

EQUITY CROWDFUNDING - PRIMJER HRVATSKIH USPJEŠNIH KAMPANJA NA FUDERBEAMU-U

Jadrić, Božena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:751713>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-04**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**EQUITY CROWDFUNDING – PRIMJER
HRVATSKIH USPJEŠNIH KAMPANJA NA
FUDERBEAMU-U**

Mentor:

Doc.dr.sc. Marija Šimić Šarić

Studentica:

Božena Jadrić, 5170311

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD	4
1.1. Definicija problema i predmet istraživanja	4
1.2. Ciljevi rada	4
1.3. Metode rada	4
1.4. Doprinosi istraživanja	5
1.5. Struktura rada	5
2. POJMOVNO ODREĐENJE CROWDFUNDINGA	7
2.1. Definiranje crowdfundinga	7
2.2. Povijest crowdfundinga	9
2.3. Vrste crowdfundinga	11
2.3.1. Crowdfunding temeljen na donacijama (Donation-based crowdfunding)	12
2.3.2. Crowdfunding temeljen na nagradama (Reward based crowdfunding)	12
2.3.3. Crowdfunding temeljen na vlasničkim udjelima (Equity crowdfunding)	13
2.3.4. Crowdfunding temeljen na posuđivanju (Crowdlending/ Debt-based crowdfunding)	14
2.4. Prednosti i nedostaci crowdfundinga	15
3. CROWDFUNDING PLATFORME BAZIRANE NA VLASNIČKIM UDJELIMA	18
3.1. Općenito o Equity crowdfundingu	18
3.2. Crowdcube	21
3.3. AngelList	22
3.4. Start Engine	23
4. ANALIZA USPJEŠNIH KAMPANJA NA FUDERBEAM-U	25
4.1. Nastanak i razvoj Include kampanje	25
4.2. Steora	32
4.3. Financijski dio	36

5. ZAKLJUČAK.....	43
LITERATURA	45
POPIS SLIKA.....	48
POPIS TABLICA	48
POPIS GRAFOVA	48
SAŽETAK.....	49
SUMMARY	49

1. UVOD

1.1. Definicija problema i predmet istraživanja

Kao alternativni izvor financiranja crowdfunding postaje sve korišteniji u svijetu, a neke platforme za crowdfunding postale su poznate na svjetskoj razini. Crowdfunding kao jedan od načina financiranja još je uvijek nepoznat i toliko se ne koristi u Republici Hrvatskoj kao što je slučaj u svijetu. Razlikujemo četiri vrste crowdfundinga, a jedna od njih je i predmet ovog rada. Problem istraživanja predstavlja crowdfunding baziran na vlasništvu koji je još uvijek u svojim začecima te još uvijek nepoznat pojam.

1.2. Ciljevi rada

Ciljevi ovoga rada su :

- objasniti pojam crowdfundinga, njegovu povijest te glavne vrste crowdfundinga
- prikazati model equity based crowdfunding platformi te prikazati najuspješnije kampanje
- te analiza uspješne hrvatske kampanje na Funderbeam-u - tvrtka Include

1.3. Metode rada

Metode rada koje će se koristiti u radu su:¹

- Metoda komparacije – predstavlja istraživačku metodu kojom se uspoređuju činjenice, događaji, pojave, objekti i sl. te utvrđuju sličnosti, odnosno razlike među njima.
- Metoda deskripcije – je postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, proces i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- Metoda analize – je postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente. Analiza je proces redukcije nejednakoga na sve veću jednakost.

¹ Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str. 323-339

- Metoda sinteze – je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije. Sinteza je način sistematiziranja znanja po zakonitostima formalne logike, kao proces izgradnje teorijskog znanja u pravcu od posebnog ka općem, odnosno od vrste prema rodu.
- Metoda dedukcije – je sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni sudovi. Dedukcija uvijek pretpostavlja poznavanje općih znanja na temelju kojih se spoznaje ono posebno ili pojedinačno.

1.4. Doprinosi istraživanja

Istraživanje koje se provodi kroz ovaj rad može doprinijeti boljem shvaćanju samog pojma crowdfundinga jer većina ljudi nije upoznata sa tim pojmom. Analizom tvrtke Include može doprinijeti boljem razumijevanju samog funkcioniranja procesa prikupljanja novca, te se može vidjeti da uz pomoć skupnog financiranja može prevladati nedostatak financijskih sredstava za razvoj početničke ideje. Iz primjera tvrtke Include i njenog osnivača Ivana Mrvoša može vidjeti da ukoliko imaš dobru poduzetničku ideju, a nemaš dovoljno financijskih sredstava da se uz veliku volju, upornost i trud -može uspjeti.

1.5. Struktura rada

Ovaj rad sastoji se od pet poglavlja, od kojih je prvo uvodno poglavlje, dva su -teorijska, iza kojih slijedi praktični dio i naposljetku završno poglavlje je zaključak.

U uvodnom poglavlju definiran je problem i ciljevi istraživanja rada, kao i metode koje su korištene u istraživanju i koje su značajne za razumijevanje i tumačenje načina obrade podataka te sadrži doprinose istraživanja. Ovaj dio obuhvaća i sažetu strukturu rada.

Drugi dio odnosi se na pojmovno određenje crowdfundinga u kojem će se definirati pojam crowdfundinga, osvrnuti će se na njegovu povijest, zatim na glavne vrste crowdfundinga, a to su: crowdfunding temeljen na donacijama, crowdfunding temeljen na nagradama, crowdfunding temeljen na vlasničkim udjelima te crowdfunding temeljen na posuđivanju. I na kraju će biti prikazane glavne prednosti i nedostaci crowdfundinga.

Treći dio odnosi se crowdfunding platforme bazirane na vlasničkim udjelima u tom poglavlju će biti opisan sami pojam equity crowdfundinga, njegove glavne prednosti i nedostatke te najznačajnije kampanje kao što su: Crowdcube, AngelList i Start Engine.

Četvrti dio se odnosi na analizu uspješne kampanje na Fuderbeam-u. U ovom radu će se detaljno analizirati tvrtka Include iz Solina koja se bavi proizvodnjom pametnih klupa. Biti će prikazana njezina povijest i sam nastanak tvrtke, njezina najpoznatija pametna klupa Steora, te nakraju financijski dio kako posluje tvrtka od svog nastanka pa sve do danas.

Zaključno, peto poglavlje predstavlja svojevrsan osvrt na cijeli rad. Ukratko se iznose glavni rezultati i spoznaje do kojih se došlo tijekom istraživanja.

2. POJMOVNO ODREĐENJE CROWDFUNDINGA

2.1. Definiranje crowdfundinga

Koncept crowdfundinga jasan je -prijevodom engleskih pojmova crowd (hr. gomila / mnoštvo) i funding (hr. financiranje), odnosno u prijevodu znači grupno financiranje. Crowdfunding predstavlja alternativni način financiranja projekata kod kojeg se novčani prilozi, najčešće vrlo male vrijednosti, skupljaju od velikog broja ljudi putem online platformi da bi se dala potpora nekoj poduzetničkoj ideji, dok se kod tradicionalnog načina financiranja veliki iznos prikuplja od malog broja izvora. Za crowdfunding se ponekad koristi i hrvatski naziv „skupno financiranje“ ili „grupno financiranje“.²

Crowdfunding je način osiguranja kapitala koji se sastoji u javnom predstavljanju različitih vrsta projekata, najčešće u početnoj fazi razvoja (start-up), u koje građani ulažu novac na temelju neposredne javne interakcije s nositeljem projekta i skupne ili individualne procjene kvalitete projekta, iz altruističnih pobuda ili s ciljem ostvarenja profita ili stjecanja neke druge koristi.³

Najvažniji elementi koji su karakteristični za startupove su: ideja, razvoj, ostvarivanje prihoda, točka pokrića te izlaz.

Proces crowdfundinga je transparentan jer je u realnom vremenu, a za svaki projekt može se vidjeti koliko je novca za njega prikupljeno i koliko je ljudi sudjelovalo. Vremenski je ograničen jer se novac ne prikuplja beskonačno dugo već u točno zadanom vremenskom roku, obično 30 do 60 dana.⁴

Crowdfunding mijenja financijsku industriju na nekoliko razina. Prvo je da omogućuje validaciju same ideje prije nego finalni proizvod dođe na tržište, drugo je da omogućuje pristup kapitalu bez dodatnog kolaterala kojeg tradicionalni financijski sektor zahtijeva. Treća bitna stvar je disperzija rizika. Pokretač kampanje, koji je dobro razradio svoj poslovni plan, zna koliko mu je novca potrebno za pokrenuti posao i ukoliko ne skupi sav potreban novac, neće se ni upuštati u poslovni pothvat. Zadnja stvar je marketinška dimenzija koja je ključna za uspješnu kampanju. Ne samo da grupnim financiranjem prikupljate novac za svoj biznis, već ujedno radite i reklamu za njega.⁵

² Šimić Š. M., (2017/2108): Materijali iz kolegija Alternativni izvori financiranja, Ekonomski fakultet Split, Materijali s predavanja 12. – str. 2

³ Croinvest. Dostupno na: <http://croinvest.eu/rjecnik/> (Pristupljeno: 09. lipnja 2019)

⁴ Hafner, H. (2017). Vodič za crowdfunding, Udruga za razvoj civilnog društva SMART, Rijeka, str. 9

⁵ Ibid.

Vlastite ideje nije dovoljno samo postaviti na neku od crowdfunding platformi da bi dobivali novac. Ključ uspješne kampanje financiranja putem crowdfunding platformi je kvaliteta ideje i projekta, inovativna rješenja te kvaliteta dizajna. Ali isto tako jako je bitno kako se projekt ili ideja prezentiraju, važno je aktivno angažiranje, upoznavanje javnosti sa prednostima projekta i sl. Bitno je da postoji što više informacija i da se aktivno predstavlja projekt na što je moguće više načina, jer bez obzira koliko je projekt dobar, ako za njega nitko ne zna, te ako nisu poznate informacije o tome koja mu je svrha te koji su njegovi ciljevi, takav projekt zapravo niti ne postoji.

U crowdfunding kampanjama osnovni motivacijski alat su nagrade, odnosno „perkovi“ koji predstavljaju materijalnu vrijednost za uplatitelja to može biti proizvod ili usluga koji je rezultat kampanje. Uspješne američke crowdfunding kampanje koje prikupljaju velike iznose novca kao glavni motivacijski alat su im fizički proizvodi koji proizlaze iz poduzetničkog posla pokretača.

Pojedinci koji financiraju određeni projekt obično sudjeluju u financiranju s malo novca, pa rizik koji snose nije velik. Međutim ipak postoji rizik da promotor projekta odnosno autor projekta neće ispuniti obećanje odnosno neće dodijeliti nagrade, završiti projekt ili da novac neće potrošiti za realizaciju projekta. Sami pojedinci snose odluku u koje će projekte ulagati koji su za njih isplativi, a koji su za njih neprihvatljivi odnosno koji služe samo za prevaru.

Pojedinci osim što daju svoj novac oni sudjeluju u realizaciji nečeg novog, a za vrlo malo novca. Za informiranje potencijalnih ulagača promotori projekta koriste društvene mreže poput Facebooka, Twittera i LinkedIna.⁶

Glavni sudionici u procesu crowdfundinga uključuju vlasnika projekta (poduzetnika, prikupljatelja sredstava), internet platformu koja djeluje kao vrsta posrednika putem kojeg se prikupljaju sredstva te treći sudionik to su pojedinci iz mase daju svoj novac kako bi omogućili financiranje određenog projekta kojeg razvija vlasnik projekta.⁷

⁶ Šunjerga, M. (2013): Novi izvori financiranja. Dostupno na: <http://www.poslovni.hr/trzista/novi-izvori-financiranja-254955> (Pristupljeno 10.lipnja 2019.)

⁷ Đurđenić, K., 2017. Crowdfunding – Croatian legal perspective and comparison to other sources of financing. Public Sector Economics, 41(2), str. 259-287. doi: 10.3326/pse.41.2.

