of the thesis includes data analysis from several projects which were downloaded using this tool. Also, it analyses factors influencing project's success or failure.

Keywords Crowdfunding, project analysis, downloading tool, bash

Obsah

Úvod	1
Cíl práce	1
Motivace	1
Struktura práce	2
1 Crowdfunding	3
1.1 Odměnový model	4
1.2 Charitativní model	4
1.3 Půjčkový model	5
1.4 Podílový model	5
2 Historie	7
2.1 Crowdfunding ve světě	7
2.2 Crowdfunding v České republice	8
3 Webové portály	11
3.1 Hithit	11
3.2 Startovač	18
3.3 Kickstarter	22
3.4 IndieGoGo	27
3.5 GoFundMe	30
4 Současné řešení sledování projektů	33
4.1 Kicktraq	33
4.2 Ostatní stránky	35
5 Nástroj pro stahování dat	37
5.1 Vybraná technologie	37
5.2 Funkce	38
5.3 Výhled do budoucna	39

6	Analýza nasbíraných dat	41
6.1	Vystřel Nefňuku do světa	41
6.2	Film Moc Myšlenky	44
6.3	Hvozdík - školka v lese	46
6.4	Nové prostory pro Muzeum medoviny	47
6.5	Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhibition & Book	49
6.6	M.U.D. Issue #3	51
6.7	Tales of the Forgotten	53
6.8	Paper Sky Theatre Summer Shakespeare	56
6.9	Shrnutí	57
	Závěr	59
	Literatura	61
	A Seznam použitých zkratek	65
	B Obsah příloženého CD	67

Seznam obrázků

3.1	Vzhled projektové stránky na portálu Hithit	17
3.2	Odměny pro kampaň „AQUA ADS: Konec reklamní špíně“	17
3.3	Vzhled vyhledávání na stránkách Kickstarter	23
3.4	Výběr odměny při podpoře projektu na Kickstarteru	25
3.5	Stránka projektu „Reports from the Race Against Climate Change“ na portálu Kickstarter	26
4.1	Ukázka souhrnu informací poskytovaných stránkou Kicktraq	34
4.2	Graf vývoje projektu	35
4.3	Graf denních příspěvků	35
4.4	Graf předpokládaného dalšího vývoje projektu	36
5.1	Ukázka záznamu v crontabu	38
5.2	Crontab v systému Raspbian	38
5.3	Ukázka kódu ze skriptu pro stahování	39
6.1	Vývojový graf projektu „Vystřel Nefňuku do světa“	42
6.2	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Vystřel Nefňuku do světa“	43
6.3	Vývojový graf projektu „Film Moc myšlenky“	44
6.4	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Film Moc Myšlenky“	45
6.5	Vývojový graf projektu „Hvozdík - školka v lese“	46
6.6	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Hvozdík - školka v lese“	47
6.7	Vývojový graf projektu „Nové prostory pro Muzeum medoviny“	48
6.8	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Nové prostory pro Muzeum medoviny“	49
6.9	Vývojový graf projektu „Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhi- bition & Book“	50

6.10	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhibition & Book“	51
6.11	Vývojový graf projektu „M.U.D. Issue #3“	52
6.12	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „M.U.D. Issue #3“	53
6.13	Vývojový graf projektu „Tales of the Forgotten“	54
6.14	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Tales of the Forgotten“	55
6.15	Vývojový graf projektu „Paper Sky Theatre Summer Shakespeare“	56
6.16	Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Paper Sky Theatre Summer Shakespeare“	57

Seznam tabulek

3.1	Porovnání provizí a poplatků u úspěšných a neúspěšných projektů	14
3.2	Poplatky a provize pro úspěšné a neúspěšné projekty	21
3.3	Poplatky a provize portálu IndieGoGo	29

Úvod

Komunitní financování získalo v posledních letech velkou popularitu, ať už se jedná o výběr peněz na nové album skupiny, jedinečný výrobek nebo například cestu kolem světa. Crowdfunding nevyužívají jen umělci, ale novou cestu k financování v tomto odvětví spatřili i členové studií, které produkují počítačové hry.

Cíl práce

Cílem práce je seznámit čtenáře s historií a principy komunitního financování, vysvětlit jeho fungování a ukázat oblíbené stránky, české i zahraniční, založené pro účely crowdfundingu. Dále má práce za cíl zanalyzovat prostředky sloužící ke sledování projektů. Praktická část zahrnuje tvorbu nástroje pro stahování dat o projektech. Jedná se o denní data, která zaznamenávají, jak si projekt vede v průběhu svého trvání. Dále se praktická část soustřeďuje na několik projektů, jejichž data byla stažena přes tento nástroj. Cílem analýzy je zjistit, zda jsou mezi úspěšnými projekty nějaké souvislosti nebo faktory, které ovlivnily jejich úspěch nebo naopak, co vedlo k neúspěchu.

Motivace

Toto téma jsem si vybrala hlavně z důvodu rostoucí popularity komunitního financování. Je to nové odvětví, které se dá využít v mnoha oborech a činnostech (věda, vývoj počítačových her, půjčky lidem atd.). Téma komunitního financování je stále aktuální a hlavně v České republice poměrně nové. Nejvíce mě zajímá, zda existují nějaké faktory, které ovlivňují úspěšnost projektu, pokud se jeho autoři rozhodnou financovat svůj projekt právě touto cestou.

Struktura práce

V první kapitole se seznámíme s pojmem crowdfunding. Řekneme si obecné principy fungování, a jaké jsou druhy crowdfundingu. Dále si popíšeme, jak jednotlivé druhy fungují, a ke každému ukážeme příklad stránky české i zahraniční.

V druhé kapitole rozebereme historii komunitního financování a to, kde vzniklo. Poté si řekneme, jak pokračoval jeho vývoj ve světě a nakonec jakým způsobem se dostalo do České republiky.

Třetí kapitola se věnuje analýze portálů. Prohlédneme si celkem pět portálů, dva české a tři zahraniční. Tyto portály byly vybrány na základě jejich úspěšnosti a známosti mezi lidmi. Podíváme se na to, jaká pravidla má každý portál, jak vypadají stránky, ale i samotné projekty. Nakonec si u každého portálu ukážeme významné nebo velmi úspěšné projekty, které začaly na daných stránkách.

Další kapitola se věnuje rozboru současného řešení sledování projektů. Portály sice umožňují sledovat projekt na stránce, ale uživatel již nemá šanci zjistit, jak si projekt vedl na začátku a jestli každý den někdo přispěl. Toto řešení několik stránek, které se ale ve většině případů zaměřují jen na ty nejznámější portály (Kickstarter, IndieGoGo a další). Pro české portály takové řešení ani neexistuje.

V páté kapitole nalezneme princip fungování nástroje, který byl pro tuto práci vytvořen. Rozebereme si použitou technologii a jednotlivé funkce vytvořeného nástroje.

Poslední kapitola se věnuje analýze osmi projektů, ke kterým byla stažena data přes vytvořený nástroj. Jedná se o čtyři projekty ze stránky Hithit a čtyři projekty ze stránky Kickstarter. Podíváme se na to, jak úspěšný byl projekt, jestli se v průběhu vybírání peněz objevily nějaké výkyvy a pokusíme se zjistit, co mohlo za úspěch či neúspěch jednotlivých projektů. Podíváme se na složení odměn a to, jak byl projekt podán uživatelům. Trvání každého projektu si rozdělíme na období po deseti dnech a zprůměrujeme si vybrané denní částky a počet nových podporovatelů, abychom zjistili, v jakém období si projekt vedl nejlépe.

Crowdfunding

Crowdfunding, v češtině komunitní financování, je novinkou posledních let v získávání financování pro jednotlivce, společnosti nebo startupy. Princip crowdfundingu je velmi jednoduchý.

Základ spočívá ve vytvoření skupiny lidí (crowdu) se stejným zájmem a cílem, která pomůže financovat projekt či společnost a informuje o tom své okolí. Crowdfunding probíhá především online a jsou k němu vytvořené speciální webové portály a sociální sítě, pomáhající jeho růstu.

Kdokoliv, kdo žádá o financování pomocí crowdfundingu, musí velmi detailně promyslet svou kampaň, jelikož na ní stojí všechno. Čím lepší a promyšlenější kampaň, tím pravděpodobnější je úspěch. Vedlejším cílem kampaně také může být zjištění, zda je o produkt či nápad ve společnosti vůbec zájem a pokud ano, tak jak velký. Pokud kampaň neuspěje, je jasné, že je třeba zapracovat na kampani samotné nebo na jejím produktu. V rámci kampaně se také může otevřít diskuze mezi podporovateli, kteří mohou přispět konstruktivními nápady na zlepšení celého projektu, nebo upozornit na nedokonalosti, na které narazí.

Tyto kampaně probíhají na speciálních crowdfundingových portálech. Setkávají se zde dvě strany. Na jedné z nich je žadatel o finance a na druhé podporovatel, tím může být kdokoli, kdo má dostupné finance a je ochotný přispět. V tomto bodě se projevuje, proč je tento směr nazván „komunitní financování“. Kdokoliv, kdo projekt podpoří, chce vidět úspěch projektu, a když má jeho příspěvek smysl, rozšíří dál povědomí o projektu, který podpořil, a pomůže tak vytvořit komunitu. Obecně projekty, jejichž autoři představí prototyp produktu, který chtějí zafinancovat, jsou mnohem úspěšnější než ty, kde je jen dobrý nápad. Je to nejspíše z důvodu toho, že podporovatel, tedy potenciální zákazník, vidí snahu autora o to svůj produkt prodat. [1]

Crowdfundingové portály si vydělávají na svůj provoz poplatky od přispěvatelů a zároveň provizemi z úspěšných projektů (určité procento z vybrané částky). Poplatky jsou zpravidla za zprostředkování služeb (např. zajištění platební brány pro vybírání peněz) a za obecnou organizaci projektu. Crowdfun-

ding je zatím pořád novým odvětvím získávání finančních prostředků, tomu nasvědčuje i fakt, že ve většině zemí stále nejsou zákony, které by zahrnovaly komunitní financování, ale některé země už své zákony upravují. Jedním z problémů pro portály provozující crowdfunding je nutnost vlastnit bankovní licenci, aby vybrané peníze mohly zůstat u společnosti provozující portál. Společnosti to ve většině případů řeší spoluprací s jinou společností, která tuto licenci vlastní. To zahrnuje další náklady a pro některé společnosti to může být nevýhodné.

Crowdfunding se v dnešní době rozděluje na několik různých modelů. Rozlišují se především podle toho, co podporovatel získá za svůj příspěvek.

1.1 Odměnový model

Odměnový model komunitního financování je tím nejrozšířenějším a dalo by se říci, že i nejvíce oblíbeným. Důvod je jednoduchý. Podporovatel má možnost za svůj příspěvek získat odměnu. Odměny se liší cenou i obsahem, ale občas se stává, že některý projekt má několik odměn se stejnou cenou. Pro projekt je velmi výhodné mít odměny rozloženy do více kategorií, protože podporovatel má pak možnost si vybrat jak z hodnotnějších odměn tak i z těch menších, které jsou třeba v rámci stovek korun. Dobrým nápadem je i vymyslet nějaké větší odměny, které mohou být zakoupeny společností. Tento model se velmi dobře využívá například u filmů, kde společnost podpoří projekt a zároveň tak rozšíří své jméno pomocí svého loga, které je poté vloženo do závěrečných titulků. Tyto velké odměny samozřejmě nevyužívají jen firmy, ale i jednotlivci. Mezi odměny vyšších částek, které nejsou určeny vyloženě pro společnost, patří dovolená v zahraničí nebo, pokud se například jedná o skupinu vydávající své první CD, to může být i nabídka soukromého koncertu pro podporovatele.

Český portál: Hithit.com

Zahraniční portál: Kickstarter.com

1.2 Charitativní model

Tento model je využíván zpravidla neziskovými organizacemi, ale využívají ho i lidé, kteří chtějí pomoci svým přátelům nebo milovaným. Podporovatelé za svůj příspěvek neočekávají žádnou odměnu, ale získají dobrý pocit z toho, že mohli pomoci osobě či skupině v nouzi. V rámci těchto projektů se vybírají peníze na lékařské náklady, vzdělání, pohřby a další podobné věci, při kterých nejde o odměnu. Ačkoli jsou tyto projekty charitativního rázu, portály si stále strhávají malé procento z příspěvku jako poplatek za svou službu.

Český portál: Penězdroj.cz

Zahraniční portál: Gofundme.com

1.3 Půjčkový model

Jak už název nasvědčuje, v tomto modelu se jedná o půjčky, jen ne od banky, ale od komunity. Půjčky se mohou vztahovat na cokoliv od refinancování, opravu domácnosti až po nákup nového automobilu. V tomto modelu se podporovatelé stávají věřiteli žadatele o půjčku a postupně jsou jim jejich půjčky spláceny. Žádost je vcelku jednoduchá. Lidé vyplní dotazník, na co chtějí půjčit, společně s okopírovanými doklady a portál těmito lidem vytvoří nabídku na míru. V té chvíli zatím není nic závazného, a pokud se žadatelům o půjčku nabídka nelíbí, mohou ji odmítnout. Pokud nabídku přijmou, musí sepsat krátký příběh, aby své potenciální podporovatele zaujali a získali tak dostatečné množství peněz. Žádost je na portálu vystavena po dobu jednoho týdne, a pokud je výběr peněz úspěšný, dostane je žadatel na svůj účet. [2]

Český portál: Zonky.cz

Zahraniční portál: Prosper.com

1.4 Podílový model

V tomto modelu crowdfundingu získává podporovatel obchodní podíl nebo jiné cenné papíry společnosti, kterou se rozhodl podpořit. Podporovatelé tak částečně vlastní společnost a mohou tak na svém příspěvku vydělat. Podílový model nese i rizika. Jelikož se jedná o podíl začínající společnosti, nikdy není zaručeno, že si v budoucnu povede dobře, a tak může podporovatel přijít o část, nebo také o celou svou investici.

Český portál: Peněždroj.cz

Zahraniční portál: Crowdcube.com

Historie

Základy komunitního financování existují již několik let. Vždy se našel nějaký člověk, který nabádal ostatní, aby přispěli na projekty. Dobrým příkladem jedné z nejstarších forem crowdfundingu může být například veřejná sbírka na postavení Sochy Svobody, na kterou se složili jak američtí, tak francouzští občané. V českém měřítku to může být pak sbírka na výstavbu Národního divadla v Praze. Dalším příkladem může být financování politických kampaní, kde lidé přispívají svému oblíbenému politikovi a z těchto peněz je pak celá kampaň financována. [3]

Na dnešní úroveň se crowdfunding dostal až pomocí internetu a sociálních sítí, které jsou v současné době využívány nejvíce, jelikož sociální sítě výrazně napomáhají tvorbě komunity pro projekt. Každý z modelů crowdfundingu měl svůj vlastní historický vývoj, ale dá se říci, že všechno začalo u odměnového modelu.

2.1 Crowdfunding ve světě

Prvním portálem, který vznikl pro účely crowdfundingu byl „ArtistShare“. Tento portál byl založen roku 2003 Brianem Cameliem, bostonským muzikantem a programátorem. Ve svých začátcích tento portál sloužil muzikantům, kteří tak mohli od svých fanoušků získat prostředky na produkci svých hudebních desek. Portál se dále rozvíjel a v dnešní době podporuje nejen muzikanty, ale i fotografy a začínající režiséry.

První kampaní, která rozjela tento portál, byl projekt zpěvačky Marie Schneider a jednalo se o jazzové album „Concert in a Garden“. Projekt nabízel odměny různých kategorií - za příspěvek 9.95 \$ mohl fanoušek jako jeden z prvních získat zpěvaččino album, které mělo být vydáno v roce 2004. Lidé, kteří přispěli 250 \$ a více, byli uvedeni na obalu nového CD a dostali možnost si nové písně stáhnout z internetu. Jeden z fanoušků této zpěvačky přispěl neuvěřitelných 10.000 \$ a byl díky tomu uveden na CD jako výkonný producent. Celá tato kampaň vybrala zhruba 130.000 \$ a zpěvačka byla schopna

2. HISTORIE

nejen složit svou hudbu a vydat jí na CD, ale i zaplatit všem muzikantům a pronajmout si na natáčení velké hudební studio. Nutno podotknout, že toto album vyhrálo v roce 2005 Grammy za největší jazzové album. Zpěvačka Maria Schneider i nadále financuje vydávání svých alb přes stránku ArtistShare. [4]

Díky úspěchu tohoto portálu vznikly další, které se stejně jako ArtistShare zaměřovaly na odměňování svých podporovatelů. V roce 2008 vznikla stránka Indiegogo a o rok později se o své místo na trhu přihlásil Kickstarter. Tyto stránky už se nezaměřovaly výhradně jen na hudební interprety, ale i na věci týkající se zvířat, divadel a dalších. Historie portálu Kickstarter je více rozebrána v kapitole 3.3.

Crowdfunding se pomalu ale jistě začíná uplatňovat i v dalších oborech, například ve vědě. Portál Experiment.com byl založen čtyřmi nadšenci pro vědu a momentálně podporuje projekty ze Spojených států. Svým modelem nezapadá mezi 4 základní druhy, jelikož jedinou odměnou, kterou podporovatel získá za svůj příspěvek, jsou výsledky z výzkumu, který podpořil. Na této internetové stránce se nacházejí projekty ze všech možných oblastí vědy od biologie po počítačové vědy a se svou úspěšností přes 48% plně financovaných projektů je na tom tento portál velmi dobře. [5]

Je velmi důležité podotknout, že skrze crowdfunding bylo za rok 2014 vybráno přes 16,2 miliard dolarů a očekávaná částka pro rok 2015 přesahovala 34,4 miliard dolarů. Odměnový model crowdfundingu byl důvodem jeho rozvoje v minulých letech, ale společnost Massolution ve svém výzkumu ukázala, že do popředí se v poslední době dostává půjčkový model. Důvod je jednoduchý - příznivě nastavené úroky, které jsou u půjčkového modelu mnohdy pro žadatele o půjčku výhodnější, než u klasických bank. [6]

2.2 Crowdfunding v České republice

Komunitní financování se v České republice objevilo přibližně v roce 2011, kdy začaly vznikat první portály. Jako první se u nás rozvinul hlavně odměnový model. Portály si braly příklad hlavně ze zahraničních řešení, konkrétně z nejúspěšnějšího Kickstarteru. Jako první se na českém území objevil portál Fondomat.com dvou britských umělců žijících v Praze. Portál už v současné době není funkční, jeho autoři se rozhodli věnovat se jiným věcem a tak první crowdfundingový portál v České republice prakticky zanikl.

Dalším portálem v pořadí, který crowdfunding v ČR odstartoval, je „Kreativci sobě“. Bohužel i tento portál v současné době není aktivní a tak zůstává jen několik silných jedinců, kteří přežívají.

Mezi ty nejúspěšnější patří portál Hithit.com založen na konci roku 2012 a který nemá daleko k překročení částky 50 milionů korun vybrané na příspěvcích k jeho projektům. Portál se neustále rozrůstá a skoro každý den se na něm objevují nové projekty, které mnohé zaujmou. Hned za Hithit se řadí portál

Startovač, který proslavil hlavně projekt „Trabantem napříč Tichomořím“, jehož cílová částka byla 500.000 Kč a nakonec byly na jejich cestu vybrány skoro 3 miliony Kč.

Odměnový model je stále nejrozšířenějším v České republice, ale pomalu se na trh dostávají i další modely. V poslední době jde hlavně o půjčkový model, který zažil vzestup v průběhu roku 2015, kdy se spustil webový portál Zonky.cz. Podílový model zatím není moc známý, ale některé portály podporující odměnový model (jedná se především o Pěnezdroj.cz) se pomalu začínají připravovat na jeho implementaci do svých projektů. Předpokládá se, že se spuštěním stránek Fundlift se zájem o podílový model zvětší. [7]

Skrze odměnové komunitní financování se za rok 2015 vybralo jen v České republice zhruba 1,7 milionů €. [7]

Webové portály

Odměnový crowdfunding je nejvíce rozšířeným mezi lidmi. Je to skvělá příležitost jak podpořit začínající umělce nebo hudebníky a zároveň získat nějaké odměny, například vydané CD, podepsané tričko a podobně.

Komunitní financování jako takové je založené především na šíření povědomí mezi lidmi a v posledních letech tomu výrazně napomáhá rozvoj sociálních sítí. Proto se komunitní financování rozvíjí především na webových stránkách.

Pro porovnání, jak vypadá český a zahraniční crowdfunding jsem vybrala dva největší české fungující portály, Hithit a Startovač. Ze zahraničních jsem pak vybrala Kickstarter, IndieGogo a GoFundMe, jelikož tyto tři portály jsou nejpoužívanějšími zahraničními crowdfundingovými portály.

