

Analiza i financiranje poslovne ideje

Lulić, Stjepan

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:024649>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

ANALIZA I FINANCIRANJE POSLOVNE IDEJE

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2023.

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

Usmjerenje Poslovna ekonomija i financije

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

ANALIZA I FINANCIRANJE POSLOVNE IDEJE

Mentor:

Marko Galić, mag. oec., predavač

Student:

Stjepan Lulić

Naziv kolegija:

FINANCIRANJE POSLOVNIH KOMBINACIJA

JMBAG studenta:

0234060213

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. NAČINI FINANCIRANJA U POSLOVANJU	5
2. 1. KREDITIRANJE.....	8
2. 2. LEASING I FAKTORING	10
2. 3. FINANCIRANJE FONDOVIMA EUROPSKE UNIJE	15
3. ALTERNATIVNI NAČINI FINANCIRANJA POSLOVNE IDEJE	18
3. 1. CROWDFUNDING	19
3. 2. FINANCIRANJE INVESTITORIMA ANĐELIMA	23
3. 3. OSTALI ALTERNATIVNI OBLICI FINANCIRANJA NOVIH POSLOVNIH IDEJA	25
4. FINANCIJSKO PLANIRANJE NOVIH POSLOVNIH IDEJA.....	28
4.1. POSLOVNI PLAN	29
4.2. SWOT ANALIZA	30
4.3. COST-BENEFIT ANALIZA	32
5. ZAKLJUČAK	34
5. IZJAVA	36
6. POPIS LITERATURE.....	37
ŽIVOTOPIS.....	Error! Bookmark not defined.

SAŽETAK

Kako bi bilo koji poslovni projekt bio uspješan neophodno je osigurati za poslovnu ideju financijska sredstva. Osim tradicionalnih, klasičnih izvora financiranja koji se i dalje najviše koriste a uključuju kreditiranje, leasing i faktoring te u posljednje vrijeme sve više i financiranje putem fondova Europske unije, sve više se pojavljuju i novi oblici financiranja koji značajno olakšavaju plasman na tržište. Suvremeni načini financiranja poslovanja uključuju tradicionalne izvore kao što su banke i ulaganja vlasnika, ali i nove izvore poput crowdfundinga, peer-to-peer kreditiranja, faktoringa, leasinga, venture capital i private equity fondova. Crowdfunding omogućava skupljanje novca od većeg broja ljudi, dok se peer-to-peer krediti ostvaruju direktno između kreditora i zajmoprimca putem online platformi. Faktoring uključuje prodaju neizvršenih potraživanja radi dobivanja gotovine. Leasing omogućava korištenje imovine bez potpune kupnje, a venture capital i private equity fondovi ulažu novac u startupove ili druge tvrtke s velikim potencijalom rasta. Suvremeni načini financiranja nude tvrtkama više opcija za prikupljanje novca, no treba uzeti u obzir i rizike i uvjete povezane s tim izvorima financiranja. Kako bi se investitor odlučio u koji projekt ulagati, potrebno je provesti analize poslovanja i predstaviti poslovni plan. Ključno je pri tome napraviti SWOT analizu, cost-benefit analizu i pregled financijskog plana.

Ključne riječi: financiranje u poslovanju, investicije, suvremene investicije, europski fondovi, leasing, crowdfunding.

ABSTRACT

In order for any business project to be successful, it is necessary to secure financial resources for the business idea. In addition to traditional, classical sources of financing that are still most commonly used, including loans, leasing, and factoring, and recently, increasingly, financing through European Union funds, new forms of financing are also emerging that significantly facilitate market placement. Modern ways of financing business include traditional sources such as banks and owner investments, but also new sources such as crowdfunding, peer-to-peer lending, factoring, leasing, venture capital, and private equity funds. Crowdfunding enables the collection of money from a larger number of people, while peer-to-peer loans are made directly between the lender and the borrower through online platforms. Factoring involves the sale of outstanding claims in order to obtain cash. Leasing allows the use of assets without complete purchase, and venture capital and private equity funds invest money in startups or other companies with high growth potential. Modern forms of financing offer companies more options for raising money, but it is important to consider the risks and conditions associated with these sources of financing. In order for an investor to decide which project to invest in, it is necessary to conduct business analysis and present a business plan. Key factors in this process include conducting a SWOT analysis, cost-benefit analysis, and reviewing the financial plan.

Keywords: financing in business, investments, modern investments, European funds, leasing, crowdfunding.

1. UVOD

U suvremenom gospodarstvu sve važniju ulogu imaju nove poslovne ideje. No kako bi poslovna ideja postala uspješan poslovni pothvat, potrebno je analizirati njezinu isplativost i provesti financiranje poslovne ideje i ostvariti ulaganja u poslovanje odnosno početak poslovanja. Financiranje je potrebno za pokretanje poslovanja i njegovo povećanje do profitabilnosti. Postoji nekoliko izvora na koje je potrebno obratiti pozornost kada se traži financiranje pokretanja poslovanja te je **predmet istraživanja** način i mogućnost za financiranje poslovne ideje te provedba analiza financijskih potreba za ostvarivanje poslovne ideje i pokretanje poslovanja.

Poslovne ideje koje su se pretvorile u uspješne start-upove predstavljaju sve važniji segment suvremene ekonomije. Kako je suvremeno gospodarstvo veoma dinamično i previše saturirano, potrebne su stalne inovacije i nove poslovne ideje kako bi se ostvario proboj na tržištu. U tom smislu pronalaženje uspješnog načina financiranja za provedbu poslovne ideje u uspješnu transformaciju poslovne ideje u poslovan start-up temeljni je **cilj ovog rada**. Tradicionalni zajam za mala poduzeća vjerojatno neće biti moguć sve dok poduzeće već ne bude u pogonu barem nekoliko mjeseci. Stoga je neophodno pronaći druge izvore za ulaganje u poslovnu ideju dok posao ne počne s radom, uključujući prijatelje, obitelj, profesionalne investitore i europske fondove.

Općenito, postoje dvije vrste financiranja poslovanja:

- **Financiranje dugom:** posuđivanje novca od financijskih institucija koje se obvezuje zajmoprimac da će vratiti s kamatama, bez obzira na to koliko uspješno poslovanje postane.
- **Financiranje bez dugovanja:** korištenje štednje ili nekome se daje nešto nemonetarno u zamjenu za ulaganje, poput vlasničkog udjela u vašoj tvrtki ili prilagođene robe.

Temeljna polazišna točka ovog rada jest **hipoteza** kako su opcije bez duga bolji izbor za početno financiranje poslovne ideje.

Za ovu vrstu financiranja može se lakše kvalificirati ako se ima ograničeno poslovno iskustvo i može se izbjeći preuzimanje duga s kojim se možda zajmoprimac neće moći nositi. U ovu kategoriju ulaze sve vrste financiranja putem bespovratnih sredstava, od sredstava Europske unije do lokalnih poticaja ali i brojni drugi, alternativni oblici financiranja poput Crowdfunding kampanja i privlačenje investitora anđela.

Prilikom izrade rada korištene su **metode** analize, sinteze, deskripcije i elaboracije. Za potrebe pisanja rada analizirani su stručni članci i knjige dostupne na hrvatskom i engleskom jeziku te se temeljem dobivenih spoznaja suvremene literature kao i temeljem iskustva najvažnijih poslovnih subjekata koji su uspješno proveli financiranje svoje poslovne ideje i ostvarili uspješan start u poslovanju pokušalo dokazati postavljenu hipotezu.

2. NAČINI FINANCIRANJA U POSLOVANJU

Izvori prikupljanja financijskih sredstava poduzeća odavno su jedna od najvažnijih tema istraživanja i problema gospodarske prakse. To je zbog činjenice da tvrtka mora stalno prikupljati sredstva kako bi funkcionirala i razvijala se. Stoga je osiguranje dovoljnih financijskih sredstava važno u svakoj fazi životnog ciklusa poduzeća. Izuzetno važnu ulogu za sva poduzeća u prikupljanju kapitala ima financijsko tržište i, šire, financijski sustav.

Bit djelatnosti svake tvrtke nije samo obavljanje profitne djelatnosti, već i osiguranje razvoja. Da bi poduzeće vodilo učinkovito gospodarstvo i razvijalo se na konkurentnom tržištu, ono mora biti inovativno, odnosno uvesti suvremene tehnologije, tržišno konkurentne proizvode, modernizirati organizaciju, povećati učinkovitost i uvesti druga nova dostignuća znanosti i tehnologije specifična za njega. poslovni profil. Provedba inovativnih projekata nije lak zadatak za svako poduzeće, zahtijeva prije svega značajna kapitalna sredstva. Kao što pokazuju istraživanja i iskustva praktičnih razvojnih aktivnosti tvrtki, velika poduzeća (transnacionalne, mrežne tvrtke) s velikim imovinskim potencijalom, istraživačkim i razvojnim centrima i sposobnošću prikupljanja stranog kapitala obično su u boljem položaju (Muske, 2007).

Ekonomska literatura naglašava tri glavna aspekta pravilnog razvoja ovog sustava. Prije svega, učinkovit financijski sustav je učinkovita konverzija štednje kućanstava u korporativne investicije uz odgovarajuću razinu kamatne stope. Osim toga, dobro funkcioniranje financijskog sustava omogućuje, raspodjelom rizika ili korištenjem različitih vrsta instrumenata zaštite, realizaciju rizičnijih, ali visokoprofitabilnih investicijskih projekata. Sve to dovodi do specifičnih ekonomskih rezultata cjelokupnog gospodarstva. Trenutačno postoji čvrsto uvjerenje u literaturi da je financijski sustav koji dobro funkcionira preduvjet za učinkovito korištenje gospodarskog rasta. Istovremeno, funkcioniranje financijskog sustava ovisi o njegovom okruženju. Ovisit će dakle o ekonomskim, pravnim, društvenim i političkim uvjetima koje nameće ekonomski sustav. Zbog činjenice da se ovo okruženje dosta dinamično mijenja, sam financijski sustav neće biti statičan (Vidučić, Pepur, & Šimić, 2015).

U posljednjih dvadeset godina ekonomski i financijski sustavi zemalja srednje i istočne Europe radikalno su se promijenili. Početkom devedesetih u većini zemalja dominirale su banke u državnom vlasništvu, čija je glavna funkcija bila opskrba gotovinom državnih institucija i

javnih poduzeća. Sredinom devedesetih pojavljuju se brojni financijski subjekti koji sve više posluju na tržišnim principima. Posljedica toga je brzi rast odobrenih kredita, uglavnom stanovništvu, te povećanje opsega financijskih usluga za poduzeća. Tržište kapitala i burza počinju igrati važnu, komplementarnu ulogu u odnosu na bankarski sustav. Pojavili su se i investicijski fondovi. Druga važna faza u razvoju gospodarstava Srednje i Istočne Europe bila je njihova integracija u Europsku uniju, koja je tekla paralelno s globalizacijskim procesima. Kao rezultat toga, obje su se strane suočile s mnogim izazovima, od kojih je jedan bio budući oblik financijskog sustava (Alhabeeb, 2014).