2.2. Povijest crowdfundinga

Crowdfunding je u svojim začetnicima odnosno relativno je novi fenomen, iako prvi znakovi crowdfundinga se mogu pronaći već u 19. stoljeću. U svijetu kao najpoznatiji primjer ističe se financiranje postolja Kipa slobode u SAD-u. Kip slobode su Francuzi darovali američkim građanima, ali je za njegovo čvrsto postavljanje bilo potrebno postolje, a za to nije bilo financijskih sredstava. Zbog toga je Joseph Pulitzer, poznati izdavač došao na ideju da 1885. godine objavi oglas u svojim novinama New York World kako bi pozvao američke građane da doniraju novac za postolje. U kampanji je sudjelovalo 125 000 ljudi, a prikupljeno je i više nego dovoljno novca potrebnog za izgradnju postolja. U znak zahvalnosti imena svih donatora, bez obzira na veličinu donacije, objavljena su u istim novinama.⁸

Međutim crowdfunding nalazimo i prije Kipa slobode i Pulitzera. 1713. godine pjesnik Alexander Pope želio je prevesti grčku poeziju na engleski zatraživši od pojedinaca polog od dvije zlatne gvineje, a u zamjenu za zahvalu u prvim izdanjima knjige. Nekoliko godina kasnije, 1783. godine Wolfgang Amadeus Mozart želio je izvesti u Beču tri komponirane skladbe te je objavio poziv za podršku, zauzvrat ponudivši rukopise svima koji će ga podržati (što je slično današnjim crowdfunding kampanjama). Mozart nije uspio u prvome pokušaju ostvariti svoje ciljeve, s čime se možemo susresti i danas, ali je godinu dana kasnije u tome uspio: 176 osoba doniralo je dovoljno novca da mu omoguće izvedbu skladbe, a Mozart im je zahvalio na tome u svojim rukopisima.⁹

Crowdfunding kao fenomen na globalnoj razini javlja se u vrijeme svjetske financijske krize 2008. godine. Razlozi brzog rasta proizašli su iz dvije činjenice i to:

- 1) U tom razdoblju je bio otežan pristup poduzetnicima financijskim sredstvima od strane banaka (bankarskim kreditima), sredstva prijatelja i obitelji su bila nedostatna te je došlo do smanjenja raspoloživog kapitala i na tržištu kapitala kao i od strane poslovnih anđela.
- 2) U isto vrijeme stvoren je world wide web 2.0 što je doprinijelo razvoju socijalnih medija.¹⁰

⁸ Šimić Š. M., (2017/2108): Materijali iz kolegija Alternativni izvori financiranja, Ekonomski fakultet Split, Materijali s predavanja 12. – str. 1

⁹ Dostupno na: <https://www.virgin.com/entrepreneur/a-brief-history-of-crowdfunding> (Pristupljeno: 10. lipnja 2019.)

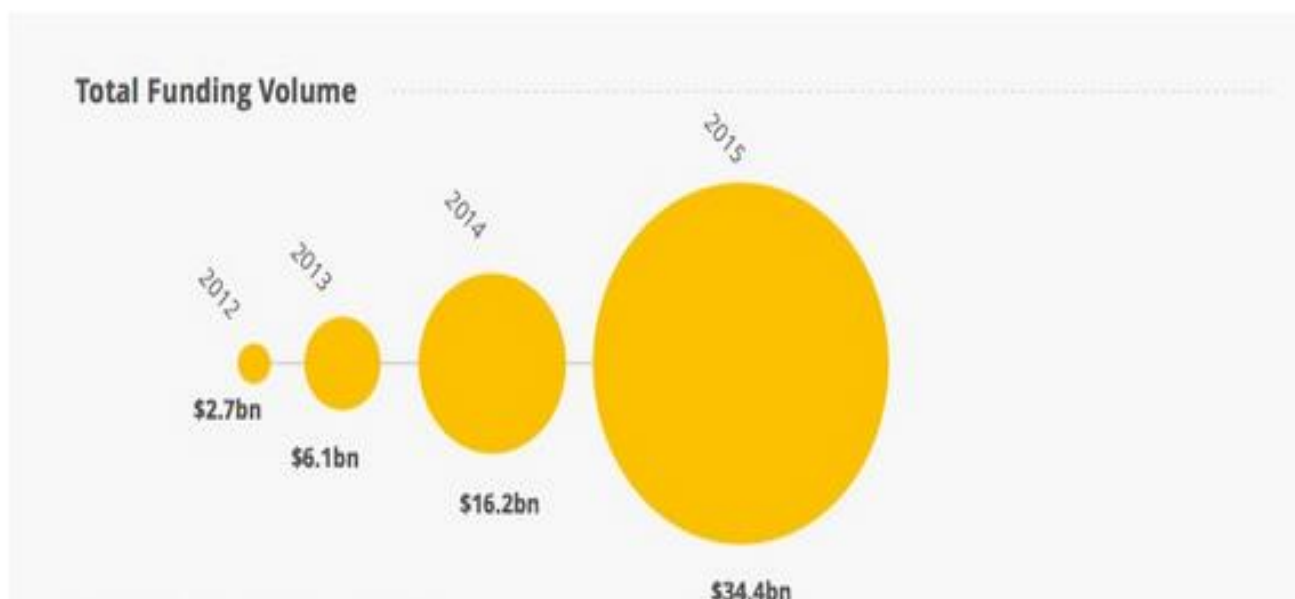
¹⁰ Šimić Š. M., (2017/2108): Materijali iz kolegija Alternativni izvori financiranja, Ekonomski fakultet Split, Materijali s predavanja 12. – str. 2



Slika 1: Crowdfunding ulaganja po kontinentima u 2015. godini

Izvor: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (Pristupljeno: 10. lipnja 2019)

Ovaj grafički prikaz prikazuje koliko je putem crowdfundinga prikupljeno novčanih sredstava po kontinentima u 2015. godini. Gledajući iz grafičkog prikaza na svjetskoj razini putem crowdfundinga u 2015. godini najviše novčanih sredstava je prikupljeno u Sjevernoj Americi (17,25 milijardi \$), zatim slijedi Azija (10,54 milijarde \$), Europa (6,48 milijardi \$), Južna Amerika (85,74 milijuna \$), Oceania (68,6 milijuna \$) te najmanje je prikupljeno u Africi (24,16 milijuna \$). Osim iznosa prikupljenih novčanih sredstava može se vidjeti i ukupni godišnji porast po pojedinom kontinentu u 2015. godini, tako najveći godišnji porast ima Azija 210%, a najmanji ima Južna Amerika 50%.



Slika 2: Volumen financiranja putem crowdfundinga u periodu od 2012. – 2015. godine

Izvor: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (Pristupljeno: 10. lipnja 2019)

Na slici 2 prikazan je ukupan volumen financiranja putem crowdfundinga u razdoblju od 2012. do 2015. godine. Iz grafičkog prikaza je vidljiv rast financiranja tj. financiranje putem crowdfundinga je sve popularnije u promatranom razdoblju iz godine u godinu. Razina prikupljenih sredstava u 2012. godini bila je 2,7 milijardi \$, u 2013. godini 6,1 milijardu, u 2014. godini 16,2 milijarde dok je u 2015. godini iznosila 34,4 milijarde. Iz čega se može zaključiti da je najveći iznos u 2015. godini što opravdava rastući trend primjene financiranja putem crowdfundinga.

2.3. Vrste crowdfundinga

Kroz razvoj crowdfundinga razvila su se četiri tipa crowdfundinga, a temelje se na poticajima koje vlasnici projekata nude za donaciju i očekivanjima onih koji financiraju projekt.

Postoje četiri vrste crowdfundinga a to su:

1. Crowdfunding baziran na nagradama
2. Crowdfunding baziran na donacijama
3. Crowdfunding baziran na vlasničkim udjelima
4. Crowdfunding baziran na posuđivanju novca¹¹

¹¹ Kulenović, M., Nikačević, A. (2015): Crowdfunding: novi način finansiranja malog i srednjeg preduzetništva i perspektiva u BiH, Zbornik Radova: Globalni mediji i društveno odgovorno poslovanje, Banja Luka Colllege, (ur. Dušanić Gačić S), str. 296

Prva dva modela se mogu shvatiti kao nefinancijski modeli, dok druga dva kao isključivo financijski modeli.

2.3.1. Crowdfunding temeljen na donacijama (Donation-based crowdfunding)

Crowdfunding temeljen na donacijama nema opciju da može svojim korisnicima ponuditi nagradu kao znak zahvalnosti što su uplatili određena financijska sredstva. Backeri koji su donirali financijska sredstva kao znak zahvalnosti dobiju samo riječi zahvale ili ih se može spomenuti na pločama, razglednicama i sl. Na ovaj način želi se prikupiti što veći broj donatora koji će sa svojim financijskim sredstvima doprinijeti u ostvarivanju projekta, ideje i sl. Ovaj model se najčešće koristi u humanitarnim kampanjama s kojima se želi pomoći određenim ljudima koji su u teškoj životnoj situaciji. To su projekti koji su vezani za socijalne probleme, za siromašne, za neprofitne organizacije, za područja pogođena elementarnim nepogodama, prikupljanje sredstava za liječenje i sl.¹²

Istaknute platforme koje se temeljem na ovome modele su: GiveForward , GoFundMe, FirstGiving, YouCaring.com.¹³

U republici Hrvatskoj najpoznatija platforma koja djeluje prema ovome modelu je ZaDobroBit.hr. Platforma ZaDobro.BIT! okuplja filantropske inicijative te ih spaja s društveno korisnim akcijama koje traže neki oblik pomoći. Na taj način otvara put inovativnim načinima financiranja i podrške idejama za opće dobro.

2.3.2. Crowdfunding temeljen na nagradama (Reward based crowdfunding)

Ovaj model crowdfundinga se najviše primjenjuje u praksi. Pokretač projekta na tim platformama može ponuditi materijalne i nematerijalne nagrade u obliku proizvoda i usluga. Platforme se ograđuju od odgovornosti za isporuku obećanih nagrada i u slučaju spora odgovornost za ne isporuku nagrade isključivo je na strani pokretača.¹⁴

Ovaj model ima svoje prednosti a jedna od njih je da predstavlja jedan od najjeftinijih načina prikupljanja kapitala. Sam proces je jednostavan te ne zahtjeva profesionalnu financijsku ili pravnu pomoć. Za samu kampanju je važno da ona tijekom svog postojanja bude prepoznata i izložena javnosti, kako bi se formirala baza korisnika te postigla uočljivost proizvoda ili usluga.

¹² Hafner, H. (2017). Vodič za crowdfunding, Udruga za razvoj civilnog društva SMART, Rijeka, str. 10

¹³ <https://www.investopedia.com/terms/d/donationbased-crowd-funding.asp> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019)

¹⁴ Hafner, H. (2017). Vodič za crowdfunding, Udruga za razvoj civilnog društva SMART, Rijeka, str. 11

Kao najvažniji nedostaci se mogu navesti da ukoliko se ne postigne određeni cilj da će se morati odustati od prikupljenog dosadašnjeg iznosa. Ovaj model nije najbolja opcija za tvrtke koje traže velike iznose sredstava. Kroz ovaj model ideja se izlaže javnosti te bi se trebala zaštititi sa patentima, da bi je zaštitili od potencijalnih kradljivaca. Ako su ideje teške i komplicirane, postoji mogućnost da one neće moći biti realizirane.¹⁵

Standardna kampanja uobičajeno nudi tri nivoa nagrada:

- 1) Pre-orders – je najpopularnija vrsta nagrade, ovaj pristup uključuje prodaju pred-narudžbi proizvoda koji se prikupljaju za proizvodnja.
- 2) Services - ako predbilježbe nisu dostupne ili ne odgovaraju poslovnom modelu, mogu se ponuditi posebne usluge u zamjenu za podršku.
- 3) Recognition/Swag -početna nagrada za donacije je ispod 20 USD, ova kategorija nudi podupirateljima neku vrstu osobnog priznanja za njihovu podršku. To može uključivati majicu tvrtke koja obilježava kampanju ili ime nositelja na web-lokaciji tvrtke.¹⁶

Nagrade mogu biti različite od malih i jednostavnih (personalizirane zahvalnice, majice sa logom pomognute firme), proizvoda ili usluga za čiju realizaciju se daju donacije i koje se prodaju unaprijed (kopije CD-a, knjige, karte za kino, večera u restoranu) do vrlo maštovitih kojima se davateljima visokih suma iskazuje posebna pažnja kao zahvalnost za donaciju.

Najpoznatije platforme gdje se prakticira ovaj tip crowdfundinga su KickStarter i Indiegogo.

2.3.3. Crowdfunding temeljen na vlasničkim udjelima (Equity crowdfunding)

Equity crowdfunding je proces u kojem ljudi (tj. „gomila“) ulažu u tvrtku koja nije uvrštena na burzu u zamjenu za dionice tog društva. Dioničar ima djelomično vlasništvo nad tvrtkom i ostvaruje dobit ako tvrtka dobro posluje ili očekuje da će moći zaraditi s prodajom dionica ukoliko ih bude mogao prodati po cijeni višoj nego što su kupljene. Isto vrijedi i za suprotno, pa ako tvrtka ne uspije ako propadne i ne ostvaruje dobit, investitori mogu izgubiti dio ili sva svoja ulaganja.¹⁷

¹⁵ <https://www.nerdwallet.com/blog/small-business/reward-crowdfunding/> (Pristupljeno: 12.lipnja 2019)

¹⁶ <https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding-guide/rewards-based-crowdfunding> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019.)

¹⁷ <https://www.syndicatoroom.com/crowdfunding/equity-crowdfunding#what> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019.)

Kao glavne prednosti ovog modela može se istaknuti: pristup kapitalu, što znači da je otvoren za veliki broj ljudi. Može se prikupiti velika količina novca u relativno kratkom vremenskom razdoblju. Nova pravila za financiranje kapitala doprinijela su tome da je proces otvoreniji i transparentniji, to je dobro za investitore jer gradi povjerenje u sustav.

Nije potrebno nikakvo pokriće, odnosno kolateral, a prikupljanje kapitala putem web stranica može dovesti do popularnosti tvrtke.

Kao glavni nedostatak može se istaknuti to što se dio vlasništva nad kompanijom daje dioničaru. Također se može navesti i to što se treba odvojiti dosta vremena i truda kako bi se privukli investitori da bi dobili određena financijska sredstva.¹⁸
Popularne platforme: Crowdcube, Angellist, Seedrs.