3.1 Hithit

Portál Hithit byl spuštěn v listopadu 2012 a na jeho založení se podíleli 4 tvůrci. Pavel Müller a Norbert Nagy jsou majitelé softwarové společnosti AspectWorks, která zajišťuje technickou podporu portálu Hithit. Pavel Eichler v minulosti pracoval pro MF Dnes a nyní se zaměřuje na PR. Na svém kontě má řadu úspěšných projektů pro Red Bull nebo Galerii NE Budějovického Budvaru. Posledním z tvůrců je Aleš Burger, který zároveň pracuje v agentuře Next Level, společnosti realizující koncerty, společenské akce a tiskové konference pro společnosti jako je Seznam, České dráhy nebo Red Bull.

Všichni čtyři pánové se znali díky společným koníčkům, a tak když přišlo na nápad se stránkou pro komunitní financování, role byly jasně rozděleny. Technickou realizaci stránek si vzali na starost pánové z AspectWorks. Nabízení případným klientům pak obstarával Pavel Eichler společně s Alešem Burgerem. První projekty hledali převážně v okolí svých kontaktů, které měli ze své branže, jako hudební a umělecké skupiny. [8]

Na portálu Hithit bylo od jeho založení již uveřejněno přes tisíce projektů. Jen v minulém roce se vybralo 26,5 milionu korun a v roce 2016 by celková

částka měla překročit 50 milionů korun. Vzrůstající popularitě tohoto portálu nasvědčuje i fakt, že počet lidí, kteří na nějaký projekt přispěli, se blíží k číslu 65 tisíc. Úspěšnost projektů se v současnosti pohybuje kolem 44%, což je na poměrně novou stránku velmi dobré.

3.1.1 Vzhled stránek

Vzhled stránek je velmi jednoduchý, aby se v něm lidé dobře vyznali a nedošlo k tomu, že se návštěvník ztratí v nepřehledné zvěti podstránek.

Záhlaví hlavní strany je koncipováno jako velká slideshow ukazující to nejzajímavější, co se na stránkách děje, ať už jde o velmi úspěšný projekt, nabídku práce nebo pobídku k založení vlastního projektu. Jsou zde také vystaveny projekty, které stránka doporučuje ke zhlédnutí. Vše se dá velice snadno najít, případně dohledat.

Samotný katalog s projekty je navržen velmi jednoduše. Nechybí zde rozdělení do jednotlivých kategorií (např. jídlo, hudba, tanec a další) a projekty, které jsou v rámci Nadace Vodafone nebo Impact Hub. Funguje tu i drobná filtrace projektů na právě probíhající, ty které jsou blízko dokončení, byly nově vytvořené nebo už skončily. Záložka „Nej projekty“ pod sebou skrývá tabulku s projekty, které vybraly nejvíce peněz a s těmi, které získaly největší procento ze své cílové částky. Tabulky se dají řadit podle kritérií (název, počet vybraných peněz, datum ukončení atd.).

Jediné, co na stránce s projekty výrazně chybí, je možnost jakékoli detailnější filtrace, například nastavení výšky cílové částky nebo popularity projektů mezi návštěvníky stránky.

3.1.2 Pravidla

Každý založený projekt má na vybrání své cílové částky maximálně 45 dní (zakladatel projektu si může vybrat i dobu kratší, nejméně však 30 dní). Důvodem k tak krátké době je motivace autorů ke stanovení reálných a splnitelných cílů a podporovatelé nemusí čekat dlouho na výsledek. Každý projekt, který žádá o založení na portálu Hithit, prochází důkladnou kontrolou, zda neobsahuje sexuálně explicitní či xenofobní obsah, který by mohl stránku poškodit. [9]

Založení projektu má dle [10] několik hlavních etap:

Nápad Autor má originální nápad.

Registrace Zaregistruje se na stránkách Hithit, stručně popíše svůj nápad a tým portálu pošle autorovi tipy, jak ho vylepšit.

Povědomí Aby byl projekt úspěšně zakončen, musí se dostat do povědomí veřejnosti. Dobrým prostředkem jsou internetové stránky i sociální sítě. Samozřejmostí je komunikovat s okolím, které informace předá dál.

Sbírka Vybrání částky, kterou si autor stanovil jako cíl.

Odměny Začíná realizace projektu a odměňování všech, kteří byli nápomocni.

Z osobní schůzky s Janou Ecksteinovou, strážkyní a zástupkyní celého projektu Hithit, jsem zjistila, že než se projekt dostane na stránky, může to trvat den, ale i týden. Záleží na zpracování i na dokonalosti projektu, jelikož tým Hithit chce, aby projekty, uveřejněné na jejich stránkách, byly velmi dobře připravené. Poté, co se autor zaregistruje, musí vytvořit návrh projektu. Jde zatím jen o název, cílovou částku a krátký popis projektu, aby si moderátor mohl ověřit, že autor je schopen zformovat svou myšlenku do krátkého odstavce nebo několika vět. Když je tento návrh odsouhlasen, může se autor vrhnout na úpravu detailů, jako je přidání obrázků, napsání detailního popisu projektu, výběr odměn a podobně. Během průběhu kampaně je možné upravovat obrázky, ale nedá se již zasahovat do názvu, krátkého popisu nebo cílové částky projektu.

Druhá fáze obsahuje kontrolu úplného vyplnění informací o projektu. Moderátor se podívá na celý projekt, zhodnotí, zda se tam nenachází zbytečné hrubky, nechybí odměny v určité cenové kategorii apod. Pokud něco chybí, moderátorovi se něco nelíbí, nebo má nápady na vylepšení, je projekt předán s těmito poznámkami zpět autorovi a nevpustí ho na stránky, dokud není projekt „dokonalý“. Po úspěšném ukončení projektu dostane autor seznam všech, kteří přispěli i s poskytnutou částkou a vybranou odměnou (pokud si podporovatel nějakou vybral).

Pro platby podporovatelům slouží online převod (např. Platba24 a další) nebo klasický bankovní převod. Peníze jsou po dobu trvání projektu uloženy na zvláštním účtu poskytovatele platební brány. K tomuto účtu nemá přístup portál Hithit, ani autor projektu, peníze jsou tedy v relativním bezpečí. Projekt je považován za úspěšně dokončený, pokud je ve stanovené lhůtě vybrána cílová částka - v tomto případě dostává autor všechny vybrané peníze. Pokud je projekt neúspěšný, peníze se vrátí na účty všech podporovatelů. Autor dostane peníze zhruba 2 týdny po ukončení projektu, jelikož se čeká na platby, které mohly být učiněny těsně před skončením projektu. [10]

Pro úspěšný projekt s cílovou částkou do 200.000 Kč, si Hithit nárokuje provizi ve výši 9%, dále DPH a administrativní poplatek ve výši 499 Kč. Pro projekty s vyšší cílovou částkou je výše provize na individuální domluvě. Díky této provizi má autor k dispozici profesionální platební bránu, konzultaci k projektu ze strany Hithit, uživatelskou podporu 24/7 a možnost šíření projektu přes kanály portálu Hithit. [11] Detailní rozdělení a výše provizí a poplatků je ukázána v tabulce 3.1

3.1.3 Hithit Lab

Hithit Lab je divizí crowdfundingového portálu Hithit a je zaměřena především na autory projektů, kteří se chtějí raději soustředit na vývoj svého projektu

3. WEBOVÉ PORTÁLY

Tabulka 3.1: Porovnání provizí a poplatků u úspěšných a neúspěšných projektů. Zdroj: [12]

Úspěšný projekt		
Provize	Z projektů s cílovou částkou do 200.000 Kč nebo do 7.500 €	9% + DPH dle zákonné výše z provize Provozovatele + 499 Kč administrativní poplatek
	Z projektů s cílovou částkou nad 200.000 Kč nebo nad 7.500 €	Individuální
Transakční poplatky (projekty v CZK)	On-line bankovní převod – Česká spořitelna, ČSOB, Era, Raiffeisen bank, Komerční banka, mBank, FIO, GE Money Bank, Sberbank, PaySec	1,25% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	On-line bankovní převod – UniCredit, Equabank	0,85% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	Standardní bankovní převod – Ostatní banky	0,50% + 1 Kč, minimální poplatek z transakce 6 Kč
	Platba kartou - Visa, MasterCard, Maestro	1,59% + 1 Kč
Transakční poplatky (projekty v EUR)	On-line bankovní převod – Slovenská sporiteľňa, Tatra banka, ČSOB, VÚB banka, OTP banka, Sberbank, UniCredit Bank, Poštovní banka	1,33% + 0,10 €, minimální poplatek z transakce 0,20 €
	Standardní bankovní převod – Ostatní banky	1,33% + 0,10 €, minimální poplatek z transakce 0,20 €
	Platba kartou – Visa, MasterCard, Maestro	1,59% + 0,10 €
Neúspěšný projekt		
Provize	Žádná provize	
Transakční poplatky	Bez poplatků	

a nejsou zdatní v komunikaci v online prostředí. Tato služba je plně otestována v českém prostředí portálu Hithit a mezi své úspěchy řadí například umělce Musu, jehož projekt překročil svou cílovou částku o 84%. Všechny služby, které Hithit Lab nabízí, jsou placené samostatně. [13]

Autoři projektů mohou využít rady Xaviera Baumaxy, který na přelomu let 2012 a 2013 vybral za pomoci portálu Hithit 303.380 Kč na vydání své desky. Jeho cílovou částkou přitom bylo 200.000 Kč a v průběhu projektu předprodal 566 desek. Baumaxa dělá autorovi mentora při přípravě projektu, pomáhá mu se sestavením odměn a je mu k dispozici po celou dobu trvání projektu. Může také poradit, jaké nástroje by měl autor používat, pokud chce zaujmout širokou veřejnost. [13]

Hithit Lab má ve svých řadách profesionála na texty, bývalého novináře a dokonce i specialistu na PR. Tento člověk připraví textový popis projektu přesně podle manuálu a autor poté jen zkontroluje, doplní nebo okomentuje připravený text. [13]

Z podkladů, které dodá autor, může být také natočeno motivační video. Zahrnuje to přípravu bodového scénáře, střih a finální export na Youtube.com. Hithit spolupracuje s profesionály, kteří zajistí jak produktové fotografie a videa, tak i reportážní materiály. [13]

Každému projektu realizovanému přes portál Hithit je poskytnuta základní konzultace a propagace v masmédiích. V HithitLabu je i služba, která ještě více prohlubuje poskytované PR služby, je v ní zahrnuta tvorba zvláštního mediaplánu, který zahrnuje cílová média autora, ale i textace tiskových zpráv a jejich distribuce.

Dále tým Hithit nabízí pomoc v komunikaci na sociálních sítích. Do této služby se řadí - založení stránky na některé ze sociálních sítí a příprava události pro určitý projekt. Vytvořené stránky tým Hithit spravuje a zároveň obstarává komunikaci s fanoušky a zásobuje je novinkami ohledně projektu. [13]

Neznamená to, že Hithit udělá všechnu práci za autora. I on se musí podílet na rozšiřování povědomí o projektu, o aktivitu na sociálních sítích a další. Hithit v tomto ohledu jen vypomáhá.

3.1.4 Detaily projektů

Každý projekt, který dostane možnost se prezentovat lidem skrz portál Hithit, dostane svou vlastní stránku. Ta je rozdělena na několik menších sekcí a obsahuje ty nejdůležitější informace, které podporovatel potřebuje.

V horní části stránky se nachází název projektu a stručné informace o tom, na co chce autor vybrat peníze. V této části se také nachází tlačítko „Sdílet projekt“, kterým může podporovatel sdílet projekt na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Google+) nebo zde získá HTML kód pro vložení na své stránky.

Pro vložení na stránky jsou nabízeny 3 možnosti bannerů (reklamních bloků):

3. WEBOVÉ PORTÁLY

- Velký blok o velikosti 250 x 376. Obsahuje název projektu, velký náhledový obrázek, informace o tom, kolik procent cílové částky již bylo vybráno (pokud bylo vybráno více, ukazuje stále jen 100%). Dále obsahuje cílovou částku, sumu, která již byla vybrána a odkaz „Přispějte“ pro podporovatele, kteří by měli o projekt také zájem. Nechybí ani logo společnosti Hithit.
- Střední blok o velikosti 200 x 386. Menší verze velkého bloku, navíc jméno autora, jinak je text a vzhled stejný.
- Malý blok o velikosti 200 x 200. Této verzi chybí náhledový obrázek a není zde uveden autor, jinak jsou informace stejné jako v předchozích možnostech.

Pod stručným popisem se nachází 4 hlavní záložky.

V záložce „Projekt“ se v záhlaví nachází slideshow. První je většinou propagační video projektu a poté následují fotky. To, co je na stránce jedna z nejdůležitějších informací, se nachází hned vedle slideshow. Je to tabulka s tím, jak si projekt vede, která zůstává na stránce, ať se uživatel nachází v kterékoli záložce.

V záhlaví tabulky se nachází aktuálně vybraná částka, hned pod ní je cílová částka projektu a následuje indikátor splnění stanovené částky. Také se zde nachází informace o tom, kolik procent bylo již vybráno, kolik lidí celkem přispělo na projekt a kolik dní a hodin zbývá do konce projektu. Najdeme zde kategorie, pod které projekt patří, a město, kterého se projekt týká. Samozřejmě nechybí velké tlačítko „Přispět“, které vás odkáže do sekce odměn. Vzhled první části stránky projektu je k vidění na obrázku 3.1.

Sekce odměn je další částí stránky. Standardně jsou zde ukázány jen první 4 odměny, ostatní jsou skryty a zobrazí se uživateli po kliknutí na „Zobrazit všechny odměny“. Jednotlivé odměny mají své boxy (viz obr. 3.2), každá obsahuje název odměny, popis ceny, počet lidí, kteří si odměnu vybrali a pokud je omezená počtem, je zde ukázáno i kolik ještě zbývá a kolik jich bylo celkem.

Na spodní části stránky se nachází podrobný popis projektu, např. jak autor dostal nápad, jak bude proveden, k čemu slouží atd. Také tu je menší box s aktualitami. Autor má možnost přidat odkaz na své oficiální stránky, ale i na stránky, které souvisí s problematikou kolem daného nápadu. Podporovatelé mohou napsat komentář k projektu, který se zobrazí pod podrobným popisem a je možné ho umístit i na Facebookovou zeď.

Pod záložkou „Aktuality“ se nachází všechny články a novinky, které byly napsány k projektu. Autor touto cestou může podporovatele informovat o průběhu projektu, jak si zatím vede a jaké jsou plány do budoucna. Touto cestou je možné také vkládat nová videa či fotografie. Autor je schopen přidat neomezené množství novinek za celou dobu aktuality svého projektu.

AQUA ADS: Konec reklamní špíně Sdílet projekt

Tvoříme alternativu k tradiční venkovní reklamě. Zodpovědně, legálně a s ohledem na životní prostředí. K tomu, aby náš boj za kultivovanější veřejný prostor byl úspěšnější, potřebujeme Vaši pomoc.

Autor: [AQUA ADS](#)

Projekt **Aktuality** 2 **Příspěvatelé** 66 **Otázky a odpovědi** 4

99 135 Kč
vybráno z 54 000 Kč

183% splněno

66 lidí přispělo

[Komunita](#), [Technologie](#)

📍 Praha, Hlavní město Praha, Česká republika

Úspěšně dokončený

Obrázek 3.1: Vzhled projektové stránky na portálu Hithit. Zdroj: [14]

Vyberte si odměnu za váš příspěvek

<p>Placka AQUA ADS 🍀 10</p> <p>Placka s logem AquaAds, kterou dáš světu jasně najevo, že Ti čistý veřejný prostor není lhostejný. Pošleme Ti ji poštou s písemným poděkováním. Na výběr je ze dvou motivů.</p> <p>Doručení odměny: Do týdne 99 Kč</p>	<p>Vyčisti s námi 1m2 čehokolí! 🍀 5</p> <p>Nejen, že si zvýšíš karmu, ale tvým příspěvkem nám pomůžeš vyčistit část veřejného prostoru v Praze. Konkrétně to je 1m², který Ti vybereme, nebo nám můžeš sám dát tip! Převážně se bude jednat o zanedbané lavičky v Letenském parku, nebo u Hlavního nádraží.</p> <p>Doručení odměny: Do měsíce 149 Kč</p>	<p>Zápisník AQUA ADS od Skoby! 🍀 86 z 100</p> <p>SKOBA je místo na Žitkově, kde dělají krásné ručně dělané zápisníky a diáře. Vše je vyrobené šetrným postupem, v převážně chráněné dílně. Jako odměnu jsme pro Vás vybrali Homeless Edition, která je ještě specifická v tom, že vdechuje nový život knížkám, které už ani v antikuu nechytí. Sbíráš je pan Badalec z Pragatic a zároveň tak koupíš této odměny podpoříš i jejich projekt.</p> <p>Doručení odměny: Do měsíce 249 Kč</p>	<p>Placka se zápisníkem a poděkováním 🍀 95 z 100</p> <p>Pošleme ti naši placku s motivem, který si vybereš (2 možnosti výběru), a nádherný originální zápisník od Skoby. V něm nalezneš naše poděkování za podporu.</p> <p>Doručení odměny: Do měsíce 299 Kč</p>
---	---	--	--

Obrázek 3.2: Odměny pro kampaň „AQUA ADS: Konec reklamní špíně“. Zdroj: [14]

V záložce „Příspěvatelé“ se nachází seznam lidí, kteří se rozhodli podpořit daný projekt. Podporovatel se může rozhodnout, zda jeho příspěvek bude anonymní (nebude vidět jméno, částka, ani odměna, kterou si případně vybral) nebo naopak dá všem vědět, kolik přispěl, a připojí i svůj komentář. K dispozici je i možnost, že bude známo jméno podporovatele a odměna, kterou si vybral, jen příspěvná částka zůstane skryta.

Poslední a velmi důležitá záložka na stránce projektu je „Otázky a odpovědi“. Zde se kdokoli může zeptat na dotaz ohledně projektu. Jediné, co je k položení dotazu potřeba je emailová adresa, na kterou je poté zaslána odpověď. Ta se poté zobrazí i v této sekci, kdyby někdo měl náhodou stejný dotaz.

3.1.5 Významné a úspěšné projekty

Mezi nejúspěšnější projekty, které byly prezentovány na portálu Hithit, se jistě řadí „SKINNERS - botky do kapsy“. Cílová částka tohoto projektu byla nastavena na 90.000 Kč, ale ta byla překročena celkem o 452.051 Kč (cíl byl splněn na 602%). Celkem tomuto projektu přispělo 503 lidí a podle informací z oficiálních stránek www.skidders.cz jsou tyto skladné boty k dostání do 14 dní od zakoupení.

Projekt, který zatím vybral nejvíce peněz na stránce, je jednoznačně projekt s názvem „Nakopni Jatka!“, s celkovou částkou 2.421.090 Kč. Projekt si vzal za cíl financovat místo, kde by se prezentovalo takzvané nové umění (nový cirkus, činohra, tanec, alternativní divadlo, koncerty, výstavy). [15]

3.2 Startovač

Druhý nejúspěšnější český portál Startovač.cz se o slovo přihlásil v březnu roku 2013 a už jen za první 3 měsíce svého působení na internetu rozdělil mezi své projekty přes půl milionu korun. [16]

Tento portál byl založen českou firmou s názvem „Army of Darkness“ a za jejím založením stojí hlavně 4 lidé - Jakub Červinka, Slávek Rejthar, Martin Brykner a Karel Roubal. Sami zakladatelé milují hry, komiksy, filmy, hudbu a mnoho dalších věcí, a proto chtěli podniknout něco, co by zahrnovalo tyto oblasti. Crowdfunding byl v České republice v době založení portálu ještě v plenkách, ale oni v tomto novém směru viděli potenciál, i když to znamenalo běh na delší trať. [16]

Rok 2015 byl pro portál Startovač velmi dobrý. Na projekty se sešlo skoro 20 milionů korun, což byl více než trojnásobek než v minulém roce. Nejvíce peněz se vybralo pro kategorii Film & Video, poté následovala Hudba a kategorie Ostatní. Celková úspěšnost projektů na tomto portálu dosáhla 61% což je více, než na portálu Hithit, ale dalo by se to přisoudit menšímu množství projektů. [17]

3.2.1 Vzhled stránek

Na hlavní stránce je velké záhlaví, kde se střídají projekty, které tvůrci portálu shledali zajímavými. Zároveň se tu ale objevují i důležité novinky nebo rady co dělat, pokud chce návštěvník založit svůj první projekt.

