

Crowdfunding kao oblik suvremenog izvora financiranja

Masnica, Zrinka

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:277:702933>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-02**



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**



STUDENT: Zrinka Masnica, JMBAG: 0253054344

**CROWDFUNDING KAO OBLIK
SUVREMENOG IZVORA FINANCIRANJA**

ZAVRŠNI RAD

Požega, 2024. godina.

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

PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ RAČUNOVODSTVO

**CROWDFUNDING KAO OBLIK
SUVREMENOG IZVORA FINANCIRANJA**

ZAVRŠNI RAD

IZ KOLEGIJA FINACIJE ZA PODUZETNIKE

MENTOR: doc.dr.sc. Katarina Potnik Galić

STUDENT: Zrinka Masnica

JMBAG studenta: 0253054344

Požega, 2024. godina.

SADRŽAJ

SAŽETAK	4
SUMMARY	5
1. UVOD	1
2. FINANCIRANJE	2
2.1. Načini i izvori financiranja poduzeća	2
2.2. Suvremeni izvori financiranja	6
3. CROWD FUNDING- SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA	8
3.1. Modeli crowdfunding-a	9
3.2. Prednosti i nedostaci crowdfunding-a	10
3.3. Crowdfunding platforme	11
3.4. Rad i funkcioniranje platformi za financiranje	13
3.5. Crowdfunding u Hrvatskoj	14
3.5.1 Utjecaj crowdfundinga na društvo i ekonomiju Republike Hrvatske	17
3.5.2. Razvoj crowdfundinga u Hrvatskoj	18
4. ZAKLJUČAK	20
5. LITERATURA	21

SAŽETAK

Ovaj završni rad bavi se temom crowdfundinga kao suvremenog izvora financiranja, koji postaje sve važniji u poslovnom svijetu. U radu su analizirani tradicionalni izvori financiranja poput bankovnih kredita, zadužnica i rizičnog kapitala te njihova uloga u financiranju poslovnih subjekata. S razvojem tehnologije, društvenih mreža i online platformi, crowdfunding se ističe kao nova i dinamična alternativa.

Rad obrađuje različite modele crowdfundinga, uključujući donacijski, nagradni, vlasnički, zadužni i kombinirani crowdfunding te ih uspoređuje s tradicionalnim metodama financiranja. Prednosti crowdfundinga uključuju lakši pristup kapitalu, validaciju poslovnih ideja i promociju, dok su nedostaci povezani sa pravnim nesigurnostima, velikom konkurencijom, te rizikom neuspjeha kampanje.

Dodatno, u radu je analiziran rad i funkcioniranje crowdfunding platformi, koje služe kao posrednici između poduzetnika i ulagača, omogućujući lakši pristup tržištu kapitala. Istražene su i specifične platforme koje su prisutne u svijetu i u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na njihove karakteristike i učinkovitost. U radu je istaknut razvoj crowdfundinga u Hrvatskoj, uključujući trenutne izazove i mogućnosti za budući rast.

Ciljevi ovog rada su pružiti cjelovitu sliku crowdfundinga kao suvremenog izvora financiranja, usporediti da sa tradicionalnim modelima financiranja te pokazati njegovu primjenu, osobito za male i srednje poduzetnike.

Ključne riječi: financiranje, kapital, crowdfunding, platforme...

SUMMARY

This thesis explores the topic of crowdfunding as a modern source of financing, which is becoming increasingly important in the business world. The paper analyzes traditional sources of financing such as bank loans, promissory notes, and venture capital, as well as their role in funding business entities. With the development of technology, social media, and online platforms, crowdfunding stands out as a new and dynamic alternative.

The paper examines different crowdfunding models, including Donation-based, Reward-based, Equity-based, Debt-based, and Hybrid crowdfunding, comparing them with traditional financing methods. The advantages of crowdfunding include easier access to capital, validation of business ideas, and promotion, while the disadvantages are related to legal uncertainties, high competition, and the risk of campaign failure.

Additionally, the paper analyzes the operation and functioning of crowdfunding platforms, which act as intermediaries between entrepreneurs and investors, facilitating easier access to capital markets. Specific platforms present in both the global market and in Croatia are examined, with a particular emphasis on their characteristics and effectiveness. The development of crowdfunding in Croatia is also highlighted, including current challenges and future growth opportunities.

The objectives of this paper are to provide a comprehensive overview of crowdfunding as a modern source of financing, compare it with traditional financing models, and demonstrate its application, particularly for small and medium-sized enterprises.

Keywords: financing, market, crowdfunding, platforms...

1. UVOD

U današnjem financijskom okruženju, pojam suvremenih izvora financiranja odnosi se na inovativne metode prikupljanja sredstava koje se oslanjaju na donacije od velikog broja pojedinaca. Ovi pojedinci obično doniraju manje iznose, čime se stvara kumulativni iznos potreban za realizaciju različitih projekata. Crowdfunding, kao jedan od najpoznatijih oblika suvremenih izvora financiranja, predstavlja značajnu promjenu u načinu kako se financiraju ideje i projekti. Ova metoda koristi internet za povezivanje s potencijalnim donatorima i omogućava prikupljanje sredstava izvan tradicionalnih načina ulaganja.

Ovaj završni rad detaljno istražuje financijski sustav s fokusom na suvremene izvore financiranja, s posebnim naglaskom na crowdfunding. Analiziran je crowdfunding i način na koji funkcionira, njegove prednosti i nedostatke, te su predstavljeni primjeri uspješnih kampanja kojima je ilustrirana njegova učinkovitost i primjenjivost u današnjem poslovnom svijetu. U Hrvatskoj, ovaj pristup je sve više prihvaćen, a nekoliko uspješnih kampanja svjedoči o njegovoj učinkovitosti.

Za izradu rada korištene su metode koje uključuju prikupljanje podataka iz više izvora u jednu cjelinu, sastavljanje i obrada podataka kao i uspoređivanje različitih pojmova. Korištene su dostupne knjige iz knjižnice, znanstveni izvori sa internetskih stranica te relevantne web stranice kako bi se prikupili i obradili podaci za ovu analizu.

Rad je organiziran u poglavlja. U uvodnom poglavlju predstavljeni su osnovni pojmovi, cilj rada te izvori podataka. Drugo poglavlje posvećeno tradicionalnim oblicima financiranja, pružajući osnovnu pozadinu za razumijevanje suvremenih izvora financiranja. Treće poglavlje fokusirano je na crowdfunding kao način suvremenog izvora financiranja, analizirane su njegove karakteristike. Završno poglavlje nudi sažetak i zaključke na temelju istraženih informacija i analiziranih primjera. Uvodom je dana jasna osnova za razumijevanje kako se crowdfunding uklapa u širi kontekst financijskog sustava i naglašava važnost ove metode u današnjem tržištu.

2. FINANCIRANJE

Financiranje se odnosi na pružanje novca ili odobravanje novčanih kredita poslovnim subjektima s ciljem ostvarivanja gospodarskih aktivnosti, često vezanih uz realizaciju projekata. Iako se obično radi o dvostranom ugovornom odnosu, financiranje može biti i jednostrano i nepovratno, primjerice u obliku donacija, subvencija ili pomoći, kada korisnik ne mora davati nikakvu ekonomsku vrijednost zauzvrat niti je dužan vraćati sredstva.