2.3.4. Crowdfunding temeljen na posuđivanju (Crowdlending/ Debt-based crowdfunding)

Crowdfunding temeljen na posuđivanju je najnoviji model od predstavljene četiri vrste. Crowdfunding temeljen na posuđivanju predstavlja mogućnost da poduzetnici prikupljaju sredstava u obliku zajmova koje će vratiti zajmodavcima tijekom unaprijed određenog vremenskog razdoblja s postavljenom kamatnom stopom.¹⁹

Crowdlending je (alternativni) način osiguranja kapitala koji se sastoji u javnom predstavljanju poduzetničkih projekata, najčešće u početnoj fazi razvoja, za čiju realizaciju građani pozajmljuju novac na temelju neposredne javne interakcije s nositeljem projekta i skupne procjene kvalitete projekta, s ili bez cilja ostvarenja profita po osnovi kamata.²⁰

Prednost ovoga modela je korist koju poduzetnik dobiva financirajući se preko zajmova jer na taj način kompanija ostaje u njegovom potpunom vlasništvu. Zajmodavci te kompanije zainteresirani su za njen uspjeh, ali oni na taj način ne postaju partneri te kompanije. Financirajući se preko zajmova kamatne stope su manje nego li u slučaju financiranja preko kredita te internetske platforme smanjuju vrijeme koje bi se potrošilo čekajući odobrenje kredita.

¹⁸ The Pros and Cons of Equity Crowdfunding, dostupno na: <https://techvibes.com/2016/09/12/pros-and-cons-equity-crowdfunding> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019.)

¹⁹ Types of Crowdfunding, dostupno na: <https://www.fundable.com/crowdfunding101/types-of-crowdfunding> (Pristupljeno: 14. lipnja 2019.)

²⁰ <http://croinvest.eu/rjecnik/> (Pristupljeno: 14. lipnja 2019.)

Jedan od nedostataka je taj što poduzetnik sa svojom imovinom garantira za poslovne zajmove koje je primio, i tako svoju imovinu izlaže riziku. a to dovodi u opasnost njegovu poslovnu imovinu ako njegov projekt ili posao ne uspije. Ali i ako i ako njegov posao uspije, pokretač kampanje ima dug, odnosno zajam koji treba vratiti s određenim kamatama.²¹

2.4. Prednosti i nedostaci crowdfundinga

Prednosti i nedostatke ovakvog tipa financiranja moguće je usporediti i s drugim izvorima financiranja, u nastavku je usporedba u odnosu na bankarski kredit i tržište kapitala, sagledani iz perspektive vlasnika projekta, a ne ulagača.

Glavne prednosti crowdfundinga:²²

- Širi krug potencijalnih ulagača – korištenje sredstava putem banke ograničen je brojem kreditnih institucija, a financiranje putem tržišta kapitala brojem aktivnih ulagača. Međutim, putem crowdfundinga se nudi mogućnost financiranja putem običnih ljudi koji koriste internet, imaju različite interese, mogu se emocionalno povezati s predstavljenim projektom i odlučiti na ulaganje. Crowdfunding ima visoki multiplikacijski potencijal kojeg neki autori opisuju kao „ponašanje stada“ te je stoga moguće brzo doseći financijske ciljeve.
- Jednostavno administrativno provođenje – Financiranje putem banaka je za poduzetnika dosta demotivirajuće jer mora uložiti dodatno vrijeme za prikupljanje svih potrebnih dokumenata kojih ima jako puno. Složenost administrativnog procesa kod crowdfundinga prvenstveno ovisi internim pravilima svake platforme. Provođenje crowdfunding kampanje u odnosu na dobivanje kredita ili ulaganje poslovnih anđela manje je administrativno zahtjevno, jer potrebno puno manje prikupljenih podataka te se ne provodi due diligence (dubinsko snimanje).
- Oslušivanje tržišta - najveća prednost crowdfundinga je sposobnost da testira tržište za vrijeme prikupljanja sredstava za određeni projekt. Ova prednost je najvidljivija kod novih proizvoda koji se tek trebaju razviti i izraditi uz pomoć crowdfundinga. Što više osoba sudjeluje u crowdfunding kampanji, to se može očekivati veći broj potencijalnih kupaca gotovog proizvoda .

²¹ <https://justcoded.com/blog/what-is-debt-based-crowdfunding/> (Pristupljeno: 14. lipnja 2019.)

²² Đurđenić, K., 2017. Crowdfunding – Croatian legal perspective and comparison to other sources of financing. Public Sector Economics, 41(2), str. 259-287. doi: 10.3326/pse.41.2.5

- Networking – projekti financirani putem crowdfundinga su vidljivi i dostupniji u odnosu na projekte financirane putem tržišta kapitala ili bankarskog kredita, što posljedično omogućuje rano umrežavanje sa poduzetnicima koji imaju slične ili komplementarne projekte. Networking se pokazao kao jedan od najvećih motivatora za crowdfundere.
- Mudrost mase – ova prednost u korelaciji je s mogućnosti povratne informacije od strane ulagača, odnosno vlasnik projekta je u fazi prikupljanja kapitala u mogućnosti dobiti i informacije o načinu poboljšanja svog potencijalnog proizvoda/usluge. Na taj način, crowdfunderi mogu dobiti povratnu informaciju od sudionika tržišta, upoznati nove partnere, ali i unaprijediti svoj projekt.

Glavni nedostaci crowdfundinga:²³

- Marketing zahtjevi - Crowdfunding od vlasnika projekata zahtijeva intenzivnije uključivanje u marketing aktivnosti u kampanji. Obično se određeni projekti na crowdfunding platformi predstavljaju putem videa koji treba biti dovoljno zanimljiv, informativan i motivirajući. Projekt je potrebno aktivno oglašavati i u socijalnim medijima kako bi se moglo profitirati od multiplikacijskog potencijala crowdfundinga. Dobra komunikacija predstavlja dio ulaganja u marketing i presudna je za uspjeh crowdfunding kampanje. U odnosu s vlasnicima projekta, ulagači dobivaju bolje informacije i imaju osjećaj da su potpuno uključeni u projekt.
- Izloženost intelektualnog vlasništva – Poslovna ideja se izlaže širokom krugu osoba te navođenjem karakteristika određenog proizvoda nosi sa sobom veliki rizik da je netko drugi ne bi preuzeo i iskoristio, ali toga rizika nema ukoliko se poslovna ideja realizira putem bankarskog kredita ili putem tržišta kapitala. Sama zaštita poslovne ideje može se spriječiti pravovremenom zaštitom intelektualnog vlasništva, ali sami razvoj ideje ovisi o financijskim sredstvima koja će biti prikupljena u kampanji. Iako za razvitak proizvoda treba imati izvođača koji ima potrebne vještine i iskustva, te zbog toga ne može svatko dovršiti proizvod.

²³ Ibid.

- Riskiranje budućeg financiranja – Neuspjeh prikupljanja sredstava putem crowdfundinga može dovesti do lošeg marketinga za projekt. Ukoliko banka odbije financirati poduzetnika, on može otići drugoj banci koja ne mora znati za odluku prve banke. Što nije slučaj ukoliko se projekt financira putem crowdfundinga tada ako ne prikupi dovoljno novca za to zna svatko tko koristi Internet i tako se može stvoriti negativno mišljenje o projektu.

3. CROWDFUNDING PLATFORME BAZIRANE NA VLASNIČKIM UDJELIMA

U ovom poglavlju biti će opisan equity crowdfunding njegove važne karakteristike kao i njegove glavne prednosti i nedostaci. Osim toga biti će spomenute najrazvijenije equity crowdfunding platforme kao što su: Crowdcube, AngelList, Start Engine.

3.1. Općenito o Equity crowdfundingu

Equity crowdfunding je proces u kojem ljudi (tj. „gomila“) ulažu u tvrtku koja nije uvrštena na burzu u zamjenu za dionice tog društva. Dioničar ima djelomično vlasništvo nad tvrtkom i ostvaruje dobit ako tvrtka dobro posluje ili očekuje da će moći zaraditi s prodajom dionica ukoliko ih bude mogao prodati po cijeni višoj nego što su kupljene. Isto vrijedi i za suprotno, pa ako tvrtka ne uspije ako propadne i ne ostvaruje dobit, investitori mogu izgubiti dio ili sva svoja ulaganja.²⁴

Ranije su samo bogati pojedinci, venture kapitalisti i poslovni anđeli mogli ulagati u startupove. Platforme za financiranje dioničarstva pridonijele su demokratizaciji investicijskog procesa otvaranjem vrata većem krugu potencijalnih investitora koji su nazvani "gomilom".

Ova inovativna vrsta financiranja nedavno je omogućena u Australiji Zakonom o financiranju s mnoštvom izvora (Crowd-sourced Funding Act 2017). Opseg Equity Crowdfundinga na globalnoj razini u 2015. iznosila je 2,5 milijardi dolara, a neke tvrtke već su prikupile više od milijun funti u Velikoj Britaniji. Zbog toga u Australiji postoji veliki potencijal, gdje je interes investitora visok, a tvrtke u ranoj fazi sve više prihvaćaju ovu vrstu financiranja.²⁵

Ako je tvrtka u mogućnosti platiti svojim dioničarima, postoje tri načina na koje investitori u crowdfundingu mogu imati povrat ulaganja:²⁶

- Dividende: dioničari ponekad dobiju postotak godišnje dobiti tvrtke.
- Prodaja u trgovini: ako društvo kupi druga tvrtka za paušal, ona se dijeli proporcionalno među dioničarima.

²⁴ <https://www.syndicatoroom.com/crowdfunding/equity-crowdfunding#what> (Pristupljeno: 17. lipnja 2019.)

²⁵ <https://www.onmarket.com.au/about-us/blog/what-is-equity-crowdfunding-and-how-does-it-work/> (Pristupljeno: 17. lipnja 2019.)

²⁶ <https://www.forbes.com/sites/howardmarks/2018/12/19/what-is-equity-crowdfunding/#7cc66bb13b5d> (Pristupljeno: 17. lipnja 2019.)

- Javna ponuda: ako je poduzeće dovoljno uspješno za popis na burzi, dioničari mogu prodati svoje dionice.

Equity crowdfunding se razlikuje u odnosu na ostale vrste crowdfundinga. Uz nagrade, donacije i crowdfunding na temelju duga, kada založite sredstva ne posjedujete niti jedan dio tog projekta ili tvrtke. S financiranjem dioničkim kapitalom, kada se založite ili investirate, postajete koristan dioničar te tvrtke i možete uživati u prednostima (i rizicima) povezanim s tim.

Ulagачi bi trebali diversificirati svoja ulaganja između različitih tvrtki kako bi smanjili rizik, budući da je ulaganje u tvrtke u ranoj fazi poslovanja visokorizični pothvat. Equity Crowdfunding je dugoročna nelikvidna investicija, tako da se prinosi dobivaju ako tvrtka "izađe" kroz trgovinu, IPO.



Slika 3: Prikaz Equity crowdfundinga

Izvor: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/equity-crowdfunding/> (Pristupljeno 17.06.2019.)

Equity crowdfunding je metoda prikupljanja kapitala koju koriste startup-ovi i tvrtke u ranoj fazi. Kroz equity crowdfunding tvrtka nudi vrijednosne papire brojnim potencijalnim investitorima u zamjenu za financiranje. Svaki ulagač ima pravo na udio u tvrtki proporcionalan njihovom ulaganju. Za razliku od platformi kao što je Kickstarter (koja vam daje nagrade za crowdfunding), Equity Crowdfunding daje investitorima dio vlasništva (ili udjela u kapitalu) u poduzeću koje im pomaže u financiranju.

Glavne prednosti equity crowdfundinga su:²⁷

1. Lakši pristup kapitalu

Online crowdfunding platforme omogućuju poduzetnicima i tvrtkama da prikažu svoje projekte većem broju potencijalnih investitora, u usporedbi s tradicionalnim oblicima prikupljanja kapitala.

2. Manji pritisak na upravu

Za razliku od konvencionalnih oblika financiranja kao što je rizični kapital, financiranje vlastitim kapitalom ne dovodi do razvodnjavanja moći unutar tvrtke. Iako se broj dionica povećava, uključenost velikog broja ulagača znači da se moć ne koncentrira oko određene skupine dioničara.

3. Unosan povratak

Iako su startupi sami po sebi rizični pothvati, još uvijek postoji mogućnost da tvrtka postane jednorog i osigura unosan povrat investitorima.

Glavni nedostaci equity crowdfundinga su:²⁸

1. Razrjeđivanje kapitala

Budući da je financiranje kapitala povezano s izdavanjem novih dionica, udjel sadašnjih dioničara bit će umanjen.

2. Visok rizik od neuspjeha

Kao što je već spomenuto, startupi su izuzetno rizični pothvati. Stoga postoji velika vjerojatnost da će tvrtka propasti.

3. Niska likvidnost

Potencijalni investitori bi trebali biti svjesni da su vrijednosni papiri kupljeni na platformama za financiranje kapitala vrlo nelikvidni. Stoga su izlazne opcije ograničene ili čak ne postoje.

