

# Suvremeni izvori financiranja

---

**Mudrinović, Roberta**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Tourism and Rural Development in Pozega / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet turizma i ruralnog razvoja u Požegi**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:277:077856>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-25**



*Repository / Repozitorij:*

[FTRR Repository - Repository of Faculty Tourism and Rural Development Pozega](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
FAKULTET TURIZMA I RURALNOG RAZVOJA U POŽEGI**



**ROBERTA MUDRINOVIĆ, 0253055175**

**SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA**

***ZAVRŠNI RAD***

Požega, 2024. godine

**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
FAKULTET TURIZMA I RURALNOG RAZVOJA U POŽEGI**

**PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ RAČUNOVODSTVO**

**SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA**  
***ZAVRŠNI RAD***

**IZ KOLEGIJA FINACIJE ZA PODUZETNIKE**

**MENTOR: doc.dr.sc. Katarina Potnik Galić**

**STUDENT: Roberta Mudrinović**

**JMBAG studenta: 0253055175**

**Požega, 2024. godine**

## SAŽETAK

U radu će se definirati pojam financiranja, kao i različite mogućnosti izvora financiranja poduzetnika u gospodarstvu. Detaljno će se analizirati vrste financiranja, te objasniti razliku između financiranja i investiranja te uz klasične izvore, navesti i objasniti suvremene izvore financiranja. Glavni dio rada odnosi se na analizu i uočavanja razlika između suvremenih i klasičnih izvora financiranja. U središnjem dijelu rada uzeti će se realni primjer grada Pleternice kao primjer korištenja suvremenih izvora financiranja, i njegovog utjecaja na poslovanje poduzetnika. Zadnji dio rada odnosi se na zaključak rada.

Ključne riječi : financiranje, investiranje, klasični izvori, suvoreni izvori.

## ABSTRACT

The thesis will define the term financing, as well as the various possibilities of sources of financing for entrepreneurs in the economy. The types of financing will be analyzed in detail, and the difference between financing and investing will be explained, along with classic sources, modern sources of financing will be listed and explained. The main part of the thesis refers to the analysis and observations of the differences between modern and classical sources of financing. In the central part of the work, a real example of the city of Pleternica will be taken as an example of the use of modern sources of financing, and its impact on the business of entrepreneurs. The last part of the paper refers to the conclusion of the paper.

Key words: financing, investment, classic sources, modern sources.

# SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>POJAM FINANCIRANJA</b> .....	<b>2</b>
2.1	Vrste financiranja.....	6
2.2	Financiranje vs investiranje .....	7
<b>3</b>	<b>SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA</b> .....	<b>9</b>
3.1	Suvremeni izvori vs tradicionalni izvori .....	9
3.2	Vrste suvremenog financiranja.....	10
3.2.1	Crowdfundig .....	10
3.2.2	Kriptovalute .....	18
3.3	EU fondovi kao izvor financiranja .....	21
3.4	Crowdfunding u Hrvatskoj .....	22
<b>4</b>	<b>ZAKLJUČAK</b> .....	<b>24</b>

# 1 UVOD

Promatrajući poslovanje bilo kojeg poduzeća, uočavaju se aktivnosti vezane za financiranje svojeg poslovanja. Svaki poduzetnik koristi na određeni način jednu od mogućih vrsta financiranja rasta i razvoja svojega poslovanja, od klasičnog vlastitog kapitala do eksternog zaduživanja. U današnje vrijeme javljaju se pored klasičnih i suvremeni izvori financiranja koji omogućavaju veću paletu izvora financiranja nego što je to bilo u prošlosti. Zbog toga, poduzetnik ima na raspolaganju različite izvore koje odabire sukladno svojim potrebama i mogućnosti vraćanja duga. Kad se govori o poduzetnicima, najčešće se misli o mikro i malim poduzetnicima koji čine najveći broj subjekta u svakom gospodarstvu. Upravo kod malih i srednjih poduzetnika se uočavaju problemi financiranja poslovanja jer su mali, ne poznaju tržište kao ni tržište navedene subjekte. Zahvaljujući klasičnim izvorima kao što su ušteđevina, krediti, leasing i ostalo, financiranje je lakše, a za poduzetnike koji nisu skloni klasičnim izvorima, postoje i suvremeni izvori putem crowdfundinga, kriptovaluta te EU fondova kao izvori financiranja. Za financiranje velikih aktivnosti uglavnom se koriste suvremeni izvori financiranja kao što su crowdfunding. Koja će se vrsta izvora koristiti ovisi o mogućnostima subjekta, visini potrebnog kapitala, kao i brzi dostupnosti potrebnog kapitala. Cilj ovog rada je pobliže objasniti sličnosti i razlike između klasičnih i suvremenih izvora financiranja.

## 2 POJAM FINANCIRANJA

Prema Hrvatskoj enciklopediji (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/financiranje>) financiranje je davanje novca, odobravanje novčanih kredita ekonomskom subjektu kako bi se ostvarila gospodarska aktivnost. Kada se govori o financiranju, najčešće se govori se o dvostranom odnosu jer financirani subjekt daje zauzvrat ekonomsku vrijednost. Ako se pak radi o jednostranom i nepovratnom financiranju, tada se govori o dotacijama, subvencijama, pomoćima, transferima i sl. Ekonomski subjekti imaju potrebu za financiranjem kada žele povećati i ostvariti neku ekonomsku vrijednost, a redovni prihodi su manji od te vrijednosti. Financiranje se najčešće veže uz banke i financijske sustave koji posreduju između sektora koji imaju višak novčanih sredstava i onih s manjkom novčanih sredstava.

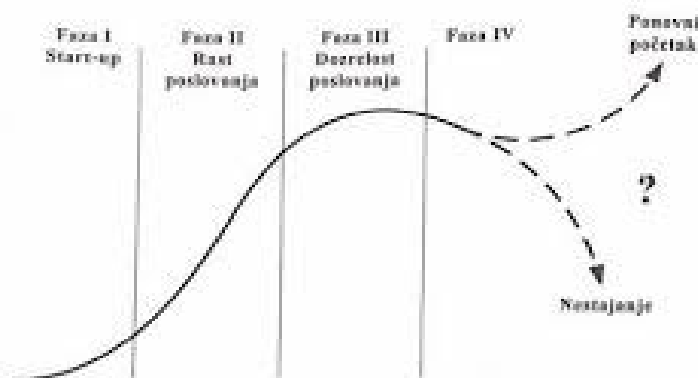
Također financiranje kao funkcija u poduzeću se može smatrati kao jedna od najvažnijih funkcija koja omogućuje snabdijevanje poduzeća kapitalom (Foley, 1998, str. 6-8)

Mishin, i Eakins (2019) smatraju da zdravo i vitalno gospodarstvo zahtjeva financijski sustav koji prenosi sredstva od ljudi koji štede ljudima koji imaju produktivne investicijske politike.

Prema Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018: 3-9) financijski sustav je skup institucija, tržišta regulacije, pojedinca i tehnika kojima se trguje vrijednosnicama. Ima osnovnu funkciju prenošenja sredstva od štedno suficitnih na štedno deficitne sektore, tj. osigurava sredstva za financiranje kapitala i kratkotrajnu imovinu. Razvijenost financijskog sustava te njegova uloga i organizacija razlikuje se od zemlje do zemlje. Usvojen je opći stav da zemlje sa snažnim i sofisticiranim financijskim institucijama i tržištima rastu brže.

Žaja i Bakmaz (2022) proučavaju mala i srednja poduzeća te zaključuju da čine većinu poduzeća u Hrvatskoj i Europskoj uniji, te o njihovu uspjehu ovise čitava gospodarstva. Za ostvarivanje rasta i razvoja nužan je kapital koji poduzeća mogu prikupiti iz raznih izvora ovisno o životnom ciklusu.

Slika 1 – Životni ciklus poslovnog subjekta



Izvor: Opačak, 2020 *Suvremeni izvori financiranja crowdfunding*, Ekonomski fakultet u Osijeku

Poslovni subjekt prolazi kroz različite faze tijekom svog životnog ciklusa, što utječe na njegov rast ili opadanje. Životni ciklus poslovnog subjekta obuhvaća četiri ključne faze: fazu početka (start-up), fazu rasta, fazu zrelosti i fazu opadanja ili ponovnog početka.

