

Skupno financiranje u Hrvatskoj IT industriji

Rojić, Natali

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:620183>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-08**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

SKUPNO FINANCIRANJE U HRVATSKOJ IT INDUSTRIJI

Mentor:

Prof.dr.sc. Mario Pečarić

Studentica:

Natali Rogić

Split, kolovoz 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Natali Rogić _____,

(ime i prezime)

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 16. 08. 2023. godine

Vlastoručni potpis : 

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Problem istraživanja.....	1
1.2. Predmet istraživanja	2
1.3. Ciljevi istraživanja	2
1.4. Istraživačke hipoteze	3
1.5. Metode istraživanja.....	4
1.6. Doprinos istraživanja.....	5
1.7. Sadržaj diplomskog rada.....	5
2. SKUPNO FINANCIRANJE.....	6
2.1. Pojam skupnog financiranja.....	6
2.2. Osnovna obilježja skupnog financiranja	7
2.3. Povijest skupnog financiranja	8
2.4. Modeli skupnog financiranja	9
2.5. Vrste skupnog financiranja	11
2.6. Prednosti skupnog financiranja.....	14
2.7. Nedostaci skupnog financiranja	15
2.8. Primjeri skupnog financiranja	17
3. PLATFORME ZA SKUPNO FINANCIRANJE.....	19
3.1. Općenito o platformama za skupno financiranje	19
3.2. Najpoznatije platforme za skupno financiranje.....	23
4. SKUPNO FINANCIRANJE: PRIMJER HRVATSKIH IT PODUZEĆA	27
4.1. Ciljevi i metode istraživanja	28
4.2. Analiza rezultata anketnog upitnika.....	28
4.3. Testiranje postavljenih hipoteza	38

4.4. Ograničenja istraživanja	42
5. ZAKLJUČAK	44
LITERATURA.....	46
SAŽETAK	50
SUMMARY	51
POPIS TABLICA.....	52
POPIS GRAFIKONA	53
POPIS PRILOGA	54

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Obzirom da se radi o razmjerno novom pojmu, još uvijek ima razlika između definicija skupnog financiranja, ali u slučaju njihova uspoređivanja možemo uočiti da one imaju uzajamnu vezu – naime, riječ je o apelu javnosti i to najčešće putem internetske platforme u cilju prikupljanja novčanih sredstava za određeni projekt.

U današnje vrijeme poduzetnici su primorani kontinuirano tragati za financijskim sredstvima koja su prijeko potrebna za realizaciju projekata ili općenito za očuvanje rezultata vlastitog poslovanja. Unatoč kvaliteti projekta, neće doći do realizacije istog ako poduzetnici ne raspolažu s dovoljnim financijskim sredstvima za realizaciju istog. Jedan od mnogih načina za prikupljanje financija u zadnjem desetljeću postalo je skupno financiranje. Ovo je novi oblik pribavljanja sredstava u svrhu realizacije ideja poslovanja za koje klasične tradicionalne financijske institucije uglavnom nemaju sluha.

Belleflamme navodi da je skupno financiranje otvoren apel publici, najčešće putem internetske platforme, u svrhu jamstva financiranja ili kroz donacije i/ili razmjenu za određeni oblik nagrade da bi se iskazala podrška nekim specifičnim aktivnostima (Belleflamme, Lambert, Schwienbacher, 2013).

Scott Steinberg u djelu "The Crowdfunding Bible" ističe kako skupni oblik financiranja prezentira projekt u kojem će se od javnosti tražiti dobrotvorni prilozima koji će služiti poput početnog kapitala za inovativne poslovne poteze (Steinberg, 2012).

Schwienbacher i Larralde definiraju skupno financiranje otvorenim apelom za pribavljanje financijskih sredstava putem internetske platforme, kroz oblik donacija ili u zamjeni za neki oblik nagrade i pravo glasa da bi se iskazala podrška posebnim pothvatima sa specijalnim ciljem (Schwienbacher, Larralde, 2010).

U vrijeme svjetske financijske krize koja se dogodila 2008. godine, skupno financiranje se javlja kao pojam na globalnoj razini. Glavni razlozi dinamičnog rasta skupnog financiranja su :

1. Tijekom svjetske financijske krize bio je otežan izravan pristup investitora bankovnom financiranju (npr. korištenje bankarskog kredita), dok su novčana sredstva obitelji i poznanika (poslovni anđeli) bila nedovoljna te je dolazilo do reduciranja raspoloživog kapitala koji je raspoloživ na tržištu kapitala.
2. U vrijeme krize dolazi do stvaranja tzv. world wide web 2.0 koji uvelike pridonosi razvitku socijalne mreže. Skupno financiranje u ovom svijetu je u neprekidnom rastu, a u Republici Hrvatskoj dobiva važniju funkciju u zadnjih nekoliko godina. Kao uspješan primjer može

se navesti Republiku Sloveniju u kojoj je u vremenu od 2012. do 2016. godine sakupljeno 80% potrebnih novčanih sredstava za financiranje 2200 kampanja. 2017. godine u Republici Hrvatskoj je ovim oblikom financirano 78 kampanja, a njih 26 se smatralo uspješnima te je skupljeno približno 15 milijuna kuna. Radi uspoređivanja, 2016. godine u Republici Hrvatskoj je putem skupnog financiranja skupljeno približno 2,3 milijuna kuna. Zagreb Crowdfunding konvencija uvelike je pridonijela popularizaciji fenomena skupnog financiranja (CEPOR, 2019) (Đurđenić, 2017).

Temeljem sažetog prikaza pojma skupnog financiranja, možemo pretpostaviti da je riječ o relativno novom, ali sve zastupljenijem izvoru financiranja u Hrvatskoj,. **Problem istraživanja u ovom radu predstavlja analiza upotrebe skupnog financiranja u Hrvatskoj u IT industriji te intenzitet i obilježja njegovog korištenja.** Naime, uzimajući u obzir značaj IT sektora za rast i razvitak gospodarstva s jedne strane, te obilježja poduzeća u ovom sektoru, koji su uglavnom start up-ovi bez imovine i povijesti financiranja, čini se opravdanim i znanstveno zanimljivim.

Na provođenje istraživanja potaklo je promišljanje o tome u kolikoj mjeri su poduzeća u okviru IT industrije svjesna važnosti korištenja skupnog financiranja u postojećoj financijskoj strukturi.

1.2. Predmet istraživanja

Ovim radom teorijski će biti istražen značaj korištenja skupnog financiranja u IT industriji pregledom dostupne literature. Kroz empirijski dio rada, analizom anketnog upitnika će se testirati postavljene hipoteze, kao i generirati zaključak o utjecaju skupnog financiranja na poslovanje IT tvrtki u RH. Drugim riječima, **predmet ovog istraživanja je analiza postojećeg položaja skupnog financiranja te istraživanje utjecaja istih na poslovanje kroz odabranih IT tvrtki na području Republike Hrvatske.**

1.3. Ciljevi istraživanja

Nakon identifikacija kategorija kao što je predmet i problem istraživanja, potrebno je definirati ciljeve istraživanja. Ciljevi istraživanja se dijele na temeljni ili glavni cilj istraživanja te na pomoćne ciljeve istraživanja.

Temeljni cilj istraživanja je analizirati značaj skupnog financiranja na primjeru uzorka IT poduzeća u RH putem statističke obrade anketnog upitnika.

Pomoćni ciljevi istraživanja su:

- Na temelju dostupne literature definirati pojma skupnog financiranja
- Dati pregled i ocjenu postojećih relevantnih istraživanja ovakve vrste u inozemstvu i Hrvatskoj
- Istražiti metodološke pristupe istraživanja ove tematike

Cilj je na temelju prikupljenih odgovora provedbom ankete od strane odgovornih zaposlenika za financiranje u IT poduzećima u RH i uz potporu recentne i relevantne domaće i strane literature, generirati zaključak koriste li se poduzeća u IT industriji modelom skupnog financiranja, te u kolikoj mjeri su upoznati s koristima koje im donosi takav oblik financiranja.

1.4. Istraživačke hipoteze

Temeljem definiranog predmeta te problema i postavljenih ishoda ispitivanja, istraživačke hipoteze koje će se postaviti te poslije izvršenog ispitivanja potvrditi ili odbiti su:

H1: Skupno financiranje je u IT poduzećima u Hrvatskoj nedovoljno prepoznato kao alternativni oblik financiranja jer poduzetnici/ menadžeri nisu dovoljno upoznati s korištenjem istog.

Alternativni izvori financiranja u koja spadaju fondovi rizičnog kapitala i poslovni anđeli su smanjili svoj udio u investicijama zbog strogih uvjeta za vrijeme svjetske financijske krize u 2008.godini. Kao moguće rješenje, u tom trenu se pojavilo skupno financiranje čiji je dinamični rast proizašlo iz formiranja tzv. world wide web-a 2.0 koji je pridonio razvitku socijalnih mreža, odnosno medija. Iz godine u godinu raste iznos sredstava koji je prikupljen kroz skupno financiranje. (Đurđenić, 2017).

S obzirom na povećanje upotrebe skupnog financiranja, moglo bi se zaključiti da su IT poduzeća dovoljno informirana o skupnom financiranju u RH. Stvarna razina upoznatosti s ovim oblikom financiranja te njegova prepoznatljivost kao alternativnog izvora financiranja, detaljnije će biti istraženi kroz empirijsko istraživanje.

H2: Skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj.

Skupno financiranje predstavlja kapacitet da bude dugoročni izvor za financiranje sa svrhom promoviranja najprije srednjih i malih poduzetnika za nove europske projekte. Sve navedeno je

navelo Europsku komisiju da naglasi skupno financiranje poput jedne od najvažnijih stavki u razvitku europskog gospodarstva u budućim vremenima (Europska Unija, 2022).

H3: Ne postoji jasno definiran zakonski okvir za skupno financiranje u IT poduzećima u Hrvatskoj.

Tijekom listopada 2020. godine u sklopu Europskog parlamenta odobrena je Uredba o skupnom financiranju (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2022). Prije donošenja ove odredbe, na području Europske unije nacionalna pravila o skupnom financiranju nisu bila cjelovita, što je obeshrabrivalo investiranje u projekte članica drugih država i osiguravanje prekograničnog skupnog financiranja te je stvaralo pravnu nesigurnost. Sukladno izvještaju Komisije iz 2015. skupni su se oblici financiranja provodili unutar država članica, odnosno EU28 tijekom 2013. i 2014. godine, prilikom čega je skupljeno cjelokupno 2,3 milijarde eura za 206 908 projekata. U pogledu prekograničnih projekata pribavljeno je nešto više od 8,5% od ukupno pribavljenih sredstava u 2013. godini te 7,3% tijekom 2014. godine (Europski parlament, 2022). Uredba skupnog financiranja pruža jamči lako i efikasno davanje usluga na čitavom specifičnom europskom tržištu, a usredotočuje se prema ponuđačima usluga skupnih oblika financiranja baziranih na stjecanju vlasništva nad udjelima u tvrtkama te pozajmljivanju sredstava. Svi navedeni propisi su dio projekta Unije tržišta kapitala kojemu je svrha pojednostaviti pristup novijim izvorima financiranja. Također, odredbom stvara se potencijal za djelovanje prekograničnih baza skupnog financiranja, a samim tim pribavljanje kapitala od povećanog broja izvora odnosno investitora (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2022).

1.5. Metode istraživanja

Prilikom definiranja pojmova te karakteristika skupnog financiranja kao financijskog oblika izvršena je kritička analiza dosadašnjih radova i empirijskih istraživanja. Tom prilikom korištene su opće metode znanstvenog istraživanja. Na temelju navedenih uvida izabrane su i adekvatne znanstvene metode istraživanja- sastavljen je anketni upitnik , odabran uzorak istraživanja te je isti statistički obrađen na uzorku hrvatskih IT poduzeća.

Rezultati statističke obrade predstavljaju temelj za prihvaćanje i odbacivanje hipoteza.

1.6. Doprinos istraživanja

Provedeno istraživanje predstavlja doprinos postojećoj literaturi o mogućnostima i obilježjima korištenja skupnog financiranja u IT poduzećima u RH. Naime, menadžeri često nisu svjesni prednosti ovog oblika financiranja. Između ostalog je neophodno analizirati u kolikoj mjeri su voditelji u sklopu tvrtke upoznati s načinima i metodama korištenja skupnog financiranja u poslovanju IT poduzeća.

U analizi aspekata teorije i ishoda mjerodavnih istraživanja koja su vezana uz tematiku rada ogleda se teorijski doprinos ovog rada. Empirijski doprinos rada ogleda se u izboru i primjeni znanstvene metodologije u istraživanju značaja skupnog financiranja na primjeru IT poduzeća u RH.

Na temelju rezultata istraživanja, odbacivanjem ili prihvaćanjem navedenih hipoteza, moguće je formirati prijedloge koji mogu služiti za osmišljavanje mjera podrške inovativnih načina financiranja gospodarskog razvitka.

1.7. Sadržaj diplomskog rada

Diplomski se rad sastoji od ukupno pet poglavlja. Uvod rada predstavlja prvo poglavlje rada te sadrži uvid o problemu i predmetu istraživanja te svrsi istraživanja. Sukladno ciljevima istraživanja navedene su i hipoteze te metodologija za njihovo dokazivanje. Uvod završava doprinosom rada i strukturom.

Drugi dio rada posvećen je analizi pojma skupnog financiranja te njegovih temeljnih obilježja. U ovom poglavlju prikazana je povijest skupnog financiranja, te istraženi model i vrste skupnog financiranja. Potom se istražuju prednosti i nedostaci skupnog financiranja. Na samom kraju poglavlja prikazani su primjeri skupnog financiranja.

Treće poglavlje se nadovezuje na platforme skupnog financiranja pa se tako analiziraju osnovna obilježja platformi, uz prezentaciju nekih od najpoznatijih platformi za skupno financiranje.

U četvrtom poglavlju empirijski su analizirane postojeće hipoteze o skupnom financiranju u IT industriji RH. U petom poglavlju dana su zaključna razmatranja empirijskog i teorijskog dijela rada te se ukratko afirmiraju ograničenja zaključne analize empirijskog istraživanja. Između ostalog, preporučuje se smjer kojim je poželjno provoditi buduća ispitivanja o skupnom financiranju u IT poduzećima.

2. SKUPNO FINANCIRANJE

2.1. Pojam skupnog financiranja

Skupno financiranje investicijskih pothvata je inovativni gospodarski fenomen koji je zastupljen diljem svijeta i u neprestanom je i značajnom porastu. Skupno financiranje predstavlja mogućnost u kojoj se poduzetnički pothvati i koncepti, od sektora zaštite okoliša, obnovljivih izvora energije i zabave, stručnog osposobljavanja i ostalih područja mogu financirati kroz jedan alternativan oblik prikupljanja sredstava. Stoga, u navedenom se primjećuje prva od mnogih pogodnosti skupnog financiranja – demonstrira se poput uspješnog alata za novopridošle investitore s kreativnim vizijama i pothvatima koji ovako nastoje izići na tržišta. Mladi poduzetnici u konačnici svladavaju korake kao početnici i na takav princip uspješno privlače pažnju potencijalnih ulagatelja.