4. Rizik od prijevare

Ulagачi također moraju biti oprezni s potencijalnim sustavima prijevare u procesu nagrađivanja kapitala. Prevaranti mogu koristiti asimetrične informacije, kao i rupe u propisima, kako bi zavarali ulagače.

²⁷ <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/equity-crowdfunding/> (Pristupljeno: 20.06.2019.)

²⁸ Ibid

3.2. Crowdcube

Tvrtka Crowdcube je prva svjetska equity crowdfunding platforma za skupno financiranje, a njihov glavni adut pomogao je u olakšavanju ulaganja stotina milijuna funti. Primarna zadaća tvrtke Crowdcube je da pomaže start-up tvrtkama, tvrtkama u ranoj fazi te tvrtka u faza rasta iz vrlo širokog spektra sektora.

Crowdcube je našao motivaciju u post-recesijskom svijetu, u kojem je ambicioznim poduzetnicima bilo teže nego ikad prikupiti novac kako bi oživjeli svoje inovativne ideje i pretvorili svoju viziju u stvarnost. Crowdcube je inspiriran nepokolebljivim uvjerenjem u poduzetnike koji sanjaju veliko, guraju se po rubovima i žele napraviti razliku, veliku i malu. Crowdcube je otvoren za britanska ili irska društva s ograničenom odgovornošću, i tvrtke sa sjedištem u Europi (pod određenim kriterijima). Crowdcube nudi mogućnost ponude različitih klasa dionica (uključujući glasovanje bez glasa), što može značiti fleksibilniju strukturu prikupljanja kapitala, ovisno o ciljevima tvrtke. Napori međunarodne ekspanzije Crowdcubea vidjeli su i otvaranje ureda u Barceloni, Španjolska.²⁹

Ulaganje u start-up poduzeća i poduzeća u ranoj fazi uključuje rizike, uključujući nelikvidnost, nedostatak dividendi, gubitak ulaganja i smanjenje vrijednosti, i to treba činiti samo kao dio raznolikog portfelja. Crowdcube je usmjerena isključivo na investitore koji su dovoljno sofisticirani da razumiju ove rizike i donose vlastite odluke o investiranju.

Partneri Crowdcube-a su u rasponu od korporativnih financijskih tvrtki, investicijskih tvrtki, pravnika i računovođa, pa sve do savjetnika za pokretanje rada, suradničkih prostora.³⁰



Slika 4: Logo tvrtke Crowdcube

Izvor: <https://startupfundingsecrets.io/equity-crowdfunding-sites/> (Pristupljeno: 22.06.2019.)

²⁹ <https://www.crowdcube.com/explore/about-us> (Pristupljeno: 22.06.2019.)

³⁰ <https://startupfundingsecrets.io/equity-crowdfunding-sites/> (Pristupljeno: 22.06.2019.)

3.3. AngelList

Tvrtka AngelList je jedna od najstarijih i najpoznatijih platformi equity crowdfundinga koja je osnovana 2010. godine. Prvo je zamišljena da posreduje između tehnoloških poduzetnika bez ikakvih novčanih ulaganja i anđeoskih ulagača - visoko-vrijednih, tehnički pametnih fondova, od kojih su mnogi zarađivali bogatstvo prodajom svojih vlastitih uspješnih startupa.

AngelList djeluje na najvišoj razini odbora za posao koji povezuje programere, inženjere, trgovce, medicinske stručnjake i ostale talentirane tražitelje posla s tvrtkama u ranoj fazi koje traže pomoć. Da biste koristili ploču poslova AngelList, ne morate se registrirati kao investitor.³¹

Tri su glavna načina ulaganja u tvrtke i fondove na ovoj platformi:³²

- **Deal-by-Deal Investments**

Registrirani ulagači mogu biti partneri sa sindikalnim investitorima koje predvode ugledni vodeći ulagači - obično rizični kapitalisti s bogatim iskustvom. Sindikati uglavnom postoje za ulaganje u određene tvrtke. Oni mogu imati desetine ili stotine ulagača koji okupljaju svoje resurse da bi uložili u investiciju. (Prosječna veličina čeka je 200.000 do 350.000 USD po ugovoru.) Minimalna pojedinačna investicija je 1.000 USD.

- **AngelList Access Fund**

AngelList pristupni fond nudi pristup desecima ili stotinama pojedinačnih ponuda. AngelList je provjerio sve što znači da se smanjuju obaveze ulagača. Minimalna investicija je 100.000 USD, pa to nije za svakodnevne ulagače.

- **Professional Investors**

Ova je usluga ograničena na velike pojedinačne neto vrijednosti institucionalnih ulagača (uključujući obiteljske urede) koji sebi mogu priuštiti uložiti najmanje 500.000 USD odjednom. Profesionalni investitori dobivaju vlastitog predstavnika AngelList-a, plus rijetki pristup osnivačima i rukovoditeljima poduzeća.

³¹ <https://angel.co/> (Pristupljeno: 23.06.2019.)

³² <https://www.moneycrashers.com/equity-crowdfunding-sites-investors-entrepreneurs/> (Pristupljeno: 23.06.2019.)



Slika 5: Logo AngelLista

Izvor: <https://angel.co/> (Pristupljeno: 22.06.2019.)

3.4. Start Engine

StartEngine je najveća equity crowdfunding platforma u SAD-u osnovana 2014. godine. Tvrtka olakšava investitorima da kupuju kapital u tvrtkama koje prikupljaju do 50 milijuna dolara.

Njihova misija je pomoći poduzetnicima da ostvare svoje snove demokratizacijom pristupa kapitalu. Lansirali su više Reg CF ponuda nego bilo koja druga platforma i uspješno financirali 275 tvrtki. U lipnju 2018. StartEngine je zatvorio svoj prvi Reg A krug, prikupivši gotovo 5 milijuna dolara od 3.425 ulagača. Ulagači u StartEngine mogu zaraditi vlasnički bonus i dobiti 10% bonusa u dionicama tijekom ulaganja u platformu. Prosječni iznos ulaganja na StartEngine iznosi 1300 dolara.

U SAD-u postoji gotovo 6 milijuna tvrtki, no većini tih tvrtki je teško pristupiti kapitalu, bilo da se radi o javnim tržištima ili rizičnom kapitalu. Iz perspektive investitora, prosječan pojedinac ima ograničene mogućnosti ulaganja u tvrtke, jer su većina privatne tvrtke. Mogućnosti za ulaganje u privatni posao često su ograničene na bogate akreditirane ulagače. Američka ekonomija malog gospodarstva jedna je od najjačih na svijetu, ali poduzetnicima je još uvijek teško tržište.

Donošenjem Zakona o JOBS-u 2012. iznenada se stvorio put za stvaranje više prilika i za poduzetnike i za investitore. Po prvi put svatko je, bez obzira na bogatstvo, mogao ulagati u privatne tvrtke i kupiti dionice, dug, udio u prihodu i još mnogo toga. Poduzetnicima više nisu trebali rizični kapitalisti za oživljavanje njihovih ideja, samo su im bili potrebni drugi istomišljenici koji su voljni riskirati nešto novo.

Tijekom 2018. godine preko 250 ponuda pokrenuto je na Start Engine-u, više od bilo koje

druge platforme crowdfundinga. Gotovo 17.000 ljudi uložilo je u ponudu na Start Engine-u. Tvrtke su na Start Engine prikupile više od 31 milijuna dolara.

Kada se uloži 1.000 USD ili više ili se investira po drugi ili treći put u Start Engine, dobit će se 10% bonusa na sve sudjelujuće Reg CF ponude na Start Engine u roku od 24 sata od pokretanja njihove kampanje. Imat ćete bonus za sve dionice koje kupite u kampanjama koje sudjeluju. Na primjer, ako kupite 100 dionica po 1 USD po dionici u tvrtki, dobit ćete 10 bonus dionica, što znači da ćete imati 110 dionica za 100 USD. Ovaj bonus vrijedi godinu dana od trenutka kada investirate. Do sada je sudjelovalo preko 225 tvrtki. Preko 855 ulaganja je uloženo s bonusom vlasnika StartEnginea.³³



Slika 6: Logo tvrtke Start Engine

Izvor: <https://www.startengine.com/> (Pristupljeno: 24.06.2019.)

³³ <https://www.startengine.com/> (Pristupljeno: 26.06.2019.)

4. ANALIZA USPJEŠNIH KAMPANJA NA FUDERBEAM-U

Funderbeam je crowdfunding platforma za startup kompanije na kojoj ulagači odmah nakon inicijalne faze ulaganja mogu trgovati svojim udjelima kao da je riječ o tvrtkama izlistanima na burzi.

Neke od najpoznatijih kampanja na ovoj platformi bili su za Medvedgrad Craft Brewery, Aspida, Sense Consulting, Entrio 2.0, Include. Jedna od njih koja će u nastavku biti detaljnije objašnjena je Include.

4.1. Nastanak i razvoj Include kampanje

Tvrtku Include osnovao je u travnju 2014. godine Ivan Mrvoš – tada još uvijek učenik zadnje godine srednje škole za strojarstvo i mehatroniku u Splitu. Iako su svi njegovi vršnjaci tada bili u učenju i pripremi za maturu i fakultet on se bavio s drugim stvarima te je razvijao poslovnu strategiju za svoju novu firmu.



Slika 7 : Logo Include

Izvor: <https://www.funderbeam.com/syndicate/include> (Pristupljeno: 01.07.2019.)

U samim počecima (veći dio 2014. godine) glavne djelatnosti tvrtke bile su dizajniranje / izrada web stranica i android mobilnih aplikacija te servis računala. Iako je Ivan već u to vrijeme imao ideje za razne hardware proizvode, nije ih mogao pretočiti u stvarnost, ponajviše zbog nedostatka početnog kapitala.

Ideju da bi mogao osnovati firmu dobio je kada je radio web stranicu za obrt svog oca. To programiranje mu je bilo dosta jednostavno, te je zaključio da puno firmi iz Splita i okolice uopće nema web stranice. Učinilo mu se da bi tako mogao zaraditi nekakav sitan novac.

S obzirom na to da je imao 19 godina, ta se strategija sastojala od toga da isprinta popis svih poduzeća u Splitu i okolici koja imaju između tri i deset zaposlenih i onda ih upiše Google da vidi imaju li web stranicu. I nakon toga bi ih zvao i ponudio im izradu web stranica međutim uglavnom nitko nije htio web stranicu.

Nakon toga je imao ideju da pokrene servis za računala, ali za iznajmljivanje prostora nije imao dovoljno novca. Tražio je načine kako da dođe do kapitala te je došao do ideje jedne večeri kada je sjedio u jednom kafiću u Splitu i opazio je preko puta neki pitar (tegla za cvijeće) koji svijetli samo što je on zamislio da bi to mogle biti stolovi ili stolice.

I tako je došao do ideje da pokuša proizvesti svoj prvi fizički opipljiv proizvod – LED stolce. Radilo se o stolcima za ugostiteljske objekte koji bi noću svijetlili te su podržavali punjenje mobilnih uređaja. Kako je već ranije navedeno, Ivan nije imao početni kapital, no uz podršku obitelji uspio je skupiti dovoljno novca za nabavu potrebnog materijala i izradu prva četiri LED stolca i jednog LED stola. Ivanov plan bio je jednostavan – fotografirati proizvod, izraditi stotinjak letaka i pristupiti svakom ugostitelju u Splitu s ponudom za kupnju stolaca. Nakon nekoliko tjedana razgovora, pregovora pa čak i nagovaranja Ivan nije uspio prodati ni jedan stolac. Iako je proizvod zaintrigirao potencijalne kupce, bio je poprilično skup i kompliciran za korištenje, pogotovo zbog učestale potrebe za punjenjem baterija. Bez obzira na sve Ivan nije odustao.

Ispred svoje kuće izgradio je štand na koji je postavio stolce i stol, te veliki natpis www.include.hr. Kako je njegova kuća bila odmah u blizini glavne ceste za Split mnogo ljudi ugledalo bi reklamu za vrijeme gužve i posjetilo web stranicu. Nakon nekoliko tjedana Ivan je shvatio da nova taktika također ne donosi rezultate.

U međuvremenu se prijavio za sudjelovanje na poduzetničkom kampu u Solinu, na kojemu je imao priliku po prvi puta prezentirati svoju ideju javnosti, kao i medijima. U tri dana kampa Ivan, kao devetnaestogodišnjak iz Solina, bio je glavna 'zvijezda' događaja sa svojim proizvodom i željom da izgradi biznis. Ideja LED stolca odnijela je pobjedu na poduzetničkom kampu, što je ujedno bila i prva nagrada za Include i Ivana.

Poslije toga posvetio se faksu, i mislio da njegova ideja i nije najbolja za tržište jer nije prodao ni jedan LED stolac. Usprkos tome i dalje je razmišljao o stolcima i došao na ideju da na njih stavi solarnu ploču i tako se ne bi trebale puniti nego bi stale vani i to bilo jednostavnije rješenje i jeftinije za korisnike..