Potreba za financiranjem javlja se kada vrijednost ekonomske aktivnosti koju projekt predstavlja premašuje redovite prihode poslovnog subjekta, ili kada je potrebno investirati u aktivnost u intervalima koji se ne podudaraju s prihodima (npr. odjednom). Financiranje se najčešće povezuje s bankama i financijskim sustavom, koji služe kao posrednici između poslovnih subjekata i financijskih institucija.

Oblici financiranja mogu biti različiti: od novčanih doznaka, kredita i zajmova koji se reguliraju ugovorima, do vlasničkih i dužničkih vrijednosnica. Razvoj financijskog sustava utječe na dostupne oblike i mogućnosti financiranja. Investitorima koji žele smanjiti vlastitu izloženost riziku najprivlačnije su financijske aktivnosti povezane s vrijednosnicama. Naime, investitori mogu smanjiti izloženost kupnjom samo dijela vrijednosnica na primarnom tržištu ili potpuno eliminirati rizik preprodajom na sekundarnom tržištu.

U ekonomiji postoje različite discipline koje proučavaju financiranje privatnog sektora (poput poslovnih financija, monetarne ekonomije, bankarstva i financija, međunarodnih financija) i javnog sektora (*Enciklopedija, 2024: 1-3*).

2.1. Načini i izvori financiranja poduzeća

Početni kapital predstavlja sve vrste sredstava (novac, zalihe, strojevi i slično) koja se angažiraju s ciljem stvaranja nove vrijednosti. Za uspješno prikupljanje početnog kapitala, prvo je potrebno izraditi detaljnu procjenu potrebnog kapitala. Ova procjena treba uzeti u obzir kako se početni kapital koristi za financiranje dugotrajne imovine (osnovnih sredstava) te za obrtna sredstva (kratkotrajna imovina).

Na temelju toga, početni kapital može se svrstati u dvije glavne kategorije:

- Kapital za financiranje dugotrajne imovine (osnovnih sredstava): Ovaj kapital se koristi za nabavu i održavanje sredstava koja imaju dugotrajnu vrijednost i koja su ključna za poslovanje poduzeća, kao što su zgrade, strojevi i oprema.
- Obrtni kapital: Ovaj kapital se koristi za financiranje kratkotrajne imovine, kao što su zalihe, potraživanja i kratkoročne obveze, koji omogućuju tekuće poslovanje i operativnu fleksibilnost poduzeća.

Kada poduzeće pristupa prikupljanju početnog kapitala, važno je pažljivo planirati i odrediti koliko će sredstava biti potrebno za svaku od ovih kategorija, kako bi se osiguralo optimalno financijsko upravljanje i podrška poslovnim aktivnostima. Kapital potreban za financiranje osnovnih sredstava obično se posuđuje na duži vremenski rok, koji je duži od godinu dana. Ova sredstva koriste se za kupovinu dugotrajne imovine kao što su poslovni prostor, strojevi i oprema. Ulaganje u osnovna sredstva zahtijeva značajnu količinu kapitala, a s obzirom na njihovu dugotrajnost i važnost za dugoročno funkcioniranje poduzeća, financiranje ovakvih investicija često uključuje dugoročne izvore sredstava kao što su dugoročni krediti. *ipng (2024: 1-2, url)*.

S druge strane, obrtni kapital ili obrtna sredstva koriste se za svakodnevno poslovanje poduzeća. To uključuje troškove proizvodnje, troškove električne energije, nabavu zaliha, obveze prema dobavljačima i potraživanja od kupaca. Kao što naziv sugerira, obrtna sredstva omogućuju stvaranje nove vrijednosti, odnosno generiranje prihoda i profita poduzeća.

Za startup poduzetnike, dostupni izvori financiranja variraju ovisno o vrsti početnog kapitala koji im je potreban.

Neki od mogućih izvora financiranja uključuju:

- Vlastita ušteđevina: Osobna sredstva poduzetnika koja se ulažu u poslovanje.
- Pozajmice obitelji i prijatelja: Novčana pomoć od bliskih osoba.
- Poslovni anđeli: Investitori koji nude kapital u zamjenu za vlasnički udio u poduzeću.
- Bankarski krediti: Dugoročni ili kratkoročni krediti koje pružaju banke.
- Državni poticaji: Fondovi i subvencije koje nude državne institucije za poticanje poduzetništva.
- Fondovi rizičnog kapitala: Investicijski fondovi koji ulažu u startup poduzeća u zamjenu za vlasnički udio.

Premda mala i srednja poduzeća u Republici Hrvatskoj uglavnom koriste kredite banaka kao izvor financiranja, vlastita ušteđevina startup poduzetnika i dalje predstavlja jedan od najvažnijih i najpouzdanijih izvora početnog kapitala. *ipng (2024: 1-2, url)*.

Za mala i srednja poduzeća u Republici Hrvatskoj dostupni su različiti izvori kapitala za financiranje rasta i razvoja. Evo pregleda glavnih izvora:

1. Bankovni krediti: Krediti su uobičajeni izvor financiranja za poduzeća. Ovi aranžmani uključuju davanje novca ili imovine od strane banke zajmoprimcu, koji se obvezuje na povrat novca ili imovine s kamatama u budućnosti. Krediti se mogu podijeliti na dugoročne i kratkoročne, ovisno o roku dospijea. Dugoročni krediti najčešće uključuju stambene kredite, dok kratkoročni krediti uključuju nenamjenske kredite (*Vranković, 2017: 36*).
2. Leasing: Leasing je oblik financiranja koji omogućuje poduzećima da pribave pokretna i nepokretna dobra bez korištenja vlastitih sredstava. Leasing se može podijeliti na:
 - Neizravni leasing: Trostrana transakcija uključujući proizvođača, korisnika i davatelja leasinga.
 - Izravni leasing: Ugovor izravno između proizvođača i korisnika.
 - Financijski leasing: Ugovor pune amortizacije, gdje korisnik isplaćuje punu vrijednost predmeta leasinga.
 - Operativni leasing: Kratkoročni ugovor s mogućnošću raskida i manjim troškovima.
 - Kratkoročni i dugoročni leasing: Korištenje predmeta leasinga za različite vremenske rokove.
 - Neto i bruto leasing: Različite odgovornosti za troškove održavanja i servisiranja predmeta leasinga (*Enciklopedija, 2024: 1-3*).