Od autora do autora razlikuju se definicije skupnog financiranja, ali se svi slažu oko pretpostavke da je fizička ili javna osoba ta koja inicira kampanju, većinom putem internetske platforme te joj je u cilju u određenom vremenskom periodu pribaviti odgovarajuću svotu novca od mnoštva ljudi sa svrhom realizacije određenog projekta. Riječ crowdfunding, odnosno skupno financiranje je izvedenica od riječi engleskog podrijetla Crowd što u prijevodu znači mnoštvo, gužva, svjetina i funding, odnosno financiranje. Slijedom toga, skupno financiranje može se interpretirati kao kolektivni angažman velikog broja ljudi koji ujedineju vlastite kapacitete da bi podržali ideju organizacije ili pojedinca. Europska komisija skupno financiranje definira kao alternativnu formu provođenja financiranja onih pothvata koji su u fazi nastajanja i koja neposredno povezuje one koji imaju mogućnost posuditi, investirati ili dati novčana sredstva s onima koji su u potrebi financija za određeni pothvat. Uglavnom odnosi se na javne apele putem interneta da bi se pridonijelo provođenju financiranja određenih projekata“ (Europska komisija, 2015).

Skupno financiranje se može tumačiti ujedno kao oblik alternativnog financiranja, tj. pribavljanje potrebitog iznosa kapitala od mnoštva pojedinaca putem specijaliziranih internetskih platformi za investiranje, provođenje financiranja proizvoda ili usluge i provođenja projekata, prilikom čega pojedinci koji vrše uplatu novca participiraju s poprilično niskim iznosima (Đurđenić, 2017).

2.2. Osnovna obilježja skupnog financiranja

U sveukupnom projektu skupnog financiranja participiraju:

1. inicijator projekta skupnog financiranja
2. investitori
3. platforma

Inicijatori projekta imaju mogućnost na veoma efikasan i uvjerljiv način stići do potrebitih financijskih sredstava. Također, inicijatori temeljem kompetentnosti mogu ostvariti i povratne relevantne informacije o daljnjem progresu i uspješnosti vlastitih proizvoda ili usluga na tržištu. Ključan faktor uspješnosti dosadašnjih individualnih inicijativa je promoviranje. Poželjno je kreirati interesantan, originalan i stimulativan videozapis o tome kako izgleda projekt. Pored toga, neophodno je upotrebljavati i razne druge socijalne platforme da bi se zaintrigiralo mnoštvo drugih investitora te dobilo njihovo povjerenje. Naime, veliko zanimanje investitora za investiranje u određeni projekt nadahnuto je samom vizijom i ambicijom za uspješnost projekta. Pojavljuju se investitori koji su stimulirani nekom vrstom prestižne nagrade koja se pruža ako inicijativa bude završena s uspjehom. Neizostavna prednost skupnog financiranja je raspodjela rizika na mnoštvo pojedinaca. Prethodno navedeno se odnosi na to da nijedna osoba neće snositi značajne posljedice u slučaju nesuspjeha projekta. (Muždalo, 2022).

Skupno financiranje karakterizirano je s nekoliko osnovnih obilježja:

- mikrofinanciranje – realizaciji projekta uvelike doprinose veći broj uplata od strane različitih donatora. Veličina dobrovoljnih priloga oscilira od kampanje do kampanje i u ovisnosti o veličini inicijative, odnosno može varirati od nekolicine niskih novčanih vrijednosti do većih kampanja multimilijunske vrijednosti
- isplaniran rezultat – definitivna suština inicijative, koja se pokušava realizirati kampanjom skupnog financiranja, a mora biti jasna i nedvosmislena. Potencijalni investor se mora dobro informirati o motivu iniciranja projekta te što se s njim nastoji ostvariti. Nadalje, potrebno je steći uvid u stanje o poželjnom iznosu novca te vremenu skupljanja novčanih sredstava.
- ograničeno vrijeme – vremenski rok prikupljanja novčanih iznosa sredstava oscilira u ovisnosti o vrsti, odnosno složenosti i zahtjevnosti projekta, a u prosjeku je u periodu od 30-60 dana.

- nagrada – donatorima odražavaju najvažniji motiv doniranja sredstava, mogu reflektirati vrstu fizičke nagrade, npr. proizvoda kojemu je konačna svrha pokretanje projekta, raznovrsne usluge, specifične nagrade kao što je specijalni primjer proizvoda. U stručnom riječniku nerijetko se imenuju prednostima.
- viralnost – odnosi se na nazočnost samog projekta na društvenoj mreži, odnosno svjesnost donatora o postojanju projekta. Nerijetko se u kontekstu društvenih mreža koristi te podrazumijeva dijeljenje sadržaja i tako povećava popularnost projekta. Isto tako, pomaže pri kreiranju predodžbe o korisnosti proizvoda kroz njegovu rastuću prisutnost na internetu i na taj način izravno olakšava pojednostavljenje procesa pribavljanja novčanih sredstava koji su potrebni da se projekt realizira (Zicer Plavi Ured, 2022).

Skupno financiranje modificira financijsku industriju na par razina:

1. Osigurava autentifikaciju ideje prije dolaska finalnog proizvoda na tržištu.
2. Omogućava prilaz iznosu kapitala bez odgovarajućeg kolaterala kojega zahtijeva financijski sektor tradicionalnog oblika. Gotovo je nemoguće ustupanje kredita od strane banke u svrhu pokretanja aktivnosti bez uzimanja hipoteke za strojeve ili nekretnine.
3. Raspodjela rizika, odnosno činjenica da inicijator kampanje prilikom izvrsne razrade vlastitog poslovnog plana, ima uvid u to koliko mu je potrebno novčanih sredstava da se posao pokrene te ako ne pribavi potrebnu količinu novca, neće ni ulaziti u poduzetnički pothvat. Također, donatori plaćaju poprilično male količine novca koje si mogu dozvoliti da izgube (Hafner, 2017).

2.3. Povijest skupnog financiranja

Značajan broj projekata inspiriran sadašnjim skupnim financiranjem, povezan je s jednim događajem u povijesti i to konkretno 1976. godine, kada je profesor Muhammad Yunus inicirao istraživački projekt te je odabrao siromašne 42 žene iz Jobre u Bangladešu i posudio im je 27 dolara. Projekt je ostvario toliki uspjeh te je došao do razvitka tzv. "Grameen Bank Project"-a. Međutim, ovaj projekt bio je iniciran da kako bi se mogao poduprijeti razvitak Grameen banke sa svrhom da ista postane jedna od učinkovitih financijskih institucija, u kojoj bi lokalni stanovnici aktivnije sudjelovali, a nedugo zatim bi generirali koristi od nje. Financijska institucija obavljala bi nova ispitivanja i stavljala bi na test napredniju tehnološku opremu te poslije toga lokalni stanovnici bi mogli sa 100%

sigurnošću pozajmiti novčana sredstva zato što imaju saznanje da je pothvat ili tehnološka oprema u koju će kasnije ulagati maksimalno isplativa i sigurna.

1997. godine skupno financiranje kakvo je u današnjici poznato, krenulo je kada je skupljeno približno 60 000 američkih dolara od strane fanova rock benda Marillion, kroz online donacije za povratak turneje sastava benda. ArtistShare, pritom, predstavlja prvu internetsku platformu za skupne oblike financiranja koja je motivirana takvom metodom financiranja i pokrenuta je 2003. godine. Vrlo brzo, plasirano je mnoštvo drugih internetskih platformi za skupne oblike financiranja, a u suvremenom svijetu ih ima i više od tisuću. Potrebno je istaknuti i kako dio internetskih platformi koje su temeljene na prikupljanju donacija obilježavaju početke skupnog financiranja, a uslijedile su i mreže koje su bazirane na posudbi financija, odnosno zajmovima i koje su temeljene na nagradama. (Čondić-Jurkić, 2015).

Nakon 2008. godine oblici skupnog financiranja poprimaju oblik globalnog fenomena. Globalna financijska kriza investitorima je znatno otežala stjecanje neophodnih financija od tradicionalnog izvora financiranja (npr. bankarski kredit) i zbog razvitka informatičkih tehnologija i web mreže koja omogućuje puno bolje surađivanje i komuniciranje klijenata. Prihodi pribavljeni od strane internetskih platformi za skupno financiranje iz godine u godinu, bili su u sve većem porastu te je dolazilo do većeg razvitka industrije skupnog financiranja. Tijekom godina, razina prihoda koja je ostvarena korištenjem internetski platformi za skupna financiranja bila je na sve višim razinama, što je rezultiralo i većim razvojem industrije skupnog financiranja. 2011. godine od skupnog financiranja pribavljeni prihodi na internetskim platformama su bili trostruko veći za razliku od 2009. godine. Nakon dvije godine prikupljena novčana sredstva su porasla s 530 milijuna američkih dolara na 1,5 milijardi američkih dolara. Da skupno financiranje postaje sve važniji oblik financiranja investitorima pokazuje stopa rasta skupnog financiranja od 74% godišnje (The History of Crowdfunding, 2022).

2.4. Modeli skupnog financiranja

Modeli skupnog financiranja sukladno pokazatelju zadržavanja pribavljenih novčanih sredstava

Netom prije osnivanja kampanje za skupno financiranje, inicijator mora odlučiti koji oblik modela će se upotrebljavati te pritom bira između dva modela skupnog financiranja, a to je model pod nazivom „zadrži sve“ ili takozvani model „sve ili ništa“. Ako nakon nekog određenog roka nije pribavljena planirana količina novca, tj. ako donja granica financijskog dometa nije ostvarena, ulagačima koji su platili prije proteka roka, društvena mreža vrši povrat novca. Pribavljena novčana sredstva se

uplaćuju na račun inicijatora kampanje, ako je u određenom vremenskom periodu ostvarena donja granica financijskog dometa. (Čondić-Jurkić, 2015).

U odnosu na model „sve-ili-ništa“, „zadrži-sve“ predstavlja jedan od fleksibilnih modela skupnog financiranja u kojem inicijator kampanje apsorbira novac koji je pribavio, unatoč neizvjesnosti u postizanju određenih ciljeva. Kod projekata koji se obavljaju u velikom broju faza ili im može biti od pomoći znatno manja količina novca, model „sve ili ništa“ je značajno više prilagodljiviji i kvalitetniji za razliku od modela „zadrži sve“. Veliki broj kampanja skupnog financiranja ne postiže svoju svrhu financiranja te je stoga od velike važnosti odabrati pravi model financiranja (Cumming, Leboeuf, Schwienbacher, 2019).

Oba modela imaju svoje prednosti i mane. Ako inicijator kampanje ne bude dovoljno uvjerljiv pojedincima da novčana sredstva ulažu u projekt da bi određena količina iznosa bila postignuta, inicijator neće ostvariti ništa i to je glavna mana modela „sve-ili ništa“. Isto tako, da bi inicijator povukao podignuti iznos novca, ne može to učiniti u bilo kojem trenu već mora čekati kraj kampanje da bi te novce iskoristio. Model „sve-ili-ništa“ pruža investitorima dojam sposobnosti da svojim djelovanjem omogućuju uspjeh nekog projekta. Inicijatori kampanje se moraju pobrinuti i da ne snose rizik i trebaju uložiti znatno više napora oko same kampanje i marketinga na internetskim platformama. Pritom, s povećanjem angažiranosti inicijatora kampanje, kampanja biva uzbudljivija za potencijalne investitore. Pogodnost za investitore je i činjenica da će ostvariti povrat novca koji su investirali ako se ne pribavi dovoljan iznos novčanih sredstava da bi se ostvarila realizacija projekta. Pogodnost oblika modela „zadrži-sve“ je što inicijator kampanje akumulira sva sredstva unatoč tome je li postignuta ciljana količina novca.

Iako inicijator kampanje može pribaviti odgovarajuća novčana sredstva nezavisno o ostvarenju planiranog iznosa ili donje granice, nerijetko se dogodi situacija nedostatka novca da bi se projekt ostvario, upravo zato što nije pribavio planiranu količinu novca. Ukoliko u određenom vremenskom periodu nije nužno ostvariti određenu svrhu, te ostvarenje projekta nije žurno, projekt je manje dojmljiv potencijalnim ulagačima. Ako ne pribavi određenu količinu novca koja mu je potrebna da bi se projekt realizirao, inicijator kampanje neće moći pružiti nagrade koje je obećao. Dakle, ne postoji jamstvo da će ulagači primiti nagradu koja im je obećana. Uz sve navedeno, ako se novčana sredstva ne uspiju pribaviti, mrežne stranice na internetu dobivaju unaprijed određeni udio od pribavljenih sredstava ako upotrebljavaju model skupnog financiranja „zadrži sve“. Npr. mrežna stranica na internetu pod nazivom Indiegogo upotrebljava prilagodljivi model skupnog financiranja i akumulira 9% pribavljenog iznosa novčanih sredstava u slučaju da se ne postigne svrha, tj. 5% pribavljene količine novčanih sredstava u slučaju da se pribavi određena količina novčanih sredstava za ostvarenje projekta (Hafner, 2017).

Modeli skupnog financiranja prema kriteriju očekivanja s osnove ulaganja

Skupni oblici financiranja se mogu diverzificirati na četiri modela koja se povezuju s onim što je obećano ulagateljima kao kompenzacija za investiranje. Model baziran na vlasničkim udjelom i model posuđivanja koji ostvaruje financijske povrate na uložena sredstva, te modeli temeljeni na prikupljanju donacija, zajedno s modelima temeljenima na prednostima koje se ostvaruju nefinancijskim povratima na uložena sredstva. Dok se određene platforme fokusiraju na samo jedan model, najveći broj platformi koji uključuje skupne oblike financiranja podrazumijeva korištenje više modela istovremeno (Bradford, 2012).

2.5. Vrste skupnog financiranja

Skupno financiranje se može podijeliti prema dva temeljna uvjeta:

1. Prema stopi povrata sredstava,
2. prema vrsti izvora sredstava.

Uzevši u obzir povrat od provođenja kampanja, prvu selekciju dalje može se kategorizirati na dvije vrste:

- nefinancijski povrat
- financijski povrat

Različite kategorije ostvaruju različite učinke za kampanju, promoviranje i doprinos koji ostvaruju ulagatelji i donatori.