Pod touto slideshow se nachází rychlý výběr projektů. Návštěvník stránek si může zvolit, zda chce vidět ty nejúspěšnější projekty, které brzy končí, anebo ty nedávno založené. Tyto nové projekty se pak automaticky zobrazují hned pod touto sekci a tak je trochu zbytečné dávat je na výběr do sekce první.

Katalog tohoto portálu je dělaný velmi zvláštně. Uživatel má možnost si pouze vybrat, z jaké kategorie chce vidět projekty. Kategoríí je celkem 8: Knihy & Komiks, Film, Hudba, Hry & Apps, Věda & technika, Umění, Podnikání, Ostatní. Pro rozkliknutí vybrané kategorie se zobrazí dvě sekce - Nejúspěšnější projekty a Poslední šance. Obě tyto sekce obsahují v základě 4 projekty, které je možné po kliknutí na tlačítko „Následující“ posunout a zobrazit tak další 4 projekty. Toto prohlížení projektů se mi nezdá zrovna přívětivé k uživateli, který se na stránkách nachází poprvé, a je prakticky nemožné zjistit, kolik celkem projektů se nalézá v určité kategorii.

3.2.2 Pravidla

Při zakládání projektu si autor může vybrat, jak dlouhou dobu chce k dosažení své cílové částky. Na výběr má 15, 30, 42 nebo 60 dní. Startovač nabízí možnost uložení rozpracovaného projektu a nabádá autory, kteří mají v úmyslu použít jejich portál pro svůj projekt, aby si kampaň důkladně připravili a promysleli. Po kompletním vyplnění všech údajů odešle autor svůj projekt ke schválení, tým Startovače projekt zkontroluje a pokud je velmi dobře připravený a promyšlený, ihned ho uveřejní. Ve většině případů se projekt jednou nebo dvakrát vrátí autorovi s připomínkami, návrhy a tipy na to, jak projekt a celou kampaň obecně zlepšit. Autor podstoupí telefonickou i emailovou konzultaci s některým členem týmu (záleží na typu projektu a na tom, jak moc dobře byl připraven návrh) a má možnost si promluvit i o tom, jestli zamýšlené datum spuštění kampaně je vhodné či naopak. [18]

Pro podporu projektů mohou uživatelé využít platbu kartou, převod z účtu nebo služeb PayPal. V rámci založení projektu může autor povolit podporu skrze zasílání SMS zpráv. Portál Startovač, stejně jako Hithit, funguje na modelu „všechno nebo nic“, tedy pokud projekt dosáhne v době své kampaně stanovené cílové částky nebo ji překročí, dostane autor vybrané peníze. Pokud ne, všechny příspěvky se vrací zpět k podporovatelům a nejsou snižovány o žádné poplatky. Výjimkou je platba přes SMS zprávu. Tyto platby se nevrací k podporovatelům, ale jsou zasílány na účty neziskových organizací, nebo využity jako příspěvek pro jiný projekt na portálu Startovač. Portál si bere provizi v maximální výši 9% z úspěšných projektů, ale přesné procento záleží na vybrané cílové částce. Autor úspěšného projektu dostane peníze zhruba do

devíti pracovních dnů od skončení kampaně. Poplatky z plateb a výše provize z projektů jsou ukázány v tabulce 3.2. [19]

Portál Startovač se zaměřuje především na odměnový model crowdfundingu, ale mají také zvláštní kategorii pro podnikatelské projekty, které jsou založeny za účelem zisku a svým podporovatelům autor projektu přislíbí po určitou dobu podíl na zisku. Vyplácení závisí na době, kdy je možno zisk rozdělit. Autor podnikatelského projektu také může do svých podmínek uvést, zda umožňuje podporovatelům zasahovat do obchodních rozhodnutí v rámci projektu. Pokud není nic uvedeno, počítá se s tím, že autor toto neumožňuje. Na portálu nejsou dovoleny projekty charitativního zaměření, projekty, které mají za cíl financování normálních věcí (nákup PlayStation4 atd.) a další podobné. [19]

3.2.3 Detaily projektů

V záhlaví stránky se nachází název projektu, společně s krátkým popisem a obrázkem, který reprezentuje projekt.

Další sekce je rozdělena na 4 záložky. U všech záložek je v pravém sloupci ukázán průběh projektu (doposud vybraná částka, cílová částka, doba do konce kampaně a kolik lidí již celkem přispělo projektu) společně se všemi odměnami, ze kterých si může podporovatel vybrat. Je možné projekt podpořit i bez očekávání některé z odměn, a to přes velké tlačítko „Podpořte projekt“ pod ukazatelem průběhu projektu. Boxy pro jednotlivé odměny mají stejný styl jako u Hithitu. Každá odměna má svůj vlastní box s dobře viditelnou částkou, názvem a krátkým popisem odměny. Dále tu nalezneme zmenšenou verzi tlačítka „Podpořte projekt“ a pokud je odměna omezená počtem, je to vyznačeno na konci boxu. Po stisknutí tlačítka se uživateli otevře stránka, kde má možnost přihlásit se (pokud tak ještě neučinil), vyplnit adresu pro doručení odměny a zvolit si platební metodu.

Sekce „Domů“ obsahuje celý projekt a jeho detailní popis. Autor projektu má možnost hned na začátek popisu vložit nějaké reklamní či informační video, které se vztahuje k projektu. Poté má možnost popsat detailněji, co projekt zahrnuje či jak vznikl. Samozřejmostí je i vkládání obrázků.

V sekci „Novinky“ má autor možnost informovat své okolí o tom, jak se projektu daří, jestli se objevil v určitých médiích, nebo zde aktualizuje novinky o průběhu akce. Tato sekce se dá dobře využít pro informování, že projekt dosáhl určité cenové výše a byla tak přidána speciální odměna.

Sekce „Startéři“ prezentuje všechny uživatele, kteří projekt podpořili. Podporovatelé mohou při zadávání platby zvolit možnost, aby se v tomto seznamu neobjevovali pod svým jménem. Jejich jméno je v seznamu zobrazeno jako „Anonym“. V tomto výpisu je vidět nejen podporovatele, ale také výše jeho příspěvku a odměna, pokud si nějakou vybral.

Sekce „Komentáře“ se nachází pod detailním popisem projektu. Zde lidé mohou sdílet své dojmy z podpory projektu a přispívat svými dotazy či ná-

Tabulka 3.2: Poplatky a provize pro úspěšné a neúspěšné projekty. Zdroj: [19]

Provize portálu Startovač	
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 500.000 Kč nebo 20.000 €	5%
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je rovna či vyšší 50.000 Kč nebo 2.000 €	7%
Provize z projektů, jejichž dosažená cílová částka je nižší než 50.000 Kč nebo 2.000 €	9%
Poplatky pro jednotlivé platební metody	
Transakční poplatek při platbě kartou na úspěšný projekt	2% z příspěvku
Transakční poplatek při platbě převodem na úspěšný projekt	0 Kč / 0 €
Transakční poplatek při platbě PayPal na úspěšný projekt	3,4%** z příspěvku + 10 Kč, resp. 0,35 € z příspěvku
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť T-Mobile CZ	10,89%
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Vodafone CZ	15,25%
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Telefónica CZ	15,73%
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť U:fon	19,36%
**Jedná-li se o mezinárodní příspěvek, může být v závislosti na podmínkách PayPal procentní sazba poplatku až 4,9%.	
Poplatky při vrácení částek z neúspěšných projektů	
Poplatek při vrácení platby kartou	0 Kč / 0 €
Poplatek při vrácení platby převodem z účtu*	0 Kč / 0 €
Poplatek při vrácení platby PayPal	0 Kč / 0 €
*Při vrácení platby převodem z účtu z projektu vedeného v EUR na účet v České republice nebo z účtu projektu vedeného v Kč na účet na Slovensku záleží přesná výše vrácené částky na aktuálním kurzu ČSOB.	

pady. Tyto komentáře jsou realizovány podobně, jako fungují komentáře na sociální síti Facebook. Pro přidání vašeho komentáře je nutné být na této síti zaregistrován a přihlášen.

3.2.4 Významné a úspěšné projekty

Jedním z nejznámějších a nejúspěšnějších projektů na tomto portálu je jistě projekt „Trabantem napříč Tichomořím“, jehož autorem je Dan Přibáň. Tento projekt odstartoval na začátku roku 2015 a cílová částka byla stanovena na 500.000 Kč. Velkým překvapením bylo, že tato částka se stihla vybrat během necelého jednoho dne. Konečné finance nakonec překročily hranici 2 milionů korun, konkrétně svůj cíl naplnil na 563%.

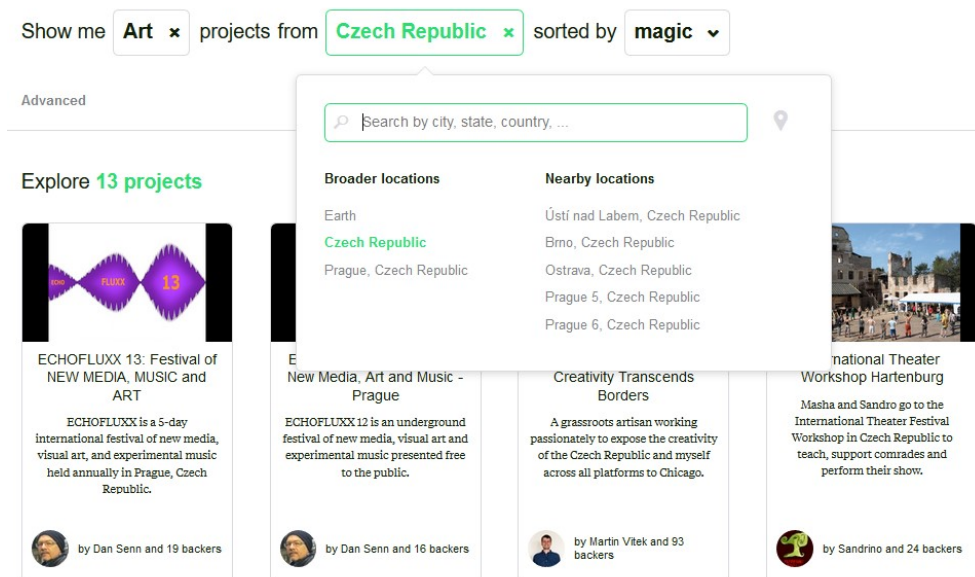
Mezi další úspěšné internetové akce se může řadit projekt na výstavbu nového studia pro herní pořad Indian. Pořad byl od roku 2006 natáčen ve studiích pronajatých od jiné společnosti a autoři se rozhodli, že by nebylo špatné zainvestovat do vlastního. Cílová částka byla nastavena na 20.000 Kč a nakonec bylo vybráno něco málo přes 100.000 Kč.

3.3 Kickstarter

Kickstarter byl založen 28. dubna 2009 a jeho autorem je Perry Chen. Vše začalo v roce 2001. Perry Chen žil tehdy v New Orleans a snažil se dostat dva neznámé umělce na „2002 Jazz Fest“. Našel skvělé místo pro jejich show, bohužel se ale akce nekonala kvůli nedostatku financí. V té chvíli se ale v jeho hlavě zrodil nápad na stránku, kam by lidé mohli přijít a zakoupit si lístky na koncert. Pokud by se vybral dostatek peněz, koncert by se uskutečnil a lidé by dostali své lístky. Pokud by byl o koncert nízký zájem a vybralo by se málo peněz, žádný koncert by se nekonal.

Na podzim roku 2005 Chen potkal Yanceyho Stricklera a společně začali dávat tento nápad dohromady. Zhruba po roce se jejich tým rozšířil o dalšího člena, Charlese Adlera. Výsledkem jejich prací byly hrubé náčrty stránek, ale jelikož nikdo z nich neuměl programovat, ocitli se opět na mrtvém bodě. Peníze do začátku měli půjčené od svých přátel, snažili se i několik lidí najmout, ale nakonec nebyl nikdo schopný splnit jejich představu. V létě 2008 se věci konečně daly do pohybu, když se jim podařilo najít několik schopných vývojářů. Jejich programátorský tým byl rozprostřen po celé Americe a komunikace probíhala zásadně skrz Skype. Po několika náročných měsících spatřila stránka Kickstarter světlo světa a nápady na projekty se začínaly hrnout. Pouhých 9 měsíců po založení stránek si mohli dovolit svou první kancelář na Manhattanu. [20]

Na stránkách Kickstarteru bylo od jeho založení vytvořeno skoro 300.000 projektů. Úspěšnost činí zhruba 36%, konkrétně je to skoro 103.000 projektů. Celkem bylo vybráno přes 2 miliardy dolarů od více než deseti milionů lidí.



Obrázek 3.3: Vzhled vyhledávání na stránkách Kickstarter. Zdroj: [22]

Mezi nejúspěšnější kategorie patří hudba, film, video a vydávání knih. Velkým lákadlem v oblasti crowdfundingu je rozhodně herní odvětví. Celkem 63 projektů vybralo přes 1 milionů dolarů skrze stránku Kickstarter. [21]

3.3.1 Vzhled stránek

Na hlavní stránce se nachází velká slideshow, kde jsou ukázány zajímavé probíhající projekty, nabídka na aplikaci na mobil od Kickstarteru a další potřebné informace.

Další část hlavní stránky představuje projekty, které Kickstarter „miluje“. Jedná se o jeden vybraný projekt z každé kategorie, který tým vybral jako zajímavý. Pod touto částí se nalézá výběr projektů, které by návštěvníka stránek mohly zajímat a které jsou populární mezi ostatními návštěvníky.

Katalog projektů je velmi jednoduše udělaný. Návštěvník si může zvolit jednu z patnácti nabízených kategorií, nebo zkusit vyhledat projekt podle názvu. Návštěvník si může vybrat podkategorii, a jakým způsobem se mají hledané projekty řadit. V nabídce je standardní řazení od nejnovějšího, podle popularity, podle vzdálenosti projektu od konce své kampaně, nejvíce příspěvků a poté je tam speciální řazení „magie“. Tato možnost by měla projekty seřadit podle toho, jakou šanci mají na úspěch. Pokud si uživatel přepne do rozšířeného vyhledávání, má možnost zvolit si lokaci, ve které se projekt odehrává. Například se můžeme podívat, jaké projekty se konají v České republice, jako je vidět na obrázku 3.3.

3.3.2 Pravidla

Autor projektu může nastavit délku trvání projektu až na 60 dní. Kickstarter doporučuje trvání omezit na co nejméně, ideální je délka kolem třiceti dní. Čím kratší projekt, tím větší je pravděpodobnost jeho úspěchu.

Každý vytvořený projekt musí projít kontrolou. Nejdříve ho zhodnotí algoritmus, který na základě atributů projektu vyhodnotí, zda může jít rovnou na stránky, nebo je třeba ho upravit. Vyhodnocuje je i na základě toho, jestli najde v databázi starší projekty, které jsou podobné. Poté se podívá na postup, který tým použil v jeho případě a na základě této informace projekt vyhodnotí. Pokud projekt projde algoritmem úspěšně, má autor dvě možnosti. Spustí projekt ihned po kontrole, anebo se obrátí na tým Kickstarteru, aby se na jeho projekt podívali ještě oni. Pokud algoritmem projde neúspěšně, musí se na projekt někdo z týmu podívat, aby se ujistil, že splňuje všechny náležitosti a pravidla portálu.

Platby jsou na Kickstarteru uskutečňovány skrz debetní a kreditní karty (Visa, MasterCard atd.), platit se dá i předplacenými kreditními kartami. Přispívat jde pouze v případě, že přispěvatel má zřízený účet na portálu. Kickstarter k zabezpečení plateb užívá služeb Stripe. Financování funguje na principu všechno nebo nic (projekt vybere buď svojí cílovou částku, nebo víc a dostane své peníze, nebo nedostane nic). Jelikož se platí prostřednictvím bankovních karet, peníze zůstávají na kartách přispěvatelů a strhnou se z nich jen v případě, že projekt je úspěšně ukončený. Podporovatel si může vybrat, zda chce přispět bez jakékoli odměny, anebo si vybere odměnu. Pokud si vybere odměnu, daná částka se automaticky vyplní. Tuto částku je možné pouze zvýšit, nikoliv snížit. Obrázek 3.4 ukazuje princip výběru odměny. [23]

Autor projektu dostane peníze od podporovatelů zhruba do čtrnácti dnů od úspěšného konce projektu. Z této částky se ještě odečítají poplatky z příspěvků a hlavně úroky pro Kickstarter. Provize se pohybuje v rámci 5% a poplatky za platby kolem 3%. Velmi důležité omezení se týká toho, z které země autor pochází. Kickstarter momentálně podporuje autory pocházející z jedné z těchto zemí: USA, Velká Británie, Austrálie, Nový Zéland, Nizozemí, Dánsko, Irsko, Norska, Švédsko, Německo, Francie, Španělsko, Itálie, Rakousko, Belgie, Švýcarsko a Lucembursko. Autor v té zemi musí mít trvalé bydliště, zřízený bankovní účet a jakýkoli průkaz totožnosti vydaný touto zemí (občanský průkaz, řidičský průkaz, rodný list atd.). [25] Jednou z možností, jak toto obejít, je založit společnost v jedné z podporovaných zemí, nebo pokud je autorem jednatel, poprosit někoho známého aby za projekt odpovídal on.

3.3.3 Detaily projektů

Po načtení stránky se objeví náhledový obrázek nebo video. Záleží na autorovi, jak se rozhodl svůj projekt propagovat. Vedle se nachází informace, kolik lidí již projektu přispělo, kolik bylo vybráno celkem a jaká je cílová částka pro-

Reports from the Race Against Climate Change

by National Observer

Let's choose your reward!

No thanks, I just want to help the project.

\$5 CAD or more Estimated delivery
Apr 2016

RECOGNITION, HIGH FIVE: National Observer thinks you're awesome and we want everyone to know about it. Your name and a social link (optional) will be added to our [More](#)

Pledge amount: Continue

\$15 CAD or more Estimated delivery
Jul 2016

SOCIAL MEDIA SAVVY: Learn how to optimize your online presence in a one-on-one webinar with National Observer's social media director. Valentina is a master of all things Facebook, Twitter, and Instagram, and with a little of her help, you could be too.

Kickstarter is not a store.
It's a way to bring creative projects to life. Kickstarter does not guarantee projects or investigate a creator's ability to complete their project. It is the responsibility of the project creator to complete their project as promised, and the claims of this project are theirs alone. [Learn more about accountability](#)

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

- ▶ How do I pledge?
- ▶ When is my card charged?
- ▶ So I'm only charged if funding succeeds?
- ▶ What can others see about my pledge?
- ▶ What if I want to change my pledge?
- ▶ If this project is funded, how do I get my reward?

Obrázek 3.4: Výběr odměny při podpoře projektu na Kickstarteru. Zdroj: [24]

jektu, kolik dní zbývá do konce kampaně a velmi důležité tlačítko „Back this project“, které vás zavede na stránku s výběrem odměny. Tlačítko „Remind me“ slouží k připomenutí uživateli, že projekt, o který se zajímá, se blíží ke konci, a on má poslední možnost přispět. [23] Vzhled hlavní části stránky projektu je vidět na obrázku 3.5

Druhá část stránky projektu je rozdělena do 4 záložek.

Záložka „Kampaně“ obsahuje detailní informace o projektu. Autor zde může popsat jaký je jeho záměr, jak na svůj nápad přišel, popsat historii za tímto projektem a obecně obeznámit případného podporovatele s projektem a zkusit ho tak přesvědčit, aby přispěl.

Seznam odměn se zobrazuje v pravém sloupci od popisu projektu. Jsou to malé boxy, které obsahují název odměny, za jakou částku je možné ji dostat, kolik lidí si tuto odměnu již vybralo, pokud je omezená počtem, kolik jich ještě zbývá, a samozřejmě nechybí ani krátký popis. Důležitou informací je předpokládaný čas doručení odměny, který se zobrazuje pod jejím popisem. Pokud si podporovatel vybere odměnu, nemusí se vracet výše k tlačítku „Back this project“, ale stačí jen kliknout na příslušnou odměnu, vyplnit částku (buď nechat předvyplněnou nebo navýšit na požadovaný obnos) a stisknout „Continue“.