3. Kreditne unije: Kreditne unije su financijske institucije s pravnom osobnošću koja nisu trgovačka društva. One nude različite oblike financiranja, ali nisu obuhvaćene Zakonom o trgovačkim društvima (*Nar. nov., br. 141/06, 25/09 i 90/11*).
4. Fondovi rizičnog i vlasničkog kapitala: Rizični kapital uključuje vlasničko ulaganje u poduzeća uz aktivno sudjelovanje u njihovom poslovanju. Fondovi rizičnog kapitala pomažu poduzećima kroz poboljšanje upravljačkih kompetencija i operativnih procesa. Iako scena rizičnog kapitala u Hrvatskoj napreduje, još uvijek zaostaje za europskim prosjekom (*HBOR, 2024: 1-2*).
5. Skupno financiranje (Crowdfunding): Omogućuje prikupljanje manjih iznosa novca od velikog broja ljudi putem online platformi. Ovo je posebno korisno za startup tvrtke koje traže netradicionalne izvore kapitala.
6. Poslovni anđeli: Poslovni anđeli su investitori koji ulažu vlastiti kapital u startup tvrtke i pružaju mentorstvo. Oni pomažu u smanjivanju financijskog jaza između potražnje za kapitalom i njegove ponude, čime doprinose razvoju startup ekosustava (*Marović, 2022:url*).
7. HBOR (Hrvatska banka za obnovu i razvitak): HBOR podržava razvoj hrvatskog gospodarstva kroz kreditiranje, ulaganje u fondove rizičnog kapitala, osiguranje izvoza, izdavanje garancija i poslovno savjetovanje. Ona služi kao most između poduzetničkih ideja i njihova ostvarenja (*HBOR, 2024*).
8. HAMAG-BICRO (Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije): HAMAG-BICRO pruža podršku poduzetnicima kroz sve faze poslovanja, od istraživanja i razvoja do komercijalizacije. Cilj je poticanje malog gospodarstva i razvoja poduzetništva u Hrvatskoj (*Marvić, 2022: 23*).

Prema Global Equity Model (GEM2) istraživanju za 2021. godinu, bankovni krediti dominiraju tržištem kapitala u Hrvatskoj, dok alternativni izvori financiranja nisu dovoljno razvijeni. Hrvatska je u usporedbi sa zemljama EU ispod prosjeka u lakoći dobivanja financijskih sredstava (*Žaja i Bakmaz, 2022: 22*).

2.2.Suvremeni izvori financiranja

U suvremenom poslovanju, pronalaženje adekvatnih izvora financiranja ključno je za razvoj, inovacije i održivost poslovanja. Tradicionalni izvori financiranja, poput bankovnih kredita i vlastitog kapitala, i dalje su značajni, no suvremeni izvori financiranja postaju sve relevantniji zbog svojih specifičnih prednosti i fleksibilnosti. Suvremeni izvori financiranja odnose se na alternativne metode prikupljanja financijskih sredstava koje se razlikuju od tradicionalnih izvora kao što su banke, privatni investitori ili izdavanje dionica. Ovi izvori uključuju crowdfunding, venture capital, business angels, faktoring, inicijalne ponude kriptovaluta (ICO) i druge oblike koji su se razvili s napretkom tehnologije i promjenama u financijskom sustavu.

Crowdfunding je proces prikupljanja sredstava od velikog broja pojedinaca putem internetskih platformi. O crowdfundingu će se detaljno pisati u sljedećem poglavlju.

Venture capital odnosi se na financiranje koje pružaju investicijski fondovi ili pojedinci specijalizirani za ulaganja u rane faze razvoja poduzeća. Ovi investitori preuzimaju visok rizik, ali u slučaju uspjeha mogu ostvariti visoke prinose. VC fondovi često pružaju više od samog kapitala – oni nude mentorstvo, strateško savjetovanje i pristup mreži poslovnih kontakata.

Poslovni anđeli su pojedinci, obično iskusni poduzetnici ili menadžeri, koji ulažu vlastiti kapital u rane faze razvoja poduzeća. Za razliku od VC fondova, anđeli često ulažu manje iznose i mogu imati veći osobni interes u uspjeh poduzeća u koje ulažu. Oni također često pružaju svoje znanje, iskustvo i poslovne kontakte.

Faktoring je financijski aranžman u kojem tvrtka prodaje svoja potraživanja faktoring kući uz popust, čime brzo dolazi do sredstava potrebnih za likvidnost. Ovaj način financiranja je pogodan za poduzeća s dugim rokovima plaćanja i omogućuje im da izbjegnu probleme s likvidnošću.

Inicijalne ponude kriptovaluta (ICO) je metoda prikupljanja kapitala putem izdavanja kriptovaluta koje investitori kupuju s nadom da će njihova vrijednost rasti. ICO je bio popularan 2017. i 2018. godine, ali je zbog regulatornih pitanja i problema s prijevarama izgubio na popularnosti.

Prednosti suvremenih izvora financiranja su velike – omogućuju brzi pristup financijskim sredstvima, često bez potrebe za osiguranjem ili dugotrajnim pregovorima. Mnogi od njih, poput crowdfundinga, omogućuju pristup globalnom tržištu i investitorima iz cijelog svijeta, što je važno za poduzeća koja žele brzo proširiti svoje poslovanje. Uz to, venture capital i poslovni anđeli pružaju strateško savjetovanje, mentorstvo i pristup mreži kontakata, što može biti presudno za uspjeh.

No, suvremeni izvori financiranja nisu bez rizika. Mnogi od njih nose visok rizik za investitore, posebno kada se radi o startupovima s neprovjerenim poslovnim modelima. Regulativna neizvjesnost dodatno komplicira situaciju, posebno kod ICO-a i sličnih oblika financiranja. Osim toga, visoki troškovi i zahtjevi za vlasničkim udjelom mogu ograničiti kontrolu koju poduzetnici imaju nad svojim poduzećima.

3. CROWD FUNDING- SUVREMENI IZVORI FINANCIRANJA

Crowdfunding ili zajedničko financiranje je popularan način prikupljanja financijskih sredstava za razne projekte i proizvode, od umjetničkih i društvenih inicijativa do inovacija i startupova. Ova metoda omogućava pojedincima i poduzetnicima da dobiju financijska sredstva od velikog broja donatora putem internetskih platformi umjesto oslanjanja na financijske institucije i tradicionalne izvore financiranja kao što su krediti. Ovaj model financiranja postao je popularan zadnjih desetljeća zahvaljujući razvoju tehnologije i društvenih mreža. (*Crowdfunding, 2024: url*).

Prva online crowdfunding platforma, Kiva, pokrenuta je 2005. godine i omogućila je ljudima širom svijeta da doniraju sredstva za poljoprivredne i druge potrebe u zemljama u razvoju. Ova platforma omogućuje mikro donacije koje se vraćaju donatorima, a oni mogu koristiti povratna sredstva za podršku novim projektima. Kiva je postavila temelje za etički pristup crowdfunding-u, gdje donatori ne samo da pomažu već i aktivno sudjeluju u razvoju zajednica.

Godine 2009. Kickstarter je postao jedna od najpoznatijih crowdfunding platformi i postavio temelje za "moderni" crowdfunding. Ova platforma omogućava kreatorima da predstavljaju svoje projekte široj publici i prikupljaju sredstva unaprijed, često nudeći nagrade ili proizvode u zamjenu za financijsku podršku. Jedan od najuspješnijih projekata na Kickstarteru bio je pametni sat Pebble, koji je prikupio rekordnih 10 milijuna dolara. Pebble je postao komercijalno uspješan proizvod i pokazao potencijal crowdfunding-a za uspjeh inovativnih proizvoda.

Osim Kickstartera pojavile su se i druge platforme poput Indiegogo, GoFundMe i Patreon, koje nude različite modele financiranja, od donacija do predfinanciranja proizvoda. Ove platforme omogućuju kreatorima da dobiju povratne informacije od zajednice, što može biti odlučujuće za razvoj i usavršavanje njihovih ideja.