1. Faza početka (Start-up): U ovoj fazi subjekt započinje svoje poslovanje, fokusirajući se na preživljavanje i stvaranje temelja za stabilizaciju. Ključni ciljevi su uspostavljanje poslovnog modela i osiguranje osnovnih resursa.
2. Faza rasta: Kako poslovanje postaje stabilnije, fokus se premješta na širenje i povećanje uspjeha. U ovoj fazi subjekt posvećuje pažnju unutarnjoj organizaciji, odnosima s kupcima, dobavljačima i zaposlenicima te prilagodbi okolini. Rastuće tržište i povećana konkurencija zahtijevaju aktivno upravljanje i inovacije.
3. Faza zrelosti: Tijekom ove faze subjekt uspostavlja formalna pravila, procedure i kontrolne sustave. Iako poslovanje može biti stabilno, profitabilnost se smanjuje, a rast se usporava zbog jače konkurencije i zasićenja tržišta. Postoji rizik od stagnacije jer je ostvarivanje napretka sve teže.
4. Faza opadanja ili ponovnog početka: U ovoj fazi, poslovni performansi opadaju, a konkurentna snaga se smanjuje. Subjekt se suočava s pitanjem preživljavanja – hoće li se povući s tržišta ili će pokušati ponovno pokrenuti poslovanje kroz likvidaciju i početak novih projekata i inicijativa.

(Opačak, 2020).

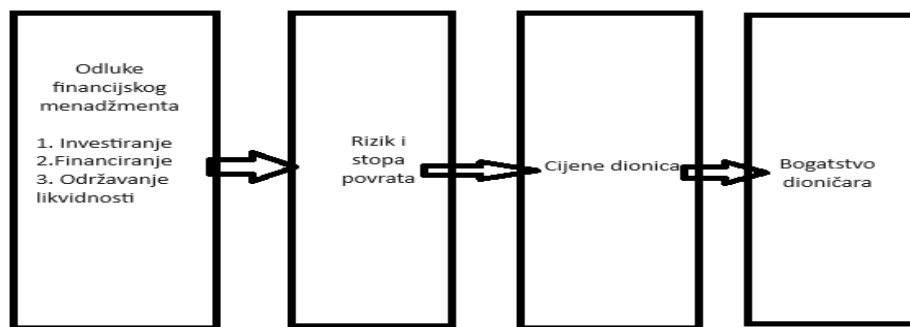
Prema Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018: 99) financijski menadžment je skup teorija, principa i tehnika koje se bave pribavljanjem i menadžmentom novca poslovnih subjekata te donosi odluke o stjecanju i načinu poslovanja i financiranja resursa poslovnog subjekta.



Osnovne odluke financijskog menadžmenta usko su vezane za gotovinske tijekove. To su: odluke o investiranju (koju imovinu nabaviti), odluke o financiranju (kako pribaviti gotovinu za financiranje investicija i odluku o održavanju likvidnosti (koliko gotovine i kada poduzeće treba imati za podmirenje dospjelih obveza).

Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018: 6) navode da odluke financijskog menadžmenta i imaju veliki utjecaj na razinu neto vrijednosti poduzeća, tj. na cijenu dionica.

*Slika 2 – Odluke financijskog menadžmenta*



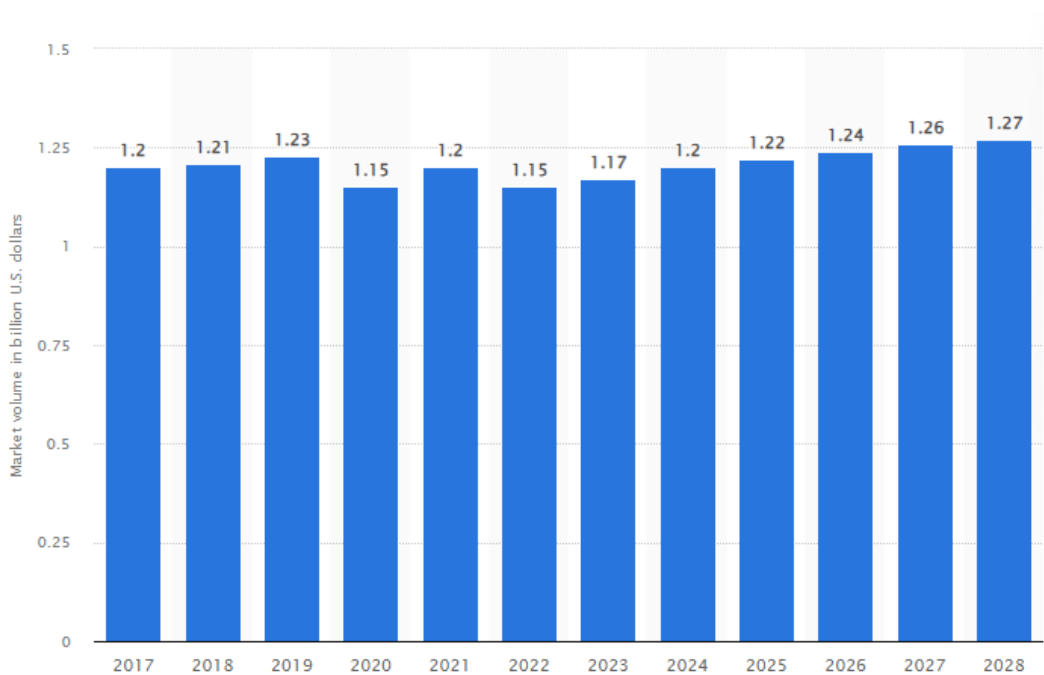
Izvor : Vidučić, L.J.,; Pepur, S.; Šimić Šarić M. (2018) *Financijski menadžment*. X.izdanje. Zagreb: RRIF.

Prema slici 2. se vidi da financijski menadžment donosi odluke o investiranju, financiranju te održavanju likvidnosti. Isto tako je grafički prikazano da svako odluka vezana za gotovinski tijek o investiranju, financiranju te načinu održavanja likvidnosti će donijeti neki rizik i/ili stopu povrata što će utjecati na cijene dionica koje u konačnici predstavljaju bogatstvo dioničara.

Prema Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018) izvori financiranja koje će poduzeće koristiti rezultat su sredstava kojih imaju, njihove cijene, trenutne financijske pozicije i kredibilnosti, stava menadžera prema riziku i izabranim financijskim strategijama.

Murić (2023) u svom diplomskom radu analizira suvremene izvore financiranja malog i srednjeg poduzetništva. Naglašava važnost stvaranja pozitivne financijske klime koja regulira tržišna pravila i financijske poticaje kako bi se razvijalo malo i srednje poduzetništvo te povoljno financiranje MSP-a zato što zapošljavaju velik broj zaposlenika i to posebice u ruralnim krajevima čime se nastoje smanjiti razlike naspram urbanim dijelovima. Smanjivanje regionalne nejednakosti doprinosi boljem i proporcionalnijem razvoju cijelog gospodarstva te svih krajeva jednako.

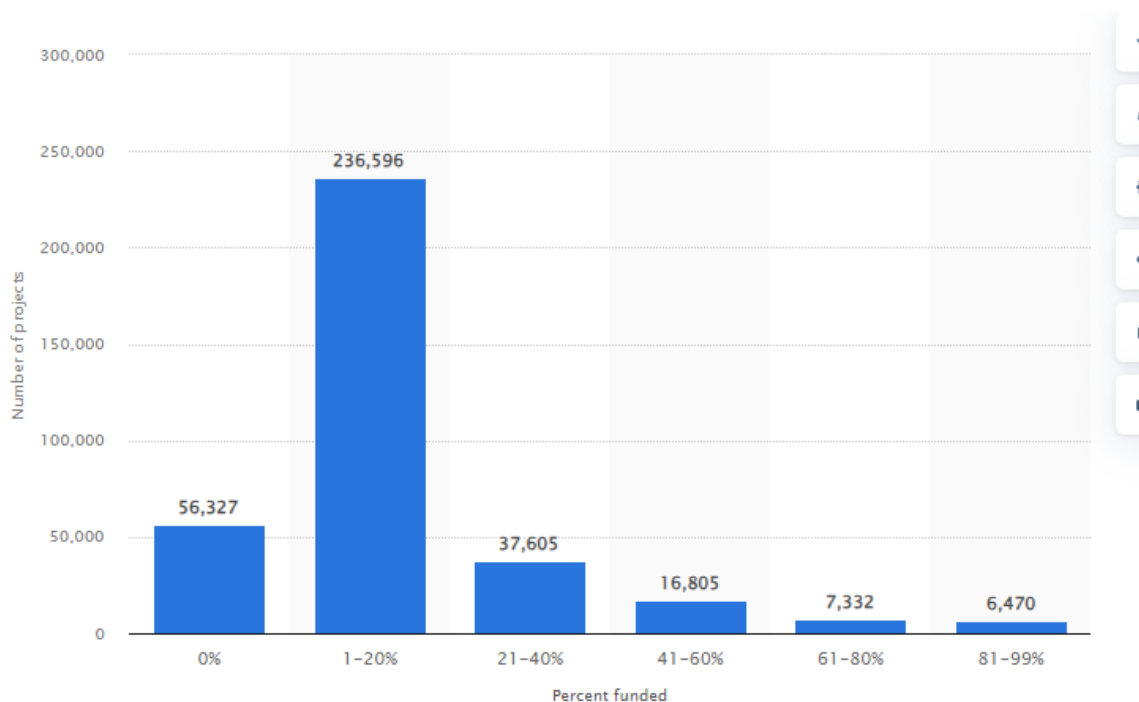
Grafikon 1 - Procijenjena vrijednost transakcije crowdfundinga u cijelom svijetu od 2017. do 2023., s predviđanjima od 2024. do 2028. godine



Izvor: obrada prema <https://www.statista.com/statistics/1078273/global-crowdfunding-market-size/>

U 2023., globalni obujam tržišta grupnog financiranja procijenjen je na 1,17 milijardi američkih dolara, što predstavlja blagi porast u usporedbi s prethodnim godinama. Prema Statisti, predviđa se da će transakcijska vrijednost globalnog sektora masovnog financiranja porasti za 1,48 % između 2024. i 2028., što će rezultirati tržišnim obujmom od 1,27 milijardi američkih dolara u 2028. Jedna od najvećih platformi za masovno financiranje, Kickstarter, pokrenula je više od 600 000 projekata od siječnja 2024.

