



INOVATÍVNY PRÍSTUP FINANCOVANIA INOVÁCIÍ - CROWDFUNDING

INNOVATIVE METHOD FINANCING OF INNOVATION - CROWDFUNDING

Erika LOUČANOVÁ – Katarína REPKOVÁ-ŠTOFKOVÁ

Abstract: The work titled Crowdfunding as an innovative method of collaborating on projects is focused on an innovative source of funding for innovative projects. The aim this paper is deals with financing of innovation on the largest crowdfunding platform with regard to the use of this method of project support and the number of contributions to innovative projects in European countries.

Abstrakt: *Príspevok sa zaoberá problematikou crowdfundingu ako inovatívnej formy spolupráce na projektoch a inovatívneho spôsobu financovania inovatívnych projektov. Cieľom tohto dokumentu je zaoberať sa financovaním inovácií na najväčšej platforme crowdfundingu s ohľadom na využitie tejto metódy podpory projektov a počtu príspevkov na inovatívne projekty v európskych krajinách.*

Keywords: innovation, retro-innovation, marketing, mafia marketing.

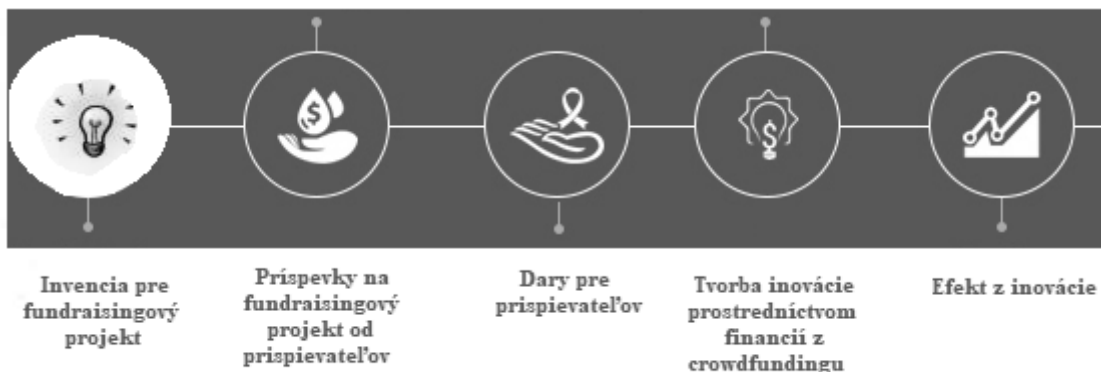
Kľúčové slová: *inovácie, retro-inovácie, marketing, mafia marketing.*

Úvod

Inovovanie je už dávny predpokladom pre udržanie sa na trhu, zlepšovanie svojej pozície, či dokonca je to aj otázkou samotného prežitia. Inovácie sú ďalekohľadom do budúcnosti, pričom by sa ale jeho obraz mal okamžite premietat' do súčasnosti.

Okrem klasických zdrojov financovania inováčných aktivít, podnikateľské subjekty využívajú aj iné možnosti financovania. Je potrebné, aby sa firmy či jednotlivci zaujímali o všetky dostupné formy financovania, ktoré môžu reálne získať na financovanie svojich potrieb, podnikateľských zámerov či projektov. Jedným spôsobom financovania takýchto inováčných aktivít je využívanie inovatívnej formy financovania – crowdfundingu. Crowdfunding predstavuje jedno z riešení, ktoré umožní získať potrebné finančné prostriedky na realizáciu inovatívnych nápadov a projektov. Pojem crowdfunding sa skladá z anglických slov „crowd“ (dav) a „funding“ (financovanie). (Stroková-Bieliková, 2014). Voľne teda môžeme preložiť crowdfunding ako financovanie davom. Stroková spolu s Bielikovou tvrdia, že patrí medzi novovznikajúce inovatívne formy financovania, ktoré spájajú priamo tých, ktorí majú dostatok finančných prostriedkov a majú záujem požičať alebo majú záujem investovať s tými, ktorí ich potrebujú na financovanie svojich podnikateľských nápadov. Crowdfunding slúži na financovanie rôznych projektov, od umeleckých diel cez verejné projekty až po rôzne podnikateľské zámery (Stroková-Bieliková, 2014).