Strukturna osnova za takvu klasifikaciju je inherentna razlika u metodama financiranja poduzeća. Tržišni sustav (anglosaksonski) karakterizira prevladavajući udio financijskog tržišta u financijskom sustavu. S druge strane, u kontinentalnom sustavu banke su dominantan institucionalni oblik. Trenutačni svjetski trend ide prema tržišno orijentiranim modelima. U literaturi je donedavno vladalo uvjerenje da odabir ovog modela jamči veći gospodarski rast nego u slučaju sustava temeljenog na bankama. Također se navodi da vrsta financijskih institucija, koja karakterizira određeni model financijskog sustava određenog gospodarstva, utječe na vrste korištenih vanjskih izvora financiranja ulaganja (Muske, 2007).

U suvremenoj poslovnoj literaturi pojavljuju se tri kriterija za podjelu izvora financiranja djelatnosti poduzeća. Uzimajući u obzir vlasnički kriterij, autori dijele izvore na vlasnički i strani kapital, koji se naziva i dug. Vlasnički kapital su sredstva uplaćena poduzeću tijekom njegovog poslovanja. Oni su temelj njezine ekonomske i pravne neovisnosti, financijske suverenosti i daju slobodu u donošenju odluka. Posebnu ulogu imaju i u financiranju investicijskih projekata. S druge strane, strani kapital je zbroj sredstava koje poduzeću stavljaju na raspolaganje njegovi vjerovnici. Njegova karakteristična značajka je činjenica da ostaje na raspolaganju tvrtki određeno vrijeme, nakon čega se mora vratiti. Strani kapital čini se prilično nužnim i stvara mogućnosti za proširenje opsega djelatnosti poduzeća (Vidučić, Pepur, & Šimić, 2015).

Drugi kriterij za podjelu izvora financiranja je izvor kapitala. U ovom slučaju autori razlikuju unutarnje i vanjske izvore. Prve razvijaju poduzeća. Eksterni se, pak, stječu u trenutku nastanka, prvenstveno na financijskom tržištu. Mogu dolaziti i od vlasnika (u obliku npr. dionica, udjela ili temeljnog kapitala) i od vjerovnika (u obliku zajmova ili bankovnih kredita) (Vidučić, Pepur, & Šimić, 2015).

Treći kriterij za podjelu izvora financiranja djelatnosti društva je duljina razdoblja na koje se sredstva stavljaju na raspolaganje. Prema ovom kriteriju razlikuju se kratkoročne (do 1 godine) i dugoročne (preko 1 godine) mjere financiranja. U praksi se sva tri načina podjele izvora financiranja preklapaju jer među njima postoje bliske veze (Vidučić, Pepur, & Šimić, 2015).

Financiranje razvoja i prateće investicijske aktivnosti zahtijeva prikupljanje kapitala. Prema teoriji hijerarhije izvora financiranja, poduzeće poseže za vanjskim izvorima kapitala kada su iscrpljeni unutarnji izvori financiranja, kao i vanjskim izvorima financiranja koji nisu izvori kapitala. Potražnja za kapitalom u poduzeću i njegovu strukturu određuje i faza u kojoj se poduzeće nalazi, kao i njegova trenutna financijska situacija. Položaj malog, etabliranog poduzeća razlikuje se od položaja velikog poduzeća sa stabilnom pozicijom na tržištu. U literaturi o ovoj temi spominju se sljedeće faze životnog ciklusa poduzeća (Alhabeeb, 2014):

- faza formiranja,
- početna faza razvoja,
- faza rasta,
- faza zrelosti i
- faza opadanja aktivnosti.

Na izbor izvora financiranja poduzeća u pojedinim fazama ciklusa utječu prvenstveno tri čimbenika: razvojne mogućnosti pojedinog poduzeća, visina njegova financijskog suficita i razina operativnog rizika. Faza početnog razvoja vjerojatno je najteže razdoblje u životnom ciklusu poduzeća kada se razmatraju mogućnosti dobivanja izvora financiranja. Ulaganja za pokretanje poslovanja zahtijevaju stalnu ponudu kapitala, a njegovi su izvori, unutarnji i vanjski, izrazito ograničeni. To je zato što je operativni rizik u ovoj fazi vrlo visok, dobit od ostvarene aktivnosti je u većini slučajeva negativna. Stoga je stečeni kapital uglavnom dionički kapital. Poduzeće ga traži na nereguliranom tržištu kod individualnih investitora (tzv. poslovnih anđela) ili u fondovima rizičnog kapitala. Udio kredita u financiranju poduzeća prilično je mali zbog teške procjene njihove kreditne sposobnosti. Dodatni izvor u ovoj fazi razvoja je prije svega trgovinski kredit (Vukičević, 2000).

Pri odabiru izvora financiranja poduzeća se rukovode mnogim čimbenicima. Trošak prikupljanja kapitala je pri tome dominantan kriterij. S jedne strane, analizira se ukupni trošak pojedine vrste stranog kapitala, prije svega bankovnog kredita, uzimajući u obzir različite ponude banaka, a zatim se procjenjuje isplativost korištenja tog kapitala u poslovanju, pri čemu se procjenjuje skala rizika i problema u slučaju neostvarivanja pretpostavljenog cilja. Također je važno, u području malog i srednjeg poduzetništva, dokazati imovinsko osiguranje koje banke zahtijevaju za otplatu kredita. Često se pokaže da banke odbijaju odobriti kredit ili postavljaju zahtjeve koji povećavaju troškove ili smanjuju iznos kredita. Stoga je za mala i srednja poduzeća, a posebno za mikropoduzeća, važan kriterij pristup izvorima kapitala. U praksi sektora malih i srednjih poduzeća najrasprostranjeniji oblik dobivanja stranog kapitala je bankovni zajam. Banke nude različite vrste kredita, dok mali i srednji poduzetnici najčešće koriste prekoračenja i kredite za obrtna sredstva, a tek manjim dijelom investicijske kredite. Zadovoljavanje kriterija ocjene kreditne sposobnosti teško je premostiva prepreka za ovaj sektor. Banke načelno primjenjuju jedinstvene kriterije za ocjenu kreditne sposobnosti za sve tvrtke, što slabi šanse za dobivanje kredita za manje tvrtke s nižom razinom kreditne sigurnosti. Novoosnovana mala poduzeća, tzv. novoosnovana poduzeća. Prema mišljenju banaka, financiranje malih poduzeća koja nemaju stabilnu i predvidivu financijsku situaciju nosi prevelik rizik, što znači da ih odbijaju kreditirati (Alhabeeb, 2014).

2. 1. KREDITIRANJE

U svim zemljama Europske unije, banke su najveći financijski posrednici, iako se njihova relativna važnost značajno razlikuje od zemlje do zemlje. Iako većina banaka ulaže u tržišta kapitala, zajmovi obično čine najveći dio njihove imovine. Mala i srednja poduzeća su u prosjeku primijetila poboljšanje dostupnosti bankovnog financiranja uz smanjenje kamatnih stopa (Hernández-Cánovas & Koëter-Kant, 2011).

Krediti se mogu koristiti za financiranje malog poduzeća i zahtijevaju da zajmoprimac pristane na posebne uvjete otplate. Neki vlasnici tvrtki uzimaju osobne kredite ili, ako su vlasnici kuća, zajmove za kapital nekretnina. Drugi koriste kredite za mala poduzeća od banaka ili kreditnih sindikata, koji često zahtijevaju najmanje dvije godine povijesti poslovanja, financijske izvještaje i porezne prijave i poduzeća i glavnih vlasnika, te gledaju poslovne financijske pokazatelje kao što je EBITDA (zarada prije kamata, poreza, amortizacija) i duga prema

kapitalu prije nego što se ponude kreditne linije. Zahtijevanje financijskih izvješća unazad dvije do tri godine često znači da banka neće izdavati zajmove za nova poduzeća. Osim komercijalnih bankovnih zajmova, nebankarski zajmodavci, kao što su peer-to-peer programi zajmova, mikro zajmodavci ili samo online zajmodavci, također mogu osigurati financiranje malih poduzeća (Alhabeeb, 2014).

Bankovni krediti omogućuju poduzeću pribavljanje potrebnih sredstava za djelomično ili potpuno financiranje tekućih ili investicijskih aktivnosti. Neke tvrtke koje se žele proširiti na inozemna tržišta čak su primorane podizati kredite jer im je takvo djelovanje često preskupo. Zakonska ograničenja visine kamata koje banke zaračunavaju pri odobravanju kredita sprječavaju tzv. lihvarstvo, odnosno nesrazmjerne kamatne stope u odnosu na pozajmljeni kapital, što građanima uvelike olakšava pristup dodatnom financiranju (Vukičević, 2000).

Odobranje kredita od strane banke ovisi o kreditnoj sposobnosti dužnika. Kreditna sposobnost je sposobnost pravovremenog otplaćivanja ugovorene obveze zajedno s kamatama i provizijama koje zaračunava banka. Zajmoprimac je dužan na svaki zahtjev banke dostaviti odgovarajuću dokumentaciju kojom se potvrđuje njegova kreditna sposobnost³. Krediti za poslovne subjekte uključuju (Vukičević, 2000):

- Kredit za obrtna sredstva:
 - Kredit na tekućem računu - koristi se prekoračenjem stanja na tekućem računu dužnika. Iznos kredita naveden je u ugovoru s bankom. Kredit mogu koristiti samo klijenti s tekućim računom u određenoj banci;
 - Kredit na kreditnom računu - korištenje i otplata danog kredita evidentira se na posebno kreiranom kreditnom računu. Gore navedeni račun klijent ne smije koristiti u bilo koju drugu svrhu;
 - Ciljani kredit za namjenu navedenu u ugovoru;
 - Kredit za podmirenje tekućih obveza odobren kao financijska pomoć u slučaju nedostatka sredstava za podmirenje obveza s rokom kreditiranja kraćim od 30 dana,
 - Obnovljiva i neobnovljiva kreditna linija;
 - Sezonski kredit, koji se odobrava poduzećima karakteriziranim sezonskim radom;

- Investicijski zajam namijenjen financiranju određene investicije. Ovaj kredit namijenjen je posebno za otvaranje, modernizaciju ili povećanje dugotrajne imovine, ali i za kupnju nematerijalne imovine i kupnju udjela u poduzeću ili kupnju dugoročnih vrijednosnih papira.

Iz razloga što financijske ustanove kao što su banke predstavljaju iznimno značajne emitere današnjeg novca, oni nisu obični posrednici koji jednostavno prenose kupovnu moć od jedne strane (štediše) drugoj (investitori i potrošači). Banke, kao monetarne institucije, zapravo stvaraju novu kupovnu snagu koja je samo djelomično podržana postojećim realnim vrijednostima u vrijeme kada se kredit odobrava i isplaćuje. Međutim, ova nova kupovna snaga može služiti kao pokretač gospodarskog razvoja i stvaranja novih stvarnih vrijednosti u budućnosti. Iako postoje iznimke u kojima to nije slučaj, kao što je slučaj u Hrvatskoj, postoje mnoge druge zemlje (kao što su SAD, Brazil, Portugal, Grčka itd.) gdje krediti banaka (ili drugi instrumenti financiranja duga, uključujući i državne obveznice) nisu usmjereni prema inovativnim aktivnostima koje podržavaju gospodarski rast (Ivanov & Santini, 2011, str. 235).