Grafikon 2 - Distribucija neuspješno financiranih projekata na platformi za grupno financiranje Kickstarter od siječnja 2024., prema udjelu dosegnutih sredstava



Izvor: obrada studenta prema <https://www.statista.com/statistics/251732/overview-of-unsuccessfully-funded-projects-on-crowdfunding-platform-kickstarter/>

Ukupan broj neuspješno financiranih projekata na platformi za grupno financiranje Kickstarter iznosio je 361.137 od siječnja 2024. Broj projekata koji su financirani s 0 posto bio je 56.327, a bilo je otprilike 6.470 projekata koji nisu dosegli cilj financiranja, ali su postigli 81-99 % od ukupno potrebnih sredstava.

## 2.1 Vrste financiranja

Važnost izvora financiranja obiteljskih poduzeća proizlazi iz potrebe za prilagodbom i opstankom u dinamičnim i promjenjivim gospodarskim uvjetima. Poduzeća koja brže, lakše i jeftinije pristupaju izvorima financiranja stječu konkurentsku prednost u odnosu na svoje rivale.

Osnovni izvori financiranja poduzeća uključuju bankarski sektor, kreditne unije te vladine programe poticaja i subvencioniranih kreditnih linija. S druge strane, fondovi rizičnog kapitala i neformalni oblici financiranja, kao što su poslovni anđeli, još uvijek su relativno slabo zastupljeni i korišteni u financiranju obiteljskih poduzeća u Hrvatskoj.

U Hrvatskoj, kao i u razvijenim zemljama, banke predstavljaju najvažnije vanjske izvore financiranja za obiteljska poduzeća. Iako banke prepoznaju važnost obiteljskih poduzeća, oni

se još uvijek suočavaju s brojnim problemima i preprekama pri dobivanju kredita. Za odobrenje kredita, samo dobro poslovanje nije dovoljno; banke zahtijevaju različita jamstva i osiguranja, uključujući hipoteke, osobne mjenice vlasnika i privatne nekretnine vlasnika.

(Nakić – Alfirević, 2017).

Prema vremenu financiranje se dijeli na (Vidučić, Pepur i Šimić Šarić, 2018, 106):

1. Kratkoročno – najčešće se misli na razdoblje do 1 godine, a najznačajniji su novčani krediti
2. Srednjoročno – to je financiranje poslovanja od 1 do 5 godina
3. Dugoročno – to je financiranje poslovanja duže od 5 godina

## 2.2 Financiranje vs investiranje

Prema wikipediji (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Investicija>) bilo kakvo ulaganje novčanih sredstava radi stjecanja ekonomske koristi se naziva investicija. Može se ulagati i u financijske oblike imovine i s njima izjednačene investicije ili pak u realne oblike imovine koji omogućavaju ostvarivanje ekonomskih koristi odnosno profita kroz određene produktivne poslovne aktivnosti. S ekonomskog aspekta, investicije se ne koriste za potrošnju, nego neke buduće odluke financijskog menadžmenta.

Raguž Jeleč (2020) kaže da su investicije izdvajanja za kupovinu kapitala, odnosno trajnih dobara koja se koriste u procesu proizvodnje. Obično se dijele na fiksne, stambene i investicije u zalihama. Naglašava da povećanje kapitala zahtjeva žrtvovanje sadašnje potrošnje kako bi se povećala buduća.

Prema Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018, 6-18) prisutnost na stranim tržištima pretpostavka je za održavanje i unapređenje tekuće konkurentne pozicije bilo kojeg poduzeća. Financijski menadžment mora voditi politiku u korist racionalnih investicijskih odluka. Prema njima investicijska strategija podrazumijeva:

- Promatranje investicijskih prijedloga kao mnogo projekata koje treba analizirati zajedno
- Upotrebu odgovarajućih kriterija u investicijskog analizi u smislu povećanja izvoza, očuvanja i unapređenja konkurentne pozicije tvrtke.
- Sustavnu procjenu optimalnog izbora ulaska na strana tržišta

U odnosu na odluke o investiranju, odluke o financiranju se mogu donositi odvojeno od odluka o investiranju.

Prema Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018) financijske odluke uključuju:

- Koliko je sredstava potrebno nabaviti iz vanjskih izvora
- Hoće li poduzeće isplatiti dividendu ili reinvestirati dobit
- Na kojem tržištu treba pribaviti sredstva: vrijednosnica ili bankovnom tržištu, nacionalnom, stranom ili eurotržištu
- Na koji rok treba pribaviti sredstva
- Koje vrijednosnice emitirati i kada

Slika 3 – Investiranje vs financiranje

	INVESTIRANJE	FINANCIRANJE
Kratkoročno	Kratkotrajna imovina	Kratkoročne obveze
Dugoročno	Dugotrajna imovina	Dugoročne obveze

*Izvor: Izrada autora prema (Vidučić, Pepur i Šimić Šarić, 2018: 155)*

Slika 3. prikazuje odnos *investiranje vs financiranje*. Kao što se odluke i investiranju i odluke o financiranju mogu donositi odvojeno, postoje situacije kada je nužno donositi ih zajedno. Donošenje odluka se zasniva na utvrđivanje vrijednosti rizične imovine. U slučaju donošenja financijske odluke ona je financijska, a u slučaju odgađanja odluke o investiranju mora biti realna. (Vidučić, Pepur i Šimić Šarić, 2018)

Vidučić, Pepur i Šimić Šarić (2018: 155-161) naglašavaju da ne postoje isplativa financijska ulaganja te da je najbitnija razlika između financijskih i investicijskih odluka što se financijske odluke mogu lako promijeniti, dok se investicijske odluke vežu za poduzeće na duži vremenski period.

### 3 SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA

Bitno je prije svega objasniti razliku između tradicionalnih i suvremenih izvora kako bi se lakše pratile ostale podijele i značenja suvremenih izvora.

#### 3.1 Suvremeni izvori vs tradicionalni izvori

Tradicionalni izvori financiranja poznati su kao vlastita sredstva i krediti, obitelj kao izvor financiranja, poticaji, leasing te kupci i dobavljači.

Vlastiti izvori financiranja podrazumijevaju vlastite mogućnosti poslovnog subjekta te nisu ograničeni i nemaju definirano vrijeme vraćanja, dok kod kredita postoji definiran rok vraćanja i definirane kamate, zbog kojih na kraju „vratimo više nego što smo uzeli“. Standardne bankarske kredite odlikuje strogo definiran rok povrata, kao i kamatna stopa koja ponekad iziskuje visoke troškove povrata kredita.

Obitelj često predstavlja izvor financiranja, posebno za mala poduzeća. Prednost ovakvog financiranja je što se primljeni novac obično ne mora vraćati, već se može dogovoriti sudjelovanje u poslovanju. Međutim, uvjeti ovakvog financiranja ovise o specifičnim pregovorima između poslovnog subjekta i investitora.

Poticaji su sredstva iz državnih ili županijskih proračuna koja mogu pomoći poduzetnicima koji tek ulaze u poslovni svijet ili onima koji su neodlučni u vezi s pokretanjem poslovanja. Ova sredstva mogu značajno olakšati početne korake u poslovanju.

Leasing je alternativa bankarskim kreditima koja omogućava korisniku leasinga korištenje određenog objekta, koji ostaje u vlasništvu davatelja leasinga, uz obvezno plaćanje dogovorenih rata.

Kupci i dobavljači mogu također biti izvor financiranja kroz oblik kredita u kojem dobavljači isporučuju robu s mogućnošću odgođenog plaćanja unutar odobrenog perioda.