Crowdfunding sa stal nový, populárny a inovatívny spôsob financovania na celom svete, ako uvádza Zhou (2016). Preto crowdfundingové platformy a ich zástancovia sa snažia prilákať nových účastníkov inovatívnych projektov ako aj nových návštevníkov a prispievateľov na inovácie financované crowdfundingom (obrázok 1). Rovnako sa im snažia vysvetliť a pochopiť zámer tohto financovania, čo je obzvlášť dôležité pri zvyšovaní úspešnosti fundraisingových projektov (fundraisingový projektov je projekt na získavanie finančných prostriedkov).



Obrázok 1 Tvorba inovácie prostredníctvom fundraisingového projektu

Zdroj: podľa LaTrina, 2016 – upravené

Crowdfunding spája priamo tých ľudí, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky, ktoré chcú buď požičať alebo investovať tým, ktorí potrebujú tieto finančné prostriedky na financovanie konkrétneho projektu inovácií. Crowdfundingové kampane sú charakteristické tým, že sa zbierajú menšie príspevky od veľkého počtu osôb a väčšinou prostredníctvom internetu alebo sociálnych sietí. Prostredníctvom crowdfundingu je možné financovať rôzne druhy projektov (napr. umelecké diela, verejné projekty, inovácie a pod.). Osoba s nápadom na projekt ktorá pripravila crowdfundingovú kampaň je vlastníkom projektu a osoby, ktoré prispievajú na realizovanie projektu nazývame prispievatelia.

- Crowdfunding sa klasifikuje na 6 základných modelov:
- *Crowdfunding založený na darcovskej báze.*
- *Crowdfunding založený na odmeňovaní.*
- *Predpredaj produktov.*
- *Crowdfunding založený na podiele na zisku.*
- *Pôžičkový model crowdfundingu.*
- *Cenné papiere (akcie a dlhopisy)* (Loučanová - Kalamárová, 2015; SBA, 2015).

Metodika

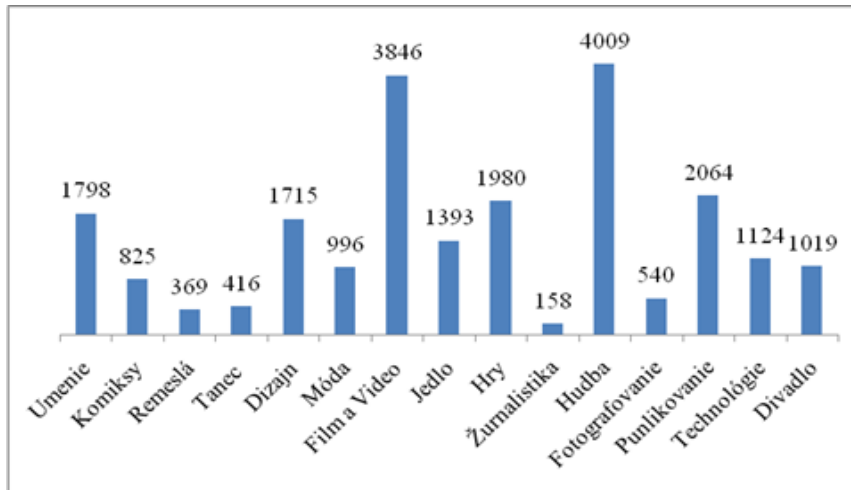
Primárnou metódou výskumu bola analýza crowdfundingovej platformy Kickstarter, z pohľadu skúmania údajov o množstve finančných prostriedkov získaných crowdfundingom na inovácie v rámci krajín Európy. Prostredníctvom analýzy bude skúmaný stav rozoberať jednotlivé prvky z rôznych pohľadov. Konkrétne budeme prostredníctvom vzťahovej analýzy určovať vzťahy medzi javmi indexami, t.j. analyzovať vzťah porovnávaného predmetu k iným predmetom. Následne prostredníctvom metódy dedukcie zhrnieme logické závery zanalyzovaných poznatkov o crowdfundingu v rámci skúmaných krajín Európy.