Crowdfunding također potiče zajednicu na sudjelovanje i podršku projektima koji im se sviđaju, stvarajući osjećaj zajedništva i suradnje. U mnogim slučajevima, uspješni projekti ne samo da prikupljaju potrebna sredstva već i izgrade bazu pratitelja i potencijalnih kupaca još prije nego proizvod uopće dođe na tržište.

Međutim, unatoč brojnim prednostima, crowdfunding nosi i određene rizike. Neuspješni projekti mogu razočarati donatore, a kreatori se suočavaju sa izazovima poput

ispunjavanja očekivanja i upravljanja financijama. Također postoji rizik od prijevara zbog čega je važno da donatori istraže projekte prije nego što se odluče na ulaganje.

U konačnici, crowdfunding predstavlja inovativan način financiranja koji može otvoriti vrata mnogim kreativnim i poduzetničkim idejama, ali zahtjeva pažljivo planiranje i transparentnost kako bi se osigurao uspjeh i povjerenje zajednice.

3.1. Modeli crowdfunding-a

Crowdfunding ima različite modele koji omogućuju poduzetnicima i pojedincima prikupljanje sredstava za njihove ideje i potrebe. Osnovna zamisao je prikupljanje manjih iznosa novca od velikog broja ljudi putem interneta. Platforme poput Kickstartera, Indiegogo-a, GoFoundMe i drugih omogućavaju svima koji to žele da predstave svoje projekte i privuku donatore. Crowdfunding može biti usmjeren u različite svrhe od humanitarnih akcija do financiranja različitih projekata. U nastavku su objašnjeni neki od modela crowdfunding-a.

1. Donacijski crowdfunding (Donation-based crowdfunding): Ovaj model je najčešće korišten za projekte koji nemaju direktnu financijsku korist za donatore. Donatori daju novac bez očekivanja povrata. Ovaj oblik se često koristi za humanitarne svrhe ili projekte koji imaju društvenu korist.
2. Nagradni crowdfunding (Reward-based crowdfunding): U ovom modelu, donatori ne samo da pomažu u financiranju ideje, već i dobivaju određene nagrade ili benefite za svoj doprinos. To može biti bilo što, od unaprijed naručenih proizvoda, ekskluzivnih sadržaja, pa čak i personaliziranih zahvalnica. Ovaj pristup je posebno popularan među umjetnicima, autorima i inovatorima koji žele ostvariti svoje projekte, a istovremeno izgraditi zajednicu korisnika.
3. Vlasnički Crowdfunding (Equity-based crowdfunding): Odličan je način za startupove da prikupi potrebna sredstva. U ovom modelu, investitori dobivaju udio u tvrtki u zamjenu za svoj novac, što im omogućava da postanu dijelom nečega što potencijalno može rasti i donositi profit. Ovaj pristup je sve popularniji jer omogućava malim investitorima da sudjeluju u financiranju inovativnih ideja, a istovremeno pomaže poduzećima da izbjegnu tradicionalne oblike financiranja, poput bankovnih kredita.

4. **Zadužni crowdfunding (Debt-based crowdfunding):** Ovaj model omogućava pojedincima ili institucijama da posude novac poduzetnicima ili tvrtkama, obično uz ugovorenu kamatu. To znači da donatori ne dobivaju vlasnički udio u tvrtki, već im se vraća posuđeni iznos uz dodatak kamate, što može biti privlačno za one koji žele stabilan povrat na svoj uloženi novac. Ovaj oblik financiranja često se koristi za projekte koji imaju jasne planove otplate, a poduzetnici mogu iskoristiti sredstva za razvoj poslovanja, kupovinu opreme ili pokretanje novih poslovnih ideja. Zaduzni crowdfunding može biti posebno koristan za startupe koji možda nemaju pristup tradicionalnim bankovnim kreditima.

5. **Kombinirani model (Hybrid crowdfunding):** Ovaj model predstavlja inovativan pristup koji spaja različite vrste crowdfunding-a, omogućujući poduzetnicima da odaberu najbolju opciju za svoje specifične potrebe. Na platformama koje nude kombinirani model, poduzetnici mogu istovremeno privlačiti sredstva putem nagradnog crowdfunding-a, gdje donatori dobivaju određene nagrade za svoje doprinose, i vlasničkog crowdfunding-a, gdje veći ulagači mogu steći udjele u tvrtki. Ovaj pristup omogućava fleksibilnost i prilagodljivost, jer poduzetnici mogu privući širu publiku – od malih donatora koji žele podržati projekt i dobiti neku nagradu, do ozbiljnih investitora koji traže priliku za ulaganje u rastuće poslovanje. Kombinirani model može biti posebno koristan za projekte koji žele izgraditi zajednicu oko svog brenda, dok istovremeno osiguravaju potrebna sredstva za daljnji razvoj.

Zahvaljujući različitim modelima crowdfunding-a poduzetnicima je omogućeno prikupljanje sredstava ovisno o njihovim ciljevima, potrebama i vrsti projekta.

3.2. Prednosti i nedostaci crowdfunding-a

Crowdfunding nudi mnoge prednosti ali ima i određene nedostatke koje je važno razumjeti prilikom odabira ovog modela financiranja projekata. Najveća prednost crowdfunding-a je mogućnost prikupljanja sredstava bez potrebe za tradicionalnim kreditima banaka što je korisno malim poduzetnicima i za startupe. Ovaj model također pruža priliku za testiranje tržišta omogućujući poduzetnicima da vide kakav će biti interes za njihovim proizvodom prije nego investiraju u njega i stave ga na tržište. Kampanje na platformama podižu interes za određeni proizvod i brand, stvarajući zanimanje za proizvod prije nego li je

proizvod dostupan na tržištu. Jedna od značajnih prednosti je izgradnja zajednice lojalnih korisnika koji pomažu u promociji projekta putem društvenih mreža. Dodatna prednost je fleksibilnost modela financiranja koji nude različite opcije poput nagradnog, donacijskog, zadužnog ili vlasničkog crowdfunding-a što poduzetnicima i pojedincima omogućuje odabir modela koji najbolje odgovara njihovim potrebama i poslovanju. Osim toga crowdfunding smanjuje rizik jer daje mogućnost prikupljanja sredstava prije nego što se resursi ulože u proizvodnju čime se smanjuje financijski pritisak. Crowdfunding platforme pružaju izravan kontakt s korisnicima koji daju povratne informacije o proizvodu i na taj način sudjeluju u unapređenju proizvoda.