2. 2. LEASING I FAKTORING

Leasing predstavlja proizvod koji je prema svojem ustrojstvu veoma sličan bankarskim kreditima, a pojavljuje se u Republici Hrvatskoj krajem devedesetih godina dvadesetog stoljeća. Pojam leasinga dolazi od engleske riječi „to lease“ koja znači „iznajmiti“ odnosno dati u najam. Pri tome se pojam leasing i davanje u najam često upotrebljavaju kao sinonimi. Ipak leasing predstavlja najam pri kojem otplatom leasing kredita vlasništvo prelazi u ruke najamoprimca, dok se pri klasičnom najmu vraća u ruke vlasnika (Braovac & Jurić, 2009).

Značaj leasinga kao oblika financiranja ulaganja također raste svake godine. Odluke vezane uz potrebu za kapitalom najvažnije su odluke koje donose poduzetnici. Ključno pitanje pri donošenju odluka o izboru oblika financiranja nedvojbeno je trošak prikupljanja kapitala i održavanja financijske likvidnosti poduzeća. Leasing je moderan oblik financiranja ulaganja, ne zahtijeva uključivanje velikog iznosa vlastitih sredstava. To daje mogućnost bržeg razvoja poduzeća, modernizacije strojnog parka i korištenja novih tehnologija, što je nužan uvjet za učinkovito natjecanje s drugim poduzećima. Leasing mogu koristiti i male tvrtke i velike

korporacije. Ovo je prilično jednostavan oblik financiranja za dobivanje. To više nije nišna usluga.

Najčešće je definiran leasing kao metoda financiranja nabavke pokretne i nepokretne imovine. Kroz ovaj postupak, davatelj leasinga daje imovinu primatelju leasinga putem posebnog ugovora, a primatelj leasinga je dužan platiti naknadu za korištenje imovine tijekom određenog razdoblja. Ovaj postupak omogućuje amortizaciju imovine tijekom vremena trajanja leasinga (Braovac & Jurić, 2009, str. 19).

S bankarskog aspekta, jedan od najprivlačnijih modela ulaganja putem bankovnih investicija jest leasing. Njegove se prednosti prije svega očituju u tom pogledu što su porezna opterećenja sklona varijacijama ovisno o opremi koja se daje na leasing, zatim ovisno o troškovima i o vremenskom oblikovanju ciklusa financijske godine poduzeća. Leasing osim toga omogućava dodatnu mogućnost za održavanje novčane likvidnosti, omogućavajući poslovanju da ispuni dnevne zahtjeve umjesto da se ograniči samo na kupovinu opreme ili financiranje brzo amortizirajuće imovine, kao što su vozila. Nadalje, leasing nudi mogućnost obnove i rekonstrukcije opreme na učinkovit način u skladu sa zahtjevima tržišta i kada se oprema izmijeni, što doprinosi povećanju konkurentnosti poduzeća (Kraemer-Eis & Lang, 2012).

Posljednjih godina leasing je postao univerzalan alat, ponajviše zbog široke palete proizvoda s kojima se bavi. Leasing je, nakon kredita, drugi najčešće korišteni izvor financiranja ulaganja malih i srednjih poduzeća. I banke i grupe privatnog kapitala počele su razmatrati osnivanje leasing društava. U mnogim se statistikama leasing kombinira s kupnjom na otplatu i faktoringom. Pojam kupnje na otplatu pokriva različite vrste ugovora od zemlje do zemlje. U nekim slučajevima kupnja na otplatu uključuje prijenos vlasništva nad imovinom na kraju ugovora, bilo automatski ili korištenjem opcije kupnje. Ove vrste ugovora o kupnji na otplatu su stoga leasing (tj. u Ujedinjenom Kraljevstvu, Njemačkoj, Poljskoj i Nizozemskoj). Međutim, u slučajevima kada se vlasništvo prenosi na početku ugovora, te su vrste ugovora bliže ugovoru o kreditu na rate nego leasingu. Faktoring je obično aranžman prema kojem financijski posrednik (faktor) naplaćuje dugove svog klijenta u zamjenu za naknadu usluge u obliku popusta ili rabata (ili da to opišemo obrnuto: tvrtka prodaje svoja potraživanja faktor s popustom). Faktor eliminira rizik tvrtke od loših dugova preuzimanjem odgovornosti za knjigovodstvene dugove prema klijentu (Kraemer-Eis & Lang, 2012).

Leasing zapravo predstavlja ugovoreni odnos, koji sadržava neprenosivo, vremenski ograničeno pravo korištenja objekta leasinga. Nakon isteka ugovorenog roka u ugovoru primatelj leasinga ima pravo izbora između tri mogućnosti (Braovac & Jurić, 2009, str. 19):

- Otkupiti imovinu
- Vratiti opremu dobavljaču – leasing društvu
- Produžiti korištenje produženjem ugovora o leasingu

Prednosti leasinga su i u niskim početnim troškovima, odlučivanju o dužini financiranja te u ugovaranju zamjene „staro za novo“. Pomoću leasinga tvrtka također može zadržati otvorenu kreditnu liniju sa bankom, no treba ipak imati na umu kako je leasing usmjeren isključivo na financiranje preuzimanja ili upotrebe imovine.

Operativni leasing najčešći je oblik leasinga pokretnina i nematerijalne imovine. To iz razloga što se sva plaćanja leasinga (npr. početna zakupnina, manipulativna naknada, zakupnine za leasing) smatraju porezno priznatim troškovima primatelja leasinga (korisnika) sukladno poreznom zakonu, čime se umanjuje porezna osnovica. Korištenje operativnog leasinga kao poreznog štita ne ispunjava svoju funkciju u situaciji kada primatelj leasinga ne ostvaruje prihode ili stvara gubitke, kao i u slučaju kada se namiruje paušalno, gdje je porezna osnovica ne stvarno zarađeni prihod, već prihod od prodaje robe ili usluga (HANFA, 2014, str. 12).

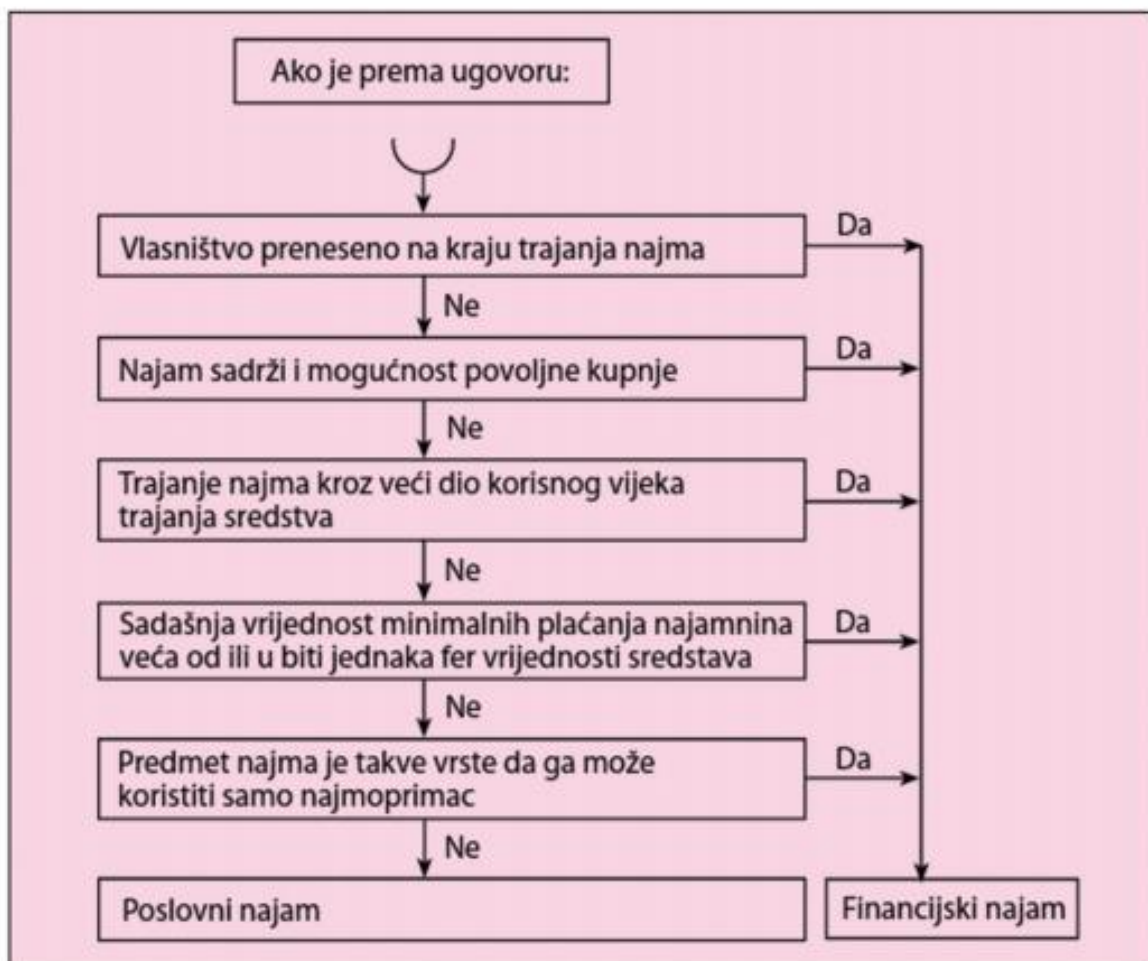
Kada se govori o leasingu, moguće je razlikovati financijski leasing u kojem se prenose svi značajni rizici i koristi povezani s vlasništvom, no vlasništvo nad predmetom leasinga može biti preneseno na primatelja leasinga, ali to nije nužno. S druge strane, postoje operativni leasing u kojima se ne prenose svi značajni rizici i koristi povezani s vlasništvom nad predmetom leasinga (Šestanović, 2015).

Financijski leasing prvenstveno se koristi za financiranje dugoročnih ulaganja kao što su nekretnine ili tehnološke linije značajne vrijednosti. Budući da financijski leasing, za razliku od operativnog, ne podliježe zakonskim ograničenjima minimalnog trajanja ugovora o leasingu, koristi se i za financiranje ulaganja čije je trajanje kraće od minimalnog trajanja ugovora o operativnom leasingu. Ugovor o financijskom leasingu predviđa automatski prijenos vlasništva nad predmetom leasinga na primatelja leasinga nakon uplate zadnje rate predviđene

ugovorom. Gotovo svi rizici i koristi povezani s vlasništvom nad objektom leasinga prenose se s davatelja leasinga na primatelja leasinga (HANFA, 2014, str. 13).

Kako bi određeni leasing bio financijski, moraju biti zadovoljeni svi primjeri, kao što je to vidljivo na skici sa slike 1.:

Slika 1: skica logaritamskog određivanja vrste leasinga



Izvor: (Guzić, 2014)

Postoje razni kriteriji prema kojima se u praksi razlikuju operativni od financijskih leasinga, među kojima se kao standardne metode diferencije navodi (Šestanović, 2015, str. 161):

- Putem financijskog leasinga vlasništvo nad imovinom se prenosi na primatelja najma nakon završetka leasing ugovora,
- Primatelj leasinga ima opciju kupnje imovine po cijeni nižoj od poštene vrijednosti na datum kada je opcija dostupna, što se obično i očekuje,
- Leasing razdoblje pokriva većinu gospodarskog vijeka imovine, čak i ako vlasništvo ne prelazi na primatelja,
- Na početku leasinga, vrijednost minimalnih plaćanja pokriva gotovo cijelu poštenu vrijednost danoj imovini, i
- Imovina dana u financijskom leasingu je specifična i može se koristiti samo od strane primatelja leasinga bez značajnih preinaka.