Výsledky a diskusia

Kickstarter je najznámejší a veľmi úspešný spôsob rozvíjania nápadov, myšlienok, ktoré vedú až k zrodu inovácií. Preto ďalšie analýzy sú orientované práve na analýzu crowdfundingového financovania inovácií na tejto najväčšej crowdfundingovej platforme. Z pohľadu zamerania týchto inovácií dominovala kategória hudba, film a video a na treťom mieste sa umiestnila kategória publikovanie. Najnižší počet projektov bol v kategórii žurnalistika, možno preto, že



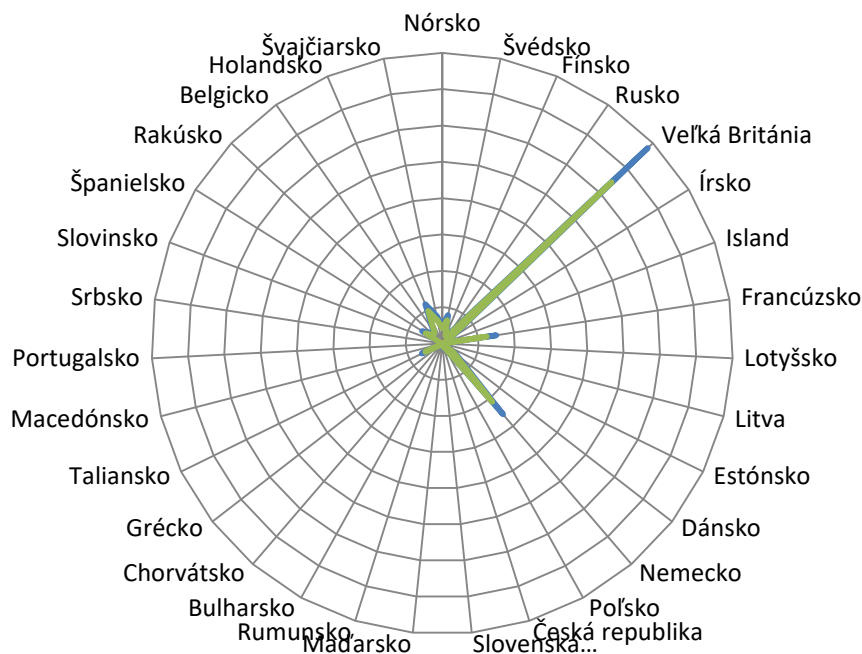
je z týchto kategórií najmenej atraktívny a sú oblasti, ktoré je potreba viac financovať prostredníctvom inovatívnej formy financovania, kde sa menia neustále technické, technologické podmienky, vid'. príklad dominujúcich kategórií hudba, film a video, publikovanie.



Obrázok 2 Počet projektov podľa druhu kategórií

Zdroj: Kickstarter, 2017, Loučanová – Lamperová, 2017.

Obrázok 3 prezentuje množstvo vyzbieraných finančných prostriedkov na inovácie prostredníctvom crowdfundingu, kde ako jednoznačným lídrom je Veľká Británia a následne Nemecko.



Obrázok 3 Množstvo vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty v krajinách Európy

Zdroj: Loučanová – Lamperová, 2017.

Veľká Británia má najviac prispievateľov na inovatívne projekty, ktoré sú financované crowdfundingom, celkovo ich má niečo cez 260 000. Tak isto má aj najviac vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty ale má najnižší priemerný príspevok na obyvateľa



a taktiež má menej finančných prostriedkov na inovácie oproti iným krajinám v kategóriách z tohto pohľadu ale teda predstavuje zaujímavú krajinu pre investorov z pohľadu crowdfundingu do inovatívnych projektov.