Obzirom na izvore, različiti inicijatori klasificiraju skupno financiranje i na sljedeće četiri vrste:

- skupni oblici financiranja temeljeni na ostvarenju vlasničkog udjela,
- skupni oblici financiranja temeljeni na posudbi novčanih sredstava,
- skupni oblici financiranja temeljeni na benefitima,
- skupni oblici financiranja temeljeni na dobrovoljnim priložima.

Skupni oblici financiranja temeljeni na ostvarenju vlasničkih udjela i na posudbi novčanih sredstava su oblici skupnog financiranja koji su najbliži tradicionalnom obliku. U ovoj vrsti skupnog financiranja,

subjekti koji zahtjevaju subvencioniranje su stalna poduzeća koja u kompenzaciju za materijalna sredstva ulagateljima pružaju udjel unutar tvrtke odnosno ostvarenje vlasničkog udjela ili obveznica tj. ostvarenje tzv. dužničkog modela. S aspekta investitora, navedene kampanje nose sa sobom potencijalne rizike koji se mogu odraziti na gubitak određenog iznosa kapitala, a unutar jednakog razdoblja mogu donijeti i značaj dobiti. Ove dvije vrste investicija prikladne su za tvrtke koje ostvaruju već dobit i zahtjevaju novčana sredstva da bi subvencionirale vlastiti dodatan rast (Europska komisija, 2015).

Skupno financiranje temeljeno na vlasničkom udjelu

Skupni oblici financiranja temeljeni na ostvarenju vlasničkih udjela i tradicionalni oblik skupnog financiranja znatno su različiti jer naspram uspostavljanja veze „jedan na jedan“, projekt pruža mogućnost ulaganja velikom broju potencijalnih ulagatelja, a neki bi mogli biti dosadašnji ili klijenti u budućnosti. Skupno financiranje bazirano na vlasničkim udjelima realizira se integriranjem poduzeća s potencijalnim „poslovnim anđelima“ putem internetske platforme (Europska komisija, 2015).

Poduzetnik donosi odluku o količini novca koju bi želio pribaviti u kompenzaciju za postotni udio u poduzeću i svi investitori ostvaruju postotak poduzeća koji je recipročan ciljnoj količini neophodnih financijskih sredstava. Navedeno se može objasniti na primjeru startup-a, ako nastoji pribaviti iznos od 50 000€ u kompenzaciju za 20% udjela te svi ulagatelji ulože 500€ , odnosno 1% od 50 000€, svaki ulagatelj dobiti će 0,20%, odnosno 1% od 20% udjela u tvrtki (Wilson, Testoni, 2014).

Trgovačka društva trebaju ustanoviti standarde i donijeti odluku o tome koliku količinu udjela nastoje prodati, te odrediti cijenu i benefite za investitore. Prava investitora mogu biti različita. Premda, udjelničari uglavnom posjeduju pravo glasa u važnim temama rada, odobravanju novih udjela itd., na trgovačkom društvu je da donese odluku o tome koliko je prava nadzora nad radom vanjskim udjelničarima pripravno podrediti. Platformi za skupno financiranje isplaćuju se provizije koje za prikupljanje iznosa novca uglavnom obuhvaćaju provizije za uspješnost i administrativne ili pravne naknade koje su usklađene s procesom. Može investirati mnoštvo ljudi, pa bi trgovačko društvo moglo posjedovati veliki broj malih suvlasnika naspram određenog broja velikih ulagača. To je uglavnom manje skuplje od uključivanja na burzu. Mreža uglavnom obavlja reduciranu dubinsku procjenu te bi investor trebao posjedovati sposobnost da traži više relevantnih podataka, na što bi trgovačko društvo trebalo biti pripremljeno (Europska komisija, 2015).

Skupni oblici financiranja temeljeni na posudbi novčanih sredstava

Skupni oblici financiranja temeljeni na posudbi novčanih sredstava su izravna varijanta posuđivanja sredstava od banaka. Trgovačko društvo smije posuđivati novčana sredstva izravno i iz većeg broja izvora i na taj način se može dovesti do financijskih sredstava čak i u slučaju ako nisu dovoljno interesantni bankama za odobrenje kredita ili nadopunu kapitala za realizaciju projekata. Grupni zajmodavatelji nerijetko pružaju ponudu za zajam davajući kamatni iznos po kojem bi htjeli posuđivati. Zajmoprimatelji smiju pristati na ponudu zajma s najnižim kamatama. Zajmoprimatelji se na internetu povezuju sa zajmodavateljima. Za određeni zahtjev za posuđivanje primjenjuje se detaljna provjera zato što su platforme skupnog financiranja obvezne čuvati ambicije trgovačkog društva i investitora. Platforma uglavnom zahtjeva podnošenje financijskog izvješća te vođenje evidencije rada (Europska komisija, 2015).

Dodatne pogodnosti naspram tradicionalnog bankovnog modela zajmova su i sposobnost dogovora kamate u iznosu povoljnijem u odnosu na to da je dogovor izvršen putem banke na tradicionalni način zaduženja. Potom, tu se nalaze i druge karakteristike, poput veće prilagodljivosti s kamatnim iznosima, primjerice ako je kampanja sve popularnija, investitori bi se mogli uzajamno natjecati za posuđivanje novčanih sredstava određenom trgovačkom društvu te nuditi prihvatljivije kamatne stope da bi osigurali posao. Visine zajmova značajno variraju te se s njima može ispuniti mnoštvo potreba. Minimalna visina zajma određena je na vrlo niskim razinama, čime se stimulira participiranje raznih zajmodavatelja. U okviru skupnog financiranja, uvjeti za identificiranje relevantnih podataka su slični uvjetima koje propisuju banke, ali odudaraju od bankovnih u smislu da se prikazuju svakom zajmodavatelju unutar skupnog financiranja. Također, poput zahtjeva za tradicionalni bankovni zajam, propisi obavezuju primatelja na otplaćivanje zajmova (Europska komisija, 2015).

Skupni oblici financiranja bazirani na nagradama

Skupni oblici financiranja temeljeni na nagradama su najtraženiji i najpopularniji oblik skupnog financiranja u kojemu pojedini ulagatelji nude svoja financijska sredstva u kompenzaciju za fizičku nagradu, tj. proizvod.

Bit ove vrste skupnih oblika financiranja je u tome da podupiratelji nude kapital u obliku doprinosa kampanji u kompenzaciji za neku varijaciju benefita ili nagrada, a prikupljeni kapital putem kampanje će poslužiti za financiranje proizvoda koji vrlo često i predstavlja spomenuti benefit ili nagradu. Primjerice, grupa umjetnika koji putem platforme zahtjevaju financije u svrhu plaćanja glazbenog studija jer žele snimiti glazbeni album, a kada album bude proizveden, glazbenici mogu nuditi potpisanu kopiju albuma kao nagradu. Taktika koja se često upotrebljava za ovu vrstu skupnog financiranja je ta da se za veće prinose pružaju nagrade koje su znatno vrijednije, primjerice ulog od 25 dolara se može nagraditi s kopijom albuma prije nego se službeno izda, a ulog od 250 dolara može se nagraditi besplatnim ulaznicama povodom koncerta koji će održati povodom izlaska samog albuma (Massolution, 2015).

Ovom vrstom skupnog financiranja se omogućava poduzećima da već imaju osigurane uplate i zajamčeni priljev novčanih sredstava netom prije uspostavljanja posla i prije puštanja proizvoda na tržište. Pritom, prikupljena novčana sredstva ne treba vraćati već se samo mora isporučiti zajamčena roba ili usluga u određenom vremenskom periodu (Europska komisija, 2015).

Skupno financiranje bazirano na donacijama

Unutar ovog oblika skupnog financiranja pojedinci daruju izrazito male donacije u svrhu ostvarenja većeg cilja financiranja određenog humanitarnog projekta i time ne postižu materijalnu ili financijsku dobrobit (Europska komisija, 2015).

2.6. Prednosti skupnih oblika financiranja

Skupni oblici financiranja dopiru neposredno do klijenata, pojednostavljuje sudjelovanje na tržištu te olakšavaju rad pojedincima kojima je otežan pristup financijskim sredstvima putem tradicionalnih načina financiranja. Prikazuje se poput odličnog alata mladim poduzetnicima koji posjeduju kreativne ideje i projekte kao način izlaska na tržišta, svladavanja koraka kao početnici i na kraju privlače pažnju ozbiljnih ulagatelja te ostvaruju dalji rast vlastitog poslovanja. Najveća pogodnost skupnog financiranja je disperzija rizika na mnoštvo investitora, radi toga u slučaju neuspjeha projekta, nijedan ulagatelj neće trpjeti bitnije posljedice financijske prirode (Bago, Pilipović, 2016).

Glavni benefit skupnog financiranja je to da investitor smije pribavljati financije van standardnih izvora financiranja. Investitori nerijetko komuniciraju u obiteljskim krugovima te poznicima i s institucijskim ulagateljima. Sa stajališta ulagatelja, skupno financiranje pruža jednostavniji princip za kreditiranje projekta i pojedinaca koji se smatraju važnima i u koje ostvaruju povjerenje. Također, skupno financiranje omogućava ulagateljima ulaganje malih iznosa u mnoštvo različitih projekata te na takav način mogu diverzificirati vlastite portfelje i povećati šansu ostvarenje značajne naknade ili dobiti. Unatoč tome što je skupno financiranje investiranje sa izrazito visokim rizikom, u kojem bi investitori mogli investirati samo onu količinu kapitala koju svjesno i ulažu, hipotetski gledano, ono što je investitoru uistinu potrebno je samo jedno povoljno investiranje kako bi nadoknadio ostale gubitke i ostvario dovoljan povrat (Kurani, 2022).

Najvažnija pogodnost skupnog financiranja za novoosnovano poduzeće ili individualca je mogućnost pristupa brojnoj i raznovrsnoj grupi investitora. Uz prisutnost društvenih mreža, platforme za skupno financiranje su nevjerojatan način da poduzeća i individualci povećavaju vlastitu publiku te ostvaruju potrebna novčana sredstva. Zatim, mnoštvo projekata skupnog financiranja se financiraju na temelju nagrada, odnosno ulagatelji smiju participirati prilikom predavljanja novih proizvoda ili mogu primiti dar za vlastito investiranje (Smith, James, 2022).

Sa stajališta poduzeća, skupno financiranje može biti jedan od sjajnih načina efikasnog pribavljanja novčanih sredstava. Unatoč tome što je nužno puno truda, rada, promoviranja i pozornosti za što uspješniju kampanju skupnog financiranja, preko 65% start-upova učinkovito je pokrenulo vlastito poslovanje na ovakav način (Kurani, 2022).

2.7. Nedostaci skupnih oblika financiranja

Nedostaci skupnih oblika financiranja su: moć pranja novca te prijevare, odsutnost sekundarnog tržišta, povećanje odgovornosti, posebni pristup u odnosu na tradicionalni.

Jedan od većih rizika koji stoje iza skupnog financiranja je prijevara. Međutim, u odnosu na rizični kapital (eng. venture capital), tradicionalno investiranje ili poslovne anđele, kod skupnog financiranja investitori ne ostvaruju kontakt ili veća saznanja od onih koja su prezentirana putem internetskih stranica vezanih za određeni projekt. Isto tako, zbog slabe mogućnosti kontrole porijekla novčanih sredstava, u nekim je slučajevima moguće da će se posumnjati na ilegalno podrijetlo sredstava te pranje novca koje je ujedno kazneno djelo. Kreiranje projekata za skupno financiranje zahtjeva

drukčiji princip privlačenja ulagatelja. Neophodno je posjedovanje stečenih vještina i znanja koja će olakšati inicijatoru kampanje osmišljavanje i plasiranje na određenu platformu, obzirom da se kampanje za skupno financiranje uglavnom i plasiraju na internetskim platformama. Također, potrebno je posebnu pažnju usmjeriti prema marketinškom promicanju zato što su kupci i investitori ciljna skupina, a nisu stručni ulagatelji. Neizvedivo je ostvariti uspjeh kampanje ako se ne investira vrijeme u marketinška istraživanja, društvene mreže te neprekidno međudjelovanje autora projekta s ulagateljima. Kod tradicionalnog investiranja broj ulagača je znatno nizak jer se investira značajna količina novca, a kod skupnog investiranja se niži iznosi novca prikupljaju od mnoštva potencijalnih investitora, a s tim dolazi i do porasta odgovornosti. Pritom, potencijalni se nedostatak povezuje s tim da mnoštvo projekata za ciljanu grupu uzima uvijek identičnu publiku i proporcionalnim porastom važnosti i atraktivnosti određenog projekta dolazi do porasta njegove konkurentnosti, posebno iz razloga što se obuhvaća široki krug eventualnih investitora (Bago, Pilipović, 2016).

Neki od nedostataka skupnog financiranja su (Bago, Pilipović, 2016):

- Skupno financiranje može biti izrazito zahtjevno i stresno, odnosno provođenje kampanje nije jednostavno, a moguće je da kampanja ima nepredvidive uzlete i padove, čak i ako se pokaže kao uspješna.
- Podrazumijeva posebni pristup pripremi nego što je to slučaj kod tradicionalnih načina financiranja jer su kupci, tj. mogući ulagatelji posebna skupina nego što su banke, a izuzev toga, mnoštvo ulagatelja uobičajeno podrazumijeva postojanje raznovrsne skupine ljudi, a to može od inicijatora kampanje tražiti marketinško znanje i dobro razumijevanje načina djelovanja socijalnih medija i poznavanje procesa kupovine i psihologije kupaca.
- Podrazumijeva stavljanje zamisli individualaca direktno ispred javnosti, odnosno postoji vjerojatnost da se projekt neće ostvariti kao uspješan pa se takvoj vrsti financiranja ne bi trebali okrenuti oni koji to doživljavaju osobno. Izuzev toga, konkurencija može iskoristiti priliku kada se ideje prikazu javnosti.
- Uspjeh kampanje podrazumijeva nazočnost na socijalnim medijima kroz cijelo vrijeme trajanja kampanje i neprekidnu autentičnost u objavama, promoviranju i pozivanju na ulaganje. Sramežljive osobe i one koje ostvaruju lošu komunikaciju trebaju naći savjetnike za vlastite projekte ako im je želja da ostvare uspješnu kampanju.
- Skupno financiranje nema uvijek za rezultat uspjeh, odnosno inicijator kampanje mora biti objektivna te se pripremiti za mogući neuspjeh, tj. posjedovati druge opcije ako se projekt ne pokaže uspješnim.

- Potrebno je ljude motivirati da sudjeluju u ulaganju na način da se proizvod, kampanja ili usluge za koje se pribavljaju financije prikažu interesantnim određenim skupinama investitora.