I nakon toga došao je na ideju da umjesto stolca napravi klupa kojoj bi se moglo ugraditi još nekoliko punjača za mobitele – tako je proizašla ideja **pametne klupe**. Nakon nekoliko mjeseci istraživanja tržišta, planiranja prodaje i osmišljavanja dizajna, Ivan je imao viziju za prvu klupu, no ponovno mu je nedostajao početni kapital za izradu prototipa. Bio je siguran da ideja pametne klupe ima šanse za uspjeh i odlučio je prodati svoju električnu gitaru kako bi mogao kupiti materijal. U proljeće 2015., nakon četiri mjeseca rada, nastala je prva pametna klupa. Prva pametna klupa imala je četiri USB ulaza preko kojih je mogla puniti mobitele, mali senzor koji je mjerio temperaturu zraka i aplikaciju preko koje se moglo vidjeti kolika je temperatura kod klupe.

Ivanova pametna klupa je proizvod koji funkcionira na principu business to government. Nitko neće kupiti pametnu klupu za svoju okućnicu. Kupci pametnih klupa su gradovi i općine, jedinice lokalne samouprave. Prvi logičan potez bio je instalirati klupu u Solinu, no stvari nisu išle sasvim jednostavno. Gotovo tri mjeseca trajalo je Ivanovo uvjeravanje gradske uprave da potpuno besplatno postave prvu klupu. Napokon, u srpnju 2015. godine instalirana je prva pametna klupa u Europi. Sljedeći korak u Ivanovom planu bio je iskoristiti kontakte nekoliko novinara koje je upoznao za vrijeme poduzetničkog kampa, te im predstaviti svoj proizvod u nadi da će biti zainteresirani napraviti intervju. Nekoliko dana kasnije priča o prvoj pametnoj klupi iz Solina bila je glavna vijest naslovnica svih medija u Hrvatskoj, ali i susjednim državama. Gotovo dva tjedna trajala je Ivanova turneja po nacionalnim televizijama, radiju i raznim emisijama. Pametna klupa postala je apsolutni hit. Uskoro su uslijedile prve narudžbe, kao i izvozne aktivnosti, a do kraja godine Ivan je iz svoje sobe prodao i proizveo 27 klupa za tri tržišta i uprihodio nešto više od 270 tisuća kuna.

U prosincu 2015. iz kompanije koja mu je prodavala solare za pametne klupe rekli su mu da ih više ne mogu prodavati jer ih nemaju. Zbog toga nije mogao praviti klupe i neke narudžbe su mu propale.

Zbog toga krajem 2015. predstavljen je novi model pametne klupe – tada radnog imena 'SmartBench2' (kasnije preimenovan u Steora). Predstavljanje proizvoda bilo je snažno popraćeno od strane javnosti, kao i Hrvatskih medija. Osim punjenja mobitela novi model pametne klupe „imao je“ i ambijentalnu rasvjetu, Wi-Fi sustav, bežično punjenje te razne senzore za prikupljanje podataka. U tome trenutku Ivan je predstavio proizvod kao da već podržava sve navedene funkcije uklopljene u novi dizajn, iako je imao isključivo punjenje uređaja. Ivan je bio svjestan da bez razvojnog tima i prodajnih predstavnika neće dugo

zadržati poziciju tržišnog lidera, kao ni imati mogućnost razviti sve funkcije Steore koje je ranije predstavio.

Među prvim konkurentima je bila tvrtka od koje je uzimao solare za LED stolce. Oni su počeli proizvoditi svoju verziju pametne klupe, a nije im mogao konkurirati jer je to bila velika firma sa velikim godišnjim prihodima. Tada je odlučio prikupiti mali tim radnika svega grupica studenata sa ekonomije koji su imali zadatak da zovu općine i gradove i da nude klupe.

Početkom 2016. Ivan se odlučio napraviti ključni korak, ujedno i najvažniji potez tvrtke u protekle četiri godine, čime je usmjereno poslovanje tvrtke i ostvareno sve ono što Include danas predstavlja. U poslovnoj banci uzeo je kredit u iznosu od 30.000,00 eura, kojega je planirao iskoristiti za nabavu opreme i zapošljavanje prvih djelatnika. Paralelno s time pronašao je prostor koji je preuredio u ured, a na ekonomskom fakultetu u Splitu posložen je prvi prodajni tim.

U veljači 2016. započela je prodaja Steora pametne klupe, a paralelno s time i proces zapošljavanja prvih inženjera u odjel razvoja. Nakon svega dva mjeseca u novom uredu tvrtke radilo je 15 djelatnika, a Include je prodao više klupa nego u cijeloj 2015. godini.

Ipak, stvari nisu išle sasvim jednostavno. Nedostatak početnog kapitala, ograničene proizvode mogućnosti, visoki razvojni troškovi i tek započet proces učenja o vođenju timova samo su neki od izazova s kojima se tvrtka susrela u 2016. U dva slučaja tvrtka je bila gotovo na rubu bankrota, ali zajedničkim radom, težnjom prema postavljenim ciljevima, Ivanovim entuzijazmom i razmišljanjem 'izvan okvira' Include je uspješno izgurao 2016., ujedno najizazovnije i najdinamičnije godinu u protekle četiri godine poslovanja. Do kraja iste godine uspješno su prodane 124 klupe, otvoreno je sedam novih tržišta i uprihođeno preko milijun kuna, pri čemu su 60% nosili prihodi od izvoza.

2017. godine tvrtka nastavlja jačati distribucijsku mrežu i izvozne aktivnosti, a ključni trenutak godine svakako je uspješna realizacija prve investicijske runde (travanj 2017.), čime je osigurano gotovo 3,5 milijuna 'svježeg' kapitala za daljnje razvojne aktivnosti. Vrijednost tvrtke tada je procijenjena na 4 milijuna eura (prije realizacije investicije), a sama investicija odvila se putem estonske platforme Funderbeam. Kada se prijavio na Funderbeam, cilj mu je bio skupiti 400.000 eura za koje bi prodao deset posto dionica. Međutim, kampanja još traje, a on je taj iznos premašio još početkom tjedna. To je ujedno postala i najuspješnija realizirana investicija putem Funderbeam platforme, kao i najuspješnija Hrvatska crowdinvesting investicija 2017. godine. Nakon financijske injekcije tvrtka još jače i aktivnije nastavlja razvoj novih tržišta, te započinje intenzivni proces zapošljavanja. Do kraja godine formiran je

prodajni tim sastavljen od međunarodnih business developera, zaposleni su voditelji razvoja i proizvodnje s preko 10 godina iskustva u svojim industrijama, te je uloženo u izradu skladišta materijala, čime se skratio rok isporuke i ubrzao proces naplate.

U protekle dvije godine aktivno se radilo na osmišljavanju i implementaciji ključnih procesa unutar tvrtke, presudnih za budući rast i razvoj. Iskustvo koje je stečeno na razini pojedinca, ali i timski nosi neprocjenjivu vrijednost, te predstavlja temelje tvrtke na kojima se temelje sve buduće aktivnosti. U intenzivnim procesima zapošljavanja Include je pojačao glavne pozicije sa najboljim ljudima iz raznih industrija, a početni tim iz 2016. predstavlja 'jezgru' tvrtke i neprestano radi na vlastitom razvoju i usavršavanju – različitim edukacijama, doškolovanjima, ali i onim najvažnijim – neprestanim stjecanjem iskustva iz pokušaja i pogrešaka.

Include je bez premca tržišni lider, ne samo kada je u pitanju proizvodnja pametnih klupa, već i u kreiranju vizure javnih površina gradova diljem svijeta. Tvrtka je sve više i značajnije prepoznata i van granica Republike Hrvatske, a nagrade osvojene u protekle tri godine govore o iznimnim poslovnim rezultatima, a neke od njih su:

- Najbolji Hrvatski startup – 2015., 2016., 2017.
- Najbolje Hrvatsko IoT (Internet of Things) rješenje
- Nominacija za najbolje Europsko IoT i Smart City rješenje
- Tri uzastopne nominacije za nagradu 'Zlatna kuna' od strane HGK
- EU Top50 – jedna od 50 najboljih EU tehnoloških tvrtki po odabiru Europskog Parlamenta
- Pobjednik Deloitte 'Rising star' kategorije u Fast50 programu za srednju Europu

Ivan osnivač Includea je bio nominiran za osobu godine, za 30under30 od strane MIT-a, te je osvojio nagrade za najboljeg poduzetnika 2017., a 2018. nominiran je za nagradu EY poduzetnika, te razne druge nagrade. Početkom 2019. godine Forbes ga je uvrstio na Europsku 30 Under 30 listu u kategoriji Industry & Manufacturing. Osim nagrada, o kvaliteti i prepoznatljivosti njihovih proizvoda i tvrtke govore i brojna partnerstva s globalnim kompanijama poput Deutsche Telekom, te suradnje s tvrtkama Red Bull, Nokia, Kia, British Petroleum, Coca-Cola i drugim globalnim kompanijama.³⁴

³⁴ <https://www.funderbeam.com/syndicate/include> (Pristupljeno:5.7.2019.)

Danas gotovo svako tržište i industrija ima globalnog lidera ili čak nekoliko njih koji predvode industriju i pravac u kojemu se tehnologija razvija. Kod mobilnih uređaja to su Apple, Samsung ili Huawei, u hotelijerstvu su to Marriott, Hilton ili Accor. Kada je u pitanju tržište ulične/urbane opreme teško je izdvojiti globalnog tržišnog lidera. Razlog tome je prije svega što je glavnina takvog poslovanja u B2G sektoru, koji funkcionira potpuno drugačije nego li B2C ili B2B sektor. Lideri u prodaji ulične/urbane opreme najčešće se mogu prikazati na lokalnoj ili regionalnoj razini, te se gotovo uvijek radi o malim tvrtkama ili obrtima koji izrađuju drvene klupe, metalne koševе za otpad ili staklene autobusne stanice.

Najbolje tvrtke najčešće imaju domet na razini svoje države, te ne ostvaruju značajne izvozne rezultate ili ostvaruju izvoz isključivo u susjednim državama.

Cilj tvrtke Include je pozicionirati se kao globalni lider u proizvodnji ulične/urbane opreme. Pri tome ne misleći na običnu opremu, već na tehnološki naprednu i interaktivnu urbanu opremu.

Tvrtka je u posljednje tri godine uspješno plasirala čak osam različitih modela Steora pametnih klupa, a krajem 2018. na tržište smo plasirali i tri modela Monna klupa.

Do kraja 2021. godine cilj tvrtke je pozicionirati se kao lider u svim segmentima vanjske urbane opreme sa najnaprednijim proizvodima na tržištu. Pri tome ne misleći na jedno određeno tržište – već na cijeli niz tržišta, s naglaskom na Europu, Bliski Istok te otvaranjem Sjeverne Amerike do kraja 2021. godine. Osim klupa potencijalni novi komplementari proizvodi biti će zasloni za oglašavanje, pametne stanice, koševi za otpad, napredna LED rasvjeta, punionice električnih automobila.

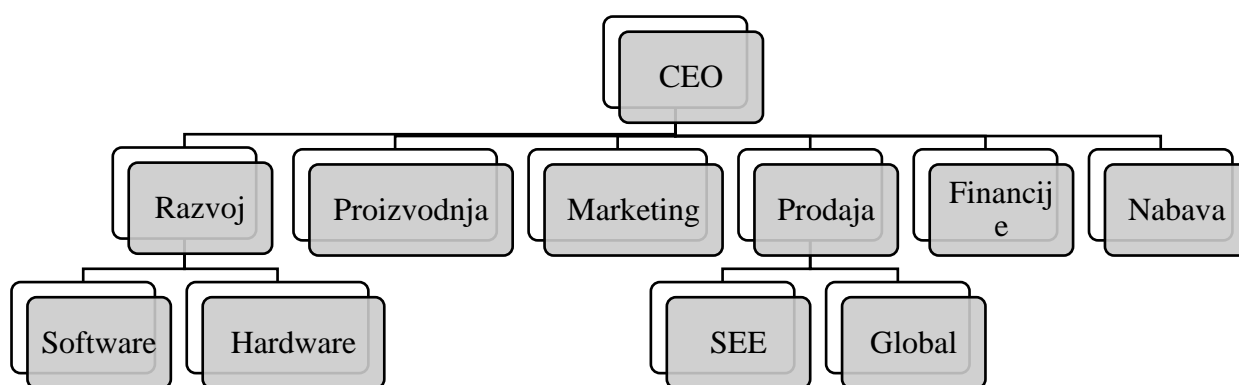
Za razliku od klupa gdje je Include bio prva tvrtka s takvim proizvodom, za druge segmente tržišta već postoje dobavljači (npr. za električne punionice automobila ili gradsku rasvjetu). Upravom tim tržišnim segmentima Include želi pristupiti s novim inovativnim rješenjima, značajno naprednijim od već postojećih sustava, te time konkurirati za tržišnog lidera.

Vizija Includa je stvarati nevjerojatne tehnološke interaktivne proizvode za javne površine, a misija omogućiti građanima iskorištavanje punog potencijala pametne urbane opreme.

“We make outdoor furniture smarter and more technology interactive with citizens.”³⁵

Unutar tvrtke postoji sveukupno šest odjela, pri čemu se određeni odjeli sastoje od manjih 'pododjela'.

Tri najveća odjela su razvoj, prodaja i proizvodnja u kojima je ukupno zaposleno 25 djelatnika. Tu su zatim i financije, marketing te odjel nabave.