Záložka „Aktuality“ obsahuje zprávy autora o dění v projektu. Nejdůle-

3. WEBOVÉ PORTÁLY

The image shows a screenshot of a Kickstarter campaign page. At the top, the title is "Reports from the Race Against Climate Change" by National Observer. Below the title is a video player with a "PLAY" button. To the right of the video, the campaign statistics are displayed: 672 backers, \$62,430 CAD pledged (out of a \$60,000 goal), and 5 days to go. There is a green "Back This Project" button and a "Remind me" link. Below the video, the location is listed as Vancouver, Canada, and the category is "Project We Love". A description reads: "A dramatic new series about the world's fight to beat climate change". There are social sharing buttons for Tweet, Share, Embed, Pin, and Post. At the bottom right, there is a profile for National Observer, showing 2 created projects and 6 backed projects, with a link to vancouverobserver.com and a "Contact me" button.

Obrázek 3.5: Stránka projektu „Reports from the Race Against Climate Change“ na portálu Kickstarter. Zdroj: [24]

žitějšími zprávami zde většinou bývají informace o tom, že projekt začal, a o tom, že skončil (ve většině případů že skončil úspěšně). Autor si zde může nastavit různé cíle. Například chce vybrat celkem 10.000 \$ a pokud vybere polovinu, přidá nějakou velmi lákavou odměnu, nebo se projekt o něco více rozroste a rozšíří (to se většinou stává, pokud projekt již zvládl vybrat svou cílovou částku, ale k dokončení má ještě daleko).

V sekci „Komentáře“ mohou lidé přidávat komentáře k projektu, říct něco k tématu a vyjádřit svůj názor. Zároveň se tato sekce dá využít ke komunikaci s autorem projektu a položit mu otázku, pokud není něco jasné.

Poslední sekce „Komunita“ je asi nejzajímavější z nich, jedná se o jistou formu statistiky. Je zde vidět kolik lidí podporuje tento projekt, zároveň je tu i TOP seznam odkud podporovatelé pocházejí, který je rozdělen podle měst a zemí. Dá se tu zjistit, kolik lidí tento projekt zaujal natolik, že se rozhodli přispět, aniž by předtím někoho podpořili, nebo kolik lidí už nějaký projekt na Kickstarteru podpořilo. Úplně poslední zajímavostí v této sekci je zobrazení podporovatelů. Jsou to malé ikonky se jmény (ať už uživatelskými nebo oficiálními), fotka, kterou mají v profilu a informace o tom, kolik projektů již na Kickstarteru podpořili.

3.3.4 Významné a úspěšné projekty

Úplně nejúspěšnějším projektem je „Pebble Time“. Chytré hodinky, jejichž baterie má výdrž 7 dní, je možné na nich hrát různé hry a používat aplikace. V roce 2012 majitelé nápadu vybrali neuvěřitelných 4.067% své cílové částky, které byla nastavena na 500.000 \$. V současné době firma, která stojí za tímto projektem, svůj výrobek zdokonaluje. Nový typ chytrých hodinek má mít výdrž až 10 dní a chránit je má sklo Gorilla Glass. Nejzajímavějším faktem tohoto projektu je to, že své cílové částky dosáhl v rámci hodin.

Druhým nejúspěšnějším projektem je „Coolest Cooler“. Jedná se o chladicí tašku, která má v sobě zabudované bluetooth reproduktory, mixér a dokonce USB zástrčky pro nabíjení elektroniky. Tento projekt podpořilo přes 60.000 lidí a vybráno bylo zhruba 13 milionů dolarů (cílová částka byla nastavena na 50.000 \$). [26]

Portál Kickstarter využívají k financování i čeští autoři, ale je pro ně značně těžší se tam dostat, než pro někoho kdo je například z Ameriky. Jedním z nejznámějších českých projektů, který se objevil na Kickstarter je hra „Kingdom Come: Deliverance“ od českého studia Warhorse Studio. Projekt odstartoval 22. ledna 2014 s cílovou částkou £300.000 a 20. února 2014 byl ukončen s celkovou částkou £1.106.371. Hra je stále ve fázi beta testování, ale každou chvíli tým z Warhorse přidává do hry nové věci. To je nejspíš i důvod, proč byl projekt tak úspěšný. Autoři minimálně jednou za týden (občas i denně) přidávali různé aktuality a záběry z hry, a tím pravděpodobně nalákali většinou svých podporovatelů. [27]

3.4 IndieGoGo

Zahraníční portál IndieGoGo byl založen v roce 2008, tedy skoro o rok dříve než známější Kickstarter. Za tímto portálem stojí trojice lidí - Danae Ringelmann, Slava Rubin a Eric Schell. Všichni tři se již před založením portálu podíleli na vybírání peněz například na léčbu mnohočetného myelomu.

Portál IndieGoGo má na svém kontě přes 275 tisíc spuštěných projektů, kde skoro 30% z nich pochází mimo území USA. Jen za rok 2015 přispělo více než 2,5 milionu lidí na skoro 200 tisíc projektů.

Portál nabízí 24 různých kategorií pro své projekty a zároveň podporuje „InDemand“ program. Je dostupný všem projektům, kterým se podaří dosáhnout na svou cílovou částku. Tento program započne po skončení kampaně a povoluje autorům přijímat objednávky na jejich produkt skrze portál IndieGoGo. Projekt tak může vybírat peníze i po ukončení kampaně na portálu.

3.4.1 Vzhled stránek

V záhlaví na hlavní stránce je slideshow ukazující zajímavé kampaně, které právě probíhají, nebo důležité informace pro návštěvníky. Pod tímto záhlavím

se nachází výběr projektů, které byly vybrány jako nejlepší, nachází se blízko vaší lokace nebo jsou to jen velmi zajímavé projekty z kategorie filmů nebo technologie. Dále je zde možnost prozkoumat některé z kategorií, které stránka nabízí, ale na kompletní katalog se uživatel dostane přes záložku „Explore“ v horní části stránky.

V katalogu projektů má návštěvník možnost se podívat na některé vybrané projekty ze všech kategorií, anebo si vybrat kategorii, která ho zajímá. Krom výběru projektů z určité kategorie je zde možnost filtrace dle typu projektu a samozřejmě řazení podle nejvíce podporovaných, brzy končících nebo nejnovějších projektů. Je zde i možnost rozšířeného hledání, kde si uživatel může zvolit filtr, kolik procent už projekt vybral, o jaký typ se jedná (všechno nebo nic; dostaneš, co vybereš), je možné si zvolit lokaci projektu a vítaná je i možnost podívat se na ukončené projekty, kterou jistě využijí autoři zvažující umístění svého projektu na tento portál.

3.4.2 Pravidla

Trvání kampaně je možné nastavit až na 60 dní, ale sami autoři IndieGoGo doporučují, aby se trvání omezilo na nejvíce 40 dní. Důvodů je hned několik. Kampaň by měla být dost dlouhá na to, aby přitáhla pozornost okolí, ale ne moc dlouhá, aby se ztratila ve zmeti dalších nápadů. Také platí, že čím delší je kampaň, tím těžší je udržet pozornost okolí. Nejhlavnějším důvodem ale zůstává, že kampani musí její autor věnovat spoustu času, aby jeho podporovatelé viděli, že on sám neztratil o projekt zájem a to může být těžké, pokud kampaň trvá 60 a více dní. Důležité je také myslet na to, kdy autor peníze potřebuje. Dobré je nechat si rezervu tří týdnů. [28]

Autoři mohou využít služby „Coming Soon“, která je v současné době ve své beta verzi. Slouží k rozšíření vědomí o projektu, ještě dříve než je samotná kampaň spuštěna, a autor tak může přitáhnout potencionální podporovatele ke svému projektu. [29]

IndieGoGo podporuje dva modely kampaní, pevné financování (všechno nebo nic) a flexibilní (dostaneš, co vybereš). Všechno nebo nic je model, kdy autor dostane vybrané peníze jen v případě, pokud dosáhne své zvolené cílové částky nebo ji přesáhne. Dostaneš, co vybereš, se pak neohlíží na cílovou částku, ale autor dostane částku, která byla vybraná do ukončení kampaně. Velký rozdíl oproti portálu Kickstarter je ten, že autoři mohou zakládat i projekty charitativního zaměření, které se pak prezentují na další části stránky IndieGoGo s názvem Generosity.

Platby se dají uskutečnit pomocí služeb PayPal nebo kreditních karet, ale jsou tu jistá omezení. Projekty, které využijí modelu flexibilního financování, mohou přijímat platby skrze kreditní karty i Paypal, pevné financování pak umožňuje platby jedině přes PayPal. Portál si pak strhává 5% z vybrané částky a zároveň se z příspěvků strhávají poplatky za provedení platby. Detailní tabulku poplatků a provizí je možné vidět zde: 3.3. [30]

Tabulka 3.3: Poplatky a provize portálu IndieGoGo. Zdroj: [31]

	Flexibilní financování	Pevné financování
Dosažena cílová částka	5%	5%
Nedosažena cílová částka	5%	0% - podporovatelé dostanou své příspěvky zpět
Poplatky třetích stran	3% a 30 centů za platby provedené kreditní kartou	
	3-5% za platby skrz služby PayPal	
	25 \$ pokud je bankovní konto autora mimo území USA	
	Poplatky za převod měn	

3.4.3 Detaily projektů

V záhlaví stránky je velký název projektu a pod ním se nachází, v jaké lokalitě projekt probíhá a z jaké je kategorie. Stránka je rozdělena na 4 záložky, ale levý a pravý sloupec zůstává i při změně. Levý sloupec se věnuje sociálním sítím, je zde možnost zveřejnit informace o projektu na síti Facebook a Twitter. Dále má uživatel možnost získat kód, kterým na svou webovou stránku či blog může umístit malý box s informacemi o projektu (kolik je vybráno, kolik dní zbývá a krátký popis). Poslední možností je získat odkaz přímo na stránky IndieGoGo.

Pravý sloupec se pak věnuje aktuálním statistikám projektu (vybraná částka, cílová částka, model vybírání peněz, počet podporovatelů a čas do konce kampaně). Druhá část pod touto statistikou se věnuje odměnám. Každá z nich má svůj malý box, kde se nachází cena odměny, název a krátký popis. Dále se zde objeví informace o dostupnosti odměny, kdy může podporovatel očekávat její doručení, pokud je možnost rozesílání celosvětově, nebo jen do určitých zemí.

Záložka „Příběh“ obsahuje detailní popis projektu. Autor zde přiblíží, jak nápad na projekt vznikl, jestli má nějakou historii a jaké má plány do budoucna. Dají se sem vkládat videa i fotky. Hlavní informační video se nachází v horní části stránky.

Záložka „Aktuality“ skrývá všechny příspěvky týkající se projektu, které autor přidal. Využívá se většinou pro upozornění podporovatelům, že se blíží konec kampaně, nebo že projekt dosáhl určitého milníku.

V záložce „Komentáře“ mohou podporovatelé vyjádřit svůj názor na projekt, nebo tuto sekci využít k položení otázky, která je zajímavá, a nikde jinde odpověď nenalezli. Podmínkou je účet na portálu a být momentálně přihlášen.

Záložka „Podporovatelé“ obsahuje seznam všech podporovatelů. U každého příspěvku je jméno, částka a čas, kdy byl proveden. Výjimkou jsou lidé, kteří při potvrzování platby zaškrtnuli možnost, že chtějí být uvedeni jako

„Anonym“.

Poslední záložkou je „Galerie“, kde může autor přidat fotky týkající se projektu. Ve většině případů se složka využívá pro uveřejnění fotografií produktu, ale mohou se zde nacházet i fotografie z průběhu výroby, skripta a další.

3.4.4 Významné a úspěšné projekty

IndieGoGo získalo prvenství ve velmi zajímavé sekci. Prostřednictvím jejich stránek vybral americký pár dostatečné množství peněz, aby mohl zafinancovat umělé oplodnění. Tento pokus byl úspěšný a pár vybral přes 8.000 \$. Portál se tudíž může pyšnit titulem prvního miminka, které bylo zrozené za pomoci komunitního financování.

Dále se zde zrodil projekt „Flow Hive: Honey on Tap Directly From Your Beehive“, který byl spuštěn v roce 2015. Autoři projektu doteď vybrali přes 12 milionů \$ a momentálně je tento projekt ve fázi InDemand a vybírá stále více peněz. Projekt zaujme převážně náruživé včelaře, jelikož se jedná o včelí úl, který umožňuje med stáčet přímo do láhví a není nutné tak vyndávat jednotlivé přihrádky a stresovat včely.

3.5 GoFundMe

GoFundMe je americký portál, založen v květnu 2010 podporující hlavně projekty založené na pomoci lidem (úhrada lékařských výloh, náklady na vzdělání, pomoc zvířatům). Nejedná se tedy o klasický odměnový model, ale spíše je to jedno z odvětví charitativního modelu. Za poslední rok bylo skrze tento portál vybráno přes 2 miliardy dolarů. [32]

Portál nabízí projekty z celkem třinácti kategorií od podnikání přes sponzorování soutěží po přání nebo cestování. GoFundMe má svou vlastní mobilní aplikaci, která je v současné době dostupná pro systémy Android a iOS.

3.5.1 Vzhled stránek

Vzhled se moc neliší od ostatních crowdfundingových stránek. Uživatel má možnost hledat projekty v jednoduchém vyhledávacím poli, nebo si zvolit jen kategorii, která ho zajímá. Katalog s projekty se nachází hned na hlavní stránce, kde jsou jako první ukázány populární projekty. Poté si uživatel může prohlédnout projekty blízko jeho lokace nebo se podívat, kterým projektům zbývá do ukončení jen pár dní či hodin. Zajímavá je i možnost prohlédnout si projekty podpořené přáteli, kde je ovšem nutné se přihlásit přes sociální síť Facebook.

3.5.2 Pravidla

GoFundMe se od ostatních liší i svými pravidly. Není zde žádný limit pro délku kampaně a celý portál funguje na principu flexibilního financování. Autor tedy dostane všechny peníze, které vybere, a nezáleží na tom, jestli dosáhl své cílové částky. Autor může svou kampaň nechat běžet, jak dlouho chce, a požádat jen o vybrání peněz, které byly nashromážděné. K převodu je možné využít elektronického bankovníctví, nebo si nechat vypsát šek, který je pak autorovi zaslán poštou. [33]

Portál strhává zhruba 5% z každého zaslání příspěvku a další 3% jako poplatek za zpracování. Z těchto poplatků pak financuje svůj chod (platy zaměstnanců, technologie, pronájem a další). [34]

3.5.3 Detaily projektů

Stránka samotného projektu je také trochu odlišná od ostatních. V záhlaví stránky se nachází název projektu a pod ním pak informační video nebo fotka. Hned vedle se nachází box se statistickými informacemi o tom, kolik peněz bylo vybráno, jaký byl nastaven cíl, kolik lidí již přispělo a za jakou dobu (hodiny, dny, měsíce).

Pod videem se nachází dvě možnosti jak sdílet projekt se svým okolím. Konkrétně se jedná o Facebook a Twitter. Následuje detailní popis projektu vytvořený autorem. Může zde být napsáno cokoli, ať se jedná o nějakou historii, nebo detailní popis toho, jak chce autor s penězi naložit. Do textu se dají vkládat fotky i videa. Ve spodní části stránky se nachází komentáře, které se dají k projektu přidávat, pokud je uživatel přihlášen na svůj účet pod sociální sítí Facebook.

Poslední část stránky se nachází hned pod boxem se statistikou. Jedná se o historii příspěvků. Je zde uvedena výše příspěvku, kdo ho provedl a kdy se tak stalo. Pokud uživatel označí možnost, že nechce být jmenován, pak se v seznamu objeví jen jako „Anonym“. Tuto historii si uživatel může seřadit podle nejnovějších, nejvyšších nebo nejvíce oblíbených.

3.5.4 Významné a úspěšné projekty

Nejúspěšnějším projektem na portálu GoFundMe byla kampaň na záchranu malé holčičky. Ta trpí chorobou, která způsobí, že ve věku pouhých šesti let přestane mluvit i chodit. Vybrané peníze podpoří léčebný experimentální program. Cílová částka byla nastavena na 2 miliony dolarů. Kampaň trvá již 31 měsíců a tato částka byla dávno přesažena. Poslední aktualita z března 2016 oznamuje, že peníze byly dány na výzkum a teď nezbyvá nic jiného než čekat.

Druhým nejúspěšnějším projektem je kampaň pro podporu Chrise Mitze, který utrpěl 7 střelných ran při přestřelce v americké škole Umpqua Community College. Cílová částka byla nastavena na 10.000 dolarů, ale za 7 měsíců, po kterých je kampaň aktivní, se vybralo již přes 800.000 dolarů.

Současné řešení sledování projektů

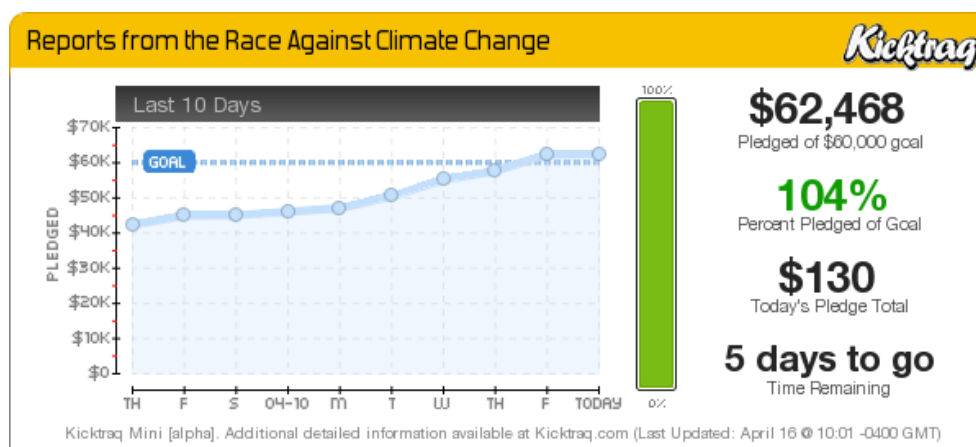
Vzhled stránek zaměřených na crowdfunding byl popsán v minulé kapitole. Většina těchto stránek vypadá stejně, obsahují stejné důležité informace (cílová částka, vybraná částka, odpočet do ukončení atd.). Největším nedostatkem ale zůstává nemožnost podívat se, jak si určitý projekt vedl od svého začátku, jak narůstala vybraná částka v minulém týdnu a další informace, které by mohly být kritické pro rozhodnutí možného podporovatele. Kickstarter ani webový portál Hithit žádný takový nástroj nemají, jediné co mohou pro kontrolu průběhu požívat je Google Analytics, nebo se mohou každý den dívat na informační stránky projektů. Tento problém částečně řeší stránka Kicktraq.com.

4.1 Kicktraq

Stránka Kicktraq.com byla založena v dubnu 2012 a od jejího začátku už na ní bylo sledováno přes 240.000 projektů s průměrnou měsíční sledovaností přesahující 1 milion zhlédnutí. Stránka byla dokonce zmíněna i v časopisu Wired Magazine a několika dalších.

Tvůrce webové stránky Kicktraq, Adam Clark, sám podporuje projekty, které jsou k vidění na Kickstarteru, je zapálený hráč deskových her a jeho vášní je pomáhat lidem dosáhnout úspěchu. Z toho důvodu také založil stránku, kde se lidé mohou podívat, jak si jejich oblíbený projekt vede.

Adam do projektu zasvětil i svou manželku Meloney, která Clarka podporuje v jeho tvorbě a podílí se na testování stránek. Mimo jiné sdílí jeho vášeň pro deskové hry a cestování. [35]



Obrázek 4.1: Ukázka souhrnu informací poskytovaných stránkou Kicktraq. Zdroj: [36]

4.1.1 Stránka projektu

Na horní části stránky jsou uvedené informace, které se dají najít i na stránkách Kickstarteru - kolik bylo vybráno peněz, indikátor průběhu kampaně, trvání projektu (od kdy do kdy) atd. Dále je tu uveden údaj o průměrném příspěvku za den, a jaký je průměrný příspěvek na jednoho přispěvatele. Uveden je i krátký popis projektu společně s odkazem na autora či skupinu, která za daným projektem stojí, odkaz na projekt na Kickstarteru a nechybí ani oblíbená možnost sdílení (v tomto případě se jedná o „like“ na síti Facebook, sdílení přes platformu „LinkedIn“ nebo přes Google+).