Nadalje, direktni leasing predstavlja odnos putem kojeg se pojavljuju isključiva dva subjekta, odnosno pojavljuje se samo davatelj leasinga te primatelj leasinga. Davatelj leasinga obično financira nabavku opreme ili imovine iz vlastitih izvora ili kreditnih linija, a primatelj leasinga plaća naknadu za korištenje te opreme tijekom određenog vremenskog razdoblja. Primjeri direktnog leasinga su leasing automobila izravno od proizvođača automobila ili leasing opreme izravno od proizvođača opreme. Unatoč tome u svrhu ostvarivanja posebnih metoda financiranja, ključan faktor jest postojanje trećeg subjekta kroz koji se ostvaruje financijska podrška cjelokupnoj transakciji.

Glavna značajka leasinga kao instrumenta financijskog tržišta je financiranje projekata. Omogućuje realizaciju investicija tvrtkama koje se često bore s lošim financijskim i ekonomskim stanjem, a ne mogu računati na pomoć banke. Leasing može biti alternativa u ovoj situaciji. Omogućuje i financiranje investicija u nedostatku gotovine u poduzeću te brzo donošenje odluka. To je moguće svođenjem formalnosti i potrebnih dokumenata na minimum, što je posljedica činjenice da je financijer vlasnik objekta tijekom cijelog trajanja ugovora. To je posebno važno za male i srednje poslovne subjekte te novoosnovane tvrtke. Često se bore sa slabijim financijskim stanjem, pa su prisiljeni apsorbirati strani kapital, što je često jedina mogućnost za daljnji razvoj (Kraemer-Eis & Lang, 2012).

2. 3. FINANCIRANJE FONDOVIMA EUROPSKE UNIJE

Uklanjanje razlika i stvaranje uvjeta za konkurentnost osnovne su postavke kohezijske politike Europske unije. Održivi gospodarski razvoj država članica Europske unije glavna je pretpostavka komunikacije EUROPA 2020. Strategija za pametan, održiv i uključiv rast. Razvoj poduzetništva ima izravan utjecaj na socioekonomsku situaciju u zemlji. Podrška poduzetništvu znači nova radna mjesta, nove tehnologije i inovativna znanstvena istraživanja. Priljevi kapitala također olakšavaju pristup unutarnjem tržištu za male tvrtke. Ulaganjem u obrazovanje i podizanjem kvalifikacija smanjuje se nezaposlenost, a sredstvima usmjerenim na istraživanje i inovacije stvaraju se uvjeti za razvoj i konkurentnost poduzetnika. EU fondovi su prilika za poduzetništvo, posebice za sektor mikro, malih i srednjih poduzeća. Zahvaljujući financijskoj potpori iz EU fondova, poduzetnici imaju priliku financirati inovativna rješenja koja su prilika ne samo za njihov razvoj, već i za gospodarski razvoj zemalja članica EU. Europski fondovi potiču razvoj poljskih poduzeća, raste broj registriranih poduzetnika i broj inovativnih projekata, otvaraju se nova radna mjesta (Adina-Simona, 2013).

Strukturna politika Europske Unije temelji se na nekoliko načela na kojima se baziraju i odluke oko dodjeljivanja sredstava za razne projekte i ulaganja unutar Europske Unije. Načela su (Kersan-Skabić, 2015, str. 31):

- **Programiranje** - Izrada višegodišnjih razvojnih planova uz partnerski pristup u nekoliko faza do provedbe mjera od strane državnih ili privatnih tijela.
- **Partnerstvo** - Uključivanje regionalnih i lokalnih vlasti, ekonomskih i socijalnih partnera te drugih kompetentnih tijela u sve faze izrade i realizacije razvojnog plana.
- **Dodatnosti** - Pomoć EU je dodatna i ne zamjenjuje pomoć država članica manje razvijenim regijama.
- **Subsidiarnost** - Odluke se provode na što nižoj razini kako bi se odlučivanje što više približilo stanovništvu i provjerilo jesu li aktivnosti na razini EU opravdane i mogu li se provesti na nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini.

- **Koordinacija** - Koordinacija svih aktivnosti EU u cilju postizanja sinergijskih učinaka, maksimalnih učinaka i izbjegavanja nepotrebnih troškova.

Ako pojedinac posjeduje ideju o pokretanju poduzetničkog projekta ili unaprjeđenju poslovnog procesa, važno je istražiti mogućnosti dobivanja sredstava iz EU fondova. Ukoliko su pak prisutne šanse za dobivanje sredstava, treba pronaći prikladan natječaj i razviti ideju uz pomoć konzultanata. Nakon toga, potrebno je proučiti uvjete natječaja, provjeriti tko se može prijaviti, koliko novca se može dobiti, i koliko će novca morati prijavitelj osigurati sam. U određenom roku, treba napisati projektni prijedlog i prijaviti ga na natječaj zajedno s potrebnom dokumentacijom, a zatim čekati evaluaciju Europske komisije (European Council, 2020).

Pretpostavka kohezijske politike je jačanje ekonomske kohezije, povećanje gospodarskog rasta, zaposlenosti i konkurentnosti, kao i smanjenje razlika u stupnjevima razvijenosti različitih regija EU, uključujući i ruralna područja. Osnovna zadaća kohezijske politike, koja se naziva i regionalna politika ili strukturna politika (koju podupiru strukturni fondovi i kohezijski fond), je izravnavanje ekonomskih razlika između regija Europske unije i njihovih stanovnika.

Priprema i provedba projekta koji je dobio EU sredstva vrlo je složen proces koji zahtijeva pažljivu pripremu. Projekt sufinanciran iz EU fondova financira cijela zajednica Unije, jer sredstva doznačena za provedbu zadataka dolaze iz zajedničkog proračuna svih država članica²⁴. Poduzetnici koji apliciraju za sredstva EU u okviru operativnih programa zahtjeve za sufinanciranje s potrebnim priložima podnose nadležnim institucijama organizatorima natječaja, a to mogu biti posredničke, upravljačke i provedbene institucije. Sukladno Provedbenom zakonu, postupak odabira projekata za sufinanciranje odvija se na natječajnom ili izvan natječajnog načina. U natječajnom načinu prijava za sufinanciranje projekta podnosi se u sklopu natječaja koji raspisuje i provodi nadležna institucija. Sufinanciranje se odobrava projektima koji su zadovoljili kriterije za odabir projekata ili koji su zadovoljili kriterije za odabir projekata i stekli potrebni broj bodova. Ukoliko iznos dodijeljen za sufinanciranje projekata na natječaju nije dovoljan za sufinanciranje svih projekata s potrebnim brojem bodova, sufinancirati će se projekti koji su osvojili najveći broj bodova (Adina-Simona, 2013).

Izvannatječajnim postupkom mogu se birati projekti čiji prijavitelji, zbog prirode ili namjene projekta, mogu biti samo subjekti jasno identificirani prije podnošenja zahtjeva za sufinanciranje. U nenatječajnom načinu odabira mogu biti samo projekti od strateške važnosti za društveni i gospodarski razvoj države, regije ili područja obuhvaćenog provedbom Integriranih teritorijalnih ulaganja ili projekti koji se odnose na provedbu javnih zadaća (Adina-Simona, 2013).

3. ALTERNATIVNI NAČINI FINANCIRANJA POSLOVNE IDEJE

Poduzetništvo je proces pokretanja i vođenja novog poslovnog pothvata, a za početak često zahtijeva značajnu količinu financijskih sredstava. Dok se tradicionalni bankovni zajmovi i ulaganja rizičnog kapitala obično koriste za financiranje poduzetništva, na raspolaganju su mnoge alternativne metode financiranja.

Jednostavno rečeno, alternativno financiranje uključuje sve oblike financiranja koji ne dolaze iz banke. Tijekom godina, alternativni oblici financiranja su se proširili i također postaju sve popularniji. I dalje se većina poslova u našoj zemlji financira preko banaka, no to se polako mijenja. I to ne čudi, jer alternativno financiranje ima veliki broj prednosti u usporedbi s tradicionalnim bankovnim kreditima (Eniola & Entebang, 2015).

Banke općenito imaju vrlo stroge kriterije za podnošenje zahtjeva za poslovni kredit. I upravo tu dolazi do izražaja prva prednost alternativnog financiranja: pristupačnost. Dok za mnoge tvrtke nije moguće podnijeti zahtjev za kredit u banci zbog brojnih zahtjeva, podnošenje zahtjeva za alternativno financiranje puno je pristupačnije. Osobito za mnoge novoosnovane tvrtke, alternativno financiranje stoga je rješenje kada traže financijski poticaj. Veliku ulogu u tome ima i visoka kamata na kredite kod banaka (Alhabeeb, 2014). Budući da su previsoki za mnoga novoosnovana poduzeća i mala i srednja poduzeća, oni sve više traže alternativu.

Ne samo dostupnost, već i brzina prijava igra veliku ulogu u odabiru alternativnog financiranja. Kada se u banci poduzetnik odluči za kredit, često prođe nekoliko tjedana prije nego što se isti stvarno potvrdi i finalizira. Kod alternativnih oblika financiranja to je često drugačije. U većini slučajeva prvi odgovor možete očekivati unutar jednog radnog dana. Kao rezultat toga, financiranje se može završiti u roku od nekoliko dana (Kraemer-Eis & Lang, 2012).

Nadovezujući se na dostupnost i brzinu prijave, prijava za alternativni oblik financiranja često je višestruko lakša. Dok organiziranje bankovnog kredita često uključuje puno papirologije i fizičkih posjeta, podnošenje zahtjeva za alternativno financiranje često ide u potpunosti online. Kao rezultat toga, alternativni način financiranja štedi ne samo vrijeme nego i trud (Bădulescu, 2010).

3. 1. CROWDFUNDING

Crowdfunding je oblik prikupljanja društvenog kapitala. Zahvaljujući njemu, inicijator projekta dobiva mogućnost dobivanja sredstava za realizaciju društveno-poslovnog projekta po vlastitom izboru. Financijeri su članovi virtualnih zajednica koji mikroplaćanjima žele podržati određeni projekt. Mnoštvo malih uplata čini veliki skup sredstava koji vam omogućuju da ostvarite svoje snove, razvijete svoje poslovanje ili organizirate atraktivna događanja (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2018).

Pri definiranju crowdfundinga treba imati na umu da je to relativno nov koncept i da se njegov sadržaj stvara kontinuirano, mijenjajući se. Crowdfunding je vrsta akumulacije i alokacije kapitala koji se prenosi za razvoj određenog projekta u zamjenu za određenu povratnu korist, koji uključuje širok raspon donatora kapitala, karakterizira ga korištenje ICT tehnologija te niža ulazna barijera i bolja uvjete transakcije od onih koji su općenito dostupni na tržištu (Bago & Pilipović, 2016).

Bilo koja vrsta organizacije može pokrenuti crowdfunding kampanju. Mala i srednja poduzeća, umjetnici, inovativni start-upovi i društveni poduzetnici mogu imati koristi od različitih oblika grupnog financiranja. Crowdfunding se brzo razvija u nekim zemljama EU. Procjenjuje se da je ukupno europsko online alternativno financijsko tržište, koje uključuje crowdfunding, peer-to-peer kreditiranje i druge aktivnosti, poraslo za 92% i doseglo 5 431 milijun eura u 2015. Isključujući UK, najveće tržište, europsko online alternativna financijska industrija porasla je 72% sa 594 milijuna eura u 2014. na 1 019 milijuna eura u 2015. godini (Jelinčić & Šveb, 2021).