S druge strane crowdfunding ima i svoje nedostatke. Zbog velike konkurencije na platformama kampanja mora biti dobro osmišljena kako bi privukla donatore. Iako kampanja može izgledati obećavajuće nema jamstva da će prikupljanje sredstva za određeni cilj biti uspješno. Postoji puno faktora koji su izvan kontrole poduzetnika koji mogu utjecati na uspjeh kampanje. Priprema crowdfunding kampanje zahtjeva mnogo rada, znanja i vremena što može biti vrlo zahtjevno za male poduzetnike. Platforme uzimaju provizije za svaku uspješnu kampanju što smanjuje iznos koji poduzetnici dobiju na kraju. Obveze prema donatorima, ulagačima mogu biti teret ukoliko poduzetnici ne uspiju realizirati svoju poslovnu ideju, što može dovesti do nezadovoljstva donatora. Postoji rizik od neuspjeha kampanje što može otežati buduće pokušaje prikupljanja sredstava. Crowdfunding ima ograničen doseg zbog pravnih barijera određenih zemalja što utječe na količinu mogućih ulagača. Osim navedenog ulagači često imaju određena očekivanja od projekta koji su podržali i ukoliko se ne ispune njihova očekivanja to bi moglo rezultirati nezadovoljstvom i negativnim recenzijama. Crowdfunding može biti moćno sredstvo financiranja, zahtijeva plan, dobar pristup i puno rada, a uspjeh ovisi o nizu faktora kao što su kreativnost kampanje, pronalaženje ciljane publike i sposobnosti poduzetnika da ispuni dana obećanja.

3.3. Crowdfunding platforme

Postoji više od 600 platformi za Crowdfunding u svijetu, a količina prikupljenih sredstava doseže milijarde dolara godišnje, prema istraživanjima tvrtke Massolution. Najčešća vrsta prikupljanja donacija je korištenje stranih platformi poput Kickstartera i Indiegogo, gdje se donacije traže u zamjenu za posebne nagrade, u većini slučajeva proizvod ili priliku za uključivanje u dizajniranje proizvoda.

Kickstarter je popularna platforma koja omogućava skupno financiranje kreativnih projekata. Projekti financirani preko Kickstartera su raznovrsni, to su npr. filmovi, glazba, romani, stripovi, video igre, hrana, te razne tehnologije i novinarski projekti. U projekte na Kickstarteru nije dozvoljeno ulaganje za financijske povrate. Projekti se često financiraju u zamjenu za opipljivo dobro, poput završnog proizvoda, majice, zahvalnice, večere sa stvarateljem i sl. Tablica 1. prikazuje najbolje financirane projekte na Kickstarteru do sada.

Tablica 1. Najbolje financirani projekti Kickstarter platforme

rang ↕	novac prikupljen (USD) ↕	naslov projekta ↕	stvaratelj ↕	kategorija ↕	postotak financiran ↕	podupiratelji ↕	datum zatvaranja ↕
1.	41.754.153	Surprise! Four Secret Novels by Brandon Sanderson	Dragonsteel Entertainment	izdavaštvo	4175 %	185 341	31. ožujka 2022.
2.	20.338.986	Pebble Time – Awesome Smartwatch, No Compromises ^[10]	Pebble Technology	dizajn proizvoda	4067 %	78 471	27. ožujka 2015.
3.	13.285.226	Coolest Cooler: 21st Century Cooler that's Actually Cooler ^[11]	Ryan Grepper	dizajn proizvoda	26 570 %	62 642	30. kolovoza 2014.
4.	12.969.608	Frosthaven ^[12]	Cephalofair Games	društvene igre	2594 %	83 193	1. svibnja 2020.
5.	12.779.843	Pebble 2, Time 2 + All-New Pebble Core ^[13]	Pebble Technology	dizajn proizvoda	1277 %	66 673	30. lipnja 2016.
6.	12.393.139	Kingdom Death: Monster 1.5 ^[14]	Kingdom Death/ Adam Poots	društvene igre	12 393 %	19 264	7. siječnja 2017.
7.	12.179.651	EcoFlow DELTA Pro: The Portable Home Battery	EcoFlow	elektronika	12 180 %	3199	13. rujna 2021.
8.	12.143.435	Travel Tripod by Peak Design ^[15]	Peak Design	dizajn proizvoda	2429 %	27 168	13. prosinca 2019.
9.	11.385.449	Critical Role: The Legend of Vox Machina Animated Special ^{[16][17]}	Critical Role Productions	film	1518 %	88 887	19. travnja 2019.
10.	10.266.845	Pebble: E-Paper Watch for iPhone and Android ^[18]	Pebble Technology	dizajn proizvoda	10 266 %	68 929	18. svibnja 2012.

Izvor: <https://centarnet.com/kickstarter-patforma-za-financiranje-kreativnih-projekata/>

Druge platforme poput GoFundMe omogućuju članovima da izravno pomažu za različite akcije bez očekivanja ičega zauzvrat. Od takvih domaćih platformi mogu se spomenuti Čini pravu stvar i Croinvest. Ono što je važno za napomenuti, Kickstarter i Indiegogo nisu podržani za tvrtke registrirane u Republici Hrvatskoj.

Čini pravu stvar je kombinacija društvene mreže i crowdfunding platforme koju je pokrenuo Vipnet u sklopu svog programa društvene odgovornosti. Platforma omogućuje

građanima da se aktiviraju i uz pomoć prijatelja i poznanika prikupi novac od donacije za dobrotvorne svrhe. Misija platforme je promicanje kulture solidarnosti i osnaživanje pojedinaca kroz podizanje javne svijesti o različitim društvenim problemima i uključivanjem što većeg broja ljudi u njihovo rješavanje. Registracija i korištenje su besplatni, čime se osigurava da prikupljena sredstva u cijelosti pripadnu onima kojima su najpotrebnija (*Croinvest, 2024: url*).

Croinvest.eu je prva crowdfunding platforma u Hrvatskoj usmjerena na financiranje poduzetničkih i društveno korisnih projekata, s posebnim fokusom na projekte koji se natječu za EU fondove. Ova platforma dostupna je za sve pravne i fizičke osobe, kao i za strane ulagače.

Značajna platforma je i Zezinvest, koja omogućuje jednostavno ulaganje u projekte putem mikro zajmova. Capital.hr funkcionira kao platforma za investicijsko partnerstvo u izgradnji nekretnina, dok Croenergy.eu cilja na projekte koji doprinose zaštiti okoliša i energetske učinkovitosti.

3.4. Rad i funkcioniranje platformi za financiranje

Funkcioniranje crowdfunding platformi organizirano je kroz više koraka neophodnih za postizanje uspjeha kampanje. Cijeli proces započinje postavljanjem cilja financiranja pri čemu se definira točan iznos i vremenski period unutar kojeg treba prikupiti ciljani iznos sredstava. Većina platformi koristi model „sve ili ništa“ što znači da ukoliko kampanja ne prikupi ciljani iznos financijskih sredstava projekt neće primiti novac, čime se izbjegava financiranje neodrživih projekata. Nakon postavljanja ciljeva kampanje važno je odrediti oblike nagrađivanja. Zanimljiv odabir nagrada uvelike utječe na uspjeh kampanje, različitim vrijednostima nagrada moguće je privući različite donatore čime se povećava broj mogućih donatora, a time i ostvarivanje poslovne ideje.

Platforme zahtijevaju detaljno predstavljanje projekta, uključujući opis, vizualne materijale te vrlo često i videozapis kako bi se privukli potencijalni donatori. Informacije o nagradama također trebaju biti jasno prikazane na platformi. Strategija nagrađivanja bitan je element kampanje pri čemu se nude različite nagrade ovisno o iznosu donacije. Nagrade mogu uključivati uslugu, proizvod ili neku pogodnost. Uz objavu na platformi promoviranje na društvenim mrežama važno je za uspjeh kampanje jer pomaže privući veći broj zainteresiranih donatora. Ukoliko se postigne željeni iznos, sredstva se osiguravaju i može se pokrenuti realizacija projekta nakon čega se ispunjavaju obećane obveze prema donatorima. Zadovoljstvo

donatora i povjerenje je ključno u daljnjem radu i nekim budućim projektima. Crowdfunding platforme su alternativa tradicionalnim izvorima financiranja poput kredita, omogućuju poduzetnicima fleksibilniji način prikupljanja financijskih sredstava uz istovremeno stvaranje zajednice pratitelja i korisnika.