Suvremeni izvori financiranja uključuju mikrokredite, franšize, factoring, EU fondove, poslovne anđele, crowdfunding, garantne fondove i venture fondove.

“Factoring je oblik suvremenog kratkoročnog financiranja poduzeća na temelju prodaje kratkotrajne imovine specijaliziranoj financijskoj organizaciji koja se naziva factoring društvo.“ (Barbarić 2018). Factoring se odnosi na prodaju prava potraživanja instituciji koja se bavi naplatom potraživanja, a prodaja factoring instituciji se vrši po nižoj cijeni od one koja je naznačena za potraživanja. Također, uglavnom se prodaju potraživanja ona koja se odnose na slabu mogućnost naplate, kao i ona kojima naplata je u neizvjesnosti.

Mikrokrediti su krediti manjih iznosa koji su namijenjeni poduzetničkim početnicima koji su htjeli pokrenuti svoj posao ili ga proširiti, ali za to nisu imali dovoljno kapitala.

Venture capital – fondovi su fondovi nekog društva koje upravlja znatnim kapitalom namijenjenim prvenstveno srednjoročnom i dugoročnom investiranju u poduzeća koja u pravilu ne kotiraju na burzi te imaju visok potencijal rasta.

„Garantni fondovi rješavaju probleme start-up poduzeća prilikom traženja financijskih sredstava, jamče (garantiraju) poslovnim bankama vraćanje kreditnih sredstava i pripadajućih kamata. Cilj je poticanje bržeg i jednostavnijeg pokretanja novih poduzetničkih pothvata.“ (Barbarić, URL: <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos:2023>)

Jedan od oblika suvremenih izvora financiranja odnosi se na poslovne anđele, koji se smatraju bogatim osobama i pojedincima koji imaju višak dostupnog kapitala i želju za ulaganjem u pojedina područja u cilju ostvarivanja prinosa na svoja ulaganja (Šimić Šarić i Krstičević 2018, 251). Ono što karakterizira poslovne anđele je ulaganje u nove start – up inovacije, a sve se odvija uglavnom preko mreža za poslovne anđele. Poslovni anđeli su slični „venture kapitalistima“ jer oboje ulažu u određeni start – up poduzeća, no venture projekti su financijski zahtjevniji, dok će poslovni anđeli ulagati u manje projekte na lokalnoj ili regionalnoj razini.

## 3.2 Vrste suvremenog financiranja

Osim dolje navedenih, postoje i druge vrste financiranja poslovanja poduzetnika kao što su poslovni anđeli, factoring, prodajom dionica i slično. Suvremeni izvori financiranja pružaju veći izbor za financiranje svojega poslovanja nego što to nude klasični izvori financiranja.

### 3.2.1 Crowdfundig

Crowdfunding je naziv za skupno financiranja, odnosno prikupljanje novca za financiranje projekata. Skupljanje novca vrši se u realnom vremenu, tako da se u svakom trenutku može vidjeti točan iznos prikupljenog novca, kao i koliki broj sudionika je sudjelovao. Vremenski rok je najduže 60 dana (Hafner, 2017).

Prema HANFI (2024) crowdfunding je skupno financiranje kao jedan od načina alternativnih izvora financiranja svojeg projekta. Crowdfunding najčešće koriste start – up tvrtke ili rastuće kompanije.

Crowdfunding se prvi put pojavio u digitalnom obliku početkom 21. stoljeća, kada su platforme poput ArtistShare omogućile umjetnicima da financiraju svoje projekte izravno od fanova. Uslijedio je brz rast broja platformi i modela financiranja koji su prilagođeni različitim

potrebama. Prve prave crowdfunding platforme pojavile su se početkom 2000-ih. Primjerice, ArtistShare, pokrenuta 2003., omogućila je glazbenicima da prikupe sredstva za stvaranje novih albuma izravno od svojih obožavatelja. Uslijedila je pojava mnogih drugih platformi, kao što su Kickstarter i Indiegogo, koje su dodatno proširile koncept crowdfundinga, omogućujući financiranje projekata iz različitih područja, od tehnologije do umjetnosti i filma. Također jedna od definicija za crowdfunding je i jedan do načina prikupljanja donacija od velikog broja ljudi, ali malih iznosa. Pomoću interneta, mijenja se tradicionalna dimenzija sa suvremenom dimenzijom, pomoću kojeg se vrši interakcija putem milijuna različitih ljudi koji mogu biti donatori. Diljem svijeta postoji više od 600 platformi koje svoje poslovanje održavaju na ovakav način (OFIR 2024).

Crowdfunding se temelji na platformama za prikupljanje novca, te svaki pojedinac izabire vlastitu platformu za prikupljanje novca, ovisno o svrsi, to jest o vrsti projekta. Ovakva aktivnost nije besplatna, nego se plaća naknada ako je kampanja bila uspješna. Prikupljanje novca se vrši po načelu „sve ili ništa“, odnosno u slučaju da se ne prikupi potreban novac, sav novac se vraća nazad pozajmljivačima (Hafner, 2017).

Čondić – Jurkić (2015) u svom znanstvenom radu navodi da je za crowdfunding specifično da se za financiranje projekata skupljaju mali novčani prilozima od velikog broja ljudi. Navodi da se bilježi visoka stopa rasta u posljednjih nekoliko godina. Čondić – Jurkić (2015) navodi podatke istraživanja: „Prema podacima Massolutiona 2015. u 2014. godini prikupljeno je 16,2 milijarde dolara što predstavlja porast od 167 posto u odnosu na 2013. godinu. Procjena rasta industrije za 2015. godinu predviđa daljnje udvostručavanje. Globalni rast industrije ponajviše je posljedica snažni stopa rasta na azijsom tržištu (320%) na kojem je prikupljeno 3,4 milijarde dolara. Najveće je tržište Sjeverna Amerika (9,46 milijardi dolara), dok se Europa s 3,26 milijarde dolara nalazi na trećem mjestu prema ukupnom iznosu prikupljenih sredstava.“

Pojedine platforme, poput Kickstartera i Indiegogo, omogućuju prikupljanje donacija u zamjenu za određene nagrade kao što su proizvodi (OFIR 2024). Platforma poput GoFundMe omogućuje članovima izravno pomaganje na različite načine bez očekivanja protuusluge. Obadvije navedene platforme nisu podržane u Republici Hrvatskoj (OFIR 2024).

Da bi se sve moglo realizirati od prikupljanja donacija pa sve do njihovog trošenja, bitno je dobro izraditi cjelokupni plan. Prvo se postavljaju ciljevi financiranja koja uključuje potrebnu svotu. U slučaju da se ne prikupi dovoljan iznos, sav novac se vraća nazad. Potrebno je uspostaviti strategiju nagrađivanja koja se odnosi na posebne razine donacija. Osim toga potrebno je napraviti objavljivanje kampanje putem različitih materijala, videa te nagradama, sve zajedno na online platformi. Bitno je biti aktivan i na društvenim mrežama da bi se



pristupilo što više ljudi. Prednosti korištenja ovog oblika očituju se i za nositelje projekata u vidu prikupljenog kapitala, te i za investitore koji bi ulagajući u takve projekte, bili dio projekta, mogli kupiti proizvod ili uslugu, a u konačnici i donose veći gospodarski razvitak. Ovakav način prikupljanja novca idealan je za novonastale tvrtke, poduzeća i obrte. Platforme se pojavljuju kao donacijske platforme putem koji se uplaćuju novci bez protuusluge, te kao nagradni modeli koji se odnose na protuusluge (uplata novca ima protuvrijednost u smislu povratne nagrade za investitora). Zajmovni model odnosi se na prikupljanje potrebnog kapitala, a kasnije se potreban iznos vraća investitorima.

Prednosti je izravno dopiranje do potrošača, olakšavanje istraživanje tržišta, dostupan širi krug investitora te nije potreban veći početni kapital (HANFA, 2024)

Nedostaci se očituju u mogućnosti prevare ovakvim načinima prikupljanja novca, neinformiranost javnosti te manjak pravno financijske regulative za grupno financiranje, kao i nemogućnost zaštite intelektualnog vlasništva (HANFA, 2024).

Pojedine platforme prikupljaju novac sve dok ne prikupe potrebnu svotu, što može stvoriti dodatni trošak vremena za prikupljanje (OFIR 2024).

Primjer crowdfundinga u Republici Hrvatskoj može se pronaći u Vinkovcima. Kafić „Buba bar“ zaposlio je osobe s Down sindromom. Preko online platforme je pokrenut postupak, a donacije su omogućavale besplatnu kavu za donaciju od 5 eura, kalendar za donaciju od 50 eura, dukserica za 80 eura i slično (OFIR 2024).

Ukupno je prikupljeno više od 16.000 eura od 531 ulagača.