Na razvijenim tržištima već godinama su prisutni alternativni oblici financiranja poduzeća i individualnih pothvata temeljeni na društvenom kapitalu, što je postalo moguće zahvaljujući Internetu. Čak i mali pojedinačni iznosi od velikog broja ljudi stvaraju velike svote. Ovakav način financiranja daje mogućnost pokretačima društvenih, kulturnih i poslovnih pothvata prikupljanja sredstava za njihovu realizaciju. Financijeri su članovi virtualnih zajednica, prijatelji, obitelji i svi oni koji mikroplaćanjima žele pomoći potrebitima. Mnoga mala plaćanja čine veliki skup sredstava koji vam omogućuju da ispunite svoje snove, razvijete svoje poslovanje ili organizirate atraktivna događanja. Zauzvrat, kreator projekta nudi jedinstvene

pogodnosti, kao što su ulaznice, gadgeti i druge pogodnosti. Osim toga, nudi svoje proizvode ili usluge ili daje udjele u svom pothvatu. Ova vrsta financiranja danas postaje vrlo popularna, a neki uspjesi pojedinaca ili organizacija u prikupljanju novca za svoje inovativne aktivnosti zadivljuju čak i same idejne začetnike (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2018).

Equity crowdfunding je alternativni oblik prikupljanja kapitala za razvoj poslovanja u zamjenu za nove emisije dionica. Izvor financiranja je zajednica usmjerena oko proizvoda, tim ili postojeći investitori. Putem jednog profila, tvrtka ima mogućnost doprijeti do neograničene skupine pojedinačnih i institucionalnih investitora. Equity crowdfunding je javno dostupan i jednostavan način ulaganja u zanimljive i perspektivne startupe putem interneta. Equity crowdfunding je prilika za prikupljanje kapitala za razvoj od brojnih investitora, a također i izvrstan alat za marketinške i promotivne svrhe koji omogućuje da tvrtka s proizvodom dopre do širokog spektra ljudi (Ahlers, 2015).

Za investitore, equity crowdfunding nudi pristup zanimljivim i perspektivnim projektima na jednom mjestu te mogućnost ulaganja i zarade na rastu poslovnih pothvata u koje vjeruju. Equity crowdfunding omogućuje ambicioznim tvrtkama u ranoj fazi razvoja ili već u fazi rasta prikupljanje kapitala od zajednice fokusirane oko proizvoda, osnivača ili tvrtke u zamjenu za udio u njihovom kapitalu. Ranije je ulaganje u start-upove uglavnom bilo u domeni institucionalnih investitora ili poslovnih anđela koji su imali na raspolaganju i vrijeme i odgovarajući fond sredstava. Zbog toga su se mnoga novoosnovana poduzeća borila s dobivanjem početnih rundi financiranja koja bi im omogućila da dosegnu fazu rasta. Equity crowdfunding platforme s jednostavnim i učinkovitim online postupkom pružaju mogućnost ulaganja svima koji vjeruju u posao prihvaćajući čak i male iznose (Ahlers, 2015).

Prije svega, crowdfunding omogućuje prikupljanje kapitala za razvoj i, štoviše, izvrstan je alat u marketinške i promotivne svrhe, omogućujući da svojim proizvodom ili uslugom se dopre do šire skupine ljudi. Dodatna prednost vođenja kampanje je mogućnost da se potvrdi svoje poslovanje u vrlo ranoj fazi bez izlaganja financijskom riziku. To znači da kroz kampanju tvrtka može provjeriti jesu li cijene na tržištu u skladu s pretpostavljenim predviđanjima i kako tržište percipira proizvode ili usluge. Naknadnim kampanjama tvrtka može postupno povećavati svoju vrijednost, što u budućnosti može biti vrijedan argument većem ulagaču, potvrđujući da je tvrtka pozitivno percipirana na tržištu i da ju se isplati dokapitalizirati (Yasar, 2021).

U širem smislu, crowdfunding se može tumačiti kao svaki oblik prikupljanja sredstava putem posebno dizajniranih računalnih mreža. M. Sullivan, koji ga je koristio na blogu fundavlog 2006., smatra se "ocem" ovog koncepta. Počeci fenomena koji se danas definira kao crowdfunding sežu u 1997. godinu kada je među fanovima organizirano prikupljanje sredstava za koncertnu turneju i izdavanje ploča britanskog benda Marillion. Prvi internetski portal koji je ponudio crowdfunding bio je artistshare.net koji je osnovan 2000. godine u SAD-u. No, dinamičan razvoj crowdfundinga započeo je nekoliko godina kasnije. Godine 2008. grupa studenata kreirala je financijsku platformu Indiegogo. Godinu dana kasnije stvorena je do danas najpopularnija kickstarter platforma. Bio je to poticaj za stvaranje tisuća platformi ovog tipa u narednim godinama. Oblici grupnog financiranja, valja napomenuti, mogu se razlikovati s obzirom na prirodu plaćanja od strane podupiratelja. To su (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2018):

- donacije – uglavnom dobrotvorne inicijative, nepovratna korist,
- naknada – u zamjenu za potporu, inicijator nudi svoje proizvode, usluge ili jedinstvene dodatke vezane uz provedbu projekta,
- ulaganje – u zamjenu za potporu, inicijator nudi dionice, prava na dobit ili drugi oblik imovinske koristi.

U slučaju modela koji se temelje na donacijama, nije uvijek osigurana odgovarajuća zaštita podupiratelja, budući da nositelj projekta nije dužan provesti projekt i podijeliti obećane nagrade. Mehanizmom nadoknade, s druge strane, stvara se pravni odnos koji osigurava sigurnost transakcije, kao i ispunjavanje zakonskih i poreznih obveza od strane kreatora projekta. U kontekstu crowdfundinga, valja napomenuti da crowdfunding nije isto što i javne zbirke, odnosno fundraising. Zato što je prikupljanje sredstava oblik potpore društva nevladinim organizacijama koje zauzvrat ne nude povratne beneficije. U slučaju grupnog financiranja, prikupljač sredstava obećava da će podupirateljima pružiti određenu vrijednost zauzvrat. Može biti materijalna (proizvod, usluga, ulaznica, udjeli u tvrtki) ili nematerijalna (sastanak, ulaz na zatvoreno događanje, sudjelovanje na zanimljivom događaju) (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2018).

Među različitim pristupima definiciji mogu se izdvojiti određene značajke koje omogućuju razlikovanje crowdfundinga u strogom smislu, što je crowdfunding, od drugih mehanizama prikupljanja sredstava, poput donacija ili javnih emisija. Značajke koje razlikuju crowdfunding od ostalih koncepata su (Yasar, 2021):

- novac – temelji se na prijenosu gotovine, praktički uvijek u nematerijaliziranom obliku,
- svrha – svrha sredstava i njihovi učinci su jasno definirani.
- šira zajednica - informiranje o projektu velike skupine potencijalnih primatelja,
- otvoreni poziv - mogućnost potpore projektu prezentirana je na otvoren način, upućena neodređenom primatelju i ne nameće ograničenja pristupa,
- ICT - cjelokupan proces prikupljanja kapitala odvija se korištenjem ICT rješenja
- bolji uvjeti – dobivanje kapitala povezano je s povoljnijim uvjetima od općenito dostupnih na tržištu za pojedinog nositelja projekta,
- povratna korist – svaki put kada se svakoj osobi pruži financijska potpora i tvrtka koja ga pruža, nudi se povratna korist; može imati mnoge oblike, ali ne može biti samo emocionalan

Rizici povezani s crowdfundingom prije svega utječu na investitore koji ulažu vlastita sredstva u zamjenu za udjele u povećanom temeljnom kapitalu društva. Preuzimanjem udjela u tvrtki oni to čine u svrhu ulaganja s nadom u buduću zaradu. Ako poduzeće doživi poslovni neuspjeh ili ne postigne ciljeve postavljene u kampanji, tada investitor gubi svoj doprinos. Rizik gubitka sredstava neizostavan je element ulaganja u poduzeća u ranoj fazi razvoja. Ipak, argument za ulaganje u start-upove može biti činjenica da dobit može premašiti početne pretpostavke. Zato je diverzifikacija uloženih sredstava tako važna kod ulaganja u start-upove. Tvrtka koja se odluči za kampanju ne izlaže se nikakvim rizicima. Crowdfunding, sa stajališta tvrtke, može donijeti samo dobrobit. Čak i neuspjeh u kampanji s poslovne strane prednost je u vidu dobivanja informacija s tržišta o prijemu planova tvrtke, što joj omogućuje brzu reakciju i uvođenje izmjena u svoje projekte bez troškova validacije (Yasar, 2021).

Crowdfunding kampanje, u pravilu, provode se na temelju ne više od 20 posto. post-money temeljni kapital. Crowdfunding investitor s najmanje 1 dionicom ima ista prava i obveze kao i svaki drugi vlasnik udjela prema Zakonu o trgovačkim društvima i statutu, kako u pogledu sudjelovanja u Glavnoj skupštini, prava glasa, prava na dobiti društva, pravo nadzora nad

Upravom društva. No, u praksi ne primjećujemo previše uplitanja manjinskih ulagača u tekuće poslovanje društva, iako se događa da su manjinski dioničari zainteresirani za tekuće poslovanje društva i ostaju u kontaktu s Upravama društava (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2018).

Prije svega treba analizirati pitanje koliko i po kojoj vrijednosti želimo provoditi kampanje. Zatim, važno pitanje je solidna izrada poslovnog plana i opisa projekta za koji tražimo sredstva.

S obzirom na rapidni rast grupnog financiranja putem Crowdfundinga u nekim zemljama Europske unije, vlade su poduzele mjere kako bi definirale uvjete za ovaj novi poslovni model, često kroz posebno usmjereno zakonodavstvo. Ipak, daljnje širenje ovog izvora financiranja zahtijevat će pažljivu ravnotežu između promicanja razvoja i osiguravanja zaštite ulagača (European Comission, 2018).

3. 2. FINANCIRANJE INVESTITORIMA ANĐELIMA

Poslovni anđeli su privatne osobe koje ulažu svoj kapital u start-upove i poduzeća, često u ranoj fazi razvoja. Anđeoski ulagači obično su pojedinci visoke neto vrijednosti koji ulažu svoja osobna sredstva u startupe u ranoj fazi u zamjenu za vlasnički udio u tvrtki. Često pružaju ne samo financijsku potporu, već i mentorstvo i vodstvo kako bi pomogli tvrtki da raste i uspije. Anđeoski ulagači također mogu donijeti vlastito iskustvo i mreže, pružajući vrijedne veze potencijalnim kupcima, partnerima i investitorima. Obično su prethodno uspješno razvili niz svojih aktivnosti i sada žele uložiti kapital u ideje sljedeće generacije kreatora. Zahvaljujući iskustvu stečenom u vlastitom poslovanju, tvrtkama pružaju ne samo financijsku potporu, već i svojevrsno mentorstvo i mrežu kontakata. To je puno više nego što, primjerice, banke mogu ponuditi. Međutim, u zamjenu za sredstva za razvoj poslovanja i savjetovanje o upravljanju, poslovni anđeli dobivaju dionice ili obveznice poduzeća (Bonini, 2018).