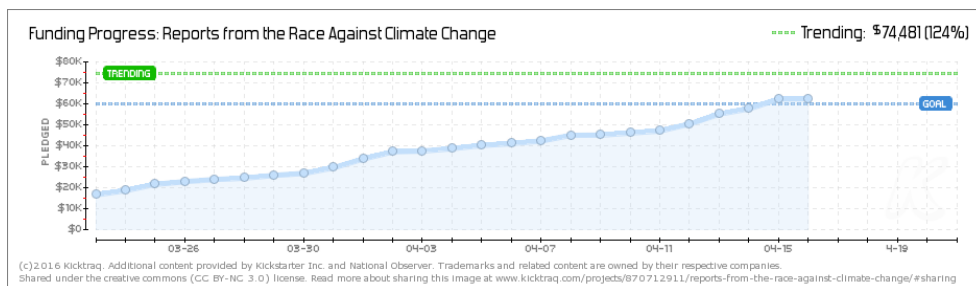
Kicktraq nabízí i malý souhrn informací včetně grafu, který je možno pomocí HTML nebo BB kódu vložit na různé webové stránky. Tento nástroj slouží především autorům projektů, kteří si takto vytvořený obrázek mohou vložit na své stránky, ale i podporovatelé toho mohou využít a dát tak na svých stránkách vědět, jaký projekt zrovna podporují. Ukázku takového souhrnu informací o projektu vidíme na obrázku 4.1

4.1.2 Grafy

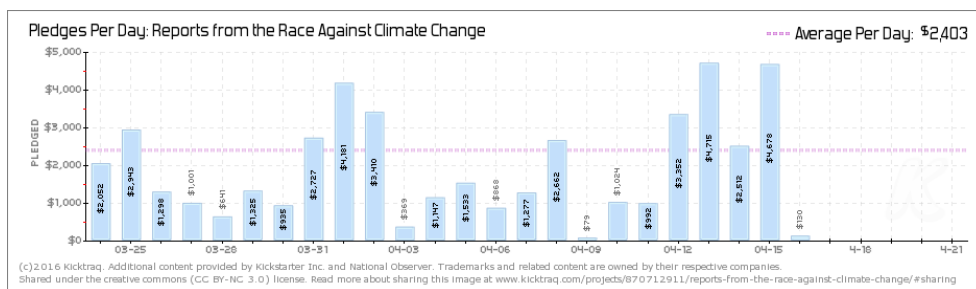
Další součástí stránky jsou grafy, kterých je tu hned několik.

Důležitým grafem, který nacházíme hned na hlavní stránce, je průběh kampaně. Tento graf se zaměřuje na to, jak si projekt vede od začátku své existence a zároveň je na něm vyobrazena i cílová částka (ukázka grafu je k vidění na obrázku 4.2).

V další záložce nacházíme grafy, které se týkají denních údajů. Je zde graf pro příspěvky za den, pro přispěvatele za den a pro komentáře k projektu. Každý tento graf je samostatný a dobře čitelný (ukázka grafu pro příspěvky



Obrázek 4.2: Graf vývoje projektu. Zdroj: [36]



Obrázek 4.3: Graf denních příspěvků. Zdroj: [36]

za den je k vidění na obrázku 4.3).

Poslední dva grafy se týkají hlavně projekcí do budoucna. První graf se týká obecného výhledu průběhu projektu. Z dostupných dat je vytvořena projekce, ve které je mimo jiného vidět zda projekt překročí cílovou částku do ukončení nebo ne (ukázka grafu je obrázek 4.4). Druhý graf se týká trendu.

4.1.3 Pluginy

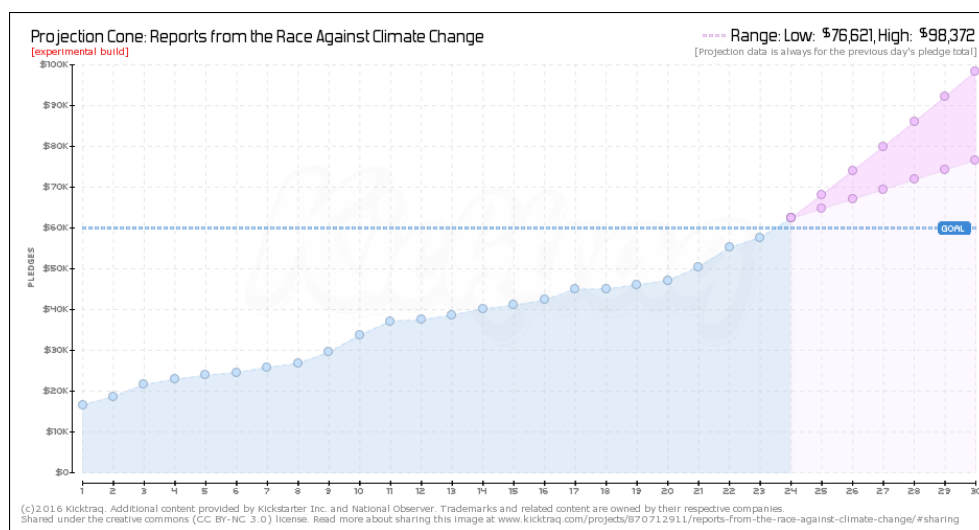
Kicktraq nenabízí jen grafy a předpovědi projektů. Z této stránky máte také možnost stáhnout si plugin, který je v současné době k dispozici pro prohlížeče Opera, Firefox a Chrome. Tento plugin vám na stránce projektu na Kickstarteru zobrazí v záhlaví graf průběhu projektu. Podporovatel tudíž nemusí ani navštívit Kicktraq, aby se dostal k informaci, jak si projekt vedl například minulý týden.

4.2 Ostatní stránky

Kicktraq není jediným nástrojem, který se dá použít pro sledování vývoje projektu, je ale rozhodně jedním z prvních.

Mezi další nástroje se řadí Crowdlogs. Tato stránka byla založena 10. února 2014 a jejím autorem je Martin Huber. Oproti Kicktraq neviduje, kolik lidí

4. SOUČASNÉ ŘEŠENÍ SLEDOVÁNÍ PROJEKTŮ



Obrázek 4.4: Graf předpokládaného dalšího vývoje projektu. Zdroj: [36]

přispělo každý den, nebo kolik komentářů bylo vytvořeno. Tato stránka sleduje jen, kolik bylo za den přispěno. Také nepředpovídá vývoj projektu do budoucnosti. Má jednu obrovskou výhodu - sleduje projekty na celkem 4 webových portálech: Kickstarter, IndieGoGo, Patreon a Subbable.

Další nástroj, který stojí za zmínku je SideKick. Analýza projektu obsahuje základní detaily projektu (datum založení a ukončení, cílová částka atd.). Je zde pravděpodobnost úspěchu projektu, která se odhaduje dle vybrané částky, a jednoduchý graf vývoje příspěvků od začátku projektu.

Nástroj pro stahování dat

Součástí zadání bylo i vytvoření nástroje pro stahování dat. Jedná se hlavně o informace, které se týkají vybraných projektů z portálů Kickstarter a Hithit.

5.1 Vybraná technologie

Jedním z nejzásadnějších rozhodnutí bylo vybrat vhodný programovací jazyk a princip, na kterém bude nástroj fungovat. Důležitým předpokladem bylo, aby jazyk podporoval nějakou formu regulárních výrazů.

Nakonec jsem se rozhodla tento nástroj naprogramovat jako bashový skript a pomocí funkcí crontabu ho automaticky spouštět na zařízení určeném pro stahování. Pro tyto účely mi bylo zapůjčeno zařízení Raspberry Pi B, což je malý počítač, na kterém je nainstalován operační systém Raspbian. Raspbian je linuxový systém odvozen od systému Debian a upraven, aby vyhovoval tomuto malému zařízení. Na tomto přístroji jsem poté využila služby Cron.

Cron obsahuje funkci crontab, zajišťující opakované spouštění příkazů či programů. Tato funkce se vyvolá spuštěním „crontab -e“ v příkazovém řádku. Otevře se jednoduchý editor v okně příkazového řádku a uživatel může zadat úlohu v podobném tvaru, jako je na obrázku 5.1. Tento záznam způsobí, že program „updatestats“ se spustí každý den jednu minutu po půlnoci. První hodnota označuje minutu, druhá hodinu, třetí určuje den v měsíci, čtvrtá měsíc a pátá den v týdnu (pondělí-neděle). Pokud místo hodnoty je na místě „*“, znamená to, že úloha se opakuje stále dokola (každý den, měsíc, hodinu, minutu atd.). Posledním údajem, který je nutný do řádku zadat, je cesta k programu nebo příkaz, který chceme vykonávat. Jak vypadá crontab je vidět na obrázku 5.2. [37]

Pokud by bylo nutné spouštět tento skript na operačním systému Windows, je možné využít programu Windows Task Scheduler, který funguje na velmi podobném principu jako Crontab.

```
1 0 * * * /usr/bin/updatestats
```

Obrázek 5.1: Ukázka záznamu v crontabu

```

pi@raspberrypi: ~
GNU nano 2.2.6      Soubor: /tmp/crontab.pQ5JCC/crontab
Edit this file to introduce tasks to be run by cron.
#
# Each task to run has to be defined through a single line
# indicating with different fields when the task will be run
# and what command to run for the task
#
# To define the time you can provide concrete values for
# minute (m), hour (h), day of month (dom), month (mon),
# and day of week (dow) or use '*' in these fields (for 'any').#
# Notice that tasks will be started based on the cron's system
# daemon's notion of time and timezones.
#
# Output of the crontab jobs (including errors) is sent through
# email to the user the crontab file belongs to (unless redirected).
#
# For example, you can run a backup of all your user accounts
# at 5 a.m every week with:
# 0 5 * * * 1 tar -zcf /var/backups/home.tgz /home/
#
# For more information see the manual pages of crontab(5) and cron(8)
#
# m h dom mon dow  command
0 10 * * * /home/pi/Bachelor-work-practice/Download-script
^G Získat náp^C Uložit      ^R Otevřít so^Y Předchozí ^K Vymout te^C Poloha ukazo
^X Ukončit    ^J Zarovnat  ^W Kde je   ^V Další stra^U Zrušit vyj^I Pravopis

```

Obrázek 5.2: Crontab v systému Raspbian

5.2 Funkce

Hlavní funkcí skriptu je stažení potřebných dat ze stránek projektů na jednotlivých portálech. Tato data obsahují datum stažení, částku, která byla v moment stažení vybrána, počet podporovatelů, počet dní zbývajících do ukončení kampaně a cílovou částku, která byla pro projekt nastavena.

Každý portál má svůj vlastní styl a tedy i pozice té dané informace v kódu je rozdílná. Z tohoto důvodu je skript rozdělen na dvě části, jedna je pro stranu Kickstrater a druhá pro Hithit. Všechny projekty, které je nutné sledovat a ukládat o nich informace, jsou uloženy v souborech podle portálu a to ve formátu „Jméno;url adresa“.

Skript v cyklu projde po jednom tyto názvy a adresy, nastaví do proměnné jméno projektu a stáhne pomocí příkazu „wget“ příslušnou stránku. Poté se

```
sum=$(grep "data-pledged" codes/$name.html | cut -d"_" -f8 | cut -d"." -f1 | sed 's/[^0-9]*//g')
```

Obrázek 5.3: Ukázka kódu ze skriptu pro stahování

pomocí regulárních výrazů projde zdrojový kód této stránky, najdou se informace, které hledáme, a ty jsou poté uloženy společně s aktuálním datem do souboru se jménem nastaveným na začátku. Toto se opakuje, dokud v souboru s projekty je nějaký neprázdný řádek. Obrázek 5.3 zobrazuje část kódu pro získání aktuálně vybrané částky z projektu na portálu Kickstarter.

Tyto informace v uložených souborech poté slouží ke zpracování grafu o tom, jak si projekt vedl v průběhu své kampaně.

5.3 Výhled do budoucna

Toto řešení se dá dále zdokonalovat, aby nebylo závislé jen na těchto dvou portálech. Celý skript je možné implementovat do webových stránek, které by si data o projektech ukládaly buď stále do podoby textových souborů, nebo do některé z forem databází.

Grafy by byly vytvářeny přímo na těchto webových stránkách s pomocí služby Google Charts¹. Každý projekt by měl svou vlastní malou stránku a na této stránce by byl ukázán graf vývoje. Data by se nemusela stahovat jednou za den, ale několikrát denně. Nové projekty by byly přidávány buď na zadání nové adresy do vyhledávání, nebo automaticky, kdy by systém prošel portály, našel nové projekty přidané ten den a zařadil je do databáze, aby se mohla začít sbírat data.

¹<https://developers.google.com/chart/>

Analýza nasbíraných dat

Pro účely analýzy projektů, byly vybrány dva portály. Ze zahraničních se jedná o portál Kickstarter, z českých pak o Hithit. Pro získání dat byl na oba portály použit mnou vyrobený nástroj, který jednou denně stahoval potřebná data a z těchto dat, jsem pak pomocí programu Microsoft Excel vytvořila grafy vývoje jednotlivých projektů.

Sledované projekty byly vybrány tak, aby byla zastoupena každá kategorie na vybraných portálech. Portál Kickstarter obsahuje celkem 15 kategorií, kde každá z nich obsahuje další podkategorie. Těmi hlavními jsou: Umění, Komiksy, Výrobky, Tanec, Design, Móda, Film a Video, Jídlo, Hry, Publicistika, Hudba, Fotografie, Vydávání knih, Technologie, Divadlo.

Český portál Hithit má také 15 kategorií, které jsou dané a už nemají další rozdělení. Tyto kategorie jsou: Divadlo, Sport, Hry, Hudba, Umění, Tanec, Fotografie, Film, Design, Literatura, Vzdělávání, Technologie, Jídlo, Móda, Komunita.

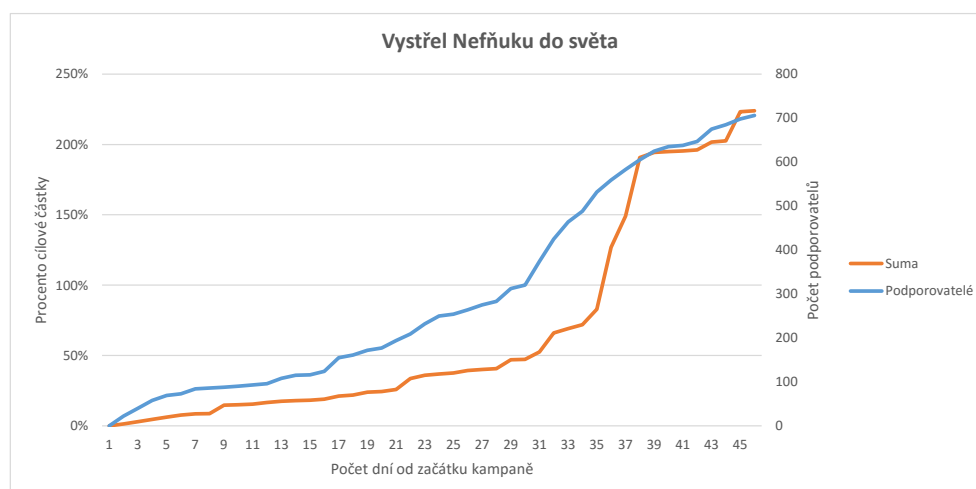
U portálu Hithit mohou projekty patřit k několika kategoriím a proto je možné, že v jedné kategorii je sledováno více projektů.

Pro podrobnou analýzu jsem z těchto sledovaných projektů vybrala 4 projekty z každého portálu, dva úspěšné a dva neúspěšné. Z nasbíraných dat o projektech jsem vypracovala jednotlivé grafy vývoje. Období kampaně jsem následně rozdělila na úseky po deseti dnech a udělala průměry hodnot nasbíraných částek i nových podporovatelů za každý den. Analýza se skládá z popisu grafu, rozboru odměn projektů a ověření, zda úspěch či nárůst v nějakém období měl svůj důvod. Dále se pokusím najít nějaké faktory, které přispěly k úspěšnosti projektu (zvláštní odměny, komunikativnost autora atd.).

6.1 Vystřel Nefňuku do světa

Projekt „Vystřel Nefňuku do světa“ byl zveřejněn na portálu Hithit. Kampaň trvala celkem 46 dní (od 19.1.2016 do 4.3.2016), cílová částka byla nastavena na 500.000 Kč, ve výsledku bylo vybráno 1.119.728 Kč a podpořilo ho 706 lidí.

6. ANALÝZA NASBÍRANÝCH DAT

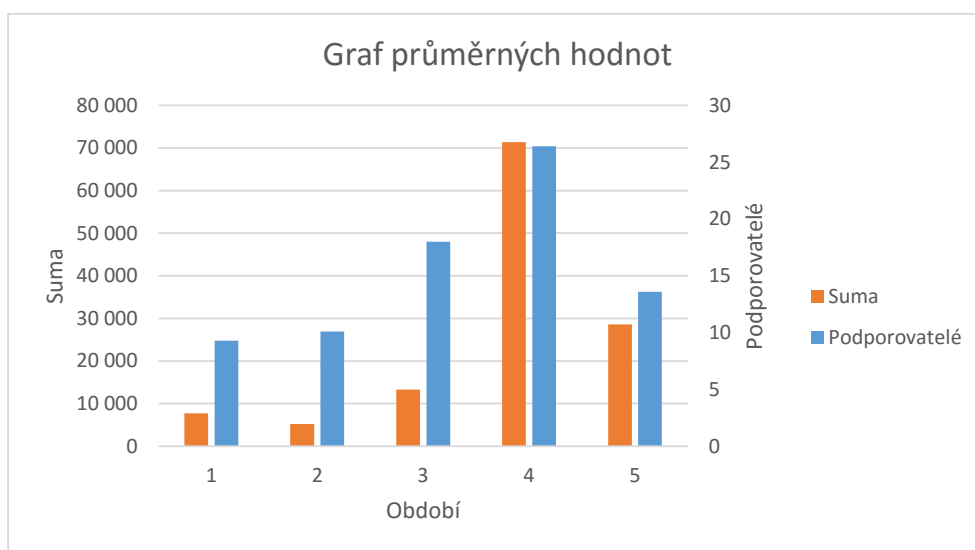


Obrázek 6.1: Vývojový graf projektu „Vystřel Nefňuku do světa“

Cílem projektu bylo zafinancovat nové divadelní představení skupiny The Tap Tap o chlapeci, který se narodil bez rukou a nohou, prožije mnohá dobrodružství a nakonec najde životní lásku. Vývojový graf projektu je možné vidět na obrázku 6.1.

Po rozdělení průběhu kampaně na období po deseti dnech jsem zjistila, že největší nárůst jak podporovatelů, tak příspěvků byl v období předposledním, tedy od 19.2.2016 do 28.2.2016. Průměrný příspěvek v tomto období byl 71.407,1 Kč a průměrný počet nových podporovatelů byl 26,4. Graf průměrných hodnot je vidět na 6.2. Rapidní nárůst vybrané částky v tomto období je vidět na vývojovém grafu, kde během tří dnů vzrostla částka o víc jak 500.000 Kč. Projekt tak dosáhl své cílové částky 11 dní před svým dokončením. V aktualitách na stránce projektu portálu Hithit je možné vyčíst důvod takového nárůstu. V tomto období totiž vyjádřilo podporu projektu hned několik známých osobností prostřednictvím videa na kanálu Youtube, jako například Klára Vytisková, fotograf Tomáš Třeštík nebo Miroslav Kalousek, který ve videu umístěném na Youtube kanálu The Tap Tap přislíbil příspěvek ve výši 100.000 Kč. Je pravděpodobné, že zrovna toto bylo příčinou nárůstu v obou sledovaných směrech. Dalším faktorem, který mohl ovlivnit úspěšnost tohoto projektu, je fakt, že skupina The Tap Tap je velmi známá a skládá se převážně z postižených muzikantů.

Projekt nabízel celkem 29 odměn, kde se dvě nebo tři odměny opakovaly kvůli vyprodání té původní (například se jednalo o tričko nebo smaltované vyznamenání). Deset odměn bylo založeno v kategorii do 1.000 Kč, 12 odměn do 10.000 Kč a 7 odměn od 10.000 Kč výš. Odměnou s nejnižší cenou byla placka Nefňuka v hodnotě 100 Kč, která se stala nejoblíbenější odměnou (vybralo si jí 224 lidí). Mezi odměny se dostal i jeden soukromý koncert skupiny

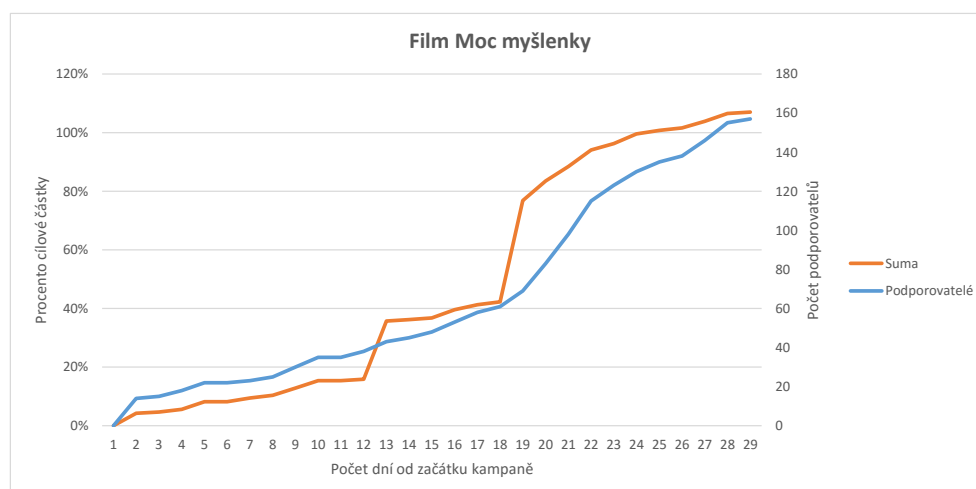


Obrázek 6.2: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Vystřel Nefňuku do světa“

The Tap Tap ve vybrané lokalitě, jedinou podmínkou byl bezbariérový přístup. Cena odměny osobního koncertu byla 200.000 Kč a zakoupen byl právě v nejuspěšnějším období projektu. Vyprodalo se celkem 13 odměn.