Povijest crowdfundinga seže još u vrijeme kada je postavljen Kip slobode u New Yorku. Putem novina prikupljane su donacije iz cijeloga svijeta kako bi se to omogućilo. U današnje vrijeme ipak sve je modernizirano, tako da je Internet preuzeo glavnu ulogu.

Inicijatori kampanja crowdfundinga imaju za motiv zaobići tradicionalne kanale financiranja kako bi zadržali kontrolu nad svojim projektom, kako bi zaobišli dilutiranje u vlasničkim glavnicama u ranom stadiju životnog ciklusa projekta. Na taj način inicijatori kampanje zadržavaju kontrolu što im omogućuje razvoj proizvoda u slijedećim fazama životnog ciklusa projekta, kada im je pregovaračka moć veća ( Čondić – Jukić, 2015.)

Vrste crowdfundinga:

1. Nagradni (Reward-based) Crowdfunding:

- Ovo je najčešća vrsta crowdfundinga. Ljudi doniraju novac u zamjenu za neku vrstu nagrade, poput proizvoda, usluga ili iskustava.
- Primjer: Kickstarter, Indiegogo.

Slika 4 - Kickstarter vs Indiegogo



Izvor: *medium.com*, URL: <https://medium.com/crowdtoolz/kickstarter-vs-indiegogo-which-crowdfunding-platform-should-you-choose-82f51f653ee2> [Preuzeto: 25.8.2024.]

2. Donacijski (Donation-based) Crowdfunding:

- U ovoj vrsti crowdfundinga, pojedinci doniraju novac bez očekivanja bilo kakve materijalne povratne vrijednosti.
- Primjer: GoFundMe, JustGiving.

Slika 5 – Logo GoFundMe



Izvor: Wikipedia.org, URL:

[https://en.wikipedia.org/wiki/GoFundMe#/media/File:GoFundMe\\_Logo.svg](https://en.wikipedia.org/wiki/GoFundMe#/media/File:GoFundMe_Logo.svg)

[Preuzeto: 25.8.2024.]

*Slika 6 – Logo JustGiving*

The logo for JustGiving, featuring the word "JustGiving" in a bold, purple, sans-serif font with a trademark symbol.

Izvor: Blog.justgiving, URL: <https://blog.justgiving.com/> [Preuzeto:

25.8.2024.]

3. Crowdfunding temeljen na vlasničkom kapitalu (Equity-based Crowdfunding):
  - Ova vrsta omogućava investitorima da dobiju udio u vlasništvu nad kompanijom ili projektom u zamjenu za njihov doprinos.
  - Primjer: Seedrs, Crowdcube.

*Slika 7 – Logo Seedrs*



Izvor: financemagnates, URL:

<https://www.financemagnates.com/fintech/crowdfunding/seedrs-to-conduct-its-own-crowdfunding-campaign-as-they-raise-10-million/>

[Preuzeto: 25.8.2024.]

Slika 8 – Logo Crowdcube



Izvor: Crowdcube, URL:

[https://www.crowdcube.com/?utm\\_medium=company\\_profile&utm\\_source=trustpilot&utm\\_campaign=logo\\_click](https://www.crowdcube.com/?utm_medium=company_profile&utm_source=trustpilot&utm_campaign=logo_click) [Preuzeto: 25.8.2024.]

4. Crowdfunding temeljen na posudbi (Debt-based Crowdfunding ili Peer-to-Peer Lending):
- Investitori posuđuju novac poduzećima ili pojedincima, a povrat uključuje kamatu.
  - Primjer: LendingClub, Funding Circle.

Slika 9 – LendingClub



Izvor: Prnswirw, URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/lendingclub-exceeds-3-billion-in-loans-sold-through-its-structured-certificates-program-302174657.html#> [Preuzeto: 25.8.2024.]

Slika 10 – Logo Funding Circle



Izvor: wikipwdia, URL:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Funding\\_Circle#/media/File:Funding\\_Circle\\_1\\_ogo\\_2017.png](https://en.wikipedia.org/wiki/Funding_Circle#/media/File:Funding_Circle_1_ogo_2017.png) [Preuzeto: 25.8.2024.]

Crowdfunding se dijeli na četiri osnovne vrste: nagradni (reward-based), donacijski (donation-based), vlasnički (equity-based) i posudbeni (debt-based) crowdfunding. Svaka od ovih vrsta ima svoje specifičnosti i koristi se u različitim situacijama.

Nagradni crowdfunding, najpoznatiji oblik, omogućava kreatorima kampanje da nude nagrade ili proizvode kao poticaj za donacije. Ova metoda često se koristi u kreativnim industrijama, poput filma, glazbe ili dizajna, gdje podržavatelji dobivaju jedinstvene proizvode, iskustva ili priznanja za svoj doprinos. Platforme poput Kickstartra i Indiegoga poznate su po ovom modelu.

Donacijski crowdfunding, s druge strane, temelji se na čistim donacijama, gdje donatori ne očekuju nikakvu materijalnu korist. Ova vrsta crowdfundinga koristi se uglavnom za humanitarne ili neprofitne svrhe, kao što su medicinske kampanje, podrška ugroženim skupinama ili financiranje obrazovnih programa. GoFundMe je jedna od najpoznatijih platformi koja podržava ovakve inicijative.

Vlasnički crowdfunding omogućava investitorima da steknu udio u kompaniji ili projektu, čime postaju suvlasnici i imaju potencijalnu financijsku korist ako projekt uspije. Ovaj oblik crowdfundinga reguliran je zakonima o tržištu kapitala i najčešće se koristi za financiranje startupova i malih poduzeća. Primjeri platformi uključuju Seedrs i Crowdcube.

Posudbeni crowdfunding, poznat i kao peer-to-peer lending, omogućava pojedincima ili poduzećima da posuđuju novac od grupe investitora, uz obavezu vraćanja sredstava s kamatom.

Ovaj model posebno je privlačan za one koji traže alternativu tradicionalnim bankarskim kreditima. Platforme poput LendingCluba i Funding Circlea vodeće su u ovom segmentu.

Zahvaljujući tehnologiji, crowdfunding je omogućio mnogim malim i srednjim poduzećima da opstanu na tržištu pružajući im financijsku podršku od strane pojedinaca putem crowdfunding platformi. Ove platforme omogućuju prikupljanje sredstava već pri pokretanju poslovanja. Prva takva platforma bila je ArtistShare, koja je glazbenicima omogućila prikupljanje sredstava za projekte i albume. Jedan od najistaknutijih uspjeha na ovoj platformi postigla je jazz glazbenica Maria Schneider, koja je 2005. godine osvojila Grammy za album financiran putem ArtistSharea. Ovaj uspješan projekt potaknuo je razvoj brojnih drugih crowdfunding platformi, koje danas nude različite modele financiranja za širok spektar projekata.

Crowdfunding je imao značajan utjecaj na globalnu ekonomiju i društvo. On je demokratizirao proces financiranja, omogućujući široj populaciji da sudjeluje u razvoju inovativnih proizvoda i usluga. Ova decentralizacija financiranja potaknula je val poduzetništva, posebice među mladima i manjinskim skupinama koje su tradicionalno imale ograničen pristup kapitalu.

Osim toga, crowdfunding je potaknuo filantropske inicijative, omogućujući ljudima da podrže humanitarne projekte i neprofitne organizacije diljem svijeta. Donacijski crowdfunding postao je ključan alat za brzo prikupljanje sredstava u kriznim situacijama, poput prirodnih katastrofa ili zdravstvenih kriza.

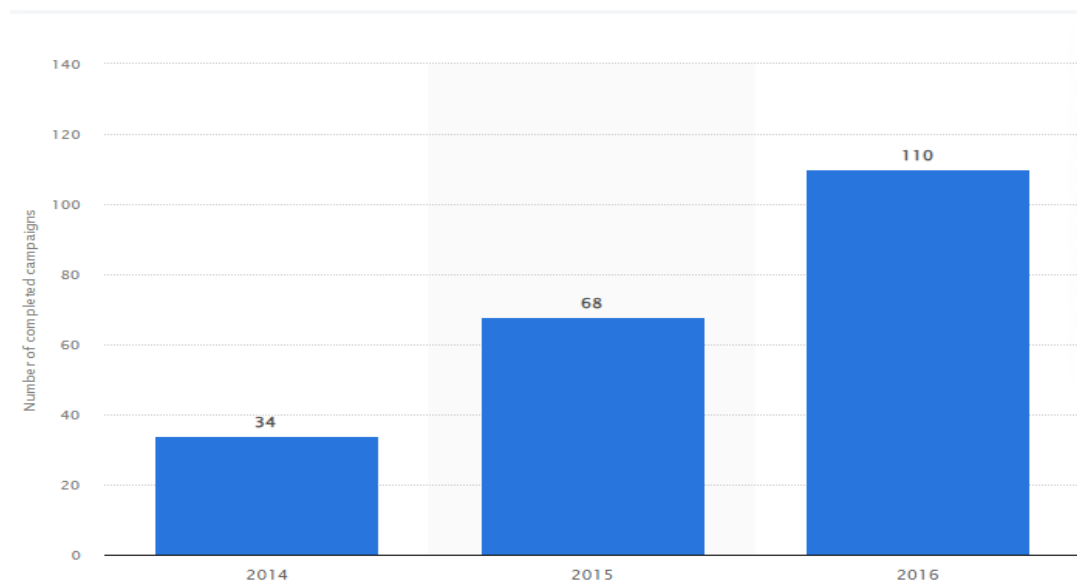
Međutim, uz sve svoje prednosti, crowdfunding je također postavio nova pitanja o regulaciji, sigurnosti i etici. Povećanje broja platformi i kampanja dovelo je do pojave prevara i neetičnih praksi, što je potaknulo potrebu za strožim zakonodavnim okvirom i boljom edukacijom korisnika.