2.8. Primjeri skupnog financiranja

Po principu skupnog financiranja projekta, start-upovi i investitori u Hrvatskoj još uvijek zaostaju za svijetom, ali zadnjih godina i u ovom pogledu je pokrenuta nekolicina iznimno kvalitetnih i uspješnih kampanja skupnog financiranja (Lider Media, 2022). U neke od njih moguće je uključiti slijedeće:

1. Jedan od proizvođača pametnih klupa, startup pod nazivom Include jedna je od prvih domaćih tvrtki koja ostvaruje određene razine financiranja pomoću inovativnih platformi na kojima se vrši prikupljanje kapitala te se trguje udjelima. Naime, u aktualnoj kampanji koju provodi, ističu iz tvrtke, kako prikupljaju ukupno 400.000 eura koji su im nužni kako bi mogli unaprijediti vlastito poslovanje. S druge strane, u 2019. godini prikupili su gotovo jedan i pol milijun eura koristeći Funderbema platformu što je ovu kampanju ujedno pretvorilo u jednu od globalno najuspješnijih. Naime, Founderbeam predstavlja globalnu platformu pomoću koje startup tvrtke mogu prikupljati sredstva, a ulagatelji koji ih financiraju nakon završetka inicijalne faze investiranja slobodno trguju vlastitim udjelima i to pomoću inovativnog sustava koji se temelji na primjeni blockchain tehnologije. Vrijednost ove globalne platforme prepoznata je i od strane svjetski poznatih investitora, kao što je to primjerice Jaan Tallinn, poznatiji kao osnivač Skype-a, koji je bio u jedan od prvih ulagača u startupove (T portal, 2022).
2. Uz pomoć Founderbeam platforme pokrenuta je i kampanja jedne od najpoznatijih zagrebačkih pivovara, Medvedgrad te je na takav način postala jednom od najuspješnijih tvrtki koje su poslovale putem ove platforme, posebno iz razloga što se kroz vremenski period od oko deset dana skupio zavidan iznos od oko milijun eura, koji je uložen od strane 292 investitora iz ukupno 26 svjetskih zemalja. Novac je bio namijenjen za izgradnju nove zgrade pivovare s povećanim kapacitetom koji je tada iznosio 25.000 hektolitara, a uključivao je i varionicu kuhanja piva kapaciteta 6.000 litara te novu punionicu boca kapaciteta 5.000 boca po satu (Lijepa priča nedjeljom, 2022).
3. Osnovne prednosti koncepta uspješnog skupnog financiranja iskorištene su i od strane jednog glazbenog festivala pod nazivom Fresh Island, koji je svake godine organiziran na Zrću (otok Pag). Tijekom studenog 2019. godine, organizatori ovog festivala uspjeli su prikupiti

700.000 eura koji su namijenjeni financiranju i realizaciji novih glazbenih projekata i evenata. U neke od najvećih prednosti kampanja koje podrazumijevaju organizaciju festivala, posebno onih na Founderbeamu je činjenica da postoje duže od deset godina te ih ne organiziraju grupe ljudi koje su se slučajno tamo zatekle, već ostvaruju dugogodišnju suradnju u organizaciji različitih projekata (Netokracija, 2022).

4. Jedna od svjetski etabliranih kompanija naziva Sense consulting u 2018. godini prikupila je 667.000 eura te je na takav način uspjela dokazati kako i uspješne tvrtke mogu koristiti ove platforme za prikupljanje sredstava za daljnja ulaganja (Lider media, 2022)
5. Rekordan broj ulagače privukla je kampanja pod nazivom „micro:bit STEM revolucija“ koja je pokrenuta od strane tvrtki kao što je BBC, Microsoft te Amazon, a koja se održavala na Kickstarteru u 2017. godini. Naime od strane 2364 investitora prikupljeno je nešto više od 233.000 eura za projekt koji je podrazumijevao uvođenje BBC micro:bit tehnologije unutar hrvatskih škola (Lider Media, 2022).

3. PLATFORME ZA SKUPNO FINANCIRANJE

3.1. Općenito o platformama za skupno financiranje

Inicijative za skupno financiranje održavaju se na platformama koje podržavaju organizaciju skupnog financiranja. Platforme služe kao "centrale" u kojima se pojavljuju relevantni podaci o sveukupnim projektima koje postavljaju investitori, kreativci, aktivisti i drugi individualci s vizijama, a koji namjeravaju pribaviti financijska sredstva za vlastiti pothvat. Takvi projekti koji se pojavljuju na određenom mjestu lako su dostupni individualcima koji ih nastoje podupirati vlastitim investicijama. Platforme za skupno financiranje na određeni način imaju ulogu financijskog tržišta poput mjesta na kojem dolazi do susreta ponude i potražnje za financijama. Objavom projekta putem platforma za skupno financiranja isti postaje primjetan potencijalnim investitorima širom svijeta (Muždalo, 2022).

Platforme za skupno financiranje su stranice na internetu koje olakšavaju mnoštvu običnih ljudi plasiranje donacija, odnosno manjih iznosa novca koji je usmjeren prema individualcima ili projektima koji se na njima prezentiraju. Promoviranjem i čestom uporabom skupnog financiranja došlo je do razvitka mnogih platformi za skupno financiranje, više od 1000 u svijetu. Obzirom na povećani broj platformi, neophodno ih je proanalizirati uoči započinjanja online kampanje i odabrati platformu koja najbolje odgovara određenoj kampanji. Različite platforme imaju razne svrhe i pravila za prikupljanje dobrovoljnih priloga, ali sam proces pribavljanja novčanih sredstava je jednak. Projekt se prezentira skupini klijenata platforme, tj. mogućim ulagateljima ili donatorima, a oni se materijalno uključuju u projekt. Platforme su uzajamno različite obzirom na količinu prikupljenog novca, vremenski period trajanja kampanje, dopušteni oblik skupnog financiranja, princip pribavljanja financija i slično (Hafner, 2017).

Pojavljaju se određeni modeli platformi skupnog financiranja putem kojih inicijatori pothvata poticajnim mjerama motiviraju individualce na pomoć pri kreditiranju pothvata i donacije. Model koji se često upotrebljava za određenu namjenu društvenog i neprofitnog karaktera naziva se donatorski model. Takav model je nezahtjevan model dobrovoljnog darivanja novčanih sredstava za kampanje humanitarnog karaktera kojima je svrha pružiti pomoć ljudima u nepovoljnim životnim okolnostima. Najpopularnije mreže ovog modela su GoFundMe i Indiegogo. U slučaju da inicijator pothvata ipak donese odluku da pojedinim osobama, koje su participanti u kreditiranju pothvata, pruži nešto, u kompenzaciju za određenu uplatu, a većinom je riječ o nekoj vrsti materijalne ili nematerijalne nagrade koja može biti u obliku proizvoda ili usluge, tada će inicijator projekta izabrati nagradni model financiranja. Za ovaj model platformi skupnog financiranja, najpopularnije mreže uključuju

svjetski popularne Kikstarter i Indiegogo. Potom, takozvani zajmovni modeli predstavljaju vrstu modela u kojemu je riječ o niskim uplatama te ne postojanju jamstva ostvarenja uspješnosti pothvata, a pritom inicijator projekta, nakon određenog vremenskog perioda, vrši povrat pribavljenih sredstava onima koji su uplatili novac.

Najpopularnije mreže zajmovnog modela su Kiva i Zopa. U slučaju da pravne osobe iniciraju pothvat, na raspolaganju im je model investiranja u vlasničke udjele. U ovom modelu osobe koje uplate novac preuzimaju suvlasništvo poduzeća kojemu nude pomoć u obliku financiranja te su najpopularnije mreže za takvu vrstu modela Crowdcube, Angellist i Seedrs. Pri programu za koji se veže skupno financiranje, prisustvuju inicijatori pothvata s jedne strane i investitori s druge.

Doprinositeljima se smatraju investitori u procesu skupnog financiranja. Subjekti koji pribavljaju novac trebaju obuhvaćati srednja poduzeća te mala, inovativne tvrtke, mikropoduzetnike i socijalne poduzetnike, osobe koje su samozaposlene, kulturna i kreativna područja, također je nužno uključenje tijela javnih vlasti, te kampanja s područja kao što je inovacije i ekologija, sva tijela koja predstavljaju javni interes, stručne i osobe iz znanstvenih krugova, i ostale (Bago, Pilipović, 2016).

Prilikom izbora internetske mreže skupnog financiranja, neophodno je razmotriti: (Garecht, 2022):

- karakteristike platformi na internetu za područje skupnog financiranja, tj. imaju li privlačan izgled, postoji li mogućnost da budu interesantne ulagateljima i može li se lako kampanja pokrenuti i koja su ograničenja određene internetske platforme,
- lakoću kreiranja kampanje na nekoj internetskoj platformi i je li poželjno posjedovati neka tehnička znanja i vještine da dizajn mrežne stranice projekta bude prezentiran na zanimljiv način,
- vrste uplata koje se smiju upotrebljavati, tj. podupire li platforma plaćanje preko kreditnih kartica te koji vremenski period je potrebno čekati pridobivene financije putem internetske platforme,
- potencijalne troškove kampanje, tj. koliki udjel u postotku uzima internetska stranica od pribavljenih dobrovoljnih priloga te postoje li nekakve mjesečne provizije, izdatci postavljanja stranice te postoje li skriveni troškovi vezani za vršenje uplata i isplata uz pomoć kreditnih kartica
- alate koje platforma omogućava i s kolikom lakoćom se promovira internetska stranica za pribavljanje financija na socijalnim medijima,
- posjećenost internetske platforme od strane donatora, tj. u kolikom stupnju je atraktivna i koliki je uspjeh kampanja za pribavljanje financija.

Platforme za skupne oblike financiranja bazirano na zajmovima

Platforme za skupne oblike financiranja bazirane na davanju odnosno primanju zajmova povezuju zajmoprimatelje i zajmodavatelje kod postupaka financiranja. Za tržišta koja imaju potencijal napredovati, neke od važnijih zadaća za peer-to-peer platforme su spajanje zajmoprimatelja i zajmodavatelja, uvođenje uvjeta i načela za prihvaćanje zajmova, obrada zajmova i nadgledanje aktivnosti na platformi. Jednim od osnovnih izvora financiranja kada je riječ o peer – to – peer platformama smatraju se određeni oblici naknada koji se naplaćuju zajmodavcu kroz naknade za otplate zajmova, naknade za izdavanje kredita koje plaćaju zajmoprimci te ostali oblici naknada kao što je naknada za trgovanje dijelovima zajmova ili naknade koje se naplaćuju prilikom kašnjenja u njihovoj otplati (Schmidt, 2022).

Moguće je razlikovati nekoliko osnovnih oblika platformi i to sukladno vrstama zajmoprimaca i oblika korištenja zajma (Schmidt, 2022):

- oblik zajmoprimatelja - peer-to-peer potrošačko kreditiranje fizičkih osoba te peer-to-peer oblici poslovnog kreditiranja kod pravnih osoba,
- poslovni model - standardni peer-to-peer zajam i peer-to-peer zajam kod davatelja kredita,

Platforme za skupne oblike financiranja bazirane na vlasničkim udjelima

Putem platformi skupnog financiranja kojima su temelji vlasnički udjeli često se subvencioniraju start-upovi. Prevladavaju platforme s ulagačkim sposobnostima kojima raspolaže ključni ulagatelj i one s ulagačkim sposobnostima s kojima upravlja tvrtka koja potražuje investicijska sredstva (Schmidt, 2022):

- Uvjeti investiranja putem mreža na kojima vođenje pregovora obavljaju ulagatelji će se formirati temeljem pregovora između glavnog ulagatelja i poduzeća koje zahtijeva subvencioniranje. Ovakvi oblici poslovanja podrazumijevaju procjenu vrijednosti poduzeća i pravne sporazume. Bez obzira na iznos investicije, svi ulagači primaju jednaki broj dionica po istoj novčanoj vrijednosti, kako i glavni ulagatelj koji postavlja uvjete ulaganja te vodi pregovore.
- Određene platforme na kojima poduzeća vode pregovore omogućavaju ulagateljima pružanje vlastitih ponuda te u konačnici vrijednost poduzeća se ostvaruje pregovaranjem

između ulagatelja i poduzeća. U velikom broju slučajeva poduzetnici ne raspolažu s iskustvom u pribavljanju financija te zbog toga svoja poslovanja ocjenjuju manjim ili višim u odnosu na stanje tržišta u stvarnosti.

Platforme za skupno financiranje bazirano na nagradama

Platforme skupnog financiranja koje se temelje na nagradama funkcioniraju jednako poput crowdlending platforme. Različito se odražava u tome što crowdlending platforma za rezultat ne ostvaruje financijski povrat. U trenutku kad se ulagatelji priključe mreži, dolazi do prezentacije raznolikih dostupnih projekata za investiranje. Određene vrste platformi kao Kickstarter pružaju opciju sortiranja, tako da ulagatelj uspije suziti svoje pretraživanje na njemu interesantne projekte kao što su projekti iz područja videoigara, umjetnosti ili mode. Poslije izbora projekta kojeg ima mogućnost financirati, ulagatelj treba donijeti odluku o količini novca koje će uložiti što uvelike ovisi o tipu nagrade koje pokretač projekta stavlja u ponudu. Primjerice, vrsta nagrade koja je stavljena u ponudu u slučaju uloga većih od 50 eura bi bila interesantnija u odnosu na onu za koju je ponuđeno 20 eura (Kickstarter, Pressroom, 2022).

Platforme za skupno financiranje bazirano na donacijama

Oblik platformi skupnog financiranja koje se temelje na donaciji uobičajeno imaju tri osnovne svrhe (Fritz, 2022):

- Pružanje usluga humanitarnim organizacijama u pogledu mjesta na kojima će se obavljati pribavljanje sredstava s dobrotvornim ciljem,
- Osiguranje mjesta gdje će se pronaći relevantne humanitarne zajednice kojima je potrebno financiranje od strane pojedinaca,
- Olakšavanje procesa grupi ili pojedincima koji ne pripadaju niti jednoj dobrotvornoj organizaciji, pribavljanje sredstava za vlastite važne svrhe.

Putem crowddonating platforme moguće je inicirati humanitarne pothvate koje će podržati pojedinci koji su iskazali interes i koji s vlastitim dobrotvornim priložima mogu i imaju želju pomoći. U slučaju da humanitarna kampanja za skupno financiranje postigne uspjeh i ostvari vlastiti cilj, ista treba jasno utvrditi što će se financirati i zašto je to neophodno, a potom je potrebno proširiti cilj da stigne do što većeg mnoštva ljudi prilikom čega se inicijatori kampanje usredotočuju primarno na tehnike mrežnog marketinga.

Postupci pribavljanja financijskih sredstava zajedno s kreiranjem svijesti o svrsi pribavljanja istih međusobno su ovisni, posebno iz razloga što se smatra kako pribavljanje financija nije moguće ukoliko se na adekvatan način ne utječe na kreiranje svijesti te na činjenicu da što veći broj ljudi mora saznati za kampanju prikupljanja kako bi se i prikupile što veće razine financijskih sredstava. Važno je istaknuti i kako Crowddonating platforme naplaćuju i određenu naknadu, a koja uglavnom iznosi između 5 i 10% od prikupljenog iznosa sredstava, a taj se novac koristi prilikom pokrivanja administrativnih troškova koji se povezuju s održavanjem platforme (Schmidt, 2022).