Ovaj oblik financiranja ne predstavlja novu pojavu, oni se dugi niz godina pojavljuju takozvani poslovni anđeli i pružaju ruku pomoći ljudima koji imaju ideju i pokušavaju pokrenuti i razviti posao. Njihovu pomoć koristio je npr. H. Ford koji je radio na konceptu automobila ili G. Bell čiji izum nikada ne bi ugledao svjetlo dana bez financijske potpore privatne osobe. Trenutno najpoznatije tvrtke kojima su anđeli pomogli u prvim fazama su: Apple, eBay, Google,

Amazon.com, Dell, Yahoo!, Skype. Zahvaljujući poslovnim anđelima mogu se implementirati inovativne ideje za koje je teško dobiti financijska sredstva iz drugih izvora, npr. od banke ili fondova rizičnog kapitala. Naglašava se da je za razvoj tržišta poslovnih anđela zaslužan razvoj investicijskih fondova koji, iako su ulagali u puno veće projekte, nisu bili zainteresirani za manje projekte. U takvoj situaciji mali su poduzetnici ostali bez financijske potpore te je stvorena tržišna i financijska praznina koju su privatni poduzetnici počeli popunjavati. Tržište poslovnih anđela najbrže se razvijalo u Sjedinjenim Državama, a u Europi u Velikoj Britaniji (Capizzi, 2015).

Prednosti rada s poslovnim anđelom nedvojbeno uključuju činjenicu da ugovor s njima ne zahtijeva kolateral u obliku osobne imovine. Kao što smo već naveli, dodanu vrijednost, osim gotovine, čini i mentorstvo te mreža kontakata koju poslovni anđeo uvodi u financiranu tvrtku.

Važno je napomenuti da je odnos između start-upa i poslovnog anđela bliži nego u slučaju drugih oblika financiranja. Stoga je vrijedno dobro komunicirati obje ugovorne strane i imati zajedničku viziju razvoja tvrtke. Činjenica da je aranžman tvrtke s poslovnim anđelom manje institucionaliziran od suradnje s bankom ili fondom donosi i druge prednosti: privatni ulagači donose odluke o raspodjeli kapitala u poslovanju na temelju manje analiza, au velikoj mjeri na temelju prethodnog iskustva i poslovne intuicije. Osim toga, u mogućnosti su ulagati u projekt u svakoj fazi njegovog razvoja kako u početnoj tako i u fazi globalnog širenja (Bonini, 2018).

Anđele ulagače često privlače tvrtke s visokim potencijalom rasta, inovativnim idejama ili snažnim društvenim ili ekološkim utjecajem. Također bi ih mogle zanimati tvrtke koje djeluju u određenim industrijama ili zemljopisnim lokacijama. Poduzetnici koji traže financiranje od anđela investitora obično trebaju predstaviti svoj poslovni plan i pokazati jasan put do rasta i profitabilnosti. Općenito, anđeli ulagači mogu biti vrijedan izvor financiranja i podrške za startupove u ranoj fazi, pomažući u osiguravanju resursa i stručnosti potrebnih za pretvaranje inovativne ideje u uspješan posao (Capizzi, 2015).

3. 3. OSTALI ALTERNATIVNI OBLICI FINANCIRANJA NOVIH POSLOVNIH IDEJA

Osim crowdfundinga i poslovnih anđela postoji čitav niz mogućnosti za alternativno financiranje koje više ili manje koriste tvrtke, posebice tvrtke koje se tek pojavljuju na tržištu s novom poslovnom idejom kako bi se probile na tržište.

Poduzetnički inkubatori prvenstveno su sveobuhvatne gospodarske institucije različitih pravnih oblika koje podupiru poduzetnike u procesu stvaranja njihove poslovne djelatnosti (inkubacije). To su ujedno i centri koji imaju ponudu prostora za takva poduzeća, zahvaljujući kojim mogu ponuditi poslovni prostor u najam ili zakup. Treba imati na umu da je utjecaj poduzetničkih inkubatora prvenstveno lokalni/regionalni, iako koriste neregionalne alate i vrste poslovne podrške. Rad inkubatora smanjuje nezaposlenost i pozitivno određuje strukturu zaposlenosti u regiji. Poduzetnički inkubatori, osim prostorne ponude, podržavaju nova poduzeća i kroz usluge poslovne potpore (tj. pravne, financijske, patentne, računovodstvene itd.), pomoć u dobivanju subvencija (rjeđe: financijskih) te pomažu poduzetnicima da kontaktiraju druge inovacijske centre, akademske studije ili stručno savjetovanje i evaluacija inovativnog projekta. Pri tome poduzetnički inkubator stvara pravu klimu za vođenje poslovanja i provedbu inovativnih projekata (Bošnjak, 2021).

Inkubator je određena zajednica subjekata koji su u njemu smjestili svoje sjedište. Stoga je mladim poduzetnicima potrebno olakšati zajedničko druženje, stvoriti okruženje pogodno za provođenje aktivnosti umrežavanja. Prostore namijenjene zajedničkoj uporabi treba organizirati na način da se potiče razvoj neformalnih veza između stanara, stvarajući ozračje razmjene iskustava i suradnje. Takve funkcije obavljaju kuhinje, blagovaonice, kutci za slobodno vrijeme, knjižnice i čitaonice, kantine i konferencijske sobe. Važna je i infrastruktura inkubatora koja osigurava sigurnost zgrade i uređenje prostora oko inkubatora kroz dovoljan broj parkirnih mjesta za tvrtke zakupce, tim, goste te uređenje zelenih površina, mjesta za odmor. U inkubatorima odabir osoblja zaslužuje posebnu pozornost, treba ga odabrati s posebnom pažnjom, uzimajući u obzir ne samo teoretsko znanje i profesionalno iskustvo, već i potrebne međuljudske predispozicije, omogućujući kombiniranje posjedovanih kompetencija sa sposobnošću učinkovitog rada s klijentima inkubatora (Alpenidze, Pauceanu, & Sanyal, 2019).

Bootstrapping je metoda financiranja poslovanja korištenjem osobne ušteđevine, prihoda koje generira poslovanje i drugih kreativnih metoda, umjesto traženja vanjskog financiranja od investitora ili zajmodavaca. U suštini, to znači pokretanje i razvoj poslovanja korištenjem minimuma vanjskog kapitala i oslanjanjem na resurse i prihode koje generira samo poslovanje.

U tom kontekstu, bootstrapping može imati mnoge oblike, kao što je korištenje osobne ušteđevine, korištenje kreditnih kartica ili rad na drugom poslu za financiranje poslovanja. Također može uključivati stvaranje prihoda prodajom proizvoda ili usluga, umjesto oslanjanja na investicijski kapital da bi se posao pokrenuo. Prednost pokretanja je u tome što omogućuje poduzetnicima da zadrže potpunu kontrolu nad svojim poslovanjem bez potrebe da se odreknu kapitala ili zaduže. Također potiče poduzetnike da budu kreativniji i snalažljiviji u upravljanju svojim financijama te može pomoći u usađivanju discipline i usredotočenosti na izgradnju održivog poslovanja (Rutherford, 2017).

Međutim, bootstrapping također ima svoje izazove. Može biti teško povećati poslovanje bez vanjskog financiranja jer nedostatak kapitala može ograničiti mogućnost ulaganja u prilike za rast. Također može biti izazovno uskladiti zahtjeve poslovanja s potrebom za stvaranjem dovoljnog prihoda za pokrivanje osobnih i obiteljskih troškova (Rutherford, 2017).

Općenito, početno pokretanje može biti održiva metoda financiranja za poduzetnike s ograničenim financijskim resursima, snažnom radnom etikom i spremnošću da budu kreativni i snalažljivi u upravljanju svojim financijama.

Financiranje temeljeno na prihodu (revenue based financing - RBF) je oblik financiranja u kojem investitor daje kapital poduzeću u zamjenu za postotak njegovih budućih prihoda tijekom određenog vremenskog razdoblja. Za razliku od tradicionalnog financiranja dugom, RBF ne zahtijeva od zajmoprimca fiksna plaćanja ili otplatu glavnice zajma prema unaprijed utvrđenom rasporedu. Umjesto toga, investitor dobiva dio prihoda tvrtke dok se ne postigne dogovoreni povrat (Fatehi & Wagner, 2017).

RBF obično koriste tvrtke koje imaju dokazan tok prihoda, ali još nisu profitabilne ili nemaju dovoljno kolaterala da bi se kvalificirale za tradicionalne zajmove. Investitor ima koristi od potencijalnog rasta poslovanja, jer što više prihoda tvrtka generira, to je veći povrat ulaganja.

RBF može ponuditi brojne prednosti i ulagačima i zajmoprimcima. Ulagačima može osigurati visok povrat ulaganja bez potrebe za vlasničkim udjelom u tvrtki i može biti niže rizično ulaganje od tradicionalnog vlasničkog financiranja. Zajmoprimcima RBF može pružiti fleksibilan i pristupačan izvor financiranja koji ne zahtijeva odricanje od vlasničkog kapitala ili preuzimanje duga, a može biti prikladniji za tvrtke s neredovitim ili sezonskim tokovima prihoda (Muske, 2007).

Međutim, RBF ima i svojih nedostataka. Budući da ulagač uzima dio prihoda, profitne marže zajmoprimca mogu biti niže nego što bi bile s drugim vrstama financiranja. Osim toga, RBF sporazumi mogu biti složeni i teški za pregovaranje, a investitor može zahtijevati značajan stupanj kontrole ili utjecaja na poslovanje zajmoprimca (Fatehi & Wagner, 2017).

Općenito, financiranje temeljeno na prihodima može biti atraktivna opcija financiranja za tvrtke koje imaju dokazan tok prihoda i traže fleksibilan i pristupačan izvor financiranja, ali važno je pažljivo razmotriti odredbe i uvjete bilo kojeg RBF ugovora prije nego što nastavite.

4. FINANCIJSKO PLANIRANJE NOVIH POSLOVNIH IDEJA

Financijsko planiranje važan je aspekt pokretanja nove poslovne ideje. Ono je ključni aspekt pokretanja nove poslovne ideje i važno je potražiti savjet financijskih stručnjaka kako biste bili sigurni da je plan realan i učinkovit. Uz pažljivo planiranje i provedbu, nova poslovna ideja može biti uspješna i isplativa (Vukičević, 2000).

Osmišljavanje novog poslovnog modela iznimno je kreativna aktivnost, stoga zahtijeva puno kreativnosti i timskog rada. Rijetkost je da briljantnu ideju za novi poslovni model razvije jedna osoba. Kako bi se ojačala kreativnost tima, on bi se trebao sastojati od ljudi s različitim kvalifikacijama i profesionalnim iskustvom. Tim bi trebao uključivati poslovne analitičare te inženjere i IT stručnjake. Ipak, sastav tima treba kompetentno prilagoditi ne samo predmetu djelatnosti tvrtke, već i prirodi promjena koje se odvijaju u vanjskom okruženju (Sutton, 2012).