3.5. Crowdfunding u Hrvatskoj

U Hrvatskoj je crowdfunding još uvijek relativno nov koncept. Iako su se prvi projekti pojavili prije nekoliko godina, broj uspješnih kampanja i dalje je mali u usporedbi s razvijenijim tržištima poput Sjedinjenih Američkih Država ili zapadne Europe. Jedan od najpoznatijih primjera uspješnog crowdfundinga u Hrvatskoj je kampanja tvrtke *Include* koja je putem Kickstartera prikupila više od 400.000 dolara za proizvodnju pametnih klupa. Ovaj uspjeh pokazuje kako inovativne ideje mogu privući pažnju međunarodnih investitora i prikupljanje značajnih sredstava, no takvi primjeri još uvijek su rijetkost.

Prema podacima s bloga crowdfunding.hr, u 2023. godini prikupljeno je gotovo tri milijuna kuna za projekte iz Hrvatske. U Hrvatskoj postoji interes za prikupljanje financijskih sredstava na ovaj način, ali u ovom trenutku je bitno razviti interes kod većeg broja donatora stoga ovakvo financiranje pokazuje veliki potencijal za razvoj u budućnosti, posebno za startupe i inovativne projekte.

Crowdfunding je bitno utjecao na način na koji se novac prikuplja za projekte, omogućivši pristup široj publici korisnika i na taj način smanjivši ovisnost poduzetnika o tradicionalnim izvorima financiranja. Dok se ovaj oblik nastavlja razvijati, može pružiti vrijedne prilike za inovatore i poduzetnike koji traže nove, drugačije načine za ostvarivanje svojih ideja.

Jedan od najpozitivnijih primjera Crowdfunding-a u Hrvatskoj dolazi od Buba bara iz Vinkovaca. Ovaj kafić, prvi takav u zemlji, planira zapošljivati osobe s Downovim sindromom. Kampanja za otvaranje Buba bara pokrenuta je na platformi Indiegogo, dok je još bila dostupna za tvrtke iz Republike Hrvatske. Kampanja je nudila različite pogodnosti za donatore: kava za donaciju od 5 dolara, kalendar za donaciju od 50 dolara, dukserica za 80 dolara i druge nagrade.

Primarni cilj kampanje bio je prikupiti 10.000 dolara za uređenje bara. Uz to, postavljen je i dodatni cilj od 5.000 dolara za zapošljavanje pet osoba s invaliditetom. Kampanja je

premašila očekivanja i prikupila ukupno 16.821 dolar od 531 donatora. Ovaj uspjeh pokazuje kako čak i mala mreža prijatelja i obitelji može biti ključna za uspjeh crowdfunding kampanje. Bitno je imati privlačne pogodnosti za donatore i jasnu viziju o tome kako će novac unaprijediti poslovanje.

Za uspješan Crowdfunding potrebno je imati ozbiljan poslovni plan i jasno objašnjenje o tome kako će prikupljena sredstva unaprijediti poduzeće. Važno je pokazati osobni angažman i rizik. Također, aktivnost na društvenim mrežama je ključna; potrebno je ostati prisutan na platformama sve dok kampanja ne završi. Ovaj primjer iz Buba bara ilustrira kako pravilna strategija i angažman mogu rezultirati značajnim uspjehom u Crowdfunding-u.

Slijedeći zanimljiv primjer je: Kampanja za rekonstrukciju Friday Pie Shop u Zagrebu. Friday Pie Shop je popularna zagrebačka slastičarnica koja je poznata po svojim tradicionalnim hrvatskim kolačima i pitama. Zbog sve veće popularnosti i zahtjeva za proširenjem kapaciteta, vlasnici su odlučili pokrenuti crowdfunding kampanju s ciljem rekonstrukcije i proširenja svojih prostorija.

Kampanja je pokrenuta na platformi Croinvest u 2022. godini. Vlasnici su postavili cilj prikupiti 100.000 kuna za rekonstrukciju i proširenje svoje slastičarnice. Projekt je imao nekoliko nagradnih razina za donatore. Na primjer, donacije od 50 kuna uključivale su zahvalnice i kupon za besplatnu pitu, dok su donacije od 500 kuna nudile ekskluzivni pristup otvaranju rekonstruiranog prostora i osobni obilazak uz degustaciju novih proizvoda. Kampanja je bila izuzetno uspješna i prikupila je ukupno 120.000 kuna, premašivši inicijalno postavljeni cilj. Uspjeh kampanje bio je rezultat angažirane zajednice lokalnih potrošača, koji su prepoznali vrijednost proširenja slastičarne i bili motivirani podržati projekt. Tijekom kampanje, vlasnici su aktivno komunicirali s donatorima putem društvenih mreža i redovito ažurirali status projekta. Objavljivali su slike i videozapise napretka radova, te organizirali virtualne evente za donatore. Ova strategija povećala je angažman i potaknula daljnje donacije. Rekonstrukcija Friday Pie Shop-a u Zagrebu pokazuje kako crowdfunding može biti učinkovit alat za lokalne projekte koji imaju jasan cilj i snažnu vezu sa zajednicom. Kampanja je uspjela zahvaljujući transparentnoj komunikaciji, privlačnim nagradama i aktivnom uključivanju donatora. Ovaj primjer ilustrira kako crowdfunding može omogućiti malim poslovanjima da rastu i prilagođavaju se potrebama svojih kupaca, dok istovremeno jača veze unutar zajednice.

Još jedan primjer uspješnog crowdfunding: Green Roof Café u Zagrebu. Kampanja za Green Roof Café predstavlja sjajan primjer uspješnog crowdfunding u Hrvatskoj, ujedinjujući inovativni koncept i održivost. Ovaj projekt, smješten u srcu Zagreba, imao je ambiciozan cilj – izgraditi jedinstven kafić s zelenim krovom, koji će služiti kao urbana oaza, potičući ekološke prakse i nudeći posjetiteljima priliku za uživanje u prirodi u urbanom okruženju.

Green Roof Café pokrenuo je svoju kampanju na platformi Indiegogo krajem 2021. godine, s ciljem prikupljanja 150.000 kuna. Ovaj iznos bio je potreban za završetak izgradnje kafića te ugradbu ekoloških značajki, uključujući sustav za sakupljanje kišnice i solarne panele. Donatori su imali priliku odabrati različite razine nagrada, što je uključivalo personalizirane zahvalnice za donacije od 100 kuna, besplatne kave i kolače za donacije od 500 kuna, te ekskluzivne pozivnice na otvaranje za donacije od 1.000 kuna.