3.2. Najpoznatije platforme za skupno financiranje

Na svijetu postoji značajan broj internetskih platformi za skupna financiranja, neke od najpoznatijih uključuju Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe, EquityNet, Lending Club i Croinvest.eu koje su i opisane kako slijedi:

Kickstarter

Kickstarter se smatra jednom od najpopularnijih i najrasprostranjenijih platformi skupnog financiranja. Osnovana je od strane triju osoba: Perryja Chena, Yancey Strikera te Charlesa Adlera. S radom je započela još u 2009. godini i to na području Manhattana u New Yorku. Trenutno, ova platforma zapošljava 120 osoba, a uprava je smještena u Brooklynu. U osnovne kategorije koje je moguće podržati putem Kickstartera ubrajaju se različiti oblici umjetnosti, stripova, obrta i zanata, plesa, mode i dizajna, filmova, hrane i pića, igara, te područje novinarstva, fotografije i izdavaštva te različiti oblici tehnologije. Projekti koji se žele financirati korištenjem ove internetske platforme moraju imati jasno definirane ciljeve te trebaju biti prezentirani na odgovarajuće načine. Ukoliko projekti uključuju i postojanje proizvodnje te distribucije određenih kompleksnih proizvoda tijekom kampanje prototip proizvoda nužno mora biti predstavljen potencijalnim investitorima. Također, pomoću ove platforme nije moguće pokrenuti kampanju humanitarnog karaktera. Osim toga, nije dopušteno prikupljati financijska sredstva temeljem vlasničkih udjela ili se u zamjenu za donacije dodjeljivati poticaju u obliku dionica, podjele prihoda i slično. Nužno je istaknuti i kako ova platforma prilikom svog rada koristi koncept „sve ili ništa“, što podrazumijeva da ukoliko dođe do situacije u kojoj se ne prikupi predviđeni iznos sredstava, svi do tada uplaćeni ulozi vraćaju se potencijalnim investitorima. Ova platforma podržava jedino takav oblik skupnog financiranja, posebno iz razloga što unutar tvrtke smatraju kako je to jedan od najučinkovitijih načina da sama tvrtka ostvari uspjeh. Ukoliko se za pokretanje projekta uspješno prikupe dovoljna sredstva, platforma zadržava 5%

provizije od ukupno prikupljenog iznosa. Osim toga, platforma zadržava u dodatnih 3 do 5% provizije za pokrivanje troškova koji se povezuju s platnim prometom. Međutim, ukoliko je riječ o neuspješnoj kampanji, pokretači se ne susreću ni s kakvim oblicima troškova odnosno platforma ne naplaćuje nikakve oblike naknade. Zbog ovih uvjeta, koji se vrlo restriktivno primjenjuju, ali i zbog kvalitete plasiranih projekata koje je moguće financirati ova platforma uživa značajan ugled i u medijima, ali i u javnosti. Najnoviji podaci pokazuju kako je do sada oko 15 milijuna ljudi prikupilo više os 3,88 milijardi USD putem ove platforme, a tim sredstvima financirano je više od 150.000 projekata (Kickstarter, 2022).

Međutim, nužno je napomenuti i kako nije moguće pokrenuti kampanju putem ove platforme iz bilo koje svjetske zemlje. Naime, ova se platforma većim dijelom svog poslovanja okreće američkim tržištima, stoga je prilikom pokretanja kampanja nužno da osoba posjeduje rezidencijalni račun zajedno s brojem socijalnog osiguranja ili pak tvrtka koja prikuplja sredstva mora biti registrirana na području SAD-a. Osim fizičkih i pravnih osoba čiji je život i poslovanje povezan s SAD-om, pravo sudjelovanja u pokretanju kampanja na ovoj platformi imaju i subjekti sa područja kao što je Kanada, Australija i Novi Zeland, Singapur, Meksiko te Japan i Hong Kong, ali i rezidentu u nekim europskih državama, primjerice Nizozemskoj, Norveškoj, Švedskoj, Danskoj, Irskoj, Velikoj Britaniji, Njemačkoj, Austriji, Francuskoj, Španjolskoj, Italiji, Belgiji, Švicarskoj te Luksemburgu (Kickstarter, 2022).

Indiegogo

Ovaj oblik platforme temeljen je na nagradnim modelima skupnih oblika financiranja te svaki vlasnik pokrenute kampanje ima priliku odabrati koji oblik nagrade će biti namijenjen svakom donatoru. Kampanja se putem ove platforme može ostvariti od strane i pravne i fizičke osobe, neovisno u kojoj zemlji je rezident i koja je namjena njezina projekta. U usporedbi s kampanjama koje se odvijaju na Kickstarter platformi, Indiegogo dopušta pokretanje i kampanja koje su namijenjene humanitarnim svrhama, posebno u slučajevima kada se radi o neprofitnim organizacijama. Međutim, ne postoji model pokretanja kampanje koja je namijenjena osobnoj pomoći, u vidu prikupljanja sredstava za kupnju vlastitih lijekova, edukaciju, pogreb ili slične situacije. Zanimljiva činjenica povezana s ovom platformom za skupno financiranje je ta da je gotovo polovica uspješnih kampanja pokrenuta od strane žena (Forbes, 2022).

GoFundMe

GoFundMe predstavlja jednu od platformi za skupno financiranje koja omogućuje pokretanje kampanja prikupljanja financijskih sredstava za organizaciju različitih oblika događaja kao što su proslave ili pak negativne okolnosti uzrokovane bolešću ili nesrećom. Također, ova platforma ima poseban sektor unutar kojeg pojedinci mogu pokrenuti kampanju za prikupljanje sredstava za svoje vlastite potrebe. Korisnici ove platforme imaju mogućnost izrade vlastitih web stranica pomoću kojih se odvija prikupljanje financijskih sredstava te se na takav način najjednostavnijim putem mogu prikazati uzroci prikupljanja te iznosi koji se žele prikupiti. Po izradi stranice, svaki korisnik dijeli svoj projekt s drugim korisnicima. Specifičnost ove platforme je u činjenici da se koristi uglavnom kada je riječ o privatnim svrhama, odnosno prikupljanju manjeg iznosa sredstava kako bi se mogli riješiti neki od osobnih problema ili situacija korisnika. Iako sama platforma nudi značajan raspon kategorija i mogućnosti financiranja, njezin je razvoj ipak zadržan u smjeru prikupljanja nešto manjih novčanih iznosa i u privatne svrhe (GoFundMe, 2022).

EquityNet

EquityNet je oblik platforme koji je temeljen na ostvarenju udjela u tvrtki koja prikuplja sredstva. Osnovana je 2005. godine od strane Judda Hollasa, koji je i danas njezin izvršni direktor te predsjednik tvrtke. EquityNet smatra se i jednom od najvećih platformi skupnog financiranja kada su u pitanju poslovni pothvati. Naime, unutar istoga djeluje više od 100.000 različitih vrsta poslovnih subjekata, potencijalnih ulagatelja, poduzetničkih inkubatora, te nevladinih i vladinih organizacija za ostvarenje financijskih oblika podrške te drugih subjekata poslovnog svijeta za koje je zabilježeno kako su do sada investirali oko 340 milijuna USD u različite projekte (EquityNet, 2022).

EquityNet omogućuje poduzetnicima i investitorima objavu različitih informacija na svojim profilima koje ima pomažu u međusobnoj pretrazi. Na ovakav način poduzetnici predstavljaju vlastite poslove potencijalnim ulagačima, sa svrhom prikupljanja sredstava za povećanje poslovanja. Pritom, nužna je objava svih relevantnih informacija koje bi investitorima mogle biti od koristi, kao što su osnovne informacije o projektu, financijski i izvještajni podaci tvrtke te poslovni planovi. Temeljem objavljenih informacija moguće je dobiti i povratne informacije kao što je razina konkurentnosti u usporedbi s drugim kompanijama, vrijednost poslovanja, potencijalne prilike za financiranje, a pritom EquityNet sudjeluje i u unaprjeđenju poslovnih planova te prezentaciji mogućnosti skupnog financiranja. S druge strane potencijalni investitori objavljuju vlastite kriterije koje je potrebno zadovoljiti kako bi isti pristali financirati neke od projekata. Kada se poduzetnici i investitori odgovarajućih profila

susretnu, njihova se komunikacija odvija preko EquityNeta. Nakon što su detalji suradnje ugovoreni moguće je ostvariti financiranje poduzetnika, a investitoru potom pripadaju dogovoreni udjeli u tvrtki (EquityNet, 2022).

Lending Club

Lending Club se smatra najpopularnijom i najvećom crowdlending platformom. Ista je osnovana u 2006. godini i ima sjedište u San Franciscu u Kaliforniji. Pomoću ove platforme moguće je ostvariti usluge kreditiranja za osobne potrebe, poslovne kredite te financirati neke od odabranih medicinskih područja. Lending Club funkcionira preko on – line platforme koja osigurava zajmoprimcima dobivanje zajmova uz niže kamatne stope od onih koje se mogu ostvariti podizanjem kredita u banci, dok zajmodavci ostvaruju veće kamatne stope nego što bi to bio slučaj da je njihov novac oročen u bankovnom depozitu. Cjelokupno poslovanje ove platforme odvija se isključivo putem interneta, bez postojanja bilo kojih oblika vanjske podružnice ili infrastrukture kakva se koristi u bankovnom poslovanju, a što dodatno utječe i na snižavanje troškova njihova poslovanja. U neke od najbitnijih prednosti Lending Cluba ubraja se činjenica da isti ne utječe na razinu kreditne sposobnosti zajmoprimca, stoga i osobe niže kreditne sposobnosti mogu ostvariti pravo na zajam u Lending Clubu, u trenucima kada isti ne mogu ostvariti u banci.

Croinvest.eu

Pokraj financiranja infrastrukturnih, poduzetničkih i društveno korisnog projekta, ovakav oblik platforme posebni značaj posvećuje provedbi projekta koji konkurira da se povuku sredstva iz fonda EU. Skupne investicije građana imaju mogućnost da posluže poput vrijedne alternativne opcije koja može biti korisna za cijelo društvo, obzirom na teškoću osiguranja značajnijih sredstava u vlastitom portfelju koji služi za provedbu EU projekta. (Croinvest.eu, 2022).

Vlasnici projekata mogu odabrati neki od modela skupnog financiranja koji uključuju:

- Nagradne modele
- Donacijske modele
- Modele koji su temeljeni na pozajmljivanju
- Modele temeljene na vlasničkom udjelu
- Modele temeljene na udjelima u dobiti

Svi navedeni modeli prilagodljivi su domaćem zakonu te je bitno napomenuti kako ovakva vrsta platforme pruža ne baš poznat i već upotrijebljen globalni model financiranja, a riječ je o modelu temeljenom na udjelima u dobiti temeljem potpisanih ugovora o tajnom društvima. Sukladno pojedinačnim ispitivanjima, jedina platforma koja omogućava sve modele skupnog financiranja je Croinvest.eu platforma (Croinvest.eu, 2022).

4. ANALIZA SKUPNOG FINANCIRANJA NA PRIMJERU

4.1. Ciljevi i metode istraživanja

Cilj ovog poglavlja je temeljem prikupljenih rezultata u provedbi anketnog upitnika od odgovornih zaposlenika za financiranje u IT poduzećima u RH te uz pomoć recentne i relevantne strane i domaće literature, zaključiti koriste li se poduzeća u IT industriji modelom skupnog financiranja, te u kojoj mjeri su upoznati s koristima koje im donosi takav oblik financiranja. Svrha se ogleda u pružanju smjernica koje će poslužiti daljnjim ispitivanjima i mjerenju kako bi se mogao ostvariti što bolji uvid u prednosti i nedostatke skupnog financiranja.

Istraživanje je uključivalo provođenje anketnog upitnika koji sadrži 13 pitanja te je provedeno putem interneta (Prilog 1). Anketa je namijenjena zaposlenicima IT tvrtki u Hrvatskoj. Na kraju rada priložen je anketni upitnik. Anketni upitnik distribuiran je on-line putem, korištenjem e-maila te je poslan na 70 adresa, od čega je prikupljeno 50 povratnih odgovora.

Upiti su strukturirani tako da se na početku upitnika prikupljaju podaci o spolu, veličini poduzeća, korištenju vanjskih odnosno unutarnjih izvora financiranja. Potom se ispituju stavovi zaposlenika o skupnom financiranju i o njegovoj upotrebi u samom poduzeću.

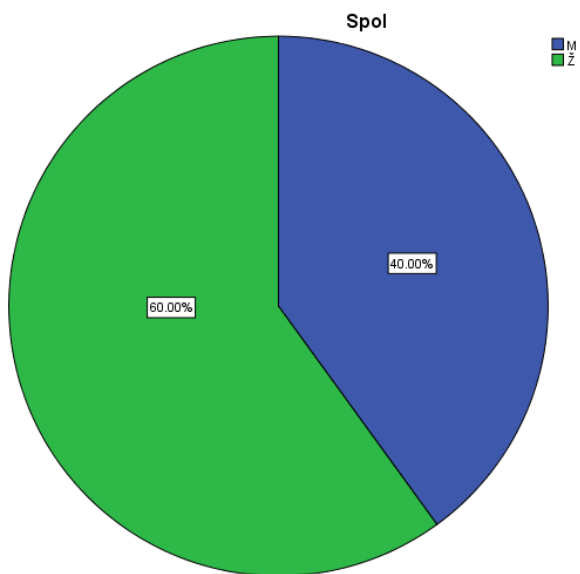
Da bi se uspješno usporedili pridobiveni odgovori, upiti su koncipirani da se ispituju iskustva, znanje i mišljenje.

Za dobivanje smjernica za daljnja ispitivanja ove teme, postavljaju se hipoteze te se u anketnom upitu usklađuju pitanja s hipotezama da se dobiju odgovori koji će uvelike utjecati hoće li se prihvatiti ili odbaciti hipoteza.

Izuzev upita izravno povezanih s hipotezama, javljaju se ostali upiti koji su analizirani s ciljem stjecanja jasne slike o raznolikim inicijativama vezanim za financiranje s naglaskom na skupno financiranje.