Kako bi se uspješno provelo proces financijskog planiranja, potrebno je provesti sljedećih nekoliko koraka koji mogu pomoći u procesu financijskog planiranja (Sutton, 2012):

- **Razvijte poslovni plan:** Prvi korak u financijskom planiranju je razvoj sveobuhvatnog poslovnog plana koji ocrta ciljeve, strategije i financijske projekcije za novi posao. To će pomoći u identificiranju resursa i financiranja potrebnih za pokretanje i razvoj poslovanja.
- **Odredite troškove pokretanja:** Odredite troškove uključene u pokretanje poslovanja, uključujući opremu, zalihe, inventar, pravne naknade i druge troškove. Važno je izraditi detaljan popis svih troškova kako biste dobili točnu procjenu potrebnog početnog ulaganja.
- **Izradite financijski model:** Koristite financijski model za procjenu prihoda i rashoda za prvih nekoliko godina poslovanja. To bi trebalo uključivati projekcije prodaje, troškova i novčanog toka. Financijski model može pomoći u prepoznavanju potencijalnih nedostataka u financiranju i prilika za optimizaciju novčanog toka.

- Identificirajte potencijalne izvore financiranja: Identificirajte potencijalne izvore financiranja za novi posao, poput osobne štednje, zajmova, bespovratnih sredstava ili ulaganja u kapital. Istražite i procijenite različite opcije kako biste odredili najprikladnije izvore financiranja za poslovanje.
- Pratite i prilagođavajte: Pratite financijsku izvedbu poslovanja na kontinuiranoj osnovi i prilagodite financijski plan prema potrebi kako biste osigurali da poslovanje ostane na pravom putu. To uključuje redoviti pregled financijskih izvješća i prilagodbu plana u skladu s promjenama u poslovnom okruženju ili neočekivanim događajima.

Poslovni model kao novi koncept u području strateškog upravljanja pojavio se s razvojem interneta i poduzeća koja posluju samo u virtualnom prostoru ili u virtualnom i stvarnom prostoru. Za razliku od tvrtki koje posluju samo na tradicionalan način, u realnoj dimenziji, internetske tvrtke uspjele su, prvenstveno zahvaljujući novoj tehnologiji, kupcima ponuditi novu ponudu, s novim značajkama i vrijednostima. Prije svega, internetske tvrtke razvile su nove modele generiranja prihoda te su temeljno skratile ili transformirale vrijednosne lance u usporedbi s subjektima koji posluju na sličnim tržištima, ali na tradicionalan način. Stoga se pri definiranju poslovnog modela najprije treba pozvati na one definicije koje su se pojavile najranije s pojavom prvih internet poduzeća (Vukičević, 2000).

4.1. POSLOVNI PLAN

Poslovni plan je opsežan, dugoročni planski dokument vezan za globalno poslovanje poduzeća, čija je zadaća naznačiti ciljeve te načine i sredstva za njihovo postizanje. Poslovni plan, kao skup dokumenata i analiza, ima široku primjenu unutar i izvan organizacije. Omogućuje pripremu i provedbu projekata, omogućuje dobivanje sredstava od investitora i banaka, a ima i značajnu ulogu u donošenju menadžerskih odluka. Zahvaljujući njemu moguće je provjeriti ispravnost prethodno usvojenih pretpostavki (Keser, 2005). Dobro razrađen, transparentan i pouzdan opis trenutnih i budućih poslovnih aktivnosti. Dobro sastavljen poslovni plan trebao bi sadržavati informacije o predviđenim prilikama i prijetnjama, financijsku analizu koja predstavlja pouzdane poslovne prilike i prijetnje te financijske izračune koji pokazuju trenutne (ako postoje) i planirane financijske rezultate. Opseg poslovnog plana je različit i ovisi o svrsi za koju je izrađen te opsegu i veličini poslovanja (Sutton, 2012).

Poslovni plan je dokument koji ocrta ciljeve, strategije i financijske projekcije za novi ili postojeći posao. Obično uključuje izvršni sažetak, opis poslovanja i njegovih proizvoda ili usluga, analizu tržišta, marketinški plan, operativni plan i financijski plan.

Izvršni sažetak kratak je pregled poslovnog plana koji ističe ključne točke i ciljeve plana. Pruža sažetak izjave o misiji tvrtke, proizvoda ili usluga, ciljnog tržišta i financijskih projekcija. Opis djelatnosti uključuje detaljne informacije o tvrtki, njezinoj povijesti, vlasničkoj strukturi i pravnoj strukturi. Također može uključivati informacije o lokaciji tvrtke, objektima i opremi. Analiza tržišta daje pregled industrije i tržišta na kojem tvrtka posluje. Sadrži informacije o ciljnom tržištu, konkurentima i trendovima u industriji. Marketinški plan ocrta strategije koje će tvrtka koristiti za promicanje svojih proizvoda ili usluga i dosezanje ciljnog tržišta. Može uključivati informacije o cijenama, promocijama i kanalima distribucije. Operativni plan pruža detalje o tome kako će tvrtka svakodnevno poslovati. Sadrži informacije o upravljačkom timu, zapošljavanju i procesima proizvodnje ili pružanja usluga. Financijski plan daje financijske projekcije za poslovanje, uključujući prodaju, troškove i novčani tok. Također može uključivati informacije o izvorima financiranja i financijskim rizicima (Sutton, 2012).

Poslovni plan se obično izrađuje kako bi se predao banci ili drugim institucijama. Druga skupina kojoj je poslovni plan namijenjen su investitori, poslovni partneri i vlasnici poduzeća. Za sve ove subjekte informacije sadržane u poslovnom planu su od iznimne važnosti jer je on glavni izvor znanja o poduzeću. Dobro razrađen poslovni plan uvjetuje odobravanje kredita ili subvencije poduzeću. Također daje informaciju drugim poduzetnicima može li određena tvrtka biti predmet ulaganja drugih subjekata. Poslovni plan je kritičan dokument koji pomaže u usmjeravanju razvoja i rasta poduzeća. Koristi se za privlačenje ulagača, osiguravanje zajmova i prenošenje vizije i strategije tvrtke dionicima (Keser, 2005).

4.2. SWOT ANALIZA

SWOT analiza predstavlja veoma snažan alat za strateško planiranje koji se koristi za procjenu prednosti, slabosti, prilika i prijetnji poslovanja ili projekta. To je tehnika koja se koristi za prepoznavanje i analizu unutarnjih i vanjskih čimbenika koji imaju utjecaj na uspjeh poslovanja.

Vrlo je važno tvrtku promatrati objektivno, pa čak i kritički. Tek tada će s moći gledati organizaciju na ispravan način putem SWOT analize. Očito je da će svaka SWOT analiza koju se napiše biti subjektivna, ali treba se pokušati sagledati tvrtku iz druge perspektive: koje snage vanjska okolina vidi u tvrtki. Ako tvrtka ima samo jednog vlasnika, vrijedi započeti ispisivanjem pozitivnih karakternih osobina te osobe. Snage su vrijednost za primatelje i vrijedi ih isticati u ponudi i komunikaciji (Puyt, 2020).

Evo kratkog pregleda onoga što svako slovo u SWOT označava (Sabbaghi & Vaidyanathan, 2004):

- Snage: Ovo se odnosi na pozitivne unutarnje attribute poslovanja ili projekta, kao što su stručnost, resursi i konkurentske prednosti.
- Slabosti: Ovo se odnosi na negativne interne attribute poslovanja ili projekta, kao što su nedostatak iskustva, ograničeni resursi i loš učinak u određenim područjima.
- Mogućnosti: Ovo se odnosi na vanjske čimbenike koji mogu stvoriti povoljne uvjete za poslovanje ili projekt, kao što su nova tržišta, promjene potrošačkih preferencija ili tehnologije u nastajanju.
- Prijetnje: Odnosi se na vanjske čimbenike koji mogu stvoriti nepovoljne uvjete za poslovanje ili projekt, kao što su konkurencija, gospodarski padovi ili promjene propisa.

Prilikom provođenja SWOT analize treba imati na umu da su snage i slabosti unutarnji čimbenici, a prilike i prijetnje vanjski faktori tvrtke. Provođenjem SWOT analize na jednom mjestu možete promatrati sve bitne čimbenike koji zajednički utječu na tvrtku. SWOT analiza je jednostavna za izvođenje, jasna i laka za prezentaciju (Puyt, 2020).

Kako bi proveli SWOT analizu, tvrtke ili projektni timovi obično identificiraju i navode relevantne unutarnje i vanjske čimbenike u svakoj od četiri kategorije. Zatim analiziraju i procjenjuju čimbenike kako bi identificirali ključne prednosti, slabosti, prilike i prijetnje koje

bi mogle utjecati na posao ili projekt. Ova analiza može pomoći tvrtkama ili projektnim timovima da identificiraju područja poboljšanja i razviju strategije za rješavanje izazova i iskorištavanje prilika (Sabbaghi & Vaidyanathan, 2004).

4.3. COST-BENEFIT ANALIZA

Analiza troškova i koristi je sustavan proces usporedbe očekivanih troškova projekta ili odluke s očekivanim koristima. To je tehnika koja se koristi za određivanje izvedivosti i potencijalnog utjecaja predložene akcije ili ulaganja. Svrha analize troškova i koristi je odvagati troškove i koristi projekta kako bi se utvrdilo je li on ekonomski održiv (Campbell & Brown, 2016).

U analizi troškova i koristi, troškovi i koristi projekta kvantificiraju se u monetarnom smislu, ako je moguće. Troškovi mogu uključivati početne investicijske troškove, troškove tekućeg održavanja i operativne troškove te druge relevantne troškove. Prednosti mogu uključivati povećanje prihoda, uštedu troškova, poboljšanu učinkovitost ili druge pozitivne rezultate (Parać, 2013).

Nakon što su troškovi i koristi identificirani i kvantificirani, uspoređuju se kako bi se utvrdilo nadmašuju li koristi troškove. Ako su koristi veće od troškova, projekt se smatra financijski izvedivim. Ako su troškovi veći od koristi, projekt možda nije dobro ulaganje.

Analiza troškova i koristi može biti učinkovit alat za poboljšanje planiranja ulaganja za poduzetnike. Evo nekoliko načina na koje može pomoći (Parać, 2013):

- Identificiranje troškova i koristi: provođenjem analize troškova i koristi, poduzetnici mogu identificirati sve troškove povezane s njihovim ulaganjem, uključujući početno ulaganje, operativne troškove i troškove održavanja, kao i koristi od ulaganja, kao što je povećanje prihoda, uštede troškova ili poboljšane učinkovitosti.
- Procjena ekonomske isplativosti: Nakon što su troškovi i koristi identificirani i kvantificirani, poduzetnici mogu procijeniti ekonomsku isplativost svog ulaganja. Ako su koristi veće od troškova, ulaganje se smatra održivim, a ako su troškovi veći od koristi, ulaganje možda neće biti izvedivo.

- Usporedba alternativnih opcija ulaganja: Poduzetnici mogu koristiti analizu troškova i koristi kako bi usporedili različite opcije ulaganja i odredili koja opcija pruža najveći povrat ulaganja.
- Planiranje nepredviđenih događaja: Poduzetnici mogu koristiti analizu troškova i koristi kako bi identificirali potencijalne rizike i neizvjesnosti povezane s njihovim ulaganjem i planirali nepredviđene situacije kako bi ublažili te rizike.
- Komuniciranje s dionicima: Analiza troškova i koristi može pomoći poduzetnicima da priopće ekonomske koristi svojih ulaganja dionicima, kao što su investitori, zajmodavci i poslovni partneri.