Slika 8: Raspodjela Uprave

Izvor: Izrada autora

³⁵ <https://www.funderbeam.com/syndicate/include> (Pristupljeno: 10.07.2019.)

4.2. Steora

Steora je najpametnija ulična klupa na svijetu. Njezin privlačan i svezremenski dizajn krije brojne funkcionalnosti. Pogodena veličina i oblik čine Steoru idealnom uličnom klupom koja bilo koju vanjsku lokaciju čini atraktivnijom. Snažna čelična konstrukcija presvučena prahom potpuno je otporna na vremenske uvjete.

Prekrasni, potpuno crni fotonaponski moduli razvijeni su i proizvedeni posebno za Steoru, čineći je energetske učinkovitijom. Napredni mehanizam unutar klupe omogućuje punjenje baterije čak i kad su PV moduli zaklonjeni od sunca dok ljudi sjede na klupi.



Slika 9: Steora

Izvor: <https://www.include.eu/steora/> (Pristupljeno: 15.07.2019.)

Osnovna karakteristika Steore su punjači za punjenje različitih tipova uređaja. Klupa pruža dva USB ulaza s plavim ambijentalnim svjetlom za punjenje bilo kojeg tipa

uređaja pomoću USB kabela. Bežični punjač integriran u površinu akrilnog stakla omogućava punjenje bez uporabe kabela. Jednostavno postavite svoj uređaj na površinu za bežično punjenje.

Steora se može spojiti na Internet pomoću SIM kartice, Ethernet kabela ili optičkog kabela. 15 senzora unutar Steore prate sve što se događa na klupi i oko klupe. Svake sekunde senzori prikupljaju podatke o vanjskim parametrima, uporabi klupe i statusu sustava. Sve prikupljene informacije su dostupne klijentima preko platforme.

Steora je dostupna u 6 različitih modela, sve istog, vrlo privlačnog dizajna. Svi Steora modeli imaju istu jezgru – PV module, punjenje uređaja, Wi-Fi, ambijentalno svjetlo, prikupljanje podataka, sustav hlađenja i platformu.³⁶

6 različitih modela Steore:³⁷

1. Steora Standard

Steora Standard najpopularnija je pametna klupa na svijetu. Namijenjena za vanjske prostore s puno sunčeve svjetlosti, kao što su gradski trgovi, marine ili parkovi. Rad Steora Standard pametne klupe temeljen je u potpunosti na solarnoj energiji, što znači da ne zahtjeva dodatne izvore napajanja ili infrastrukturne promjene. Posebno razvijen unutarnji mehanizam klupe može proizvesti do 30% više energije u odnosu na druge proizvode. U zimskim danima povezanim sensorima nadzire vremenske uvjete te isključuje klupu u slučaju lošeg vremena. Svojim jednostavnim, predivnim dizajnom i prikladnom veličinom, Steora Standard može se instalirati umjesto obične ulične klupe, donoseći notu modernog dizajna u javne prostore, pritom pružajući funkcionalnosti poput Wi-Fi hotspota i punjenja pametnih uređaja.

2. Steora Hybrid

Steora Hybrid ima jednake funkcije kao i Steora Standard uz dodatak modula za napajanje iz gradske mreže. Namijenjena je područjima s manje sunčevog svjetla tijekom zimskog perioda. Kombiniranjem energije iz solarnih panela i gradske mreže, klupa zadržava svoje funkcije tijekom svih godišnjih doba prilagođavajući se vanjskim uvjetima.

Napajanje iz gradske mreže uglavnom se koristi tijekom zimskih dana, s manje sunčeva svjetla. Kada solarno napajana baterija padne ispod 30%, uključuje se AC električni modul

³⁶ <https://www.include.eu/steora/> (Pristupljeno: 15.07.2019.)

³⁷ <https://www.funderbeam.com/syndicate/include> (Pristupljeno:17.07.2019.)

koji u kratko vrijeme nadopuni baterijski sustav. Budući da prema potrebi koristi napajanje iz električne mreže, Steora Hybrid može ponuditi dodatne funkcije kao što su grijanje sjedala ili napajanje i kontrola razne urbane opreme na javnim površinama.

3. Steora Urban

Steora Urban prva je ulična klupa na svijetu s ugrađenim LCD ekranom. Budući da kombinira solarno i napajanje iz gradske mreže, savršeno je rješenje na slabije osvijetljenim lokacijama i unutarnjim prostorima velike posjećenosti.

19" LCD zaslon namijenjen je za prikazivanje gradskih novosti, obavijesti, fotografija ili drugih informacija zanimljivih javnosti. Koristeći napredni softver korisnici mogu jednostavno prenijeti videozapise ili različite materijale na odabrane klupe te odrediti trajanje i učestalost prikazivanja. Kako bi sve funkcije radile non-stop tijekom svih godišnjih doba, Steora Urban zahtjeva napajanje iz gradske mreže.

4. Steora Urban+

Steora Urban+ najnaprednija je ulična klupa na svijetu. Dizajnirana za vrlo frekventna područja poput gradskih ulica, trgova i drugih urbanih lokacija.

Najvažnija značajka Steora Urban pametne klupe je 19" super-svijetli LCD zaslon koji je namijenjen za prikazivanje promotivnih materijala, videozapisa, fotografija ili različitih javnih informacija (npr. vremenskih prilika).

Video kampanje moguće je povezati s početnom stranicom Wi-Fi sustava, kako bi korisnici klupe vidjeli istu kampanju i na svojim pametnim telefonima. Kako bi funkcije radile tijekom svih godišnjih doba, Steora Urban+ zahtjeva napajanje iz gradske mreže.

5. Steora CCTV

Steora CCTV podiže sigurnost javnog prostora na novu razinu. Dizajnirana je za lokacije koje zahtjevaju višu razinu sigurnosti i nadzor javnih površina, pritom kombinirajući funkcije Steora Standard modela pametne klupe.

Steora CCTV opremljena je s četiri kamere, po jedna na svakoj strani klupe, koje stvaraju 360° video prikaz. Kamere također podržavaju noćni način snimanja koristeći infracrveno svjetlo.

Video je u realnom vremenu dostupan online, kao API za integraciju na bilo koju drugu web stranicu ili za snimanje na snimač. Klupa je otporna na vandalizam i sve vremenske uvjete. Kako bi funkcije radile tijekom svih godišnjih doba, Steora CCTV zahtjeva napajanje iz gradske mreže.

Opcije konfiguracije Steora CCTV klupe:

- Pristup live streamu i snimkama putem Dashboarda (povezivanje ethernet ili optičkim kablom) + pohrana na HDD unutar klupe
- Isključivo live stream putem Dashboarda, bez mogućnosti pohrane video materijala na tvrdi disk (klupa nema HDD)
- Pohrana video materijala na HDD unutar klupe, bez mogućnosti pristupa snimkama ili live

6. Steora E

Steora E jedini je model Steora pametnih klupa bez solarnih modula. Dizajnirana za uporabu u zatvorenim prostorima na vrlo frekventnim lokacijama kao što su prometne stanice (autobusne, metro ili željezničke stanice), trgovački centri ili zračne luke.

Steora E omogućuje jednake funkcionalnosti kao i Steora Standard pametna klupa. Elegantan dizajn sjedeće površine postignut je dizajniranjem crnog akrilnog stakla s integriranim bežičnim punjenjem.

Steora E zahtjeva napajanje iz gradske mreže za svakodnevni rad.

4.3. Financijski dio

Tvrtka Include, iako osnovana 2014. godine, aktivno posluje od 2015. godine. Inicijalni prihodi (2015.) rezultat su prodaje prve verzije pametnih klupa 'Smart Bench'. Prihodi obuhvaćaju 25 isporučenih klupa, od čega čak četvrtina prihoda pripada agenciji UNDP iz Sarajeva.

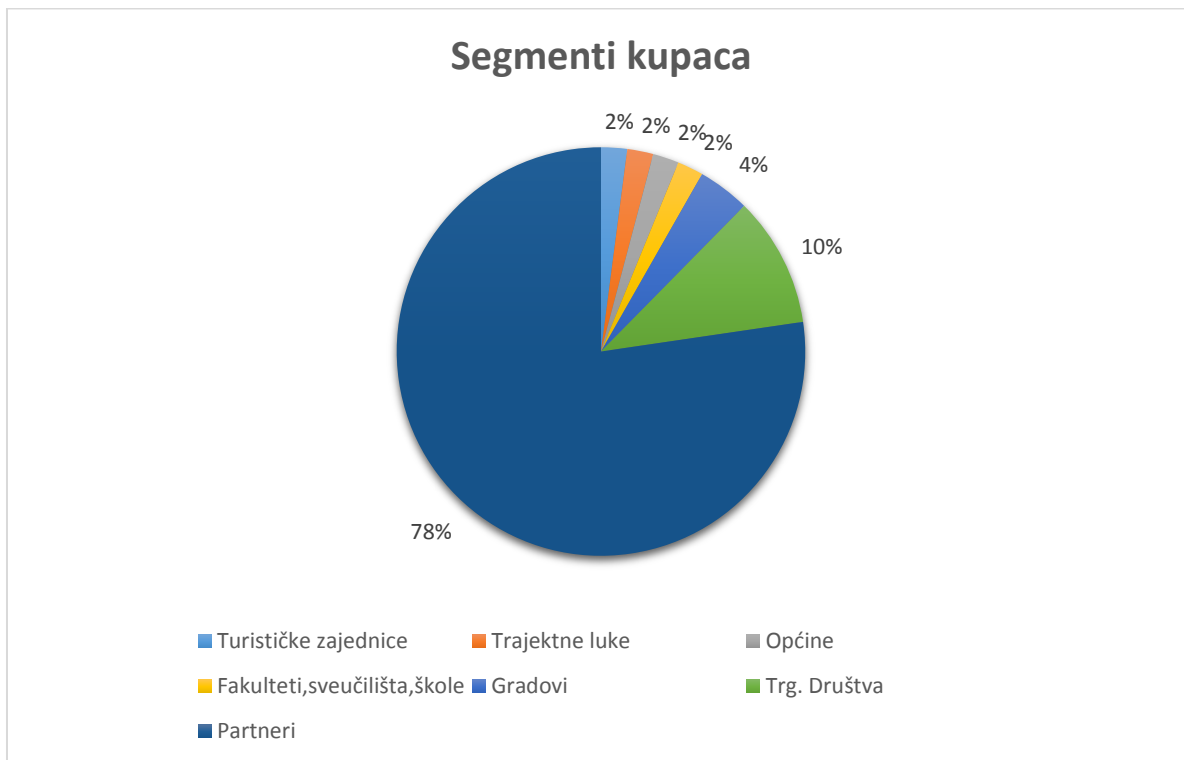
Rashodi se većinom odnose na materijalne troškove potrebne za izradu pametnih klupa. Tada je u tvrtki djelovao samo jedan zaposlenik, zadužen za proizvodnju. Tvrtku je i tada vodio osnivač tvrtke Ivan Mrvoš, no kako je u tom razdoblju još uvijek bio student, redovni zaposlenik tvrtke je postao tek u 2016. godini.

Iako s vrlo ograničenim ulaganjima, Include prvu godinu završava s neto pozitivnim rezultatom poslovanja. Osim što su nadmašena sva očekivanja i plasirana inovacija na tržište, implementiran je i novi način poslovanja s javnim sektorom. Naime, javne institucije pristale su poslovati na način da uplate 50% predujma prije isporuke proizvoda.

2016. godina prva je prekretnica u poslovanju tvrtke Include. Plasira se nova verzija pametne klupe Steora, u dvije verzije – Steora Standard i Steora Urban. Valja napomenuti kako je tada Steora Urban bila pilot projekt, kako razvojno, tako i za ispitivanje tržišta. Tehnologija na kojoj se bazira Steora rezultat je rada internog odjela istraživanja i razvoja. Angažirana su tri softver developera i četiri hardver developera – svi visokoobrazovani inženjeri elektrotehnike i računarstva.

Već tada tvrtka je nudila dodatne opcije i usluge, poput dostave i ugradnje, različitih Internet paketa i produljenja garancije. Upravo se u 2016. godini tvrtka počinje širiti na nekoliko različitih tržišta i do kraja godine isporučuje klupe na novih 11 tržišta, što uključujući 2015. godinu čini ukupno 14 tržišta na kojima je plasirana pametna klupa. Formirali su se i novi segmenti kupaca, odnosno nove tržišne niše poput trgovačkih centara, sveučilišta, zračnih i trajektnih luka.

Iz navedenog možemo zaključiti kako je prodaja svakim danom rasla i napredovala zahvaljujući angažmanu novih djelatnika u odjelu prodaje i marketinga. Također, angažirani su i novi djelatnici u odjelu proizvodnje. Do kraja godine u Include je radilo 15 osoba. Upravo su troškovi osoblja tada predstavljali najveći trošak u tvrtki, kad se uračunaju troškovi odjela istraživanja i razvoja. Valja napomenuti kako su troškovi djelatnika R&D odjela, koji direktno pridonose razvoju proizvoda, knjižena kao ulaganje u dugotrajnu nematerijalnu imovinu. Ulaganje se nastavilo i u sljedećim godinama, i upravo je to visoko ulaganje najveća vrijednost tvrtke.