4.2. Analiza rezultata anketnog upitnika

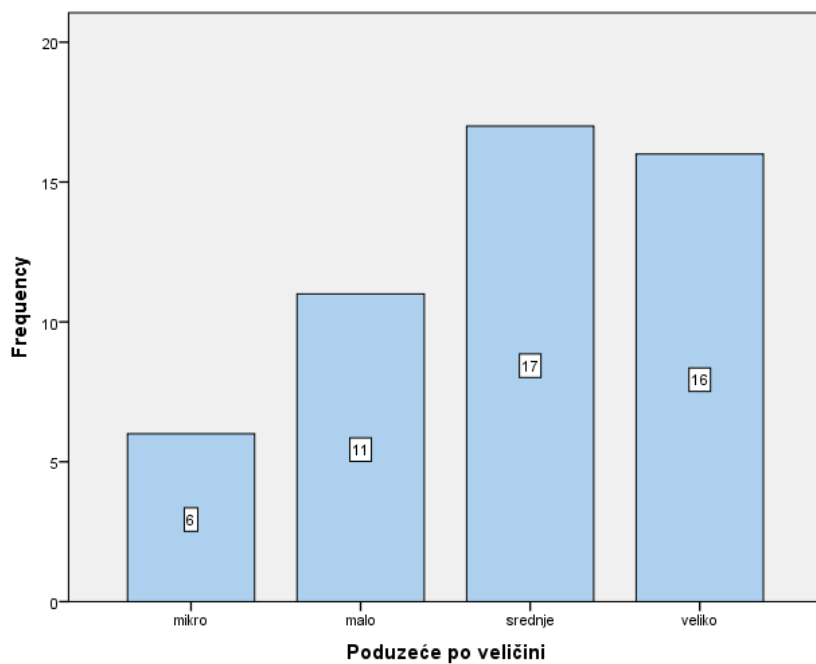
Po završetku procesa provođenja ankete, dobivene podatke je nužno obraditi te prikazati korištenjem jednostrukih oblika grafikona i tablica.



Grafikon 1: Ispitanici prema spolu

Izvor: Izrada autora

Grafikon 1 prikazuje kako je u predmetnom istraživanju bilo 60% ispitanika ženskog spola i 40% ispitanika muškog spola.



Grafikon 2: Poduzeće po veličini

Izvor: Izrada autora

Grafikon 2 prikazuje poduzeća prema veličini. U istraživanju je sudjelovalo najviše srednjih poduzeća (17 poduzeća). 16 poduzeća koja su sudjelovala po veličini spada u kategoriju velikih poduzeća, 11 pripada kategoriji malih poduzeća, dok 6 poduzeća pripada kategoriji mikro poduzeća.

Tablica 1: Unutarnji ili vanjski izvori financiranja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Unutarnje	13	26.0	26.0	82.0
Vanjske	9	18.0	18.0	100.0
Oboje	28	56.0	56.0	56.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

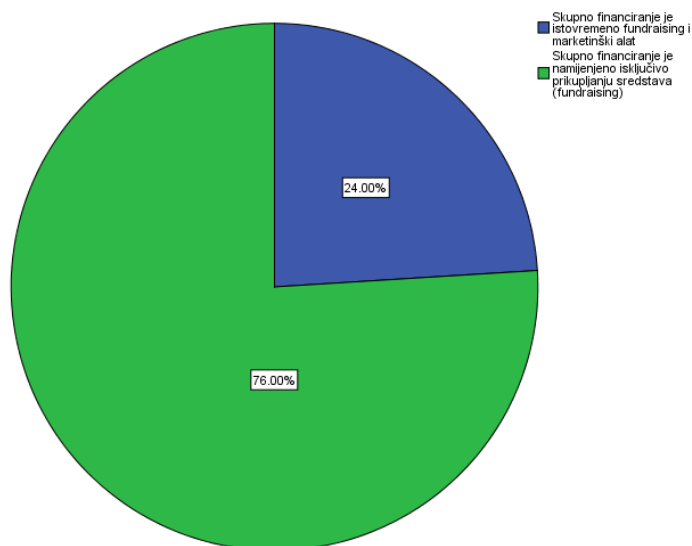
S obzirom na upotrebu unutarnjih i vanjskih izvora financiranja, iz prethodne tablice može se iščitati kako većina poduzeća koristi oba izvora financiranja (28 poduzeća). 13 poduzeća koristi isključivo unutarnje izvore financiranja, dok 9 poduzeća koristi isključivo vanjske izvore financiranja.

Tablica 2: Vanjski izvori financiranja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid bankovni kredit	13	26.0	26.0	26.0
operativni leasing	2	4.0	4.0	30.0
financijski leasing	8	16.0	16.0	46.0
fondovi rizičnog kapitala	1	2.0	2.0	48.0
poslovni anđeli	1	2.0	2.0	50.0
skupno financiranje (crowdfunding)	9	18.0	18.0	68.0
financiranje uz pomoć državnih institucija	3	6.0	6.0	74.0
ne koristimo vanjske izvore financiranja	13	26.0	26.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Od vanjskih izvora financiranja najviše su u upotrebi bankovni krediti, financijski leasing te skupno financiranje. Najmanje se koriste fondovi rizičnog kapitala te poslovni anđeli.



Grafikon 3: Stav o skupnom financiranju

Izvor: Izrada autora

76% ispitanika smatra da je skupno financiranje namijenjeno isključivo prikupljanju sredstava, dok 24% ispitanika smatra da je istovremeno i marketinški alat.

Tablica 3: Kampanjom za skupno financiranje mogu se prikupiti dovoljna sredstva

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Da	37	74.0	74.0	74.0
Valid Ne	13	26.0	26.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Ispitanici se uglavnom slažu s tvrdnjom da se kampanjom za skupno financiranje mogu prikupiti dovoljna financijska sredstva (74%).

Tablica 4: Korištenje skupnog financiranja kao alternativnog oblika financiranja u poduzeću

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Da	32	64.0	64.0	64.0
Valid Ne	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Sukladno tablici 4 ističe se kako se najveći dio ispitanih, odnosno njih 64% slaže s izjavom kako poduzeća mogu koristiti skupne oblike financiranja kao alternativne oblike.

Tablica 5: Skupn financiranjem se mogu dobiti različite nagrade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	5	10.0	10.0	10.0
Ne slažem se	9	18.0	18.0	28.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	16	32.0	32.0	60.0
Slažem se	14	28.0	28.0	88.0
U potpunosti se slažem	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 16 kroz svoje odgovore istaknulo je kako se niti slaže niti ne slaže kada je u pitanju izjava da se pomoću skupnog financiranja mogu ostvariti različiti oblici nagrada. Potom, 14 ispitanika ističe kako se slaže sa spomenutom izjavom, a ukupno 9 se ne slaže. Također, 6 ispitanika ističu kako se u potpunosti slažu, a preostali broj od 5 ispitanika se uopće ne slaže s predmetnom izjavom.

Tablica 6: Skupnim financiranjem se može utjecati na ostvarenje prava manjina te prava žena

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	5	10.0	10.0	10.0
Ne slažem se	4	8.0	8.0	18.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	20	40.0	40.0	58.0
Slažem se	12	24.0	24.0	82.0
U potpunosti se slažem	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 20, istaknulo je kako se niti slaže niti ne slaže s izjavom da skupni oblici financiranja utječu na podržavanje ostvarenja prava manjina ili prava žena. Sa predmetnom tvrdnjom može se složiti 12 ispitanika, dok se 9 ispitanika može u potpunosti složiti s navedenom izjavom. Nadalje, 5 ispitanika ističe kako se uopće ne slažu, a preostala 4 ispitanika ne mogu se složiti s predmetnom izjavom.

Tablica 7: Skupnim financiranjem možete prikupiti sredstva za otvaranje obrta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	3	6.0	6.0	6.0
Ne slažem se	7	14.0	14.0	20.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	1	2.0	2.0	22.0
Slažem se	24	48.0	48.0	70.0
U potpunosti se slažem	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Kroz podatke prikazane u prethodnoj tablici moguće je istaknuti kako se najveći broj ispitanika, njih 24 slaže s izjavom kako se pomoću skupnih oblika financiranja mogu prikupiti sredstva za otvaranje obrta. Također, 15 ispitanika ističe kako se u potpunosti slažu s predmetnom izjavom, dok se ukupno 7 ispitanika s istom ne slažu. Potom, 3 ispitanika se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se samo 1 ispitanik niti slaže niti ne slaže.

Tablica 8: Skupnim financiranjem možete skupiti sredstva za osnivanje poduzeća

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	5	10.0	10.0	10.0
Ne slažem se	14	28.0	28.0	38.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	9	18.0	18.0	56.0
Slažem se	10	20.0	20.0	76.0
U potpunosti se slažem	12	24.0	24.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Od ukupnog broja ispitanika, najveći broj odnosno njih 14 ističe kako se ne slažu s izjavom da se pomoću skupnih oblika financiranja može prikupiti dovoljno sredstava za proces osnivanja poduzeća. 12 ispitanika ističe kako se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, a 10 ispitanika odgovorilo je kako se slažu.) ispitanika je neodlučno, dok se preostalih 5 ispitanika uopće ne slažu s predmetnom tvrdnjom.

Tablica 9: Skupno financiranje posljednjih godina doživljava zamah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	4	8.0	8.0	8.0
Ne slažem se	4	8.0	8.0	16.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	8	16.0	16.0	32.0
Slažem se	12	24.0	24.0	56.0
U potpunosti se slažem	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

Prethodna tablica pokazuje da je najveći broj ispitanika, njih 22, istaknulo kako se slažu s izjavom kako su skupni oblici financiranja posljednjih godina doživljavaju zamah. 12 ispitanika se slažu s predmetnom izjavom, 8 ispitanika je neodlučno, dok se preostala 4 ispitanika u potpunosti ne slažu s predmetnom tvrdnjom.

Tablica 10: Skupno financiranje je potpuno besplatan za korisnike

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	5	10.0	10.0	10.0
Ne slažem se	8	16.0	16.0	26.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	16	32.0	32.0	58.0
Slažem se	14	28.0	28.0	86.0
U potpunosti se slažem	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

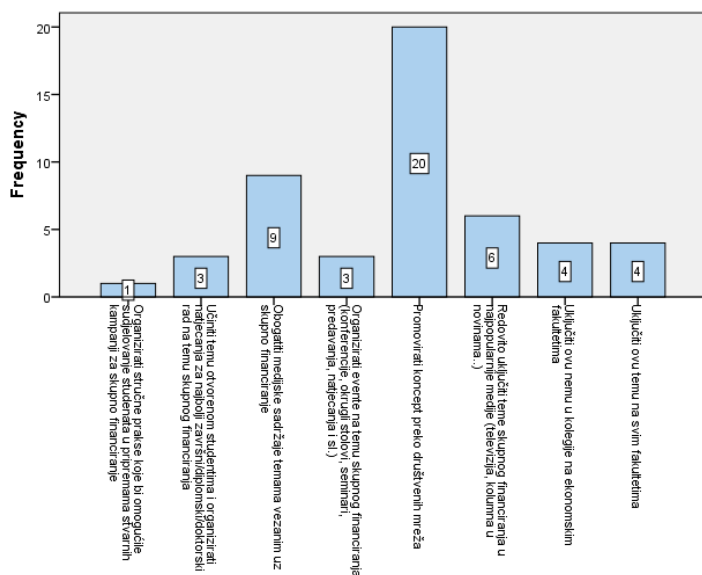
Iz podataka u prethodnoj tablici može se iščitati da se 16 ispitanika niti slaže, niti ne slaže s tvrdnjom da je skupno financiranje potpuno besplatan za korisnike, dok se 14 ispitanika slaže s navedenom tvrdnjom. 8 ispitanika se ne slaže, 7 ispitanika se u potpunosti slaže, dok se 5 ispitanika uopće ne slaže s tvrdnjom da je skupno financiranje potpuno besplatan za korisnike.

Tablica 11: Za privlačenje davatelja novca objava projekta na nekoj od poznatih svjetskih platformi je dovoljna

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Uopće se ne slažem	7	14.0	14.0	14.0
Ne slažem se	8	16.0	16.0	30.0
Niti se slažem, niti se ne slažem	16	32.0	32.0	62.0
Slažem se	13	26.0	26.0	88.0
U potpunosti se slažem	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Izvor: Izrada autora

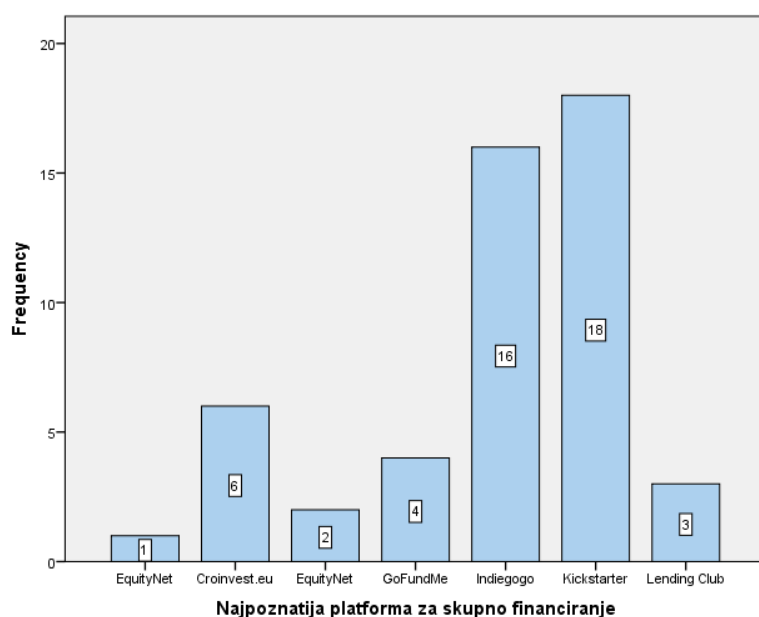
Iz prethodne je tablice moguće iščitati kako se najveći broj ispitanika, njih 16 niti slaže niti ne slaže s izjavom kako je za privlačenje ulagača dovoljna objava projekta putem nekih poznatih svjetskih platformi. Ukupno 13 ispitanika se slažu s predmetnom izjavom, dok se 8 ispitanika ne slažu s istom. Od ukupnog broja ispitanika, njih 7 se uopće ne slažu s predmetnom izjavom, dok preostalih 6 ispitanika ističe kako se u potpunosti slažu.



Grafikon 4: Aktivnosti za poboljšanje upoznatosti sa skupnim financiranjem

Izvor: Izrada autora

Najviše ispitanika (20 ispitanika) smatra da je za poboljšanje upoznatosti sa skupnim financiranjem potrebno promovirati koncept preko društvenih mreža, dok samo 1 ispitanik smatra da je za poboljšanje upoznatosti sa skupnim financiranjem potrebno organizirati stručne prakse koje bi omogućile sudjelovanje studenata u pripremanju stvarnih kampanja za skupno financiranje.