Kampanja je premašila očekivanja i uspjela prikupiti 180.000 kuna, što je omogućilo ne samo završetak izgradnje, već i dodatne ekološke karakteristike kafića. Ovaj uspjeh privukao je značajan broj donatora, koji su prepoznali vrijednost održivog razvoja i inovativnog koncepta kafića. Jedan od ključnih faktora uspjeha ove kampanje bio je aktivan angažman s donatorima. Tim kampanje redovito je informirao donatore o napretku projekta putem društvenih mreža. Objavljivali su slike i videozapise s gradilišta te organizirali virtualne vođene ture kako bi donatori mogli pratiti napredak u stvarnom vremenu. Ova transparentnost i stalna komunikacija bili su ključni za održavanje interesa i poticanje dodatnih donacija.

Kampanja za Green Roof Café u Zagrebu ističe kako crowdfunding može biti moćan alat za realizaciju inovativnih i održivih projekata. Uspjeh ovih kampanja leži u jasnom definiranju ciljeva, atraktivnim nagradama za donatore i aktivnom angažmanu s donatorima.. Ovim primjerima pokazano je kako crowdfunding ne samo da omogućuje prikupljanje sredstava, već i stvara zajednicu koja dijeli viziju i vrijednosti projekta, čime dodatno jača njegovu uspješnost i dugoročnu održivost.

Crowdfunding donosi brojne prednosti za hrvatske poduzetnike. Prije svega, omogućava im pristup kapitalu u ranim fazama razvoja, kada su tradicionalni izvori poput bankovnih kredita teško dostupni ili jednostavno neprikladni zbog visokih kamatnih stopa i zahtjeva za osiguranjem. Kroz crowdfunding kampanje, poduzetnici mogu testirati tržište i prikupiti povratne informacije od potencijalnih korisnika prije nego što krenu s proizvodnjom ili lansiranjem proizvoda. Ovaj oblik financiranja također pomaže u izgradnji zajednice oko projekta, što može biti ključno za dugoročnu održivost i rast.

No, unatoč prednostima, crowdfunding u Hrvatskoj suočava se s brojnim izazovima. Nedostatak jasne pravne regulative jedan je od glavnih problema. Naime, zakoni koji bi precizno regulirali ulagateljski i posudbeni crowdfunding još uvijek nisu dovoljno razvijeni, što stvara pravnu nesigurnost i odvraća potencijalne investitore. Također, nedostatak lokalnih crowdfunding platformi dodatno otežava pristup ovom obliku financiranja. Iako postoje inicijative poput Croinvest.eu i Čini pravu stvar, njihov doseg i prepoznatljivost još su uvijek skromni u usporedbi s globalnim platformama poput Kickstartera ili Indiegoga.

Još jedan značajan problem je niska razina financijske pismenosti i informiranosti o crowdfundingu među hrvatskim građanima. Mnogi još uvijek nisu upoznati s ovim oblikom financiranja i ne razumiju njegove potencijale i rizike. To otežava ne samo prikupljanje sredstava za projekte, već i razvoj svijesti o crowdfundingu kao legitimnom i korisnom alatu za podršku poduzetničkim i kreativnim idejama.

Unatoč ovim izazovima, potencijal za razvoj crowdfundinga u Hrvatskoj je velik. Potrebno je raditi na stvaranju povoljnijeg zakonodavnog okvira koji će omogućiti sigurnije i jednostavnije provođenje crowdfunding kampanja, posebno onih koje uključuju ulaganja u vlasničke udjele. Također, ulaganje u edukaciju i promociju crowdfundinga može pomoći u povećanju svijesti i povjerenja među potencijalnim poduzetnicima i investitorima. Suradnja između državnih institucija, poduzetničkih udruga i obrazovnih ustanova može doprinijeti stvaranju boljih uvjeta za rast ovog inovativnog modela financiranja.

Jedan od ključeva uspjeha crowdfundinga u Hrvatskoj bit će i prilagodba globalnim trendovima te povezivanje s međunarodnim tržištima. Korištenje globalnih platformi kao što su Kickstarter ili Indiegogo omogućuje hrvatskim poduzetnicima pristup mnogo većem broju potencijalnih investitora nego što je to moguće na domaćem tržištu. No, za uspjeh na takvim platformama potrebna je dobro osmišljena kampanja, jasna komunikacija i kvalitetna prezentacija proizvoda ili usluge, što zahtijeva dodatne vještine i resurse.

3.5.1 Utjecaj crowdfundinga na društvo i ekonomiju Republike Hrvatske

Crowdfunding predstavlja inovativan način na koji se financiraju projekti i inovacije. U Hrvatskoj postaje sve popularniji jer nudi različite načine financiranja, za projekte, startupe, male poduzetnike, pojedince, umjetnike i neprofitne organizacije, koji su prethodno bili isključeni iz tradicionalnog financijskog sustava. Crowdfunding ima značajan utjecaj na društvo i ekonomiju i to na više razina, u ovom radu je navedeno nekoliko ključnih:

- Demokratizacija financiranja: Putem Crowdfunding platformi omogućeno je malim poduzetnicima i pojedincima pristup kapitalu bez potrebe za tradicionalnim financijskim institucijama. Ovo omogućava ljudima iz različitih društvenih slojeva i regija da financiraju svoje ideje. (*Novac*)
- Poticanje poduzetništva i inovacija: Crowdfunding daje mogućnost za razvoj inovativnih projekata koji ne bi bili financirani tradicionalnim financijskim oblicima zbog svoje rizičnosti. Na taj način se potiče rast kreativnog sektora i poduzetništva jer omogućava testiranje ideja uz manji financijski rizik. (*Novac*)
- Izgradnja zajednice: Crowdfunding pomaže u izgradnji zajednice lojalnih konzumenata oko određenih projekata. Oni se emocionalno povezuju s projektom koji podržavaju, čime se stvara dublji odnos između potrošača i poduzetnika. (*Novac*)
- Ekonomski rast i stvaranje radnih mjesta: Ekonomija također ima prednosti kroz crowdfunding, jer potiče rast malih i srednjih poduzeća, stvaranje radnih mjesta te razvoj lokalnih ekonomija. Crowdfunding često omogućava brzo financiranje inovativnih rješenja koja mogu povećati gospodarsku aktivnost (*Novac*)
- Socijalni utjecaj: Crowdfunding platforme omogućavaju prikupljanje sredstava za različite zdravstvene, humanitarne , ekološke projekte i edukativne programe te se na taj način potiču pozitivne društvene promjene.

Ovakav model financiranja ima potencijal za dugoročne ekonomske i društvene promjene, osnažujući pojedince i njihove zajednice da postanu aktivni sudionici u stvaranju bolje budućnosti za sve nas.

3.5.2. Razvoj crowdfundinga u Hrvatskoj

Crowdfunding ili grupno financiranje u Hrvatskoj je postao sve popularniji u posljednjih nekoliko godina. Ovaj model financiranja omogućava pojedincima i malim poduzećima da prikupe novac za svoje projekte ili ideje putem donacija ili ulaganja od velikog broja ljudi, uglavnom putem interneta.