Nemecko má takmer o 200 000 menej prispievateľov na projekty oproti Veľkej Británii, tak isto má aj menšie množstvo vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty ale oproti Veľkej Británii má vyšší priemerný príspevok obyvateľa zhruba o 45 eur viac na jedného obyvateľa a aj množstvo vynaložených prostriedkov na inovácie má vyššie skoro o 13 000 000 eur oproti spomínanej Veľkej Británii.

Počet prispievateľov vo Francúzsku je okolo 41 000. Je to o 220 000 menej prispievateľov ako vo Veľkej Británii a len o 20 000 menej ako v Nemecku. Čo je však zaujímavé má vyšší priemerný príspevok jedného obyvateľa oproti Veľkej Británii, takmer o 26 eur viac na jedného obyvateľa a aj množstvo vynaložených prostriedkov na inovácie má vyššie skoro o 1 500 000 eur oproti spomínanej Veľkej Británii.

Holandsko je malou krajinou ale pre jeho vysokú životnú úroveň, vysoké minimálne mzdy sa dostalo do 3. kategórie spolu s Francúzskom. So svojimi skoro 29 000 prispievateľmi má takú istú výšku priemerného príspevku na obyvateľa ako Nemecko, t.j. okolo 167 eur/na obyvateľa, dôvodom môže byť už spomínaná vyššia životná úroveň ako aj samotné príjmy v tejto krajine. Aj keď množstvo vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty je tu najnižšie z týchto prvých dvoch kategórií. Zaujímavosťou je, že v Holandsku množstvo vynaložených prostriedkov na inovácie sa rovná množstvu vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty, ktoré sú financované inovatívnou formou financovania – crowdfundingom.

Naše odporúčanie pre Slovenskú republiku je viac využívať túto inovatívnu formu financovania – crowdfunding. Pretože crowdfunding patrí medzi novo vznikajúce inovatívne formy financovania. Spája priamo tých ľudí, ktorí majú k dispozícii finančné prostriedky, ktoré chcú buď požičať alebo investovať tým, ktorí potrebujú tieto finančné prostriedky na financovanie konkrétneho projektu inovácií (SBA, 2015).

Na Slovensku v roku 2014 bolo množstvo vyzbieraných finančných prostriedkov na projekty, ktoré boli financované crowdfundingom na úrovni niečo cez 203 000 eur a počet prispievateľov bol na úrovni len 1 540. Je to veľmi malý počet prispievateľov ak berieme do úvahy že Slovensko má viac ako 5 400 000 obyvateľov. Avšak počet prispievateľov v súčasnosti môže byť na vyššej úrovni pretože, v roku 2015 vznikla crowdfundingová platforma – Marmeláda. Ako sme spomínali v kapitole o súčasnom stave problematiky doma a vo svete najúspešnejší projekt marmelády sa považuje Hokejové mestečko 2015, kde hlavným cieľom bolo naplniť košický amfiteáter tak aby bol najväčšou hokejovou arénou pod holím nebom na Slovensku.

Myslíme si, že firmy alebo jednotlivci na Slovensku sa boja financovať projekt prostredníctvom crowdfundingu pretože v prvom rade nevedia o tom, že je možnosť financovania týmto zdrojom. Možnosť financovania projektov na inovácie prostredníctvom crowdfundingu je nový, inovatívny spôsob financovania založený na princípe spolupráce, ktorý sa do povedomia Slovákov ešte nedostal v takej miere ako v ostatných krajinách Európy. Príčinou nevyužívania tejto inovatívnej formy financovania môžu byť aj nevýhody, ktoré crowdfunding má, hlavnou nevýhodou tejto inovatívnej formy financovania je limitovaný objem peňazí, ktoré je možné týmto zdrojom financovania získať a taktiež strach zo straty dôvery a riziko krádeže alebo realizácie nápadu. Na druhej strane táto inovatívna forma financovania ponúka aj výhody, ako napríklad flexibilita a rýchlosť získania



finančných prostriedkov, rýchla spätná väzba, možnosť väčšieho zapojenia sa do projektu a pomáha v posudzovaní verejného vkusu.