Grafikon 5: Najpoznatija platforma za skupno financiranje

Izvor: Izrada autora

Iz prethodnog grafikona vidljivo je da 18 ispitanika smatra da je najpoznatija platforma za skupno financiranje Kickstarter, 16 ispitanika smatra da je to Indiegogo, dok samo 1 ispitanik smatra da je najpoznatija platforma za skupno financiranje EquityNet.

4.3. Testiranje postavljenih hipoteza

Nakon analize anketnog upitnika pristupilo se testiranju postavljenih hipoteza.

Svaka od hipoteza testirana je tako da je pretpostavljeno kako se razina prosječne vrijednosti odnosno aritmetičke sredine u nekom osnovnom skupu jednaka pretpostavljenim vrijednostima. Pritom, svaki je ispitanik ocjenjivao slaganje ili ne slaganje s postavljenom hipotezom. Postavljena je i aritmetička sredina zajedno sa zaključkom o prihvatanju ili odbacivanju nulte hipoteze, koji je proizašao iz aritmetičke sredine samog uzorka. Ukoliko je aritmetička sredina ukazivala na vrijednost koja se nalazi između postavljenih granica intervala prihvatljivosti nulte hipoteze ta je hipoteza ocijenjena kao istinita, uz nužno iskazivanje razine signifikantnosti testova. U drugim slučajevima, hipoteza je odbačena kao neistinita.

Svaka od navedenih hipoteza testirana je temeljem prikupljenih odgovora ispitanika kojima je za rangiranje odgovora ponuđeno korištenje skale od 1 do 5, na kojoj se s brojem 1 označava najlošija ocjena, dok broj 5 predstavlja najbolju ocjenu. Zbog primjene ove skale, u svakom provedenom testiranju pretpostavljeno je kako se aritmetička sredina nalazi na razini jednakoj ili većoj od 3.5. Logična granica, broj 3, nije određena kao aritmetička sredina iz razloga što se ista smatra nereprezentativnom posebno iz razloga što tijekom korištenja predmetne skale u odgovorima u slučaju da nisu sigurni u svoju ocjenu ispitanici uglavnom odabiru ocjenu 3 kao neutralnu vrijednost.

H1: Skupno financiranje je u IT poduzećima u Hrvatskoj nedovoljno prepoznato kao alternativni oblik financiranja jer poduzetnici/ menadžeri nisu dovoljno upoznati s korištenjem istog.

Ključno pitanje odnosi se na mogućnost prihvatanja aritmetičke sredine kao vrijednosti veće ili jednake 3.5 u okvirima zadanog uzorka uz postavljene razine granične signifikantnosti od 5% (statističke značajnosti koja definira utjecaj istraživanih uvjeta na promjene promatranih svojstava).

H0 $X \geq 3.5$

H1 $X < 3.5$

Tablica 12: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja	50	3.42	1.247	.176

Izvor: Izrada autora

Tablica 13: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja

	One-Sample Test					
	Test Value = 3.5					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper	
Među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja	-.454	49	.652	-.080	-.43	.27

Izvor: Izrada autora

Vrijednost aritmetičke sredine u uzorku izračunata je na razini 3.42 te je očito kako je ista ispod razine pretpostavljene aritmetičke sredine na razini 3.5 stoga se takva hipoteza ne prihvaća.

Prethodna tablica pokazuje i vrijednost t testa na razini od -0,454, dok tablične vrijednosti uz razine granične signifikantnosti od 5% iznose 2,01. Prema tome, može se istaknuti kako je $|t^*| < t_{tab}$ odnosno nulta hipoteza kojom se ističe kako je aritmetička sredina u uzorku na razini jednako ili većoj od 3.5 se odbacuje kao neistinita.

Također, uzevši u obzir odbačenu tvrdnju o aritmetičkoj sredini uzorka većoj ili jednako od pretpostavljene razine od 3.5, moguće je odbaciti i tvrdnju kako menadžeri nisu dovoljno upoznati s korištenjem skupnih oblika financiranja temeljem čega se **hipoteza H1 odbacuje**.

H2: Skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj.

Ključno pitanje odnosi se na mogućnost prihvatanja aritmetičke sredine kao vrijednosti veće ili jednake 3.5 u okvirima zadanog uzorka uz postavljene razine granične signifikantnosti od 5% (statističke značajnosti koja definira utjecaj istraživanih uvjeta na promjene promatranih svojstava).

H0 $X \geq 3.5$

H1 $X < 3.5$

Tablica 14: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj	50	3.46	1.249	.177

Izvor: Izrada autora

Tablica 15: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj

	One-Sample Test					
	Test Value = 3.5					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj	-.226	49	.822	-.040	-.39	.31

Izvor: Izrada autora

Vrijednost aritmetičke sredine u promatranom uzorku iznosi 3.46 te je na nižim razinama od pretpostavljene vrijednosti 3.5, stoga se ova hipoteza ne može prihvatiti.

Prethodna tablica pokazuje kako t test iznosi -0,0226, dok tablična vrijednost na razini signifikantnosti od 5% iznosi 2,01. Prema tome, moguće je istaknuti kako je $|t^*| < t_{tab}$ odnosno odbacuje se nulta hipoteza s pretpostavkom kako je aritmetička sredina uzorka na razini jednakoj ili većoj od 3.5.

S obzirom na odbacivanje tvrdnje o vrijednosti aritmetičke sredine na razini jednakoj ili većoj 3.5, moguće je odbaciti i tvrdnju kako skupni oblici financiranja imaju značajne potencijale za financiranje projekata unutar IT poduzeća u republici Hrvatskoj temeljem čega se ujedno i **hipoteza H2 odbacuje kao neistinita**.

H3: Ne postoji jasno definiran zakonski okvir za skupno financiranje u IT poduzećima u Hrvatskoj.

Ključno pitanje odnosi se na mogućnost prihvaćanja aritmetičke sredine kao vrijednosti veće ili jednake 3.5 u okvirima zadanog uzorka uz postavljene razine granične signifikantnosti od 5% (statističke značajnosti koja definira utjecaj istraživanih uvjeta na promjene promatranih svojstava).

H0 $X \geq 3.5$

H1 $X < 3.5$

Tablica 16: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je zakonski skupno financiranje jasno definirano

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Zakonski je skupno financiranje jasno definirano	50	3.42	1.230	.174

Izvor: Izrada autora

Tablica 17: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je zakonski skupno financiranje jasno definirano

One-Sample Test						
	Test Value = 3.5					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Zakonski je skupno financiranje jasno definirano	-.460	49	.648	-.080	-.43	.27

Izvor: Izrada autora

S obzirom da vrijednost aritmetičke sredine u prikazanom uzorku iznosi 3.42 te je na nižim razinama od pretpostavljenih više ili jednako 3.5, ova hipoteza ne bi mogla biti prihvaćena.

Prethodna tablica jasno pokazuje kako je t test na razini od -0,460, dok tablična vrijednost uz razinu signifikantnosti od 5% iznosi 2,01. Prema tome, može se istaknuti kako je $|t^*| < t_{tab}$ odnosno potrebno je odbaciti nultu hipotezu o vrijednosti aritmetičke sredine uzorka većoj ili jednakoj 3.5.

Uzevši u obzir odbačenu tvrdnju o vrijednosti aritmetičke sredine na razini jednakoj ili većoj od 3.5 potrebno je odbaciti i tvrdnju kako su skupni oblici financiranja zakonski jasno definirani stoga se **hipoteza H3 prihvaća kao istinita.**

4.4. Ograničenja istraživanja

Prilikom provođenja istraživanja te dobivanju konačnih rezultata ispitivanja javljala su se razna ograničenja. Samo ispitivanje se provodilo preko anketnog upitnika.

Unatoč prikupljenim mišljenjima ispitanika, da se ispituju stavovi mnoštva tvrtki obzirom da u RH postoji preko 5000 IT tvrtki, ovakvo ispitivanje se može proširiti na taj način. Ostvario bi se bolji uvid u njihova mišljenja i na kraju bi se odgovori bolje usporedili.

Dakle, ovakav uzorak se ne smatra vjerodostojnim da se donesu znanstveni zaključci, ali zato ima sposobnost pružanja jasnog uvida u predodžbu skupnog financiranja. Tendencija ispitanika da odgovaraju ono što smatraju da je prihvatljivo, a ne ono što stvarno misle je jedan od nedostataka metode provedenog empirijskog istraživanja.

Između ostalog, potrebno je znati da pribavljeni odgovori od strane ispitanika pružaju subjektivnu sliku.

Pribavljeni rezultati se mogu klasificirati poput smjernica svim uključenim u financiranju IT poduzeća te će temeljem pridobivenih odgovora steći bolji uvid u razinu zastupljenosti skupnog financiranja.

5. ZAKLJUČAK

Skupno financiranje se može tumačiti poput alternativnog izvora financiranja, tj. pribavljanja potrebitih sredstava od mnoštva putem specifične platforme na internetu za investiranje, provedbu projekata te kreditiranja usluga ili proizvoda prilikom čega pojedinci koji vrše uplatu novca participiraju s vrlo niskim novčanim iznosom.

IT poduzeća se nalaze u središtu predmeta ispitivanja, preciznije financiranje poslovanja IT kompanija, pojava njihova na tržištima, načini provedbe poslovanja te zastupljenost skupnog financiranja u odabranim IT kompanijama. S ispitivanjem se namjeravalo pružiti smjernice s argumentima koje djeluju u tu svrhu.

S anketnim upitnikom proveden je empirijski dio istraživanja na primjeru IT poduzeća u Hrvatskoj. Temeljem analiziranja pridobivenih odgovora, zaključilo se da među menadžerima postoji dovoljna svijest o važnosti skupnog financiranja odnosno da su dovoljno upoznati s korištenjem istog. Međutim, odbacila se hipoteza da skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj. Isto tako, donesen je zaključak o odbacivanju hipoteze, a to da je zakonski skupno financiranje jasno definirano.

Prilikom izrade ovog rada i u stjecanju rezultata ispitivanja, naišlo se na razna ograničenja. Ispitivanje se provodilo koristeći anketni upitnik između odgovornih zaposlenika za financiranje u IT poduzećima u RH koji su upotrebljavali skupno financiranje kao oblik financiranja. Dakle, ovo ispitivanje se smatra pilot studijem koje bi se moglo proširiti tako da se ispita mišljenje većeg broja poduzeća s obzirom da u RH postoji preko 5.000 IT tvrtki. Time bi došlo do ostvarenja boljeg uvida u mišljenje ispitanika i bolje komparacije rezultata.

Sukladno navedenom korišteni uzorak ne smatra se reprezentativnim uzorkom temeljem kojega se mogu ostvariti znanstveni zaključci, međutim svakako je moguće ostvariti uvid u stanje percepcije koja ukazuje na važnost mogućnosti skupnog financiranja određenih poslovnih pothvata, posebno sa stajališta osoba koje ujedno i upotrebljavaju takve oblike financiranja. Osim toga, vrlo je važno za istaknuti kako svaki od odgovora prikupljen od strane ispitanika može davati i subjektivan pogled. Pritom, objektivnija slika bi se mogla ostvariti na način da se ispitaju voditelji u IT tvrtkama. Sukladno navedenom, dobivene rezultate nije moguće generalizirati već se isti mogu primjenjivati u obliku smjernica koje IT tvrtke mogu koristiti za ostvarenje dodatnih informacija o zadovoljstvu njihovih

korisnika te njihovim stavovima o važnosti i mogućnostima korištenja skupnih oblika financiranja u poslovanjima IT tvrtki.

Iz svega proizlazi kako primjena anketnih upitnika kao jednih od instrumenata pomoću kojih se ispituju mišljenja o oblicima skupnih financiranja mogu poslužiti kao jedne od smjernica u provođenju daljnjih testiranja, ali je pritom vrlo važno primijeniti i preporuke da se prilikom ponavljanja istraživanja sam upitnik obogati dodatnim pitanjima koja će omogućiti detaljnije uvide u problematiku ovog područja te utjecati na povećanje korisnosti i primjene rezultata ovih vrsta istraživanja. Druge preporuke odnose se na proširenje broja ispitanika i na ostale tvrtke koje djeluju na ovom području kako bi se takvim načinom prikupio što veći broj mišljenja o prednostima i mogućnostima korištenja oblika skupnog financiranja.

Osim toga, iz rada proizlazi i činjenica da je nužno kontinuirano praćenje financijskih trendova kako bi se iskoristile sve prednosti koje mogu pružiti različiti izvori vanjskog financiranja poslovnih pothvata. Također, iako u Republici Hrvatskoj postoji dovoljna razina znanja o skupnom financiranju od strane menadžera, ovi oblici financiranja nemaju značajne potencijale na području financiranja poslovnih ideja IT tvrtki, te da pritom ni zakonska regulativna nije dovoljno jasno definirana.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Adizes, I. (2006). Životni ciklusi tvrtke: kako nastaju, razvijaju se i zašto umiru dobre tvrtke, Zagreb: M.E.P. Consult: Adizes Southeast Europe, Zaprešić, Visoka poslovna škola Baltazar Adam Krčelić
2. Agrawal, A., Catalini, C., Goldfarb, A. (2011). Friends, Family and the Flat World: The Geography of Crowdfunding, NBER Working Paper, broj 16820., Toronto (Kanada)
3. Bago, A., Pilipović, O. (2016). Skupno financiranje, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku
4. Belleflamme, P., Lambert, T., Schwienbacher, A. (2013). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd, Journal of Business Venturing
5. Bilandžić, T. (2019). Stvaranje preduvjeta za uspješno skaliranje startup poduzeća, završni rad, Zagreb, Ekonomski fakultet u Zagrebu
6. Bradford, C. S. (2012).: Crowdfunding and the Federal Securities Laws, College of Law, Faculty Publications
7. CEPOR (2019). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – CEPOR, Zagreb
8. Cumming, D.J., Leboeuf, G., Schwienbacher, A. (2019). Crowdfunding Models: KeepIt-All vs. All-Or-Nothing, Forthcoming, Financial Management
9. Čondić-Jurkić, I. (2015). Crowdfunding – što znamo o alternativnom izvoru financiranja? Notitia – časopis za održivi razvoj
10. Đurđenić, K. (2017). Crowdfunding – Croatian legal perspective and comparison to other sources of financing, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
11. Europska Komisija (2015). O skupnom financiranju, European Commission, Brussels
12. Gałkiewicz, D.,P., Gałkiewicz, M. (2018). The Crowdfunding Monitor 2018, An Overview of European Projects Financed on Startnext and Kickstarter Platforms between 2010 and mid-2017, Bermang/Szczecin
13. Gerber, E.M., Hui, J.S., Kuo, P.Y. (2011). Crowdfunding: why the people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms, Northwestern University Creative Action Lab, Sheridan Drive, Evanston
14. Gierczak, M. M., Bretschneider, U., Haas, P., Blohm, I., Leimeister, J. M. (2015). Crowdfunding – Outlining the New Era of Fundraising
15. Hafner, H. (2017). Vodič za crowdfunding, Rijeka, Udruga za razvoj civilnog društva SMART