Ciljni iznos za kampanju obično se određuje uzimajući u obzir troškove potrebne za ostvarenje cilja kampanje. To uključuje troškove proizvodnje, marketinga, distribucije, naknade platformi za crowdfunding, poreze i druge povezane troškove. Važno je realno procijeniti koliko novca je potrebno za uspjeh projekta i postaviti ciljni iznos koji je ambiciozan, ali dostižan. Također, treba imati u vidu da je važno imati jasno definirane troškove i transparentno komunicirati sa donatorima o tome kako će njihov novac biti iskorišten.

Kako bi se privukao veći broj donatora, važno je koristiti različite strategije promocije od društvenih mreža pa sve do kreiranja videa. Također, redovito ažurirati pratitelje o napretku kampanje i zahvaliti im na podršci kako bi održali njihovu pažnju i motivirali ih da dijele kampanju sa drugima.

Jedan od načina je i angažiranje influensera za promociju kampanje jer oni imaju velik broj pratitelja i mogu doprinijeti većoj vidljivosti kampanje.

Grafikon 3 – Broj crowdfunding dizajnerskih kampanja dovršenih u Španjolskoj od 2014. do 2016



Izvor: obrada prema <https://www.statista.com/statistics/1078273/global-crowdfunding-market-size/>

Ova statistika predstavlja broj kampanja skupnog financiranja dizajna dovršenih u Španjolskoj od 2014. do 2016. Ukupan broj dovršenih dizajnerskih kampanja dosegao je 110 u 2016. što je manje od polovice količine tehnoloških kampanja u istom vremenskom razdoblju.

### 3.2.2 Kriptovalute

Kriptovalute predstavljaju fenomen modernog doba koji se kao izvor financiranja smatra i sredstvom plaćanja. Ovakva vrsta ulaganja za razliku od drugih izvora nije pod nadzorom centralne banke, kao niti drugih regulatornih institucija.

Turudić (2015) u svom radu definira kriptovaluu kao sustav koji upotrebljava kriptografiju kako bi se osigurala digitalna razmjena tokena. Tokeni se mogu mijenjati po njihovim tržišnim vrijednostima za standardne valute.

Sve transakcije odvijaju se putem digitalnih platformi, pa se kaže da su kriptovalute digitalne ili virtualne valute (Nakamoto, 2008). Glavne odlike ovakvog načina je brzina povrata, ali i visok rizik zbog volatilonosti kriptovaluta.

Zbog izrazite volatilonosti, cijene kriptovaluta stalno su izložene rastu i padu.

Prednosti se očituju u anonimnosti, niskoj cijeni, brzini, sigurnosti i inovacijama koje proizlaze iz ulaganja i razvoja kriptovaluta.

Nedostatci se očituju u nestabilnosti, visokom riziku, kompleksnosti te nedovoljnoj shvaćenosti ulaganja u ovakve izvore.

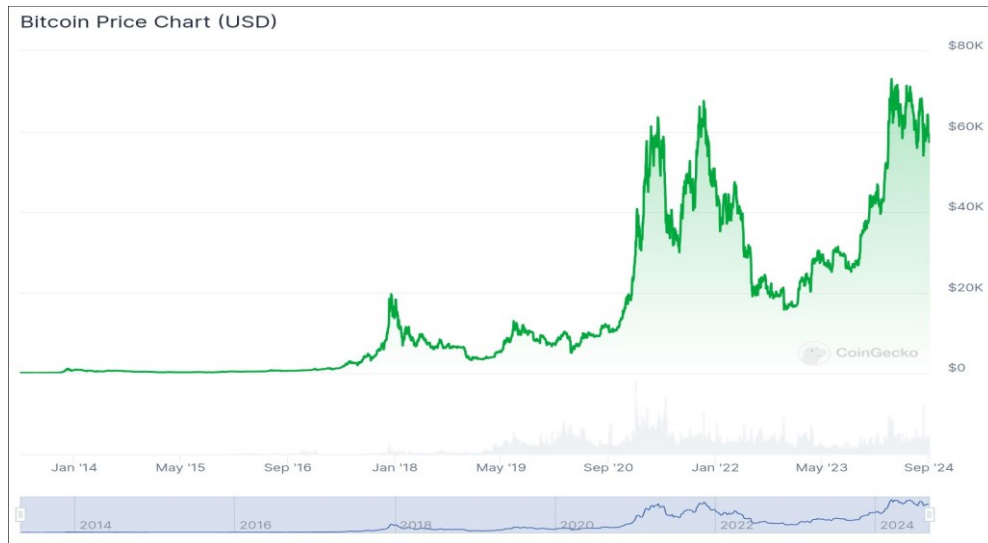
Ono što kriptovalute čini zanimljivim i privlačnim je nepostojanje središnjeg registra ili institucije za nadzor, tako da se sve transakcije odvijaju bez posrednika.

Najpoznatije kriptovalute su bitcoin, litecoin i ethereum.

Kriptovalute sve više postaju ključan dio suvremenih izvora financiranja, nudeći nove mogućnosti i izazove. Kroz inicijalne ponude kovanica (ICO) i inicijalne ponude zamjenskih tokena (IEO), omogućuju decentralizirano prikupljanje sredstava. ICO-vi omogućuju poduzećima da prikupi kapital prodajom svojih tokena investitorima, dok IEO-vi prolaze preko platformi za razmjenu kriptovaluta, pružajući dodatnu sigurnost. Osim toga, kriptovalute su omogućile razvoj decentraliziranih financijskih platformi (DeFi) koje nude financijske usluge poput posudbi i razmjena bez posrednika. Globalno financiranje postaje lakše uz kriptovalute zbog nižih troškova transakcija i brže obrade. Platforme poput Ethereuma omogućuju stvaranje pametnih ugovora koji automatski izvršavaju transakcije prema unaprijed definiranim uvjetima. Kriptovalute također omogućuju nove oblike crowdfundinga u digitalnim valutama. Primjeri uključuju projekte kao što su Filecoin i Polkadot, koji su uspješno koristili ICO-e za financiranje svojih inicijativa.