Ukratko, analiza troškova i koristi može pomoći poduzetnicima u donošenju utemeljenijih odluka o ulaganju pružanjem sustavnog procesa za identifikaciju, kvantificiranje i usporedbu troškova i koristi ulaganja. Korištenjem ovog alata poduzetnici mogu povećati svoje šanse za donošenje ispravnih odluka o ulaganju koje podržavaju dugoročni uspjeh njihovog poslovanja. Može pomoći tvrtkama i vladama da procijene ekonomsku održivost predloženog projekta ili ulaganja i da donesu bolje informirane odluke o raspodjeli resursa (Campbell & Brown, 2016).

5. ZAKLJUČAK

Financiranje originalne poslovne ideje može biti izazovno, ali postoji nekoliko mogućnosti financiranja koje poduzetnici mogu razmotriti. Za poduzetnike je važno procijeniti prednosti i nedostatke svake opcije financiranja i razmotriti koja je opcija u skladu s njihovim poslovnim ciljevima i vrijednostima. Osim toga, poduzetnici će možda trebati pripremiti solidan poslovni plan i financijske projekcije kako bi povećali svoje šanse za osiguravanje financiranja.

Ukoliko poduzetnik želi provesti u djelo originalnu poslovnu ideju, on mora biti spreman pristupiti koracima financiranja poslovne ideje na tradicionalan i inovativan, alternativan način. Financiranje malog poduzetništva na tradicionalne načine obično uključuje traženje sredstava od banaka, kreditnih sindikata ili drugih financijskih institucija. Kreditna linija je fleksibilan oblik financiranja koji poduzetnicima omogućuje pristup sredstvima prema potrebi. Kamata se naplaćuje samo na sredstva koja su stvarno posuđena, što ovu opciju čini idealnom za upravljanje novčanim tokom ili neočekivanim troškovima.

Inovativne poslovne ideje mogu zahtijevati kreativnije mogućnosti financiranja izvan tradicionalnih izvora. Anđeoski ulagači pojedinci su visoke neto vrijednosti koji ulažu u poduzeća u ranoj fazi razvoja u zamjenu za kapital. Anđeoske ulagače mogu privući inovativne poslovne ideje koje imaju potencijal za visoke povrate. Crowdfunding uključuje prikupljanje sredstava od velikog broja pojedinaca putem internetskih platformi poput Kickstartera ili Indiegoga. Crowdfunding može biti učinkovit način za stvaranje interesa i podrške za inovativnu poslovnu ideju, a istovremeno prikuplja sredstva. Financiranje na temelju prihoda uključuje prikupljanje sredstava u zamjenu za postotak budućih prihoda. Ova vrsta financiranja može biti privlačna za tvrtke s dokazanim modelom prihoda, ali ograničenom imovinom ili kolateralom.

Kada traže financiranje, poduzetnici trebaju biti spremni pružiti solidan poslovni plan i financijske projekcije, kao i kolateral ili dobru kreditnu povijest. Važno je procijeniti troškove i koristi svake opcije financiranja i odabrati opciju koja je u skladu s poslovnim ciljevima i vrijednostima. Stoga je potrebno provesti SWOT analizu, napraviti poslovni plan i napraviti cost benefit analizu kako bi se potencijalne ulagače obavijestilo o perspektivama koje ima

poduzeće. Poduzetnici bi također trebali biti otvoreni za alternativne mogućnosti financiranja i biti spremni pregovarati o povoljnim uvjetima s investitorima ili partnerima.

5. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Stjepan Lulić

Matični broj studenta: 1-179/19

Naslov rada: Analiza i financiranje poslovne ideje

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

6. POPIS LITERATURE

1. Adina-Simona, P. (2013). Performance indicators for SMEs accessing EU FUNDS. *Constanta Maritime University Annals*.
2. Ahlers, G. K. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 955-980.
3. Alhabeeb, M. J. (2014). *Entrepreneurial finance: fundamentals of financial planning and management for small business*. New York: John Wiley and Sons.
4. Alpenidze, O., Pauceanu, A. M., & Sanyal, S. (2019). Key success factors for business incubators in Europe: An empirical study. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1-13.
5. Bădulescu, D. (2010). SMEs financing: The extent of need and the responses of different credit structures. *Theoretical and Applied Economics*.
6. Bago, A., & Pilipović, O. (2016). Skupno financiranje. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 23-36.
7. Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2018). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 11-28.
8. Bonini, S. (2018). Angel network affiliation and business angels' investment practices. *Journal of Corporate Finance*, 592-608.
9. Bošnjak, S. (2021). Poslovni inkubatori kao generatori razvoja poduzetništva. *Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 51-56.
10. Braovac, I., & Jurić, M. (2009). *Leasing u teoriji i praksi*. Zagreb: Poslovni zbornik.
11. Campbell, H. F., & Brown, R. P. (2016). *Cost-benefit analysis: financial and economic appraisal using spreadsheets*. London: Routledge.
12. Capizzi, V. (2015). The returns of business angel investments and their major determinants. *Venture Capital*, 271-298.

13. Eniola, A. A., & Entebang, H. (2015). SME firm performance-financial innovation and challenges. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 334-342.
14. European Commission. (2018). *Small and medium sized enterprise access to finance*. Bruxelles: European Commission.
15. European Council. (2020). *European regional funding*. Preuzeto 10. 03 2020 iz European Council: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf/
16. Fatehi, S., & Wagner, M. R. (2017). Crowdfunding via revenue-sharing contracts. *Foundations and Trends® in Technology, Information and Operations Management*, 407-424.
17. Guzić, Š. (2014). *Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja*. Rijeka: RRIF-plus.
18. HANFA. (2014). *Leasing*. Zagreb: Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga.
19. Hernández-Cánovas, G., & Koëter-Kant, J. (2011). SME financing in Europe: Cross-country determinants of bank loan maturity. *International Small Business Journal*, 489-507.
20. Ivanov, M., & Santini, G. (2011). Uloga dopunskog kredita u poticanju poduzetničke aktivnosti i ekonomskog razvoja. *Ekonomija*, 233-269.
21. Jelinčić, D. A., & Šveb, M. (2021). Financial sustainability of cultural heritage: A review of crowdfunding in Europe. *Journal of Risk and Financial Management*.
22. Kersan-Skabić, I. (2015). *Ekonomija Europske Unije*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
23. Keser, J. (2005). *Poslovni plan kao podloga za upravljanje malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
24. Kraemer-Eis, H., & Lang, F. (2012). The importance of leasing for SME finance. *EIF Working Paper*.
25. Muske, G. (2007). Financing your small business. *Oklahoma Cooperative Extension Service*.

26. Parać, B. (2013). *Poduzetničko računovodstvo i financijsko izvještavanje*. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić".
27. Puyt, R. (2020). Origins of SWOT analysis. *Academy of Management Proceedings*.
28. Rutherford, M. W. (2017). Bootstrapping: Reviewing the literature, clarifying the construct, and charting a new path forward. *Group & Organization Management*, 657-706.
29. Sabbaghi, A., & Vaidyanathan, G. (2004). SWOT analysis and theory of constraint in information technology projects. *Information systems education journal*, 1-19.
30. Sutton, G. (2012). *Pisanje uspješnih poslovnih planova : kako pripremiti poslovni plan koji će ulagači željeti pročitati - i uložiti u njega*. Varaždin: Katarina Zrinski.
31. Šestanović, A. (2015). Financijski i operativni leasing iz perspektive poduzetnika. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 159-172.
32. Vidučić, L., Pepur, S., & Šimić, M. (2015). *Financijski menadžment*. Zagreb: RRiF.
33. Vukičević, M. (2000). *Financiranje malih poduzeća*. Zagreb: Računovodstvo i financije.
34. Yasar, B. (2021). The new investment landscape: Equity crowdfunding. *Central Bank Review*, 1-16.

ŽIVOTOPIS



Stjepan Lulić

Datum rođenja: 13/02/2001

Državljanstvo: hrvatsko

Spol: Muško

KONTAKT

Vijenac Stanka Vraza 6
31000 Osijek, Hrvatska (Kućna)

lula.stjepan@gmail.com

(+385) 0925007284

RADNO ISKUSTVO

11/10/2017 – 12/05/2019 Osijek, Hrvatska

Dopredsjednik županijskog vijeća učenika Osječko-Baranjska županija

Promatranje testnih obrazovnih reformi
Predlaganje obrazovnih reformi
Komunikacija s ljudima

03/08/2019 – 26/04/2021 Osijek, Hrvatska

Konobar Caffeteria Svačić

Rad s gostima
Prodaja pića
Rad u timu
Komunikacija s kupcima

26/04/2021 – 01/11/2021 Osijek, Hrvatska

Prodajni savjetnik u direktnoj prodaji A1 Hrvatska

Akvizicija novih korisnika na novolozgrađenoj mreži
Ostvarivanje prodajnih planova i planova širenja mreže
Prodaja A1 proizvoda i usluga

02/11/2021 – TRENUTAČNO Osijek, Hrvatska

Prodajni predstavnik Logista d.o.o

Aktivno sudjelovanje u unapređenju poslovanja regije odgovornosti.
Ostvarivanje dugoročnih i kvalitetnih odnosa sa kupcima
Ostvarivanje prodajnih rezultata i realizacija planova u regiji odgovornosti
Obilazak prodajnih mjesta unutar regije odgovornosti prema unaprijed dogovorenom hodogramu
Pozicioniranje i održavanje robe na najboljoj mogućoj poziciji unutar prodajnog mjesta
Kontrola zaliha, rotacija robe i usklađenje stanja unutar zaduženih kanala prodaje

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

Osijek, Hrvatska

THK - Turističko hoteljerski komercijalist Ugostiteljsko-turistička škola Osijek

Ugostiteljsko posluživanje
Kuharstvo
Slastičarstvo
Rad na recepciji
Knjigovodstvo
Poljivka i gospodarstvo
Organizacija poslovanja

Adresa Osijek, Hrvatska

10/09/2019 – TRENUTAČNO Osijek, Hrvatska

Poslovna ekonomija i financije Veleučilište Baltazar Zaprešić

Adresa Osijek, Hrvatska | Internetske stranice www.bak.hr

JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: hrvatski

Drugi jezici:**engleski**Slušanje
C1Čitanje
C1Govorna produkcija
C1Govorna interakcija
C1Pisanje
C1**njemački**Slušanje
A1Čitanje
A1Govorna produkcija
A1Govorna interakcija
A1Pisanje
A1**DIGITALNE VJEŠTINE**

Internet | MS Office (Word Excel PowerPoint) | Društvene mreže | Windows | Izvrsno sluenje MS Office paketom (Word Excel PowerPoint) | Rad na računalu | Vjeto baratanje Microsoft Office alatima (Word Excel Power Point) | Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer) | Microsoft PowerPoint

DODATNE INFORMACIJE**Organizacijske vještine**

Organizacijske vještine Kroz svoj odrasli život redovito sam sudjelovao na raznim događajima, bilo to na poslu ili izvan njega. Kroz sve te događaje naučio sam se organizaciji ne samo sebe, već i drugih oko sebe kako bih što efikasnije i produktivnije obavili određeni zadatak.

Komunikacijske i međuljudske vještine

Komunikacijske i međuljudske vještine Kroz cijelu srednju školu a i poslije nje sam uvijek bio u kontaktu s ljudima bilo to kroz posao, volontiranja ili razne događaje na kojima sam sudjelovao. Smatram se veoma karizmatičnom osobom koja je iznimno dobra u kontaktu s ljudima