16. Jenik, I., Lyman, T., Nava, A. (2017). Crowdfunding and Financial Inclusion, Working paper, CGAP
17. Kirby, E., Worner, S. (2014). Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast, Staff Working Paper of the IOSCO Research Department
18. Lukkarinen, A., Teich, J. E., Wallenius, H. i Wallenius, J. (2016). Success drivers of online equity crowdfunding campaigns, Decision Support Systems
19. Marakkath, N., Attuel-Mendes, L. (2015). Can microfinance crowdfunding reduce financial exclusion? Regulatory issues, International Journal of Bank Marketing
20. Massolution (2015). The crowdfunding industry report, Massolution
21. Ries, E. (2013). Lean startup: kako današnji poduzetnici koriste neprestanu inovativnost za stvaranje u potpunosti uspješnih poslova, Zagreb, Mate, Zagrebačka škola ekonomije i menagementa
22. Rossi, M. (2014). The New Ways to Raise Capital: An Exploratory Study of Crowdfunding, International Journal of Financial Research
23. Schwienbacher, A., Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures
24. Shim, J. K., Siegel, J. G. (2007). Upravljačke financije, Zagreb, Zgombić & Partneri
25. Sigar, K. (2012). Fret No More: Inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the Jobs Act's safeguards
26. Steinberg, S., DeMaria, R. (2012). Crowdfunding Bible, READ.ME
27. Steinberg, S., (2012). The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project
28. Vukičević, M. (2006). Financiranje poduzeća, Zagreb, Golden marketing – tehnička knjiga
29. Wilson, K., Testoni, M. (2014). Improving the role of equity crowdfunding in Europe's capital markets, Bruegel Policy Contribution, Brussels
30. Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela, Rijeka, Ekonomski fakultet u Rijeci

Internet izvori:

1. Croinvest.eu, Društvena važnost crowdfunding platforme Croinvest.eu, <https://croinvest.eu/drustvena-vaznost-crowdfunding-platformecroinvest-eu/> (19.06.2022.)
2. Europski parlament, <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20201001STO88312/novapravila-za-skupno-financiranje-u-eu-u> (27.04.2022.)
3. EquityNet, About, <https://www.equitynet.com/about-equitynet.aspx> (18.06.2022.)

4. EquityNet, How it works, <https://www.equitynet.com/how-it-works.aspx> (18.06.2022.)
5. Europska Unija, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52014AE4004> (27.04.2022.)
6. Forbes, 8 ways women entrepreneurs can use crowdfunding successfully, <https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2018/06/10/8-ways-womenentrepreneurs-can-use-crowdfunding-successfully/#787a3efb715e> (18.06.2022.)
7. Fritz, J., Crowdfunding Sites for Charitable Giving and Fundraising, The balance small business, <https://www.thebalancesmb.com/giving-to-charity-online-2501931#citation-13> (18.06.2022.)
8. Garecht, J., How to Use Crowd-Funding Sites to Raise Money for Your Non-Profit, <http://www.thefundraisingauthority.com/internet-fundraising/crowd-funding-your-non-profit/> (17.06.2022.)
9. GoFundMe, <https://www.gofundme.com/> (18.06.2022.)
10. Hafner, H. (2017): Vodič za crowdfunding, <http://www.crowdfunding.hr/wpcontent/uploads/2018/02/Vodi%C4%8D-za-crowdfunding-Hrvoje-Hafner.pdf> (15.06.2022.)
11. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, <https://www.hanfa.hr/vijesti/prva-regulativa-eu-a-za-crowdfunding-platforme/> (27.04.2022.)
12. Kickstarter, About, <https://www.kickstarter.com/about> (19.06.2022.)
13. Kickstarter, Who can use Kickstarter? <https://help.kickstarter.com/hc/enus/articles/115005128594-Who-can-use-Kickstarter-> (18.06.2022.)
14. Kurani, S., What is crowdfunding and how does it work?, <https://republic.co/blog/investor-education/what-is-crowdfunding-and-howdoes-it-work> (17.06.2022.)
15. Lider media, <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/crowdfunding-u-hrvatskoj-predstavljamo-vam-pet-najuspjesnijih-kampanja-129586> (17.07.2022.)
16. Lijepa priča nedjeljom, Pivovara Medvedgrad u 10 dana prikupila milijun eura, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/lijepa-prica-nedjeljom-pivovara-medvedgrad-u-10-dana-prikupila-milijuneura-za-sirenje-proizvodnje/1014200.aspx> (17.07.2022.)
17. Muždalo, M., A kako funkcionise crowdfunding? <https://www.crowdfunding.rs/blog/a-kako-funkcionise-crowdfunding>
18. Netokracija, <https://www.netokracija.com/fresh-island-funderbeam-160611> (17.06.2022.)

19. Schmidt, J., Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends, <https://p2pmarketdata.com/crowdfunding-statistics-worldwide/> (18.06.2022.)
20. Smith, T., James, M., Crowdfunding, <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp> (17.06.2022.)
21. The History of Crowdfunding, <https://www.fundable.com/crowdfunding101/history-ofcrowdfunding> (15.06.2022.)
22. T portal, <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/solinski-include-prikuplja-do-400-000-eur-na-funderbeamu-20170227> (17.07.2022.)
23. Zicer Plavi Ured, Crowdfunding kao alternativni model financiranja, <https://plaviured.hr/crowdfunding-kao-alternativni-model-financiranja> (15.06.2022.)

SAŽETAK

Skupno financiranje predstavlja jedan od načina prikupljanja financijskih sredstava za potrebe financiranja poslovnih projekata i samog poslovanja. Potreban novac se pribavlja od mnoštva ljudi preko različitih platformi. Platforme se odnose na postojanje mrežnih mjesta pomoću kojih se susreću imatelji ideja ili vlasnici projekata s potencijalnim investitorima. Pritom, platforme za skupno financiranje moraju podrazumijevati jasne i jednostavne načine za korištenje predmetnih usluga. U osnovne prednosti ovih oblika financiranja moguće je ubrojiti značajno smanjenje stopa rizika, s obzirom na uključenost velikog broja investitora, što rezultira činjenicom da ulagači ne mogu pretrpjeti značajne gubitke u slučajevima kada projekti ne budu uspješni.

Osnovnim ciljem ovog rada smatra se analiza osnovnih prednosti i nedostataka prilikom korištenja skupnih oblika financiranja u poslovanju, posebno u slučajevima IT tvrtki u Hrvatskoj. Pritom, rad istražuje teorijske stavove o skupnim oblicima financiranja, njihove osnovne karakteristike, povijesni nastanak, modele i oblike, prednosti i nedostatke te primjere skupnih oblika financiranja.

Empirijski dio rada temeljen je na provedenom istraživanju putem anketnog upitnika koji je uključivao zaposlenike IT tvrtki u Republici Hrvatskoj. Pritom ispitivane su mogućnosti korištenja skupnih oblika financiranja uz upoznatost zaposlenika s ovim oblicima financiranja. Analiza rezultata pokazala je kako menadžeri u dovoljnoj mjeri poznaju korištenje ovih metoda, iako njihovo korištenje nema značajne potencijale za financiranje IT projekata tvrtki ovog područja. Osim toga, zakonski su okviri vrlo nejasni po pitanju skupnih oblika financiranja.

Ključne riječi: IT tvrtke u RH, skupno financiranje, prednosti i nedostaci skupnog financiranja

SUMMARY

Crowdfunding is one of the ways to raise funds to finance business projects and the business itself. The money needed is raised by many people through different platforms. Platforms refer to the existence of online platforms where the owners of ideas or projects meet potential investors. At the same time, crowdfunding platforms must offer clear and easy ways to use the services in question. The main advantages of these forms of financing include a significant reduction in risk rates, as a large number of investors are involved, which means that investors do not suffer large losses if the projects are not successful.

The main objective of this paper is to show the basic advantages and disadvantages of using collective forms of financing in business, especially in the case of IT companies. At the same time, theoretical positions on collective forms of financing, their basic characteristics, their historical origins, models and forms, advantages and disadvantages as well as examples of collective forms of financing are examined.

The empirical part of the paper is based on a survey conducted by means of a questionnaire that included employees of IT companies in the Republic of Croatia. The possibilities of using collective forms of financing and the familiarity of employees with these forms of financing were investigated. The analysis of the results showed that managers are sufficiently familiar with the use of these methods, although their use for financing IT projects of enterprises in this area does not have a great potential. Furthermore, the legal framework for collective forms of financing is very unclear.

Keywords: IT companies in Croatia, crowdfunding, advantages and disadvantages of crowdfunding

POPIS TABLICA

Tablica 1: Unutarnji ili vanjski izvori financiranja.....	30
Tablica 2: Vanjski izvori financiranja	30
Tablica 3: Kampanjom za skupno financiranje mogu se prikupiti dovoljna sredstva	31
Tablica 4: Korištenje skupnog financiranja kao alternativnog oblika financiranja u poduzeću.....	32
Tablica 5: Skupnim financiranjem se mogu dobiti različite nagrade	32
Tablica 6: Skupnim financiranjem se mogu podržati prava manjina i prava žena.....	33
Tablica 7: Skupnim financiranjem možete prikupiti sredstva za otvaranje obrta	33
Tablica 8: Skupnim financiranjem možete skupiti sredstva za osnivanje poduzeća.....	34
Tablica 9: Skupno financiranje posljednjih godina doživljava zamah	35
Tablica 10: Skupno financiranje je potpuno besplatan za korisnike.....	35
Tablica 11: Za privući davatelje novca dovoljno je objaviti projekt na nekoj od poznatih svjetskih platformi	36
Tablica 12: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja	39
Tablica 13: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja	39
Tablica 14: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj	40
Tablica 15: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj	40
Tablica 16: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je zakonski skupno financiranje jasno definirano.....	41
Tablica 17: Podaci o prosječnim vrijednostima stava da je zakonski skupno financiranje jasno definirano.....	42

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu	29
Grafikon 2: Poduzeće po veličini	29
Grafikon 3: Stav o skupnom financiranju	31
Grafikon 4: Aktivnosti za poboljšanje upoznatosti sa skupnim financiranjem	37
Grafikon 5: Najpoznatija platforma za skupno financiranje	37

POPIS PRILOGA

Prilog br. 1

Anketa o skupnom financiranju u IT industriji u Hrvatskoj

Poštovani!

U anketnom upitniku su pitanja vezana za skupno financiranje. Ovo anketiranje provodi se u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Splitu kako bi se ispitalo koliko su ispitanici svjesni važnosti korištenja skupnog financiranja.

Kako bi podatci odražavali stvarno stanje, molimo Vas za suradnju u ovom istraživanju. Potrebno je odgovoriti na navedena pitanja. Ovo istraživanje zahtjeva 5-7 minuta Vaše pozornosti. Molimo Vas za iskrene odgovore u cilju vjerodostojnosti podataka, koji će se isključivo koristiti u svrhu ovog istraživanja.

1. Spol*

M Ž

2. Vaše poduzeće po veličini*

- mikro (do 10 zaposlenika)
- malo (10-49 zaposlenika)
- srednje (50-250 zaposlenika)
- veliko (više od 250 zaposlenika)

3. Koristi li Vaše poduzeće unutarnje ili vanjske izvore financiranja?*

- unutarnje
- vanjske
- oboje

4. Ukoliko poduzeće koristi vanjske izvore financiranja, koji izvor najčešće koristi?*

- bankovni kredit
- operativni leasing
- financijski leasing
- fondovi rizičnog kapitala
- poslovni anđeli
- skupno financiranje (crowdfunding)
- financiranje uz pomoć državnih institucija (HAMAG BICRO, HBOR...)
- ne koristimo vanjske izvore financiranja

5. Smatrate li skupno financiranje samo načinom prikupljanja financijskih sredstava ili i marketinškim alatom?*

- Skupno financiranje je namijenjeno isključivo prikupljanju sredstava (fundraising)
- Skupno financiranje je istovremeno fundraising i marketinški alat

6. Smatrate li da se kampanjom za skupno financiranje mogu prikupiti dovoljna sredstva?*

- da
- ne

7. Koristi li Vaše poduzeće skupno financiranje kao alternativni oblik financiranja?*

- da
 ne

8. Među menadžerima ne postoji dovoljna upoznatost s korištenjem skupnog financiranja.*
 /Označite s X i to: 1 – Uopće se ne slažem do 5 – U potpunosti se slažem/

1	2	3	4	5

9. Skupno financiranje ima značajan potencijal u financiranju projekata u IT poduzećima u Hrvatskoj.*

/Označite s X i to: 1 – Uopće se ne slažem do 5 – U potpunosti se slažem/

1	2	3	4	5

10. Zakonski je skupno financiranje jasno definirano.*

/Označite s X i to: 1 – Uopće se ne slažem do 5 – U potpunosti se slažem/

1	2	3	4	5

11. U kojoj mjeri se slažete sa sljedećim tvrdnjama?* Molim odgovorite na skali od 1 do 5 ako 1 znači Uopće se ne slažem, a 5 U potpunosti se slažem.

	1	2	3	4	5
Skupnim financiranjem se mogu dobiti različite nagrade.					
Skupnim financiranjem se mogu podržati prava manjina i prava žena.					
Skupnim financiranjem možete prikupiti sredstva za otvaranje obrta.					
Skupnim financiranjem možete skupiti sredstva za osnivanje poduzeća.					
Skupnim financiranjem posljednjih godina doživljava zamah.					
Skupnim financiranjem je potpuno besplatan za korisnike.					
Za privući davatelje novca dovoljno je objaviti projekt na nekoj od poznati svjetskih platformi.					

12. Prema Vašem mišljenju, što bi bilo potrebno učiniti kako bi se poboljšala upoznatost sa skupnim financiranjem?*

- Uključiti ovu temu u kolegije na ekonomskim fakultetima
 Uključiti ovu temu na svim fakultetima
 Organizirati stručne prakse koje bi omogućile sudjelovanje studenata u pripremama stvarnih kampanja za skupno financiranje
 Promovirati koncept preko društvenih mreža
 Redovito uključiti teme skupnog financiranja u najpopularnije medije (televizija, kolumna u novinama..)
 Obogatiti medijske sadržaje temama vezanim uz skupno financiranje

- Organizirati evente na temu skupnog financiranja (konferencije, okrugli stolovi, seminari, predavanja, natjecanja i sl.)
- Učiniti temu otvorenom studentima i organizirati natjecanja za najbolji završni/diplomski/doktorski rad na temu skupnog financiranja

13. Prema Vašem mišljenju, koja je najpoznatija platforma za skupno financiranje?*

- Kickstarter
- Indiegogo
- GoFundMe
- EquityNet
- Lending Club
- Croinvest.eu