Detailní popis projektu je velmi obsáhlý. Zaměřuje se převážně na to, jak nápad na projekt vznikl, co je cílem projektu a detaily, kdo bude výsledný projekt organizovat a kdo za ním stojí. Dále se v textu můžeme dozvědět něco málo o skupině The Tap Tap, a proč pořádají tento projekt. Dobrým nápadem, jak motivovat své podporovatele, je zvolit si určité milníky. Pro tento projekt byly zvoleny tři milníky. Prvním byla cílová částka 500.000 Kč, za kterou by se představení uskutečnilo. Druhým milníkem byla částka 750.000 Kč, za kterou by se na scéně objevilo více loutek a originálních kostýmů. Posledním milníkem byl 1 milion Kč, za to bylo v plánu vytvořit skladnou cestovní verzi celého představení, aby bylo možné ho odehrát kdekoli. [38]

Zjevných faktorů úspěchu u tohoto projektu bylo hned několik. Prvním je známost skupiny The Tap Tap a zapojení známých osobností do projektu. Dále také komunikace s fanoušky a hlavně přidávání nových videí na stránku projektu zajistilo jeho úspěch. Podporovatelé také měli možnost vybrat si z široké škály odměn a to i v nejnižší cenové kategorii do 1.000 Kč. Vybraná částka stoupala každým dnem kampaně a dá se tedy tvrdit, že projekt byl úspěšný právě díky této konzistenci, jelikož se ve sledovaných hodnotách nenašel ani jediný den, kdy by nepřispěl ani jediný člověk.

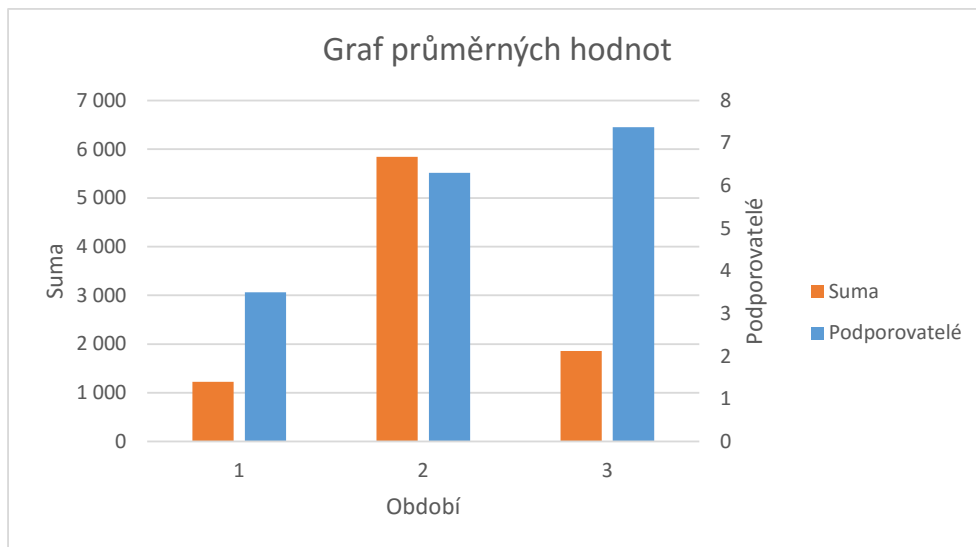


Obrázek 6.3: Vývojový graf projektu „Film Moc myšlenky“

6.2 Film Moc Myšlenky

Projekt „Film Moc Myšlenky“ je také jedním z projektů na portálu Hithit. Kampaně trvala celkem 29 dní (od 14.1.2016 do 11.2.2016), cílovou částku nastavili autoři na 80.000 Kč. Nakonec bylo vybráno 85.604 Kč a přispělo 157 lidí. Cílem této kampaně bylo financování dokončení filmu Moc Myšlenky, který byl v době začátku kampaně už natočen, ale bylo potřeba zafinancovat sestřih, přidat hudbu a dabing. Dále byla z těchto peněz financována tvorba DVD a premiéra filmu, která proběhla 18.2.2016. Film pojednává o příběhu člověka, který ve zlomku okamžiku přišel o vše (práci, rodinu, přátele), je na pokraji sil, ale nakonec se rozhodne, že to nevzdá a zkusí to s tímto světem ještě jednou. Vývojový graf projektu je vidět na obrázku 6.3

Trvání kampaně bylo rozděleno do tří období. Zatímco průměrný počet podporovatelů v každém období stoupal, největší průměrná částka se objevila ve druhém období, tedy od 25.1.2016 do 3.2.2016. Průměrný příspěvek v tomto období byl 5.846,4 Kč a průměrný počet podporovatelů byl 6,3 osob. Graf průměrných hodnot za všechna období je vidět na obrázku 6.4. Z vývojového grafu můžeme vyčíst, že částka stoupala každým dnem, ale projekt zažil dva výrazné skoky, oba v druhém sledovaném období. První skok byl díky částce 15.000 Kč, kterou přispěl neznámý podporovatel a druhý skok obsahoval částku 27.000 Kč vybranou v rámci 24 hodin. Jedním z důvodů úspěchu projektu může být spolupráce s některými známými osobnostmi na natáčení filmu. Účinkuje zde Margareta Křížová, investorka z pořadu Den D, nebo rapper Suvereno. Jejich přítomnost rozhodně ovlivnila výsledek projektu. Dobrým znamením také je, že autoři projektu byli po celou dobu trvání kampaně velmi aktivní na sociální síti Facebook. Přispívali několikrát denně, aby své fanoušky upozornili na možnost podpory projektu na portálu Hithit.



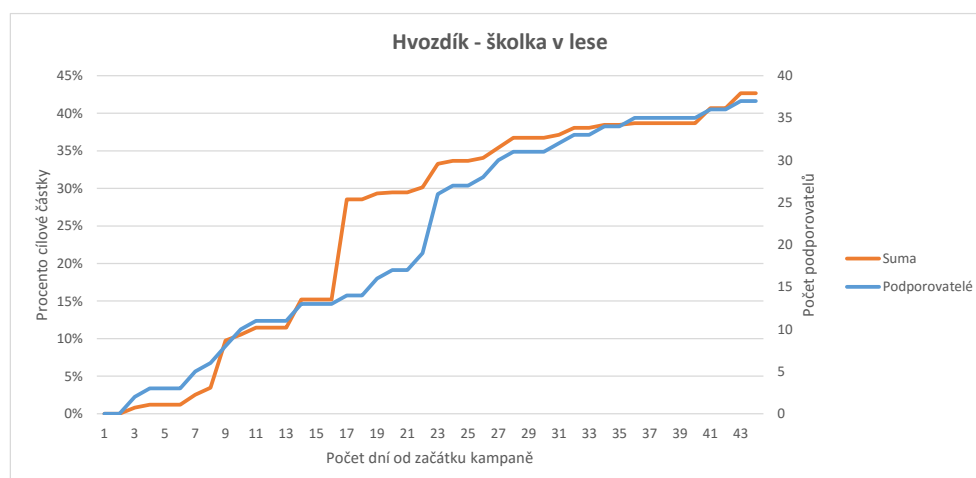
Obrázek 6.4: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Film Moc Myšlenky“

Odměny pro tento projekt bylo celkem 11. Nejoblíbenější se stala vstupenka na premiéru ve výši 250 Kč a zakoupilo si ji 87 lidí. Pro podporovatele, kteří za svůj příspěvek nechtěli žádnou odměnu, zde byla speciální odměna, kde mohli přispět, kolik chtěli, základem ale byla částka 50 Kč. Tuto odměnu využil jen jeden člověk. Odměny byly rozděleny do kategorií s nejnižší částkou 50 Kč a nejvyšší 15.000 Kč. Odměny až na tu poslední, kdy se jednalo o hlavního partnera filmu, byly velmi dobře odstupňované vždy řádově o několik stovek korun. Žádná z odměn nebyla vyprodána, ale u dvou (konkrétně u hlavního partnera a vstupenek na film) zbylo jen posledních pár kusů.

Detailní popis projektu není tak rozsáhlý jako u projektu skupiny The Tap Tap, ale v zásadě říká všechny potřebné informace uživateli, aby se rozhodl, zda projekt podpoří či nikoli. Dozvíme se, čeho se projekt týká, na co jsou peníze třeba, ale i to, jaký cíl film má. Nakonec se zde i dozvíme něco málo o týmu, který za filmem stojí.

Mezi faktory úspěchu jistě patří zapojení známých osobností do natáčení filmu a rozhovory s nimi za účelem zvětšení povědomí o filmu mezi lidmi. Dalším faktorem je velká aktivita autorů v rámci sociálních sítí, kde každý den přidali alespoň jeden příspěvek, který se týkal kampaně a tak mohli získat více lidí pro svůj projekt. Úspěšnosti projektu rozhodně pomohly dva velké skoky ve vybraných částkách.

6. ANALÝZA NASBÍRANÝCH DAT



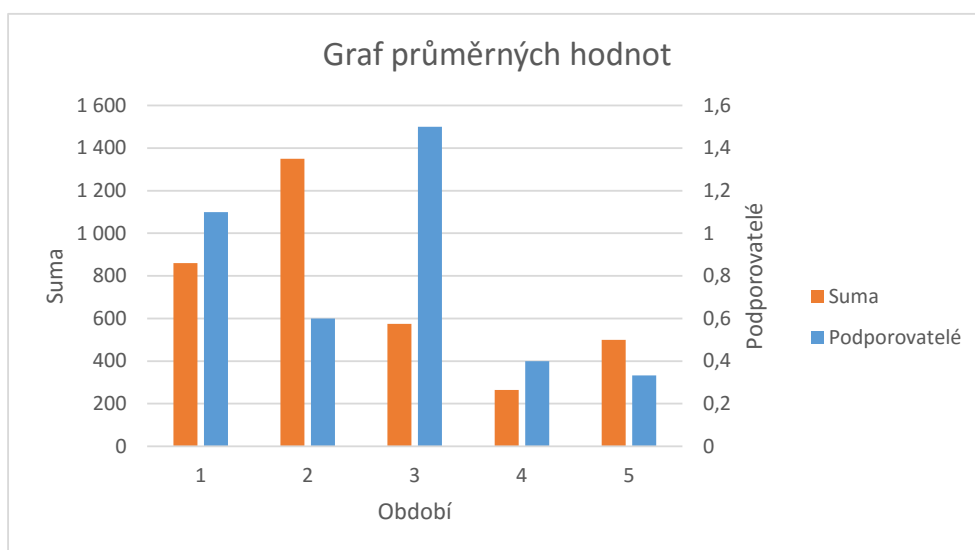
Obrázek 6.5: Vývojový graf projektu „Hvozdík - školka v lese“

6.3 Hvozdík - školka v lese

Tento projekt je jedním z neúspěšných projektů prezentovaných na portálu Hithit. Kampaň trvala celkem 44 dní, tedy od 27.1.2016 do 10.3.2016, cílová částka byla nastavena na 75.000 Kč, nakonec se vybralo jen 32.000 Kč, což není ani polovina. Celkem projekt podpořilo 37 lidí. Cílem tohoto projektu bylo rozšířit otevírací dobu lesní školky Hvozdík na celý týden. V současné době totiž funguje jen tři dny v týdnu. Dále chtějí autoři projektu z těchto peněz zafinancovat větší propagaci pro školku, jelikož nesídlí poblíž žádného většího města, a tak je problém naplnit jejich kapacitu. Vývojový graf projektu je k vidění na obrázku 6.5.

Celkem bylo pro sledování vytvořeno pět období. Nejvyšší průměrný příspěvek ve výši 1.350 Kč byl v období druhém (od 7.2.2016 do 16.2.2016) a největší průměrný počet podporovatelů, 1,5 osoby, byl v období třetím (od 17.2.2016 do 26.2.2016). Graf průměrných hodnot je možné vidět na obrázku 6.6. Na vývojovém grafu je vidět jeden velký skok, který ale nezajistil projektu úspěch, byla jím částka 10.000 Kč. Na grafu je také vidět, že po většinu dnů se nevybrala ani koruna. Za dobu trvání kampaně autoři projektu přidali jen tři novinky, žádná z nich se přímo netýkala projektu, ale spíše akcí, kterých se spolek stojící za lesní školkou účastnil nebo je organizoval. Pro projekt Hvozdík byly vytvořeny i webové stránky, ale jedním z faktorů neúspěchu může být nepřítomnost na sociálních sítích, jelikož většina povědomí o crowdfundingu se šíří právě přes ně.

Odměn vytvořených pro projekt bylo devět. Tou nejoblíbenější se stalo překvapení vyrobené dětmi z Hvozdíku v ceně 300 Kč, zakoupilo si ho 17 lidí. Celkem tři odměny byly v kategorii do 1.000 Kč, pět jich bylo do 10.000 Kč a jen jedna přesahovala částku 10.000 Kč, byla jí víkendová dovolená v jurtě,



Obrázek 6.6: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Hvozdík - školka v lese“

kteřou si ale nikdo nezakoupil. Obecně byly odměny dobře cenově odkrokováné, ale chybělo zde více odměn do 1.000 Kč. Žádná z nich nebyla vyprodána.

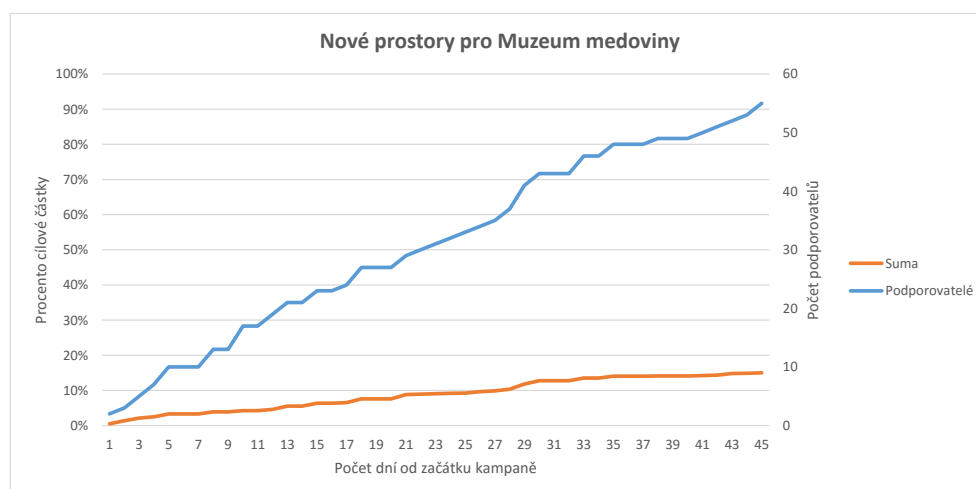
Detailní popis projektu obsahuje českou i anglickou část. Autoři projektu zřejmě mířili i na zahraniční podporovatele. Samotný popis projektu připomíná spíše pohádku než popsání projektu. Detaily jako takové a popis toho, jakým způsobem bude s penězi naloženo, nalézáme až v části „Detaily“, která je skoro na konci popisu a aby uživatel našel cíl tohoto projektu, musí pročit celý odstavec. Na konci popisu jsou seznámeni s tím, co spolek Hvozdík vlastně je a proč dělají projekty jako je lesní školka (ve skutečnosti celý text říká, jak se snaží přesvědčit ostatní, aby uvěřili jejich dobrým nápadům).

Faktorů neúspěchu v tomto případě může být několik - nepřítomnost na sociálních sítích, přes které by se šířilo povědomí o projektu, skoro nic neříkající detailní popis projektu, kde jsou důležité informace schované v textu nebo prostě jen nápad, který nepřitáhl potřebný počet lidí. Dalším důvodem by také mohla být požadovaná částka nebo absence jasného vysvětlení, proč je tak vysoká. Nedostatek odměn v hodnotě pod 1.000 Kč by mohl být také důvod, proč projekt neuspěl.

6.4 Nové prostory pro Muzeum medoviny

„Nové prostory pro Muzeum medoviny“ je dalším z projektů uveřejněných na portálu Hithit. Kampaň trvala 45 dní, od 11.1.2016 do 24.2.2016, cílová částka byla nastavena na 224.700 Kč, ale vybráno bylo jen 33.700 Kč a podporu vyjádřilo pouze 55 lidí. Cílem projektu bylo financovat dokončení rekonstrukce

6. ANALÝZA NASBÍRANÝCH DAT



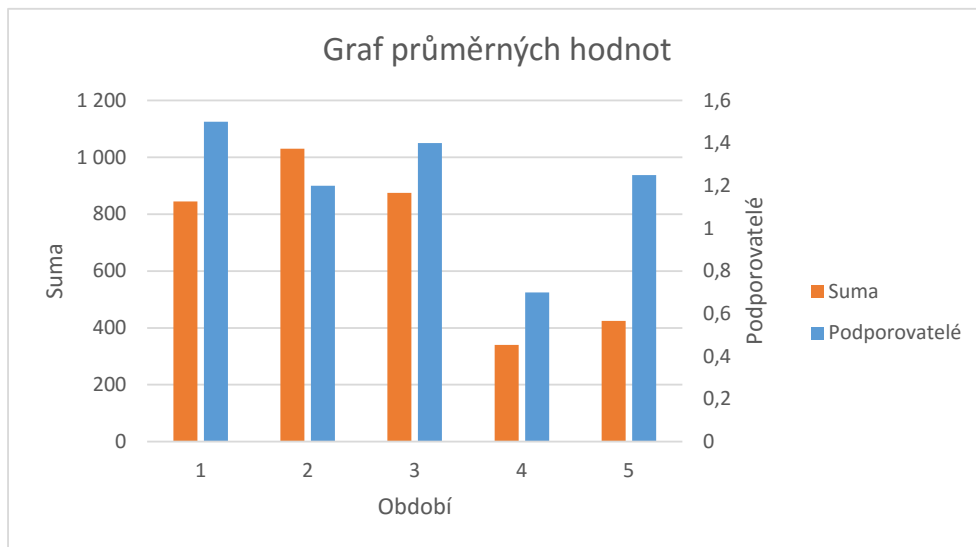
Obrázek 6.7: Vývojový graf projektu „Nové prostory pro Muzeum medoviny“

již pronajatých prostor a následné vybavení a zařízení expozice. Vývojový graf projektu je vidět na obrázku 6.7.

Trvání kampaně bylo rozděleno na pět období. Nejvyšší průměrná částka byla 1.030 Kč a to v druhém období (od 22.1.2016 do 31.1.2016). Největší průměrný počet nových podporovatelů byl 1,5 osoby a to v prvním období (od 11.1.2016 do 20.1.2016). Graf průměrných hodnot je k vidění na obrázku 6.8. Z vývojového grafu je vidět, že vybraná částka stále stoupala, ale nestoupala takovým tempem, aby bylo možné v lhůtě vybrat cílovou částku. Bylo celkem 16 dní, kdy se nevybralo nic. Autor projektu přidal celkem čtyři aktuality. Jedna z nich se týkala oznámení o neúspěšném konci kampaně, ostatní pak zvaly na různé akce, kde se lidé mohli setkat s autorem projektu a promluvit s ním osobně. Projekt má své stránky na sociální síti Facebook a dokonce má i zřízen svůj Youtube kanál.

Pro projekt bylo vytvořeno patnáct odměn. Nejoblíbenější odměnou bylo namíchání speciálního drinku z medoviny pro dva v ceně 250 Kč. Sedm odměn bylo stanoveno v kategorii do 1.000 Kč, všechny ostatní se vztahovaly na cenu do 10 000 Kč. Zajímavostí je, že nejdražší prodaná odměna byla v ceně 1.900 Kč, což znamená, že lidé neměli zájem o šest zbývajících dražších odměn. Odměny byly dobře odstupňované, v první kategorii vždy po několika stovkách, v druhé pak po tisíci. Nejdražší odměna byla večerní rezervace muzea pro soukromý večírek nebo oslavu, která stála 10.000 Kč.