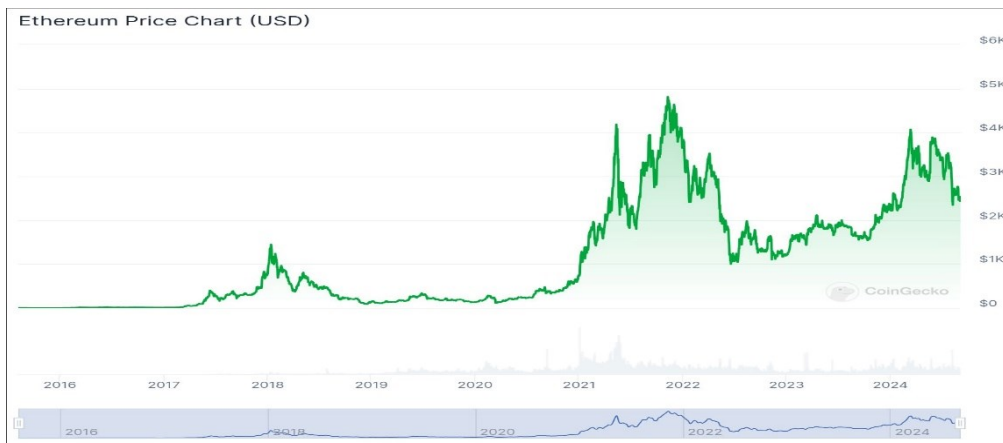


Slika 11 – Grafički prikaz kretanja cijena Bitcoina



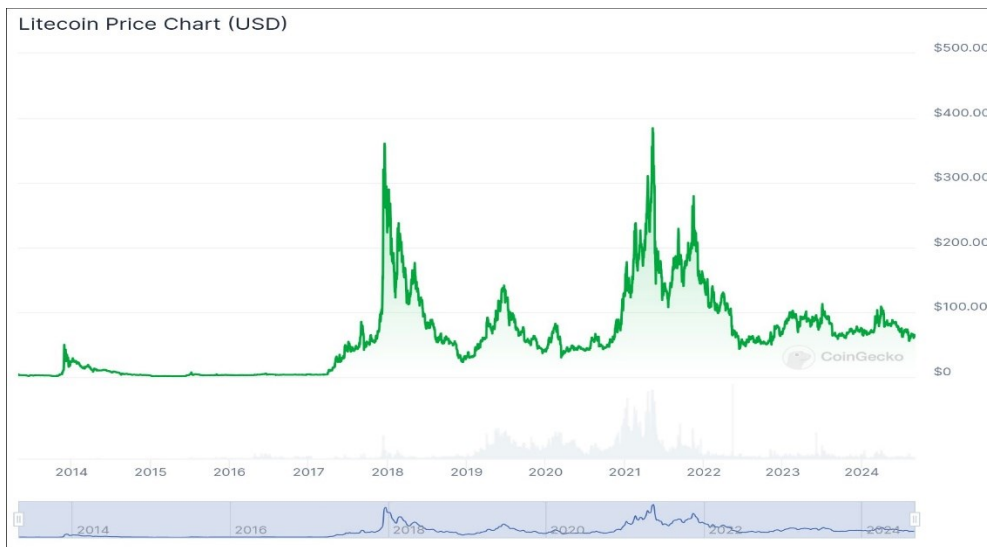
Izvor: Coingecko, URL: <https://www.coingecko.com/en/coins/bitcoin> [Preuzeto: 15.8.2024.]

Slika 12 – Grafički prikaz kretanja cijena Ethereumu



Izvor: Coingecko, URL: <https://www.coingecko.com/> [Preuzeto: 15.8.2024.]

Slika 13 – Grafički prikaz kretanja cijena Litecoina



Izvor: Coingecko, URL: <https://www.coingecko.com/> [Preuzeto: 15.8.2024.]

Na slikama 11., 12. i 13. su grafički prikazane kretnje cijena najvećih kriptovaluta. Iz grafičkih prikaza se može vidjeti da Bitcoin od vremena postajanje ima najveću vrijednost u odnosu na Ethereum i Litecoin. Bitcoinova vrijednost se kreće u rasponu do 71 tisuću dolara za jedan token, Ethereum se kreće do 4 tisuće dolara za jedan token dok Litecoin ima najmanju vrijednost, do 100 dolara za jedan token.

### 3.3 EU fondovi kao izvor financiranja

EU fondovi predstavljaju novac koji su europski građani uložili i koji se, prema određenim pravilima i procedurama, dodjeljuju različitim korisnicima za provedbu projekata. Ovi projekti trebaju doprinositi ostvarivanju ključnih javnih politika Europske unije. Javne politike EU, kao i politike država članica i kandidatkinja, predstavljaju temelj za definiranje ciljeva koje se potiče financiranjem kroz EU fondove.

Sredstva osigurava Europska Unija, a sredstva se koriste za financiranje raznih projekata i programa. Primjenjuju se stroga pravila kako bi se na transparentan način pratilo trošenje novca, pa je ovakav način itekako pod strogim nadzorom institucije koja financira ovakve aktivnosti.

Ovakav način financiranja spada u suvremene izvore financiranja i prvenstveno je namijenjen državama članicama Europske unije kako bi utjecali i poboljšali vlastitu

infrastrukturu. Takva financijska sredstva dostupna su u više različitih oblika, a pojavljuju se kao bespovratna sredstva, subvencije, zajmovi, jamstva, nagrade i slično (Europska unija, 2024)

Sredstvima Europske Unije može se upravljati izravno putem Europske komisije, podijeljeno putem Europske komisije i nacionalnih tijela te neizravno putem drugih tijela koja su unutar ili izvan Europske unije (Europska unija, 2024)

Sredstva Europske Unije mogu dobiti znanstvenici, poljoprivrednici i poduzeća, mala i srednja poduzeća, mladi, javna tijela, nevladine i neprofitne organizacije, te ostali korisnici (Europska Unija, 2024).

Kao primjer javnih tijela mogu se pronaći različiti gradovi, a kao primjer može se uzeti grad Pleternica, koja se nalazi u top 10 gradova Hrvatske koji najviše koriste sredstva Europske unije (Grad Pleternica, 2024). U 2023. godini povučeno je 4,41% dostupnog novca iz fondova Europske Unije, što Pleternicu svrstava u treći grad po iznosu pribavljenog novca financiranjem iz fondova Europske Unije (POPL, 2024).

### 3.4 Crowdfunding u Hrvatskoj

Crowdfunding u Hrvatskoj se bazira na vlasničkom i nagradnom modelu. Crowdfunding u Hrvatskoj je započeo 2011. godine (Gugec, M., 2021).

Prva hrvatska crowdfunding platforma je CroInvest. „CroInvest je prva hrvatska crowdfunding platforma za financiranje poduzetničkih, infrastrukturnih i društveno korisnih projekata s posebnim naglaskom na projekte koji konkuriraju za EU fondove. Platforma kombinira pet modela (donacije, nagrade, zajmovi, vlasnički udjeli i udjeli u dobiti) prilagođenih domaćem pravu pa je tako putem platforme moguće: darovati novac; uplatiti novac u zamjenu za stvar ili uslugu s počekom na točno određeno vrijeme; pozajmiti novac u obliku beskamatnog ili kamatnog investicijskog zajma na točno određeno vrijeme; uložiti novac u zamjenu za vlasnički udio u društvu s ograničenom odgovornošću ili zadruzi; uložiti novac u zamjenu za udio u dobiti sklapanjem ugovora o tajnom društvu. Platformu mogu koristiti sve domaće fizičke i pravne osobe te svi strani državljani koji žele uložiti u Hrvatsku.“ (<https://croinvest.eu/o-croinvestu/>, 17.08.2024)

Jedan od većih projekata crowdfundinga na hrvatskoj platformi CroInvest je „Pomozimo sisačkoj bolnici“. „Bolnica je razorena u potresima koji su Sisačko-moslavačku županiju pogodili krajem 2020. godine. Trenutačno se u njoj mogu koristiti samo tri zgrade – one

ginekologije, kirurgije i hemodijalize. Središnji paviljon je u izgradnji i još nema uporabnu dozvolu, a pet se zgrada urušilo. U bolnici su, uz građevine, stradali namještaj te medicinska, telekomunikacijska i informatička oprema. Ukupna se šteta u ovom trenutku još ne može procijeniti, ali budući da je riječ o jedinoj bolnici u Sisačko-moslavačkoj županiji, nužna joj je hitna obnova.“ (<https://croinvest.eu/kampanja/pomozimo-sisackoj-bolnici/>, 17.08.2024). Ovim projektom prikupljeno je 99,72% planiranih sredstava. To je projekt koji je pokrenut iz javnog sektora i uspješno je realizirano prikupljanje sredstva.

Jedan od najpoznatijih crowdfunding projekata je Buba Bar. „U prosincu 2016. godine pokrenuta je crowdfunding kampanja na platformi Indiegogo, koja je među ostalim bila druga najuspješnija crowdfunding kampanja u 2016. godini, kojoj je plemeniti cilj bio otvoriti prvi kafić u Hrvatskoj koji će zapošljavati osobe s Downovim sindromom – Buba Bar. Kampanju je pokrenula Udruga Bubamara iz Vinkovaca koja brine o preko 1.600 osoba s invaliditetom u Vukovarsko-srijemskoj županiji, zapošljava preko 200 osoba, te je uspješno aplicirala i realizirala preko 100 projekta. Udruga Bubamara koja svojim odličnim rezultatima neslužbeno nosi titulu i najuspješnije udruge u Hrvatskoj, te je odličan primjer razvoja i poslovanja udruga. Možda najveća pobjeda Udruge Bubamara je da su se izborili i za promjenu zakonske regulative na način da osobe s invaliditetom sada mogu raditi bez straha kako će izgubiti svoja prava tj. invalidninu, kao što je do sada to bio slučaj.“ (<https://www.indiegogo.com/projects/buba-bar-ekstra-kromosom-za-ekstra-kavu#/>, 17.08.2024)

Jedan od uspješnijih projekata na Indiegogo platformi je WITHOUT PEOPLE. „Without People naslov je fotoknjige koju je crowdfundingom na Indiegogo platformi odlučio izdati Oleg Maštruko, inače urednik informatičkog časopisa Mreža, ali i veliki zaljubljenik u putovanja i fotografiju. Oleg svojim objektivom, na pomno odabranim destinacijama diljem svijeta kojima putuje već 8 godina, fotografira zanimljive lokacije za nekoliko fotografskih serija. Jedna od serija bavi se napuštenim ili dehumaniziranim mjestima. Te su fotografije tema prvog Maštrukovog foto-projekta i knjige fotografija – Without People.“ (<https://www.indiegogo.com/projects/without-people#/>, 17.08.2024.)