Podľa Massolution (2015) sa celosvetovo získavanie finančných prostriedkov crowdfundingom v roku 2015 zdvojnásobil na 34,4 miliard amerických dolárov. Čo je ale pozoruhodné miera úspešnosti crowdfundingových projektov na väčšine platformách je nižšia ako 50%.

Avšak napriek tomu, že crowdfunding je inovatívny a v trende sa rovnako stretáva s prekážkami, ako znepokojenie prispievateľov či kvalita inovácie z projektu bude odpovedať popisu a či vôbec bude realizovaná a dodaná včas, porušenie patentov, či celý projekt nie je podvod – teda dôvera prispievateľov v projekt.

Napriek tomu, že zadávatelia a neskôr realizátori fundraisingových projektov sa snažia realizovať a naplniť tak cieľ svojho projektu, Mollick (2014) uvádza že viac ako 75 % zo všetkých má omeškanie. Preto je nevyhnutné realizovať fundraisingový projekt tak aby sa zvyšovala jeho dôvera a znížilo sa riziko pre prispievateľov.

Na základe viacerých štúdií (MacMillan a kol., 2005; Morgan a Hunt, 1994; Lambert a Schwienbacher, 2010) dôvera prispievateľov sa zvyšuje zapájaním ich do projektu v rámci otvoreného inovačného systému pre tvorbu invencie, ak sa domnievajú že ich očakávaný prínos bude vyšší ako potenciálne náklady. Okrem toho však prispievatelia sa rozhodujú aj na základe svojich pocitov a sympatií a preto je dôležitá motivácia prispievateľov cez sociálne médiá a Liu a kol. (2016) zistili, že nehmotné ovplyvňovanie prispievateľov zohráva väčšiu úlohu pri ovplyvňovaní prispievateľov finančne. Toto je ovplyvnené aj skutočnosťou, ako popisuje vo svojej štúdii Zheng a kol. (2014), ktorí zistili že prispievatelia podporujú fundraisingové projekty spadajúce medzi ich osobné záujmy, čiže ak fundraisingový projekt je veľmi populárny medzi verejnosťou, z pohľadu záujmových skupín, tak sa zvyšuje pravdepodobnosť veľkej účasti prispievateľov na tomto projekte.

Záver

Z uvedeného vyplýva, že crowdfunding je novovznikajúca forma financovania, ktorá sa stále len dostáva do povedomia celého sveta. Kým v iných častiach sveta ju využívajú na vysokej úrovni v niektorých krajinách Európy je len v štádiu poznávania. Lídrom vo využívaní crowdfundingu spomedzi krajín Európy je Veľká Británia. Možno povedať že za sledované obdobie sa na území Slovenskej republiky vyzbierali finančné prostriedky na projekty v celkovej výške 203 361 eur. Priemerná výška príspevku na obyvateľa predstavovala v roku 2014 132,05 eur na obyvateľa a celkový počet prispievateľov v tomto roku bol na úrovni 1 540 prispievateľov. Uvedené zistenia naznačujú že slovenský inovatívci crowdfunding spoznávajú a nevyužívajú vo významnej miere.

Použitá literatúra

- [1] BALÍK, P. a kol. 2015. Startup 4 Dummies. Bratislava: Digitalvisions, spol s.r.o., 2015. 152 s. ISBN 978-80-971112-3-6.
- [2] EUROSTAT, 2017. [online]EUROSTAT, 2017.[cit. 25.02.2017] Dostupné na internete: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
- [3] KICKSTARTER, 2016. [online] KICKSTARTER, 2016. [cit. 07.11.2016] Dostupné na internete: <https://www.kickstarter.com/about?ref=nav>
- [4] KICKSTARTER, 2017. [online] KICKSTARTER, 2017. [cit. 09.01.2017] Dostupné na internete: <https://www.kickstarter.com/year/2014/data>