Popis projektu je obsáhlý, ale užitečné informace jsou opět schované až na konci stránky. Na začátku pokládá autor otázky kolem medoviny, dále informuje o tom, z jakého důvodu chce otevřít první pražské muzeum medoviny a až ke konci se dostává k důvodu výběru peněz. Samotný návrh má dobré provedení, je podpořen ukázkami z návrhu interiéru a přesně říká, na co budou



Obrázek 6.8: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Nové prostory pro Muzeum medoviny“

peníze třeba.

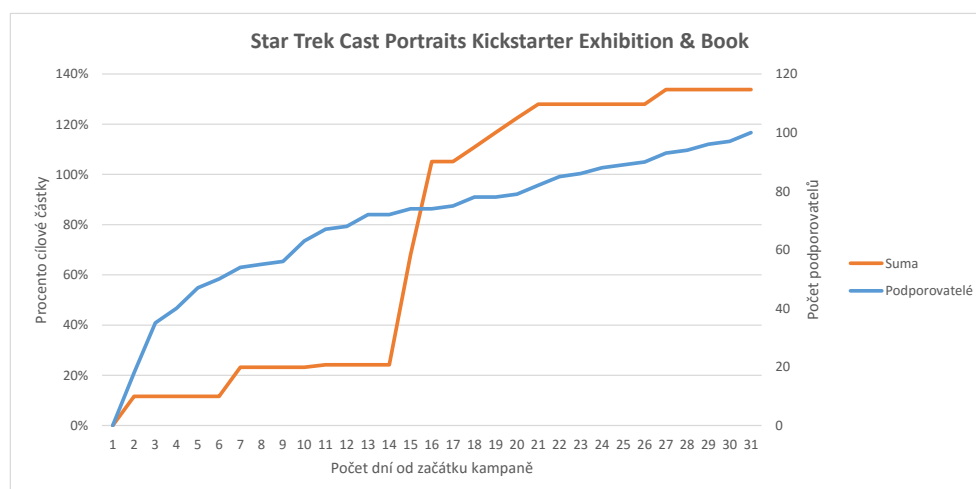
Po neúspěšné kampani se autor projektu rozhodl pokračovat ve veřejné sbírce na oficiálních stránkách muzea. Odměny, které byly použity v kampani na portálu Hithit, jsou použity i zde a peníze se posílají autorovi přímo na bankovní účet. Odměna se pak volí variabilním symbolem, uvedeným při zaslání peněz. Na svých stránkách nyní autor požaduje částku 250.000 Kč, ale zatím mu přispělo jen 12 lidí. Autor slibuje, že pokud by nedošlo k realizaci projektu, tak všechny příspěvky vrátí zpět na účty podporovatelů. [39]

U tohoto projektu se domnívám, že jedním z hlavních faktorů byla stanovená cílová částka, která pro v celku neznámý projekt byla vysoká. Dále aktivita na sociálních sítích a v aktualitách na stránkách projektu na portálu nebyla nijak velká. Tomu odpovídá i vývojový graf, který ukazuje jen malé příbytky u vybrané částky.

6.5 Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhibition & Book

Tento projekt byl uveřejněn na zahraničním portálu Kickstarter. Kampaň trvala 30 dní, od 8.2.2016 do 9.3.2016, cílová částka byla nastavena na £1.000 a vybráno bylo £1.338 od patnácti podporovatelů. Tento projekt navazuje na pět minulých projektů, které všechny měly za cíl vyfotografovat hvězdy seriálu Star Trek k jeho 50. výročí. Z fotografií chtěl autor vytvořit knihu a zároveň je vystavit v galerii v USA a Velké Británii. Na tento projekt navazuje ještě

6. ANALÝZA NASBÍRANÝCH DAT

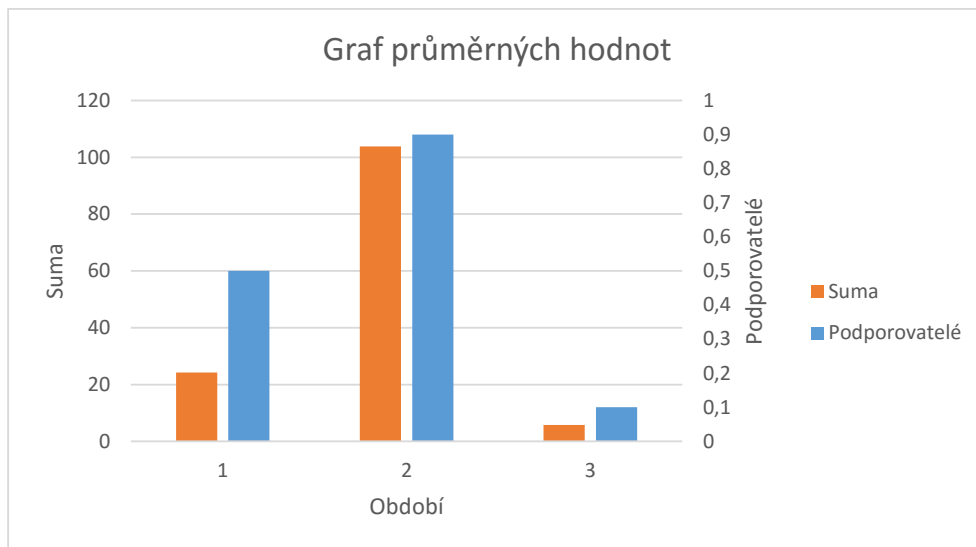


Obrázek 6.9: Vývojový graf projektu „Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhibition & Book“

jeden, který byl také úspěšně ukončený dne 2.5.2016. S každým novým projektem rostl seznam hvězd, které již autor stihl vyfotografovat. Jelikož jsou hvězdy seriálu roztroušené po celém světě, bylo potřeba dostatku financí, aby se za nimi dokázal přepravit. Dále autor peníze využil na pronajmutí fotografického studia a dalších potřeb. Vývojový graf projektu je možné vidět na obrázku 6.9.

Trvání kampaně bylo rozděleno na tři období. Nejvyšší průměrný příspěvek byl £103,8 a největší průměrný počet nových podporovatelů byl 0,9 osob. Obě hodnoty se vyskytly v druhém období trvání kampaně (od 19.2.2016 do 28.2.2016). Graf průměrných hodnot za všechna období se nachází na obrázku 6.10. Z vývojového grafu lze poznat, že tento projekt zažil jeden velký skok o více než £500. Tento skok pomohl projektu k úspěšnému dokončení, i když je z dat poznat, že ve většině dnů nikdo nepřispěl. Autor projektu a fotograf v jedné osobě přidal za dobu trvání kampaně pět aktualit, aby informoval své podporovatele, že vyfotil nové osobnosti. Je možné, že úspěch tohoto projektu stojí za tím, že už je to několikátá kampaň v řadě s touto tematikou. Je tedy možné, že někteří podporovatelé se vrátili, aby si mohli zakoupit další odměnu. Z údajů ze sekce Komunita pro jednotlivé projekty, týkající se tohoto tématu, jsem zjistila, že alespoň dva lidé podpořili dva různé projekty z této série.

Pro tento projekt byly dostupné pouze čtyři odměny. Nejoblíbenější se stala odměna za £50 a byla jí limitovaná edice knihy vytvořená ze všech dostupných fotografií, které autor nafotil. Tuto odměnu si zakoupilo celkem 10 lidí, což je většina z podporovatelů. Nejdražší odměna byla za £350 a více a šlo o získání knihy s fotografiemi a zároveň i edici podepsaných fotografií hvězd. Tuto odměnu si vybrali jen 2 lidé. Jeden člověk přispěl a nevybral si přitom žádnou odměnu. Autor vymezil tři milníky - první po dosažení £1.000,



Obrázek 6.10: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Star Trek Cast Portraits Kickstarter Exhibition & Book“

kdy fotograf do sbírky přidá čtyři nové postavy, druhý po dosažení £3.000 kdy přidá celkem dvanáct nových postav a poslední po dosažení £5.000 kdy bude schopný přidat do sbírky hvězd až dvacet pět dalších herců a hereček.

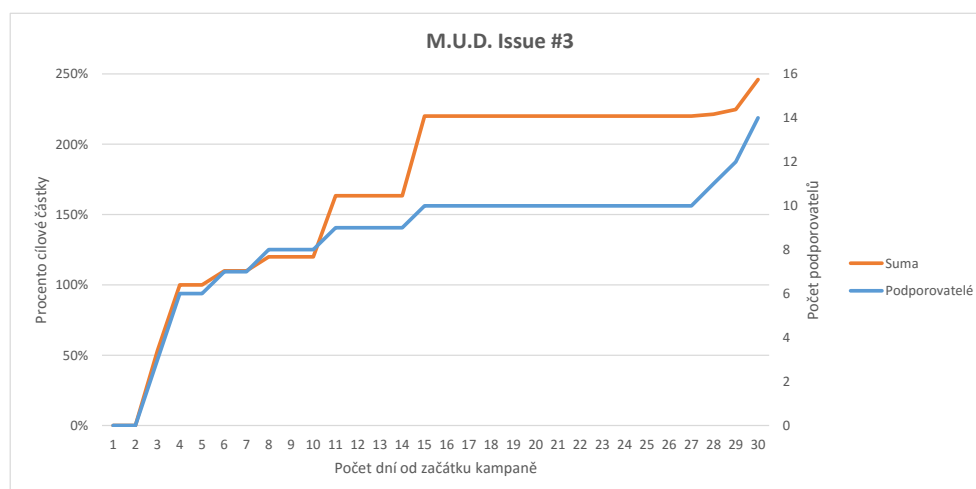
Popis projektu obsahuje základní informace o autorovi, o tom jak se dostal k nápadu na tento projekt apod. Dále autor informuje o svých milnících a dává na stránky seznam hvězd, které již stihl vyfotografovat a jsou tak součástí sbírky. Další sekci jsou sepsané všechny odměny, které jsou pro projekt dostupné, a úplně na konec zmiňuje autor, na co přesně peníze potřebuje.

Jedním z hlavních faktorů úspěchu by mohla být návaznost na předchozí projekty. Když jsem si prohlédla zobrazené podporovatele z tohoto a předchozích projektů tak alespoň dva lidé podpořili několik projektů z této série. Dále by mohlo jít o téma a zaměření projektu. Seriál Star Trek je velmi známý a tak může jít i o věc oblíbenosti a nutnost mít fotografii z tohoto photoshootu doma.

6.6 M.U.D. Issue #3

Tento projekt byl uveřejněn na stránkách portálu Kickstarter. Kampaň trvala 30 dní, od 8.1.2016 do 7.2.2016, cílová částka byla nastavena na 150 \$ a nakonec se s příspěvím patnácti lidí vybralo 374 \$. M.U.D., neboli Murdock Undead Detective, je příběh nemrtvého detektiva, který řeší případy. Jedná se už o třetí díl tohoto komiksu a druhý díl byl také financován pomocí portálu Kickstarter. Třetí pokračování tohoto příběhu, řeší některé věci z mi-

6. ANALÝZA NASBÍRANÝCH DAT

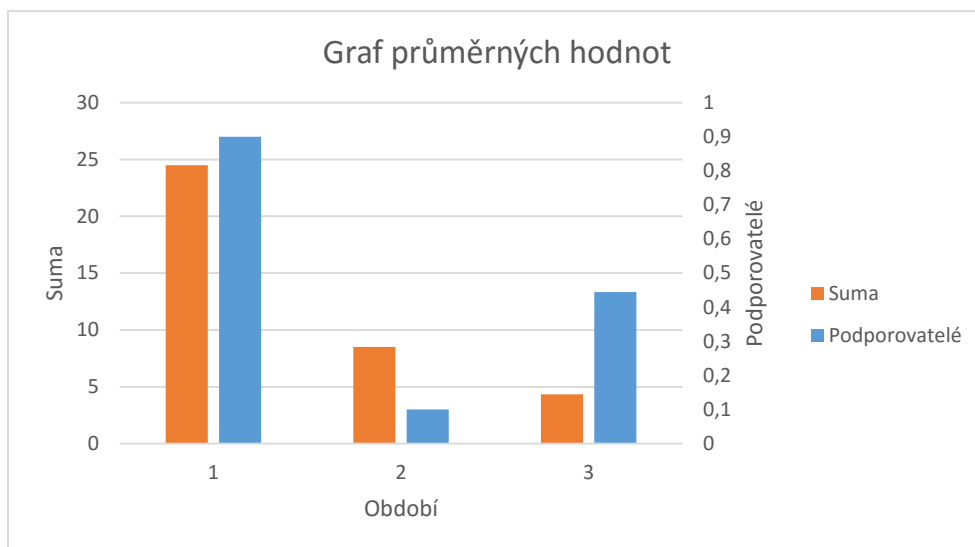


Obrázek 6.11: Vývojový graf projektu „M.U.D. Issue #3“

nulých dvou dílů, ale zároveň přidává novou zápletku. Vývojový graf projektu je k vidění na obrázku 6.11.

Trvání kampaně jsem rozdělila na 3 období, kde nejúspěšnějším bylo období první (od 8.1.2016 do 17.1.2016). Nejvyšší průměrná částka byla 24,5 \$ a největší průměrný počet nových podporovatelů byl 0,9 osob. Graf průměrných hodnot je k vidění na obrázku 6.12. Tato kampaň byla dle vývojového grafu plná skoků, jednalo se ale jen o částky, které přispěl jeden nebo dva lidé. Jelikož cílová částka byla velmi nízká, dá se předpokládat, že i kdyby každý den přispěli lidé jen částkou do deseti dolarů, měl by projekt šanci na úspěch. Autor uveřejnil jedinou aktualitu a to když oznamoval, že cílová částka byla pokořena. Důležitým faktorem je, že tento projekt navazuje na jeden předchozí a při prohlédnutí si sekce Komunita u obou projektů jsem zjistila, že minimálně dva lidé podpořili oba projekty a je velmi pravděpodobné, že by podpořili i další případné navazující projekty. Série M.U.D. má své stránky na sociální síti Facebook, kde byly zveřejňované aktuality. Také na svých osobních stránkách autor vyzval své fanoušky, aby podpořili jeho projekt na portálu Kickstarter.

Pro tento projekt bylo dostupných osm odměn. Nejoblíbenější se stala odměna za 5 \$ a více, kde se jednalo o získání digitální kopie všech tří dílů této komiksové série a zároveň podpis autora knihy. O poslední dvě odměny, od 100 \$ a od 1.500 \$, nebyl vůbec zájem. Nejdražší prodaná odměna byla za 75 \$ a jednalo se o získání všech dílů série. Autor projektu vymezil čtyři milníky pro vybrané částky. Pokud by se vybralo alespoň 300 \$, pak každý, kdo přispěl 10 \$ a více dostane ke své odměně ještě malý plakát obalu komiksu. Pro milník 450 \$ (původně 500 \$, ale v průběhu kampaně autor částky snížil) by každý, kdo přispěl 25 \$ a více, dostal podepsaný malý plakát z třetího



Obrázek 6.12: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „M.U.D. Issue #3“

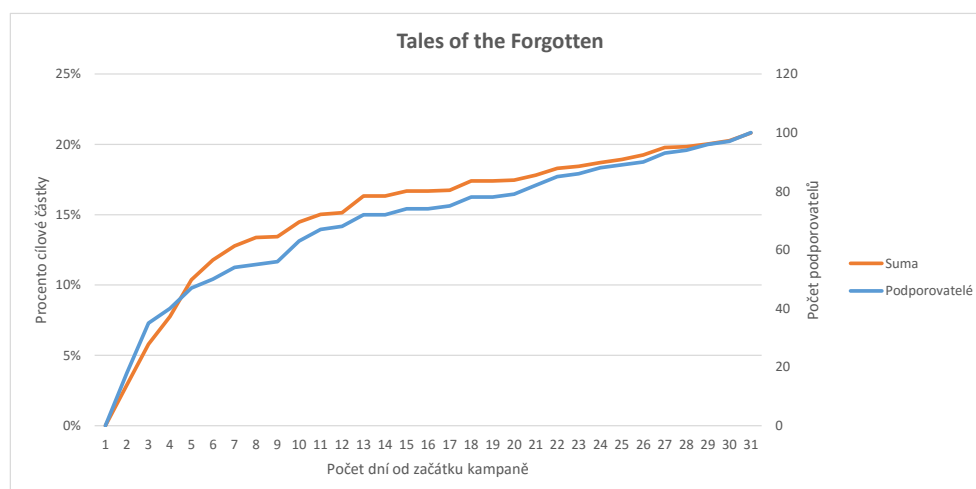
i prvního dílu. S milníkem 650 \$ (původně 700 \$) by každý podporovatel s částkou větší než 10 \$ dostal limitovanou edici obalu ke komiksu. Posledním milníkem byla částka 950 \$ (původně 1.000 \$), se kterou by každý, kdo přispěl 50 \$ a více dostal obaly všech tří komiksů a zároveň tašku se všemi díly, které autor vydal.

Popis projektu v sobě moc textu nemá a většinou jsou používány hlavně obrázky. Všechny důležité informace jsou napsány hned v záhlaví detailu, především se jedná a odkazy na ukázky prvních dvou dílů, vysvětlení co je M.U.D., a hlavně o co se jedná ve třetím dílu série. Většina dalšího popisu obsahuje převážně fotky z kreslení komiksu a také jsou tu informace o milnících, které autor v průběhu projektu pozměnil, jak již bylo zmíněno výše.

U tohoto projektu mohla hrát roli v úspěchu návaznost na předchozí vydaný díl. Autor si získal své fanoušky při financování předchozího projektu, což bylo dokázáno při ověření dat ze sekce Komunita. Velmi dobře rozdělené odměny mohly také ovlivnit úspěch.

6.7 Tales of the Forgotten

Další z projektů uveřejněných na portálu Kickstarter. Kampaň trvala 30 dní, od 10.2.2016 do 11.3.2016, cílová částka byla nastavena na 17.300 \$, ale nakonec se vybralo jen 3.600 \$ od sta podporovatelů. Jedná se o velmi zajímavý projekt. Autoři chtějí napsat knihu, která bude obsahovat různé ilustrace a v balíčku bude také přiložené CD s hudbou, která má navodit atmosféru příběhu. Je to velmi ojedinělý nápad, který ale bohužel na portálu Kickstarter

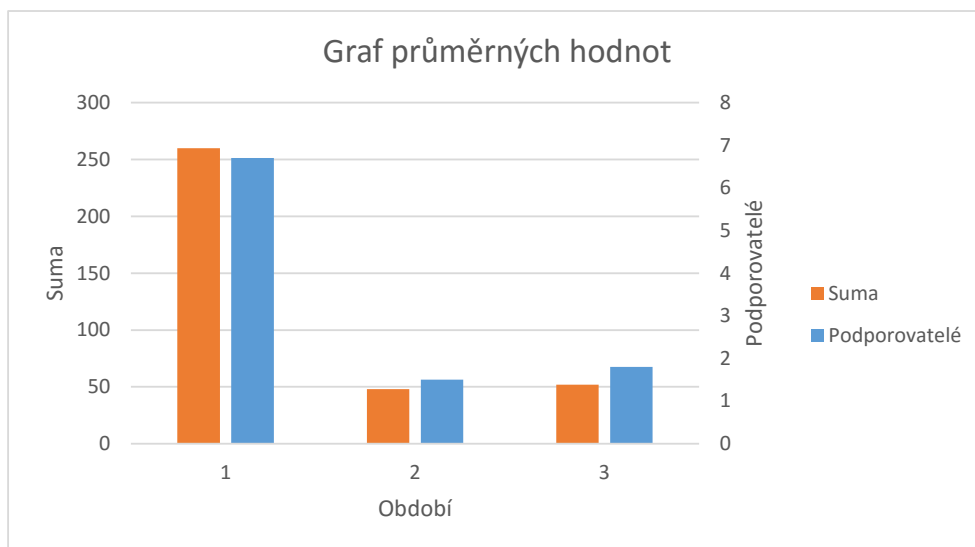


Obrázek 6.13: Vývojový graf projektu „Tales of the Forgotten“

neuspěl. Příběh se odehrává v roce 2183, kdy stroje ovládly zemi, a lidská rasa upadá. Vývojový graf je možné vidět na obrázku 6.13.