Razvoj crowdfundinga u Hrvatskoj se može pratiti kroz nekoliko faza:

1. Početak i popularizacija : Crowdfunding je u hrvatskoj počeo dobivati na značaju oko 2012. godine, kada su se pojavile prve platforme koje su omogućile prikupljanje sredstava za različite projekte. U početku su to bile uglavnom kreativne inicijative poput umjetničkih projekata, filmova i društvenih aktivnosti.
2. Raznolikost platformi: Kako je interes rastao tako su se pojavile različite platforme specijalizirane za crowdfunding.
3. Pravni okvir i regulativa: s razvojem crowdfundinga pojavila se i potreba za reguliranjem ovog područja. 2021. godine Hrvatska je usvojila zakonodavne okvire koji reguliraju crowdfunding, što je dodatno potaknulo rast ovog načina financiranja. Tim zakonima je osigurana zaštita investitora i pružaju jasne smjernice vezane za platforme.
4. Razvoj zajednice: u Hrvatskoj se također razvila zajednica poduzetnika, ulagača, vizionara koji podržavaju crowdfunding. Organizirane su razne radionice, seminari i događaji koji educiraju ljude o prednostima i izazovima crowdfundinga.
5. Uspon u vrijeme pandemije: tijekom pandemije COVID-19, crowdfunding je postao još važniji alat za financiranje, posebno za male poduzetnike koji su se suočili sa financijskim poteškoćama. Mnogi su iskoristili crowdfunding kao način za održavanje svojih poslovanja i inovacija.
6. Budućnost: Očekuje se da će rasti popularnost crowdfunding-a u Hrvatskoj s novim projektima i inicijativama koje će se pojavljivati. S razvojem tehnologije i promjenama u potrošačkim navikama, crowdfunding bi mogao postati značajan alat za financiranje različitih vrsta projekata.

Ukratko, crowdfunding u Hrvatskoj prolazi kroz značajnu fazu razvoja s brojnim mogućnostima za poduzetnike i kreativce.

4. ZAKLJUČAK

Crowdfunding se pokazao kao moćan alat za financiranje različitih vrsta projekata, od poduzetničkih inicijativa do društveno korisnih svrha, pružajući priliku mnogim organizacijama i pojedincima da ostvare svoje ciljeve. U Hrvatskoj, platforme poput Croinvest.eu, Zezinvest, Capital.hr i Croenergy.eu nude različite pristupe crowdfunding-u, omogućavajući korisnicima da financiraju projekte prema specifičnim potrebama i ciljevima.

Funkcioniranje crowdfunding platformi obuhvaća nekoliko važnih koraka: postavljanje ciljeva financiranja, definiranje strategije nagrađivanja, objavljivanje kampanje, aktivnost na društvenim mrežama i, konačno, realizacija projekta. Svaki od tih koraka ima važnu ulogu u osiguravanju uspjeha kampanje, od jasne definicije ciljeva do učinkovite promocije na društvenim mrežama. Također je važno imati ozbiljan poslovni plan, atraktivne nagrade za donatore i aktivan angažman tijekom cijelog trajanja kampanje.

Primjer uspješne kampanje u Hrvatskoj, kao što je otvaranje Buba bara u Vinkovcima, pokazuje kako crowdfunding može ne samo prikupiti potrebna sredstva, već i stvoriti pozitivan društveni utjecaj. Ova kampanja, koja je omogućila zapošljavanje osoba s Downovim sindromom, ilustrira snagu zajednice i važnost društveno odgovornog pristupa.

Međutim, uspjeh u crowdfunding-u ne dolazi bez izazova. Nedostaci uključuju rizik od neuspjeha ako kampanja nema dovoljno atraktivan sadržaj ili ako ciljevi nisu pravilno procijenjeni. Također, postoji rizik od pravnih posljedica ako se obećane nagrade ne dostave donatorima, a propuštanje savjeta investitora može značiti propuštanje važnih prilika za mentorstvo.

Zaključno, crowdfunding predstavlja značajnu priliku za inovativne projekte i inicijative, ali uspjeh zahtijeva pažljivo planiranje, aktivno sudjelovanje i angažman. Uz pravilan pristup i podršku zajednice, crowdfunding može biti faktor u realizaciji ideja i postizanju značajnih ciljeva.

5. LITERATURA

Znanstveni članci:

1. Ćuk, D. (2019) *Razvoj financijskog sektora u Hrvatskoj od 90-ih godina*. Specijalistički diplomski stručni rad. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
2. Milanović, V. (2015) *Banke i financijsko posredovanje*. Završni rad: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
3. Financiranje (2013-2024) Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/financiranje> [pristup: 20.05.2024.]
4. Vranković, V. (2017) *Analiza strukture analize banaka u Republici Hrvatskoj*. Završni rad. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
5. Marović, M. (2022) *Tko su poslovni anđeli i kako ih privući? Ovo su neke od njihovih nedavnih investicija u Hrvatskoj*, URL: <https://www.poslovnih.hr/sci-tech/sto-startup-mora-imati-da-bi-privukao-poslovnog-andela-4338943>, [pristup: 25.05.2024.]
6. Žaja, J. i Bakmaz, I. *Izvori financiranja malih i srednjih poduzeća: usporedba Republike Hrvatske i Europske unije*, *Izvori financiranja malih i srednjih poduzeća: usporedba Republike Hrvatske i Europske unije*
7. Plazibat, M. (2018), *Skupno financiranje u Hrvatskoj*. Završni rad. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
8. *Predstavljena nova hrvatska crowdfunding platforma Čini pravu stvar*, URL: <https://croinvest.eu/predstavljena-nova-hrvatska-crowdfunding-platforma-cini-pravu-stvar/>, [pristup: 26.05.2024.]

Web izvori:

1. Financijski sustav RH. URL: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/financijska-stabilnost/uloge-i-suradnja/financijski-sustav-rh>, [pristup: 02.04.2024.]
2. Financijske institucije, URL: <http://www.poslovni.hr/leksikon/financijske-institucije-208>, [pristup: 04.04.2024.]
3. Hrvatski sustav velikih plaćanja. URL: <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/H/Hrvatski-sustav-velikih-pla%C4%87anja-hsvp>, [pristup: 02.04.2024.]
4. Nacionalni klirinški sustav, URL: <https://www.fina.hr/nks>, [pristup: 05.04.2024.]
5. EuroNKS. URL: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/platni-promet/platni-sustavi/euronks>, [pristup: 30.04.2024.]
6. Što je sustav TARGET2?. URL: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me/html/target2.hr.html>, [pristup: 30.04.2024.]
7. Izvori financiranja poduzetničkog pothvata. URL: <https://www.ipng.hr/izvori-financiranja-poduzetnickog-pothvata/>, [pristup: 20.05.2024.]
8. leasing. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/leasing>, [pristup: 30.04.2024.]
9. Fondovi rizičnog kapitala. URL: <https://www.hbor.hr/fondovi-rizicnog-kapitala/622>, [pristup: 20.05.2024.]
10. Crowdfunding. URL: <https://marketingiraj.me/crowdfunding/>, [pristup: 25.05.2024.]
11. <https://novac.jutarnji.hr/novac/startup-report/curkovici-su-krenuli-od-genijalne-ideje-sada-imaju-100-zaposlenih-i-upravo-su-dobili-5-milijuna-eura-investicija-15261332>

IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, **Zrinka Masnica**, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog/diplomskog rada pod naslovom: **CROWDFUNDING KAO OBLIK SUVREMENOG IZVORA FINANCIRANJA** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, 09.09.2024. godina.

Potpis studenta