- [5] LAMPEROVÁ, N. - LOUČANOVÁ, E. 2017. Crowdfunding ako inovatívny prístup financovania inováčných projektov. In ŠVOČ 58 : 58th international student's scientific conference. - Zvolen : Technical University in Zvolen, 2017. ISBN 978-80-228-2961-8, s. 234-248.
- [6] LATRINA, S. 2016. Fund raisings cript. [online]. Crowdfunding Software. [cit. 30.11.2018] Dostupné na internete: <https://www.fundraisingscript.com/>
- [7] LOUČANOVÁ, E. – KALAMÁROVÁ, M. 2015. Projektový manažment a manažment inovácií. Zvolen : Vydavateľstvo TU, 2015. 134 s. ISBN 978-80-228-2784-3.
- [8] LOUČANOVÁ, E. 2017. Crowdfunding ako inovatívna forma financovania inováčných fundraisingových projektov. In Posterus.sk : portál pre odborné publikovanie. ISSN 1338-0087, 2017, roč. 10, č. 3, [4] s.
- [9] LOUČANOVÁ, E. 2017. Inovatívna forma financovania - crowdfunding. In Ekonomické spektrum : scientific on-line journal about economy and economics [elektronický zdroj]. ISSN 1336-9105, 2017, vol. 12, no. 1, p. 27-34 [online]. VEGA 1/0473/16 ; VEGA 1/0756/16. Dostupné na internete: <<http://www.spektrum.caesar.sk/?Vydanie%2FIssue>>.
- [10] LOUČANOVÁ, E., LAMPEROVÁ, N. 2017. Databáza údajov a popis podľa crowdfundingovej platformy Kikstarter za rok 2014. Zvolen: TU Zvolen, 2017.
- [11] SBA Agency, 2015. [online] SBA, 2015. [cit. 07.11.2016] Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/crowdfunding-ked-potrebuje-peniaze-pre-biznis#.WCBriSukvE>
- [12] STRAKA M. 2013. Logistika distribúcie, Ako efektívne dostať výrobok na trh, 1. vyd., Bratislava, EPOS 2013, 400 s., ISBN 978-80-562-0015-5.
- [13] STROKOVÁ, Z. – BIELIKOVÁ, T. 2014. . [online] TVP.ZCU.CZ, 2014. [cit. 01.04.2017] CROWDFUNDING: NOVÝ TREND VO FINANCOVANÍ. Dostupné na internete: https://www.tvp.zcu.cz/cd/2014/PDF_sbormik/strikova_bielikova.pdf
- [14] ŠTOFKOVÁ, K. 2013. Konkurencieschopnosť podnikov v podmienkach európskej integrácie a globalizácie. In: Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod [elektronický zdroj] : elektronický vedecký časopis zameraný na problematiku poštových a telekomunikačných podnikov a oblasť elektronického obchodovania. - ISSN 1336-8281. - 2013. - Roč. 8, č. 1 (2013), online, s. 71-74
- [15] ŠTOFKOVÁ, K. 2013. Sieťové podnikanie. In Manažment a sieťové podnikanie vo vedomostnej ekonomike. Žilina: Žilinská univerzita, 2013, ISBN 978-80-554-0804-0, s. 25-60.
- [16] VRÁBLIKOVÁ, M. 2017. The business performance measurement as a tool of creation of the innovative intentions. Poprad, Popradské ekonomické a manažérske fórum, 2017.
- [17] VRÁBLIKOVÁ, M., LOUČANOVÁ, E. 2017. Aplikácia benchmarkingu vo vybranom drevospracujúcom podniku. In Ekonomické spektrum, č. 2, 2017. ISSN 1336-9105.

Kontakt

Ing. Erika Loučanová, PhD., e-mail: loucanova@tuzvo.sk

Technická univerzita vo Zvolene

Drevárska fakulta, Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva

T. G. Masaryka 24, 960 53 Zvolen, Slovensko

doc. Ing. Katarína Štofková, PhD.

Žilinská univerzita v Žiline, FPEDAS, Katedra spojov

Univerzitná 8215/1, 010 26 Žilina

e-mail: katarina.repkova@fpedas.uniza.sk