Projekt “Vratimo mladima prostor za rekreaciju i edukaciju izgradnjom SKC u Mostanju“ je projekt iz javnog sektora koji nije uspješno izrealiziran. To je projekt koji je bio koji je pokrenuo grad Karlovac u suradnji s agencijom REGEA i njihovom besplatnom crowdfunding platformom Croenergy. Grad Karlovac je bio izradio idejno rješenje i projektnu dokumentaciju, temelje Centra, te je u Proračunu osigurao sredstva za nastavak gradnje. Kampanjom se prikupljalo 300.000,00 kn. Kampanja nije završena te je obustavljena, a novac je vraćen donatorima zbog novonastale pandemije Covid – 19.( Gucec, 2021)

## 4 ZAKLJUČAK

Odluke o financiranju i investiranju svakog poslovnog subjekta su jako bitne za poslovni ciklus svakog poduzeća. U današnje vrijeme postoje razni izvori financiranja poduzeća i same poslovne ideje. S obzirom na jednostavnost, brzinu i manju formalnost poduzeća sve više izabiru suvremenije izvore financiranja svog projekta, jednostavniju razmjenu platnih valuta, krptovaluta, te mogućnosti financiranja iz bespovratnih Eu fondova.

Jedan od važnijih izvora financiranja projekata u svijetu, a ima značajnu važnost i u Hrvatskoj, je crowdfunding. Crowdfundingom pokretači projekta imaju poduzetničku prednost jer ulagači ne postaju direktni vlasnici i izbjegavaju se posuđivanja sredstava u financijskim institucijama ili kod drugih ulagača. Ovisno o modelu crowdfundinga, ulagači su sigurni da njihov novac neće propasti. Imaju mogućnosti raznih benefita ovisno o modelu ulaganja, a u slučaju da se ne prikupe sredstva za projekt, iznos im se vraća.

Velika prednost crowdfundinga je što je tijekom kampanje projekta vidljiv u svakom trenutku svima. Crowdfunding povezuje ljude iz cijeloga svijeta, čak i ljude koji nisu ni osnivači niti ulagači, na platformama mogu vidjeti informacije te time dobiti uvid što se događa oko njih.

U Hrvatskoj financiranje putem crowdfundinga ima sve veće značenje, ali u industriji još uvijek nema potencijala i zainteresiranih poduzetnika za poduzimanje takvih koraka.

## LITERATURA

1. Barbarić, D (2018) *Tradicionalni i suvremeni oblici financiranja s naglaskom na crowdfunding*, Završni rad. Osijek. Ekonomski fakultet. URL: <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos:2023> [pristup: 25.08.2024.]
2. Čondić – Jurkić, I. (2015) Crowdfunding – što znamo o alternativnom izvoru financiranja?. *Notitia – časopis za ekonomske poslove i društvene teme*, Vol. 1 No. 1, (71-83). URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/223258> [pristup: 25.08.2024.]
3. Financiranje. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. [pristup: 28.6.2024.]
4. Folay, B.J. (1998) *Tržišta kapitala*, Zagreb: MATE.
5. Gugec, M. (2021) *Suvremeni načini financiranja: Crowdfunding – analiza primjera u turizmu*. Završni rad. Karlovac. Veleučilište u Karlovcu.
6. Jeleč Raguž, J. (2020) *Osnove makroekonomije*. Požega: Veleučilište u Požegi.
7. Leko, M. (2022) *Načini i modeli financiranja novih poduzetničkih podhvata*. Diplomski rad. Osijek: Ekonomski fakultet.
8. Marasović, Marina. "Jačanje konkurentnosti MSP-a korištenjem sredstava iz EU fondova na primjeru Zadarske županije." *Oeconomica Jadertina* 11, no. 2 (2021): 129-147.
9. Nakić – Alfirević J. (2017) *Istraživanje izvora financiranja malog gospodarstva Splitsko – dalmatinske županije*, Split. Diplomski rad.
10. Opačak, E. (2020) *Suvremeni izvori financiranja – crowdfunding*. Završni rad. Osijek: Ekonomski fakultet.
11. S.Mishin, F.; G.Eakins, S. (2019) *Financijska tržišta i institucije*. 8.izd. Zagreb: Mate.
12. Turudić, D.A. (2017) *Korištenje kriptovaluta u međunarodnom poslovanju*. Zbornik sveučilišta Libertas, Vol.1-2, No.1-2, (191-210). URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/282079> [pristup: 25.06.2024.]
13. Vidučić, L.J.; Pepur, S.; Šimić Šarić M. (2018) *Financijski menadžment*. X.izdanje. Zagreb: RRIF.
14. Žaja, J., Bakmaz, I. (2022) *Izvori financiranja malih i srednjih poduzeća: usporedba Republike Hrvatske i Europske unije*. Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu 13 (2). URL: <https://hrcak.srce.hr/file/422708> [pristup: 8.06.2024.]

### Internetske stranice:

15. Blog.justgiving, URL: <https://blog.justgiving.com/> [Preuzeto: 25.8.2024.]
16. Coingecko, URL: <https://www.coingecko.com/> [pristup: 15.08.2024.]
17. CroInvest, URL: <https://croinvest.eu/o-croinvestu/> [pristup: 17.08.2024.]

18. Crowdcube, URL: [https://www.crowdcube.com/?utm\\_medium=company\\_profile&utm\\_source=trustpilot&utm\\_campaign=logo\\_click](https://www.crowdcube.com/?utm_medium=company_profile&utm_source=trustpilot&utm_campaign=logo_click) [Preuzeto: 25.8.2024.]
19. Crowdfunding, HANFA, URL: <https://www.hanfa.hr/potrosaci/financijske-usluge/nebankarsko-financiranje/crowdfunding/> [pristup: 21.08.2024.]
20. Europska unija, URL: [https://european-union.europa.eu/index\\_hr](https://european-union.europa.eu/index_hr) [pristup: 21.08.2024.]
21. Financemagnates, URL: <https://www.financemagnates.com/fintech/crowdfunding/seedrs-to-conduct-its-own-crowdfunding-campaign-as-they-raise-10-million/> [Preuzeto: 25.8.2024.]
22. Indiegogo, URL: <https://www.indiegogo.com/> [pristup: 17.08.2024.]
23. POPL, Poduzetnički centar Pleternica, URL: <https://pcpl.hr/hr/grad-pleternica-prednjaci-po-iznosu-povucenih-sredstava-iz-eu-fondova> [pristup: 24.08.2024.]
24. OFIR d.o.o., Crowdfunding, URL: <https://marketingiraj.me/crowdfunding/> [pristup: 24.08.2024.]
25. Prnswirw, URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/lendingclub-exceeds-3-billion-in-loans-sold-through-its-structured-certificates-program-302174657.html#> [Preuzeto: 25.8.2024.]
26. Wikipedija. URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Investicija> [pristup: 12.06.2024.]

## POPIS SLIKA

Slika 1 – Životni ciklus poslovnog subjekta .....	3
Slika 2 – Odluke financijskog menadžmenta .....	4
Slika 3 – Investiranje vs financiranje .....	8
Slika 4 - Kickstarter vs Indiegogo .....	13
Slika 5 – Logo GoFundMe .....	13
Slika 6 – Logo JustGiving .....	14
Slika 7 – Logo Seedrs .....	14
Slika 8 – Logo Crowdcube .....	15
Slika 9 – LendingClub .....	15
Slika 10 – Logo Funding Circle .....	16
Slika 11 – Grafički prikaz kretanja cijena Bitcoina .....	20
Slika 12 – Grafički prikaz kretanja cijena Ethereuma .....	20
Slika 13 – Grafički prikaz kretanja cijena Litecoina .....	21

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 - Procjenjena vrijednost transakcije crowdfundinga u cijelom svijetu od 2017. do 2023., s predviđanjima od 2024. do 2028. godine .....	5
Grafikon 2 - Distribucija neuspješno financiranih projekata na platformi za grupno financiranje Kickstarter od siječnja 2024., prema udjelu dosegnutih sredstava .....	6
Grafikon 3 – Broj crowdfunding dizajnerskih kampanja dovršenih u Španjolskoj od 2014. do 2016. ....	18

R. Mudrinović



**IZJAVA O AUTORSTVU RADA**

Ja, ROBERTA MUDRINOVIC, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog/diplomskog rada pod naslovom:

SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, 05.09.2024.

Potpis studenta

R. Mudrinovic