Grafikon 1: Segmenti kupaca tvrtke Include

Izvor: https://www.include.eu/report/Include_Godisnji%20Izvjestaj%202018_HRV.pdf

(Pristupljeno: 22.07.2018.)

Iz grafikona je vidljivo da su najznačajniji kupci Includea su postojeći partneri te imaju 78% udjela u ukupnom broju kupaca. Posljednje mjesto dijele fakulteti, sveučilišta, škole, općine, trajektne luke te turističke zajednice imaju sve jednaki udio i to od 2%.

Uvedene su i nove dodatne opcije koje se nude kupcima, kako bi se udovoljili posebni zahtjevi kupaca te ostvarili dodatni prihodi.

Istim principom poslovanja tvrtka nastavlja i u 2017. godini. No, velike se promjene događaju unutar tvrtke. Jedna od najvažnijih upravo je realizacija direktnog inozemnog ulaganja u tvrtku i promjena strukture vlasništva. Naime, krajem 2016. godine i početkom 2017. godine, Include je aktivno radio na realizaciji prve investicijske runde. Investicija se realizirala u suradnji sa Zagrebačkom burzom (koja je sama kontaktirala Include) i Funderbeam platformom iz Estonije. Lead investor je bila Ivana Šoljana koja je ponajviše zaslužna za investicijski proces. Izrada financijskih planova se vršila unutar tvrtke, odnosno zaposlenici tvrtke Include: Ivan Mrvoš, Tomislav Mamić i Ivana Pelivan. Financijski planovi su

prezentirani investitorima preko Funderbeam aplikacije, a s većim ulagačima vršili su se sastanci i prezentacija tvrtke.

Do kraja travnja 2017. godine investicija je realizirana, te je u tvrtku uloženo 465.117 eura i to na sljedeći način:

1. Funderbeam je platforma koja funkcionira na crowdfunding (crowdinvesting) i blockchain principu te omogućuje ulaganje u startup-ove, SME-ove i bolju likvidnost vrijednosnih papira malih tvrtki
2. Na platformi su objavljeni dotadašnji podaci o tvrtki Include zajedno s budućim planovima, te tadašnjom tržišnom procjenom vrijednosti tvrtke (pre-money: 4 milijuna eura)
3. Svatko je mogao izraditi profil na navedenoj platformi i uložiti (minimalno 100 eura)
4. Nakon ulaganja od primjerice 100 eura, investitor u protuvrijednosti prima 100 tokena, odnosno 1 EUR = 1 token
5. Token je 'vrijednosni papir' kojim se može vršiti daljnje trgovanje na Funderbeamu, a njegova vrijednost se mijenja ovisno o stanju na tržištu.
6. Podaci trgovanja tokenima tvrtke Include mogu se vidjeti na sljedećem grafikonu:



Grafikon 2: Trgovanje tokenima tvrtke Include

Izvor: <https://www.funderbeam.com/syndicate/include-2> (Pristupljeno: 28.07.2019.)

7. Nakon što je kampanja na Funderbeam platformi završena, (mogućnost ulaganja je bila otvorena mjesec dana), prikupljena sredstva uložila su se u 'pomoćnu' tvrtku pod nazivom Include SPV1 OÜ u Estoniji
8. Svatko tko je uložio, ovisno o svom ulaganju ima vremenski neograničena 'kreditorska prava' u tvrtki koja, kako i sam naziv govori (Special Purpose Vehicle), služi isključivo kao posrednik i nema drugih djelatnosti niti posebnih davanja osim troškova otvaranja i održavanja tvrtke
9. Zatim SPV ulaže u temeljni kapital Includea (ovisno o tržišnoj procjeni, koja je tada iznosila oko 4 milijuna eura prije realizacije investicije)
10. Budući da je prikupljeno 465.117 EUR toj tvrtki pripada udio od 10,7%
11. Include SPV1 OÜ nije kupio udjele od većinskog vlasnika Ivana Mrvoša, nego su se udjeli u tvrtki povećali. Više nije bilo 100 udjela u nominalnoj vrijednosti po 200 kuna, nego 112 udjela. Temeljni kapital nije više iznosio 20.000,00 kuna, nego 22.400,00 kuna.
12. Kako SPV ne bi uložio svih 465.117 eura u temeljni kapital i tako postao većinski vlasnik, razlika je proknjižena u kapitalne rezerve, a na strani aktive u novac na žiro-računu koji je raspoređen po planu objavljenom na Funderbeamu
13. Obveza Includea je, u slučaju dobiti veće od 200.000 eura, SPV-u isplatiti 10,7% dobiti, a SPV će dobit isplatiti svim trenutnim vlasnicima tokena, razmjerno broju tokena koje imaju
14. Sve navedeno je definirano društvenim ugovorom i shareholders agreementom (SHA)

Realizacijom investicije, tvrtka započinje novi krug zapošljavanja, te do kraja godine Include ima ukupno 31 djelatnika.

Također, vrši se i selidba u novi adaptirani prostor. Nabavljaju se nova oprema i vozila, te stvaraju zalihe materijala u svrhu bržeg isporučivanja narudžbi koje su svakim danom stizale u još većem broju. Valja istaknuti kako se u tom periodu rok isporuke klupe od narudžbe smanjio na nepunih mjesec dana.

Klupa je plasirana i na nova tržišta, te se do kraja 2017. godine klupa nalazila na čak 27 tržišta diljem svijeta. Osim toga, proizvodni asortiman tvrtke se proširio te Steora ima nekoliko verzija prilagođenih preferencijama kupaca i partnera s različitih tržišta. Sve verzije rezultat su rada internog odjela istraživanja i razvoja.

Tablica 1: Račun dobiti i gubitka tvrtke Include

Kategorija (EUR)	2016. godina	2017. godina	2018. godina	Apsolutna promjena u odnosu na 2017. godinu	Relativna promjena u odnosu na 2017. godinu
Prihodi od prodaje	156 102	734 036	1 152 563	418 526	57%
Ostali poslovni prihodi	22 028	84 580	47 578	-37 002	-44%
Financijski prihodi	609	2 707	1 689	-1 018	-38%
UKUPNI PRIHODI	178 740	821 323	1 201 830	380 506	46%
Troškovi isporučenih dobara	80 992	406 542	517 141	110 599	27%
Bruto dobit	97 748	414 781	684 688	269 907	65%
Operativni troškovi	87 363	574 124	615 661	41 538	7%
Dobit iz poslovanja (EBITDA)	10 385	-159 343	69 027	228 370	143%
Amortizacija	1 535	15 714	25 971	10 256	65%
Financijski rashodi	2 489	13 005	16 323	3 318	26%
Dobit prije oporezivanja (EBT)	6 361	-188 062	26 733	214 795	114%
Porez na dobit	3 154	0	0		
Dobit nakon oporezivanja	3 206	-188 062	26 733	214 795	114%

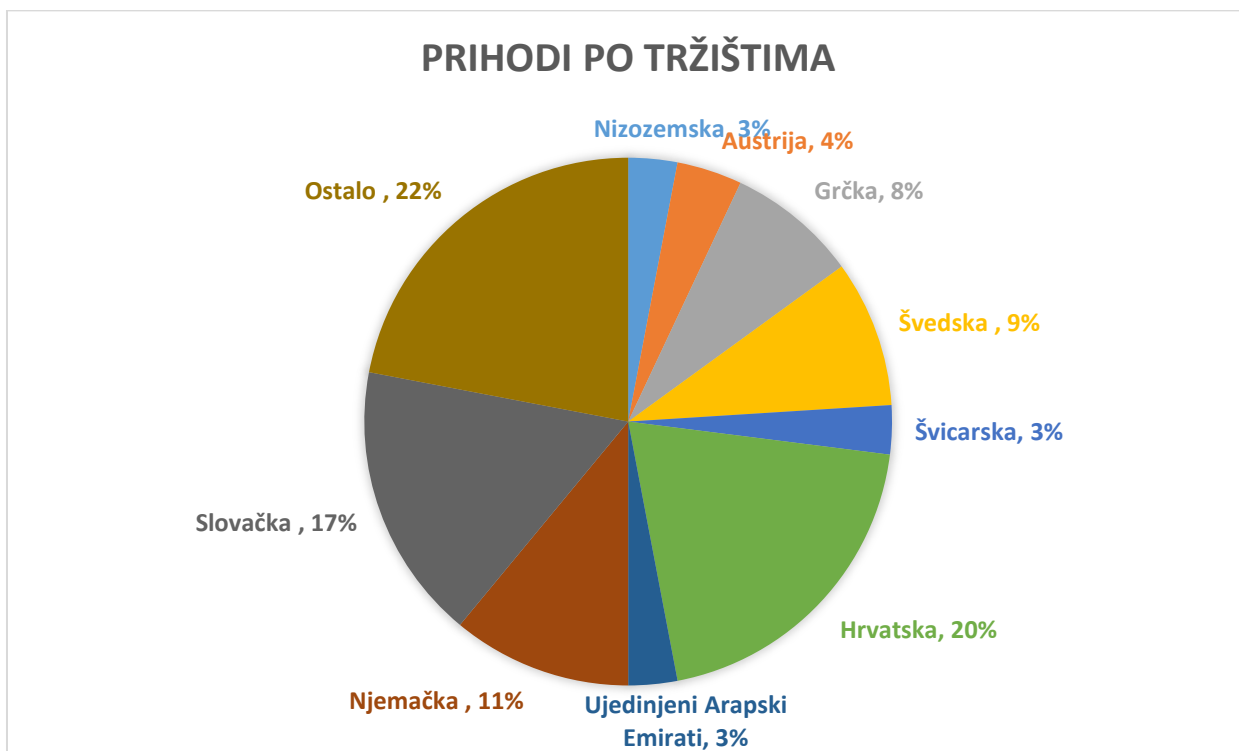
Izvor: Izrada autora

Sasvim očekivano i u skladu s planiranim, s obzirom na visinu ulaganja u odjel istraživanja i razvoja, marketinške i prodajne aktivnosti, 2017. godinu Include završava, po prvi puta, u gubitku i to u iznosu od 188 062 €. No, valja istaknuti kako se bilježi rast prihoda od 360% u odnosu na prethodnu godinu (u 2016. godini ukupni prihodi iznosili su 178 740€ dok su u 2017. godini iznosili 821 323€) . Iako su u 2017. godini prihodi bili značajno veliki u odnosu na 2016. godini, na kraju godine Include završava u gubitku jer ima prevelike rashode i to u iznosu od 980 666€.

Pozitivni neto rezultat obilježio je 2018. godinu. Tvrtka stabilizira svoje poslovanje, uspješno kontrolira likvidnost te i dalje bilježi rast svih bitnih financijskih komponenti. Prihodi od prodaje rastu 57%, a ukupni prihodi 46%.

Ukupni prihodi porasli su za 46%, a ukupni rashodi za 16%, što je rezultiralo rastom neto financijskog rezultata za 114%. Zaključuje se da je u 2018. godini napravljen dobar temelj za razvitak poslovanja, ostvarivanje veće profitabilnosti i plasman proizvoda na još veći broj tržišta nego je prvotno planirano.

Rast broja isporučenih klupa iznosi 19%. Naime, rast broja isporučenih klupa ne raste linearno s rastom prihoda od prodaje. Rast je veći upravo zbog skupljih verzija klupa, dodatnih opcija i usluga.

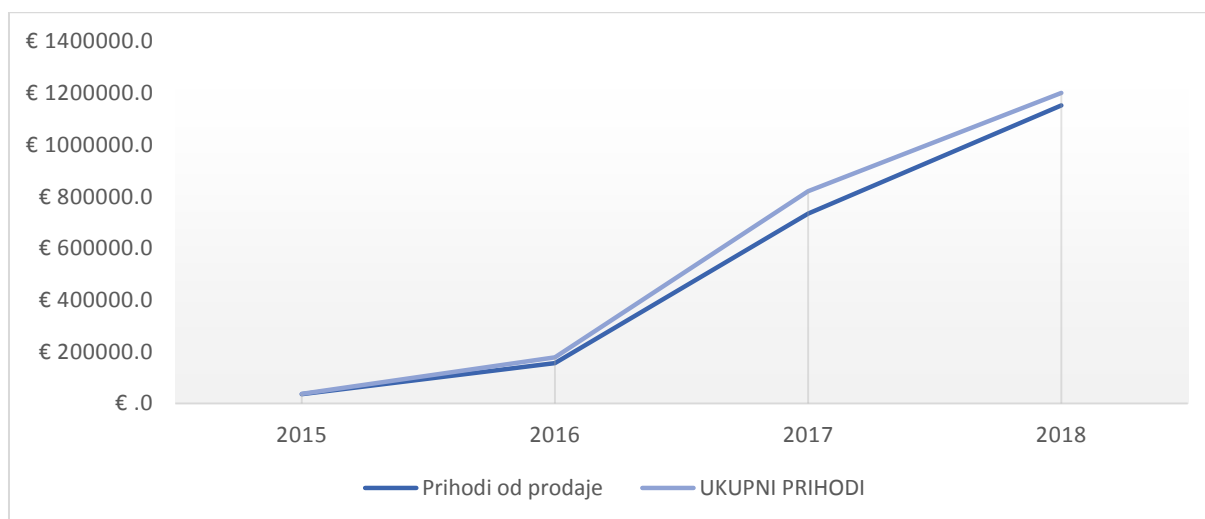


Grafikon 3: Prihodi u 2018. godini po tržištima

Izvor: https://www.include.eu/report/Include_Godisnji%20Izvjestaj%202018_HRV.pdf

(Pristupljeno: 08.08.2019.)