Při sledování jsem vytvořila tři období. Nejúspěšnějším obdobím, co se týká průměrného příspěvku i průměrného počtu nových podporovatelů, bylo období první (od 10.2.2016 do 19.2.2016). Průměrný příspěvek v tomto období činil 260 \$ a průměrný počet podporovatelů byl 6,7 osob. Graf průměrných hodnot je možné vidět na obrázku 6.14. Na vývojovém grafu je vidět rapidní start ve vybrané částce, příspěvku ale s postupným časem začali klesat. Kdyby autoři projektu udrželi své podporovatele motivované stejně jako na začátku projektu, byl by úspěch možný. Autoři projektu přidali celkem osm aktualit včetně poslední, kde shrnují výsledek kampaně a oznamují, co s projektem bude, když byla kampaň tak neúspěšná. Každá aktualita se týkala samotného projektu, většinou šlo o to, že za prvních několik dní bylo vybráno přes 1.000 \$ nebo nabádali své fanoušky, aby za posledních několik dní pomohli projekt dotáhnout do konce. I na sociálních sítích nebylo o poznatky k projektu nouze. Krom oficiálních stránek má projekt své stránky na sociální síti Facebook nebo Twitter a pro účely sdílení videí má kanál na stránce Youtube. Důvodem neúspěchu tak může být příliš velká cílová částka nebo malá základna fanoušků (na síti Facebook je u této stránky přes 700 lidí).

Pro podporovatele bylo dostupných celkem čtrnáct odměn. Dvanáct z nich bylo v cenové kategorii do 1.000 \$ a poslední dvě odměny byly za částku 1.500 \$, tyto dvě odměny si ale nikdo nekoupil. Nejdražší prodanou odměnou se tak stala akce, kde se podporovatel mohl dvě hodiny učít od vedoucí kreslířky projektu Beccy Hallstedt. Nejoblíbenější odměna byla za 25 \$, která obsahovala CD s hudbou a fyzickou kopii knihy, oboje atraktivně zabalené do zvláštního balíčku. Jen dva podporovatelé přispěli projektu bez toho, aby si vybrali ja-

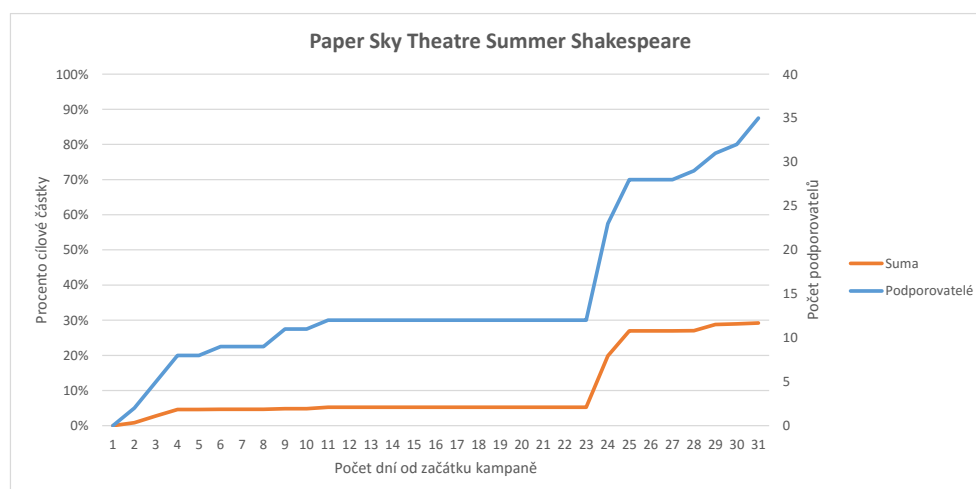


Obrázek 6.14: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Tales of the Forgotten“

koukoli odměnu. Pro projekt byly také nastaveny speciální milníky. Pokud by projekt dosáhl částky 22.115 \$ pak by album přiložené ke knize bylo natočené za pomoci dvaceti dvou orchestrálních hudebníků. Při částce 26.105 \$ by všechny vytištěné knihy měly tvrdý obal. S částkou 28.805 \$ by skladby nahrálo až čtyřicet hudebníků. Posledním milníkem byla částka 33.805 \$, kde by z knihy byla vyrobena také audiokniha přiložená ke všem balíčkům.

Detailní popis projektu vypadá ukázkově. Je zde vysvětleno, co vlastně „Tales of the Forgotten“ je, jaká je historie za tímto nápadem a projektem a je tu nastíněný i příběh, který by mohl přilákat případné zájemce o podporu. Jsou zde představeny postavy, které v příběhu vystupují, doplněné o krásné kresby nebo ukázkou lokace, kde se příběh převážně odehrává. Autoři zde představují i hudbu, kterou zatím natočili a je zde názorně ukázáno, které prvky jaká daná odměna obsahuje (CD, kniha, hodina kreslení atd.). V popisu je názorně rozložena celá částka, kterou autoři chtěli vybrat, a v jednoduchém koláčovém grafu je rozdělena mezi jednotlivé odvětví. Z grafu se dá vyčíst, že nejvyšší částku utratí za tištění knihy a kreseb, ale nejmenší částku vydají za úpravu hudby. Dále jsou zde představeny jednotlivé milníky, o kterých jsme si říkali výše a neškodí ani malé představení týmu, který se zasloužil o tento projekt.

Jediným viditelným důvodem, proč projekt neuspěl, se jeví fakt, že autoři nedokázali v časovém období dostatečně roztáhnout síť mezi svými fanoušky. Po neúspěšném dokončení kampaně se autoři rozhodli na chvíli tento projekt uložit na pomyslnou policičku, jelikož měli na starosti jiné věci, ale slíbili svým fanouškům, že se k němu vrátí.

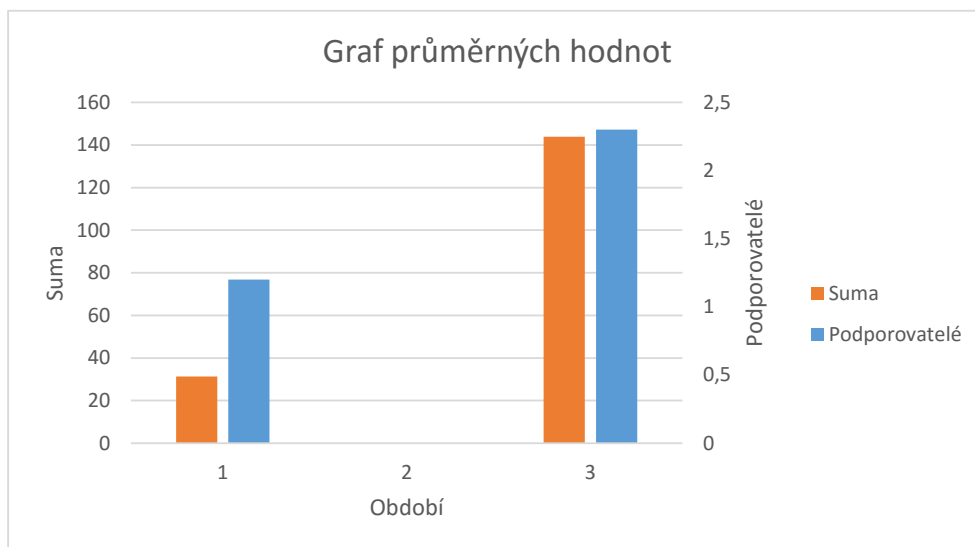


Obrázek 6.15: Vývojový graf projektu „Paper Sky Theatre Summer Shakespeare“

6.8 Paper Sky Theatre Summer Shakespeare

„Paper Sky Theatre Summer Shakespeare“ je dalším z projektů na zahraničním portálu Kickstarter. Kampaň trvala 30 dní, od 9.2.2016 do 10.3.2016, cílová částka byla nastavena na 6.000 \$, ale nakonec bylo vybráno pouhých 1.752 \$ a přispělo celkem 35 lidí. Cílem projektu je financovat letní Shakespeareovské hry v Grove City v Pennsylvanii, které měly probíhat celý měsíc. Festival měl být vhodný pro celou rodinu, obsahovat divadelní představení a večer by nastala ochutnávka vín a labužnických jídel. Vývojový graf projektu je k vidění na obrázku 6.15.

Trvání kampaně jsem rozdělila na tři období. Nejvyšší průměrný příspěvek i největší průměrný počet nových podporovatelů vznikl ve třetím období (od 1.3.2016 do 10.3.2016), průměrný příspěvek činil 143,9 \$ a průměrný počet podporovatelů byl 2,3 osob. Je důležité poznamenat, že v druhém období za celých deset dnů nikdo projektu nepřispěl a už to mohlo vypovídat o tom, že projekt bude neúspěšný. Důvodů může být několik, ale ten hlavní vidím v nedostatečné aktivitě v tomto období, ale i v ostatních. Na oficiální stránce autorů projektu na sociální síti Facebook, za dobu deseti dnů ve druhém období, nebyly vytvořeny žádné příspěvky, které by se týkaly kampaně, a obecně aktivita byla dosti malá. Za dobu trvání kampaně byla vytvořena pouze jediná aktualita a to 8 dní před koncem projektu, oznamující, že pokud někdo přispěje tak autoři projektu přispějí stejnou částkou. Určili si i tři milníky následující po dosažení cílové částky. Pokud by se vybralo 9.000 \$, tak by autoři zakoupili speciální divadelní osvětlení. Při částce 10.000 \$ by se zaplatil nájem kanceláří na celý rok dopředu a mohla by se začít plánovat druhá sezóna Shakespeareovských her. S částkou 15.000 \$ by pak krom všeho ostatního



Obrázek 6.16: Graf průměrných hodnot za jednotlivá období pro projekt „Paper Sky Theatre Summer Shakespeare“

mohli autoři zakoupit velký stan pro 100-200 lidí.

Popis projektu je trochu kratší. Říká sice ty nejdůležitější věci, ale rozhodně se nedá říct, že by uživatele lákal nějakými průvodními fotografiemi nebo videoklipy. Jediným, co by mohlo přilákat uživatele je video v záhlaví stránky, které ukazuje jen fotografie a nějaký text k tomu. V samotném textu je stručně vysvětleno, co je cílem projektu, je zde přehledně rozdělena požadovaná částka na jednotlivé potřebné odvětví, dále tu jsou popsány milníky a risky, které investice do projektu obnáší. Zajímavé je sdělení, že lidé své příspěvky mohou posílat i na poštovní adresu ve formě bankovek nebo šeků, což u kampaní, které vybírají finanční prostředky skrz crowdfundingový portál není úplně běžné.

Zjevným faktorem neúspěchu tohoto projektu je malá aktivita autorů na sociálních sítích. Dle vývojového grafu se vybraná částka na třináct dní nepohnula ze sumy 313 \$ a v následujícím dni se objevil výrazný skok. Pravděpodobný důvod skoku jsem objevila v aktualitách projektu. Autoři vyzvali své podporovatele, že pokud přispějí tak oni přispějí tu samou částku. Byl to dobrý nápad, jak trochu rozehýbat projekt, ale bohužel přišel 7 dní před koncem projektu a už toho moc nezměnil.

6.9 Shrnutí

Během analýzy několika projektů z obou stránek jsem zjistila, že projekty jejichž autoři jsou výrazně aktivnější na sociálních sítích, mají větší šanci na úspěch. Dalším faktorem také může být zapojení veřejně známých osobností do kampaně, kteří pak povědomí o projektu rozšíří mezi své fanoušky a projekt

pak získá další podporovatele. Dalším důvodem úspěšnosti může být návaznost projektu na nějaký minulý. Podporovatelé, kteří vyjádřili podporu jednomu projektu, mají tendenci podpořit i další navazující projekty. Obecně je dáno, že čím více lidí přispěje projektu, tím větší je šance úspěšnosti, jelikož tito lidé mají tendenci o projektu říct svému okolí a tím se povědomí o projektu stále rozšiřuje.

Dobrým nápadem jak „nastartovat“ projekt je vymyslet nějakou promo akci. Může to být například nápad, že v několika dnech autoři dorovnají příspěvky učiněné v tento den ze svých vlastních peněz. Tato akce se musí velmi dobře naplánovat, aby nevyšla na prázdno. Vhodné by bylo tuto akci učinit na začátku nebo zhruba uprostřed trvání kampaně.

Obecně se z výsledků analýzy dá vyvodit, že pokud má být projekt úspěšný musí si udržet velké tempo růstu vybrané částky od začátku kampaně do jejího konce nebo vybranou částku nahnat v průběhu projektu nějakými vysokými skoky ve vybrané částce.

Závěr

V rámci své bakalářské práce jsem shrnula základní principy komunitního financování a jeho druhy. Dále jsem shrnula jeho vývoj ve světě, ale i po příchodu do České republiky a v rámci tohoto shrnutí jsem i uvedla, jak úspěšný crowdfunding zatím je. Dále jsem provedla analýzu pěti nejúspěšnějších portálů provozující komunitní financování, rozebrala jejich pravidla pro projekty i platby, zhodnotila jejich vzhled a připomenula velmi úspěšné projekty každého portálu. Zhodnotila jsem dostupná řešení pro sledování projektů na známých zahraničních webech.

V praktické části jsem rozebrala vytvoření nástroje pro stahování dat a za jeho pomoci získala data o projektech ze stránky Hithit a Kickstarter. Z následné analýzy několika projektů z každého portálu jsem zjistila, že důležitým faktorem úspěchu projektů je komunita stojící za projektem. Autor v průběhu trvání kampaně musí být aktivní, starat se o projekt a stále dbát na to, aby se komunita zajímající se o jeho projekt neustále rozšiřovala. Pokud autor zanedbá svou aktivitu, může to mít za následek neúspěch celého projektu. Dále jsem zjistila, že projekty, do kterých jsou zapojeny známé mediální osobnosti, mají větší šanci na úspěch, jelikož fanoušci těchto osobností mají větší tendenci projekt podpořit. K úspěšnosti projektu také přispívá konzistence příspěvků. Pokud se projektu rychle navyšuje vybraná částka a toto tempo si udrží je velmi pravděpodobné, že bude mít úspěšný konec. Dále si svůj úspěch také může zajistit velkými skoky ve vybrané částce v průběhu kampaně, kterými je možné nahnat „zpoždění“.

Naopak faktorem neúspěchu se stává špatně zpracovaný projekt. Jedná se hlavně o detailní popis projektu, který je nepřehledný a uživatel musí strávit více času hledáním důležitých informací (na co přesně chce autor prostředky použít, rozložení ceny apod.). Dále může projektu uškodit špatné rozdělení odměn, kde chybí odměny v nižších částkách.

Z tohoto zjištění vyplývá, že pokud se někdo rozhodne pro financování svého projektu skrze crowdfunding, měl by před uveřejněním projektu strávit hodně času přípravou a důkladným promýšlením samotného nápadu a pro-

ZÁVĚR

jektu. V průběhu kampaně pak autor nesmí zapomínat na svou aktivitu, jelikož je to klíčem k úspěchu. Pokud je autor velmi aktivní, stále přidává nějaké aktuality nebo vyzývá své fanoušky na sociálních sítích, působí to na uživatele kladným dojem a ten má v projekt větší důvěru.

Literatura

- [1] Kamila Ondráčková, D. e.: Crowdfunding: Alternativní způsob financování podnikatelů. *FinExpert.cz*, Únor 2015, [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://finexpert.e15.cz/crowdfunding-alternativni-zpusob-financovani-podnikatelu>
- [2] Zonky.cz: Jak funguje půjčování. [online], [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://zonky.cz/#jak-to-funguje>
- [3] Maliosová, N.: *Crowdfunding: Nový fenomén fundraisingu v oblasti kreativní kultury*. Bakalářská práce, Vysoká škola ekonomická v Praze, 2013.
- [4] David M. Freedman, M. R. N.: A Brief History of Crowdfunding: Including Rewards, Donation, Debt, and Equity Platforms in the USA. [online], [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf>
- [5] Experiment.com: Frequently Asked Questions. [online], [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://experiment.com/faq>
- [6] Massolution: 2015 Crowdfunding Industry Report. [online], [cit. 2016-04-24].
- [7] CrowdfundingHub: Current State of Crowdfunding in Europe. [online], [cit. 2016-04-27]. Dostupné z: <http://www.crowdfundinghub.eu/the-current-state-of-crowdfunding-in-europe/>
- [8] Janouš, M.: Crowdfundingový Hithit je e-shop se zbožím, které ještě neexistuje. *Lupa.cz*, Únor 2013, [cit. 2016-04-03]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/crowdfundingovy-hithit-je-e-shop-se-zbozim-ktere-jeste-neexistuje/>
- [9] HitHit.com: Co je HitHit. [online], [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>

- [10] HitHit.com: Jak to funguje. [online], [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/howHithitWorks>
- [11] HitHit.com: Kolik to stojí? [online], [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/howMuchDoesItCost>
- [12] HitHit.com: Obchodní podmínky Hithit s.r.o. [online], [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/terms>
- [13] HitHit.com: Hithit Lab. [online], [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/hithitLab>
- [14] Hithit.com: AQUA ADS: Konec reklamní špíně. [online], [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/1992/aqua-ads-konec-reklamni-spine>
- [15] HitHit.com: Nejlepší projekty. [online], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/search/mostSuccProjects/moneyPledged>
- [16] Kütner, D.: V českém crowdfundingovém byznyse se točí již miliony korun. *E15*, Červenec 2013, [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/v-ceskem-crowdfundingovem-byznyse-se-toci-jiz-miliony-korun-1003767>
- [17] Startovač.cz: 2015 – úspěšný rok pro český crowdfunding. [online], [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/novinky/detail/1786/>
- [18] Startovač.cz: Poprvé na Startovači. [online], [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/novinky/detail/1551/>
- [19] Startovač.cz: Startovač.cz - podmínky použití. [online], [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/podminky/>
- [20] Chen, P.: Our story. [online], [cit. 2016-03-27]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/about>
- [21] Kickstarter: Kickstarter Stats. [online], [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/help/stats>
- [22] Kickstarter.com: Advanced search. [online], [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/discover/advanced?category_id=1&woe_id=23424810&sort=magic&seed=2434683&page=1
- [23] Kickstarter.com: Frequently Asked Questions: Backer Questions. [online], [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/help/faq/backer+questions>

-
- [24] Kickstarter.com: Reports from the Race Against Climate Change. [online], [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/projects/870712911/reports-from-the-race-against-climate-change/description>
- [25] Kickstarter.com: Frequently Asked Questions: Creator Questions. [online], [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/help/faq/creator+questions>
- [26] Zipkin, N.: The 10 Most Funded Kickstarter Campaigns Ever. *Entrepreneur.com*, Prosinec 2015, [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <https://www.entrepreneur.com/article/235313>
- [27] Kickstarter.com: Kingdom Come: Deliverance by Warhorse studios. [online], [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/projects/1294225970/kingdom-come-deliverance/updates>
- [28] IndieGoGo.com: Choose Launch Date and Deadline. [online], [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/205150367-Choose-Launch-Date-Deadline>
- [29] IndieGoGo.com: How It Works. [online], [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <https://www.indiegogo.com/how-it-works>
- [30] IndieGoGo.com: How much does Indiegogo cost? Fees and Pricing. [online], [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204456408>
- [31] IndieGoGo.com: Details on Fees. [online], [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/206212618>
- [32] GoFundMe.com: About Us. [online], [cit. 2016-05-06]. Dostupné z: <https://www.gofundme.com/pricing>
- [33] GoFundMe.com: Common Questions. [online], [cit. 2016-05-06]. Dostupné z: <https://www.gofundme.com/questions/>
- [34] GoFundMe.com: Pricing and Fees. [online], [cit. 2016-05-06]. Dostupné z: <https://www.gofundme.com/pricing>
- [35] Kicktraq.com: About Us - Kicktraq. [online], [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.kicktraq.com/about/>
- [36] Kicktraq.com: Star Traders. [online], [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.kicktraq.com/projects/239709734/star-traders/>
- [37] IEEE, T.; Group, T. O.: Specifikace programu Cron. [online], [cit. 2016-05-01]. Dostupné z: <http://pubs.opengroup.org/onlinepubs/009695399/utilities/crontab.html>

LITERATURA

- [38] Hithit.com: Hithit - Vystřel Nefňuku do světa. [online], [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/1731/vystrel-nefnuku-do-sveta>
- [39] MuzeumMedoviny.cz: Sbíрка pro Muzeum medoviny. [online], [cit. 2016-05-09]. Dostupné z: <http://www.muzeummedoviny.cz/sbirka>

Seznam použitých zkratk

PR Public Relations

Obsah přiloženého CD

	readme.txt.....	stručný popis obsahu CD
	exe	adresář se spustitelnou formou implementace
	src	
	thesis	zdrojová forma práce ve formátu L ^A T _E X
	text	text práce
	thesis.pdf	text práce ve formátu PDF
	zadani.pdf	zadání práce ve formátu PDF