Iz grafikona 3 je vidljivo da je u 2018. godini tvrtka Include najviše svojih prihoda ostvarivala u Hrvatskoj i to 20%, a zatim vrlo blizu je i Slovačka sa 17% od ukupnih prihoda. Na posljednjim mjestima se nalaze tri zemlje sa istim udjelima, a to su Ujedinjeni Arapski Emirati sa 3%, zatim Švicarska također 3% te zadnja Nizozemska sa 3%.



Grafikon 4: Kretanje prihoda u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine

Izvor: izrada autora prema <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/include/Detaljno/552692>

Iz grafikona 4 se može vidjeti kretanje ukupnih prihoda te prihoda od prodaje njihovo kretanje je jednako od 2015. godine do 2018. godine te dvije linije se skoro pa preklapaju. Prihodi su bili najmanji 2015. godini kad su bili na razini ispod 100 000€ te iz godine u godinu samo rastu tako imao značajan rast iz 2016. godinu u 2017. godine kao šta je prije spomenuto narasli su za 360% te i dalje rastu u 2018. godini te na kraju 2018. iznose 1 200 000€.

5. ZAKLJUČAK

Crowdfunding predstavlja alternativni način financiranja projekata kod kojeg se novčani prilozi, najčešće vrlo male vrijednosti, skupljaju od velikog broja ljudi putem online platformi da bi se dala potpora nekoj poduzetničkoj ideji, dok se kod tradicionalnog načina financiranja veliki iznos prikuplja od malog broja izvora.

Kroz razvoj crowdfundinga razvila su se četiri tipa crowdfundinga, a temelje se na poticajima koje vlasnici projekata nude za donaciju i očekivanjima onih koji financiraju projekt.

Postoje četiri vrste crowdfundinga a to su: crowdfunding baziran na nagradama, crowdfunding baziran na donacijama, crowdfunding baziran na vlasničkim udjelima, crowdfunding baziran na posuđivanju novca.

U ovom radu se je detaljnije objašnjen crowdfunding baziran na vlasničkim udjelima ili equity crowdfunding. Te su spomenute najznačajnije equity crowdfunding platforme kao što su: Crowdcube, AngelList, Start Engine.

Equity crowdfunding je proces u kojem ljudi ulažu u tvrtku koja nije uvrštena na burzu u zamjenu za dionice tog društva. Dioničar ima djelomično vlasništvo nad tvrtkom i ostvaruje dobit ako tvrtka dobro posluje ili očekuje da će moći zaraditi s prodajom dionica ukoliko ih bude mogao prodati po cijeni višoj nego što su kupljene.

Kroz equity crowdfunding tvrtka nudi vrijednosne papire brojnim potencijalnim investitorima u zamjenu za financiranje. Svaki ulagač ima pravo na udio u tvrtki proporcionalan njihovom ulaganju. Za razliku od drugih platformi koje vam daju nagrade za crowdfunding, Equity Crowdfunding daje investitorima dio vlasništva (ili udjela u kapitalu) u poduzeću koje im pomaže u financiranju.

Jedna od crowdfunding platformi je funderbeam platforma za startup kompanije na kojoj ulagači odmah nakon inicijalne faze ulaganja mogu trgovati svojim udjelima kao da je riječ o tvrtkama izlistanima na burzi. U okviru funderbeam-a u ovom radu je detaljnije obrađena tvrtka Include.

Tvrtku Include osnovao je Ivan Mrvoš 2014. godine te u početku glavne djelatnosti tvrtke bile su dizajniranje / izrada web stranica i android mobilnih aplikacija te servis računala. Nakon nekog vremena došao je do ideje da proizvodi pametne klupe na tom putu je imao uspona i padova, ali danas je njegova tvrtka vrlo uspješna te iz godine u godinu napreduje. Njegova najpoznatija pametna klupa je „Steora“.

Osnovna karakteristika Steore su punjači za punjenje različitih tipova uređaja. Klupa pruža dva USB ulaza s plavim ambijentalnim svjetlom za punjenje bilo kojeg tipa

uređaja pomoću USB kabela. Steora se može spojiti na Internet pomoću SIM kartice, Ethernet kabela ili optičkog kabela. 15 senzora unutar Steore prate sve što se događa na klupi i oko klupe.

Steora je dostupna u 6 različitih modela, sve istog, vrlo privlačnog dizajna, a to su: Steora Standard, Steora Hybrid, Steora Urban, Steora Urban +, Steora CCTV, Steora E.

Financijski rezultati tvrtke Include su iz godine u godinu sve uspješniji iz godine u godinu. Ukupni prihodi od 2014. godine od kada je tvrtka osnovana pa sve do danas rastu. Tvrtka je jedino 2017. godine imala pad, s obzirom na visinu ulaganja u odjel istraživanja i razvoja, marketinške i prodajne aktivnosti, 2017. godinu Include završava, po prvi puta, u gubitku.

LITERATURA

1. Angel, dostupno na: <https://angel.co/> (Pristupljeno: 23.06.2019.).
2. Best Equity Crowdfunding Sites Of 2019 – From Around The World, dostupno na: <https://startupfundingsecrets.io/equity-crowdfunding-sites/> (Pristupljeno: 20.06.2019.)
3. Bolje je Hrvatski, start up tvrtka, dostupno na: <http://bolje.hr/rijec/start-up-tvrtka-gt-razvojna-tvrtka/2/>, (Pristupljeno: 09.06.2019.)
4. CFI, Equity crowdfunding, dostupno na: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/equity-crowdfunding/> (Pristupljeno 17.06.2019.)
5. Croinvest. Dostupno na: <http://croinvest.eu/rjecnik/> (Pristupljeno: 09. lipnja 2019)
6. Crowdcube, dostupno na: <https://www.crowdcube.com/explore/about-us> (Pristupljeno: 22.06.2019.)
7. Crowdfunding industry statistics 2015/2016, dostupno na: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (Pristupljeno: 10.06.2019.)
8. Đurđenić, K., (2017.): Crowdfunding – Croatian legal perspective and comparison to other sources of financing. Public Sector Economics, 41(2), str. 259-287. doi: 10.3326/pse.41.2.
9. FINIFO, dostupno na: <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/include/Detaljno/552692> (Pristupljeno: 20.07.2019.)
10. Forbes, What is equity crowdfunding, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/howardmarks/2018/12/19/what-is-equity-crowdfunding/#7cc66bb13b5d> (Pristupljeno: 17. lipnja 2019)
11. Fundable, Rewards-Based Crowdfunding, dostupno na: <https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding-guide/rewards-based-crowdfunding> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019.)
12. Funderbeam, Include, dostupno na: <https://www.funderbeam.com/syndicate/include> (Pristupljeno: 20.07.2019.)
13. Godišnji financijski izvještaj Includa (2018), dostupno na: https://www.include.eu/report/Include_Godisnji%20Izvjestaj%202018_HRV.pdf (Pristupljeno: 10.08.2019.)
14. Hafner, H. (2017). Vodič za crowdfunding, Udruga za razvoj civilnog društva SMART, Rijeka

15. Include (2019.): Steora, dostupno na: <https://www.include.eu/hr/steora/e> (Pristupljeno: 16.07.2019.)
16. Investopedia, Donation based crowdfunding, dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/d/donationbased-crowd-funding.asp> (Pristupljeno: 12.06.2019.)
17. Kulenović, M., Nikačević, A. (2015): Crowdfunding: novi način finansiranja malog i srednjeg preduzetništva i perspektiva u BiH, Zbornik Radova: Globalni mediji i društveno odgovorno poslovanje, Banja Luka Colllege, (ur. Dušanić Gačić S)
18. Rewards-Based Crowdfunding, What It Is, When It Works dostupno na: <https://www.nerdwallet.com/blog/small-business/reward-crowdfunding/> (Pristupljeno: 12.lipnja 2019)
19. Slobodna Dalmacija (2019.), dostupno na: <https://slobodnadalmacija.hr/novosti/hrvatska/clanak/id/589604/ivan-mrvos-tvrtka-ce-mi-uskoro-vrijediti-100-milijuna-kuna-ali-kad-napunim-30-završavam-sve-poslovne-aktivnosti-za-sest-godina-prodajem-svoj-udio-i-idem-u-mirovinu> (Pristupljeno: 08.07.2019.)
20. Start Engine, dostupno na: <https://www.startengine.com/> (Pristupljeno: 24.06.2019.)
21. Syndicateroom, What is equity crowdfunding, dostupno na: <https://www.syndicateroom.com/crowdfunding/equity-crowdfunding#what> (Pristupljeno 17.06.2019.)
22. Šimić Š. M., (2017/2108): Materijali iz kolegija Alternativni izvori financiranja, Ekonomski fakultet Split, Materijali s predavanja
23. Šunjerga, M. (2013): Novi izvori financiranja. Dostupno na: <http://www.poslovni.hr/trzista/novi-izvori-financiranja-254955> (Pristupljeno 10.lipnja 2019.)
24. Telegram (2017.), dostupno na: <https://www.telegram.hr/price/culi-ste-za-onog-deckas-pametnim-klupama-sad-detaljno-prica-o-debaklima-s-pocetaka-obratima-i-novoj-senzaciji-s-prikupljanjem-investicija/#> (Pristupljeno: 05.07.2019.)
25. The Pros and Cons of Equity Crowdfunding, dostupno na: <https://techvibes.com/2016/09/12/pros-and-cons-equity-crowdfunding> (Pristupljeno: 12. lipnja 2019.)
26. Top 10 Equity Crowdfunding Sites for Investors & Entrepreneurs, dostupno na: <https://www.moneycrashers.com/equity-crowdfunding-sites-investors-entrepreneurs/> (Pristupljeno: 22.06.2019.)

27. Types of Crowdfunding, dostupno na: <https://www.fundable.com/crowdfunding101/types-of-crowdfunding> (Pristupljeno: 14. lipnja 2019.)
28. What is debt based crowdfunding, dostupno na: <https://justcoded.com/blog/what-is-debt-based-crowdfunding/> (Pristupljeno: 14. lipnja 2019.)
29. What is equity crowdfunding and how does it works, dostupno na: <https://www.onmarket.com.au/about-us/blog/what-is-equity-crowdfunding-and-how-does-it-work/> (Pristupljeno: 17. lipnja 2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1: Crowdfunding ulaganja po kontinentima u 2015. godini.....	10
Slika 2: Volumen financiranja putem crowdfundinga u periodu od 2012. – 2015. godi.....	11
Slika 3: Prikaz Equity crowdfundniga	19
Slika 4: Logo tvrtke Crowdcube.....	21
Slika 5: Logo AngelLista.....	23
Slika 6: Logo tvrtke Start Engine.....	24
Slika 7 : Logo Includa.....	25
Slika 8: Raspodjela Uprave.....	31
Slika 9: Steora	32

POPIS TABLICA

Tablica 1: Račun dobiti i gubitka tvrtke Include.....	40
---	----

POPIS GRAFOVA

Grafikon 1: Segmenti kupaca tvrtke Include.....	37
Grafikon 2: Trgovanje tokenima tvrtke Include.....	38
Grafikon 3: Prihodi u 2018. godini po tržištima.....	41
Grafikon 4: Kretanje prihoda u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine.....	42

SAŽETAK

Crowdfunding je jedan od načina financiranja koji je još uvijek nepoznat i toliko se ne koristi u Republici Hrvatskoj kao što je slučaj u svijetu. Problem ovog rada je bio equity crowdfunding koji još nije razvijen u Republici Hrvatskoj i samo mali broj ljudi zna za njega.

Analizom jedne od uspješne hrvatske kampanje na Funderbeam-u u ovom slučaju to je tvrtka Include možemo zaključiti da ukoliko se ima dobra ideja i upornosti i volje se može uspjeti i preko Funderbeam-a prikupiti sredstva i uspjeti u svojoj ideji. Tvrtka Include vrlo dobro posluje od svog osnivanja pa sve do danas, iz godine u godinu širi svoje poslovanje te stvara nove proizvode kako bi privukla još šire tržište. To se može zaključiti i iz njenih financijskih rezultata koji su vrlo dobri i pozitivni osim jedne godine kada je imala dosta troškova, ali je zato imala i vrlo visoke prihode.

Ključne riječi: Crowdfunding, Equity crowdfunding, Funderbeam

SUMMARY

One of the financing methods is crowdfunding which is still unknown and is not used as much in the Republic of Croatia as it is in the world. The problem with this work was equity crowdfunding which has not been developed yet in the Republic of Croatia.

By analyzing one of the successful Croatian campaigns on Funderbeam, in this case that is company Include. We can conclude that if there is a good idea and persistence it can be successful. This can be deduced from financial results, which are positive, expect for one year when she had a lot of expenses, but because of that she had very high incomes. Company Include has been doing well since its establishment. Year after year this company has been expanding its business, creating new products to reach an even wider market.

Keywords: Crowdfunding, Equity crowdfunding, Funderbeam