Sažetak modula

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Naziv** | | **Digitalne vještine za upravljanje startup financijama** |
| **Ključne riječi** | | **Financijski menadžment, digitalne vještine, financiranje iz vlastitih sredstava (bootstrapping) grupno financiranje (crowdfunding), poslovni anđeli, rizični kapital, poduzetnički poduhvat, startup akceleratori, razvijanje financijskih institucija, poduzetnički inkubatori, tradicionalni izvori startup financiranja** |
| **Isporučitelj** | | **University of Information Technology and Management in Rzeszów, Institute for Financial Research and Analyses** |
| **Jezik** | | **Hrvatski** |
| **Područje** | | **Digitalne vještine za upravljanje startup financijama** |
| **Ciljevi/ishodi učenja** | | |
| Osnovni cilj izrađenih materijala je educirati sudionike o digitalnim vještinama koje su potrebne za upravljanje startup financijama. Implementacija tog cilja će se postići kroz sljedeće aktivnosti koje uključuju:   1. Prezentaciju tradicionalnih i inovativnih oblika sturtup financiranja, 2. Cost-benefit analizu (prednosti i nedostaci) pojedinih oblika financiranja poslovnih aktivnosti, 3. Prilagođavanje oblika financiranja planiranim ekonomskim aktivnostima.   Nakon upoznavanja s prezentiranim materijalima, sudionici će moći razlikovati metode financiranja poduzetničkih poduhvata i analizirati njihove karakteristike, ali i opravdati odabir pojedine metode korištene za financiranje poslovne aktivnosti s obzirom na dizajnirani poslovni koncept. Svaka metoda će biti prezentirana u zasebnoj tematskoj jedinici uz komentare, upute i reference za praktične primjere koji će stečeno znanje učiniti praktičnim. | | |
| **Opis** | | |
| U okviru ovog modula, daju se odgovori na dva temeljna problema vezana za pokretanje inovativne poslovne aktivnosti. Prvo je konceptualizacija. Tu su ključne digitalne vještine na koje će se staviti poseban naglasak u ovom modulu. Drugo je financiranje pokretanja poslovnih poduhvata. S obzirom na mnoštvo izvora financiranja u ekonomskom okruženju poduzeća, njihovo poznavanje je ključno za donošenje dobrih poslovnih odluka. Ovaj materijal nije namijenjen samo objašnjavanju mogućih alternativa za financiranje gospodarskih projekata. Njegova je uloga usmjerena na analizu njihovih značajki, ali i objašnjenje karakteristika koje omogućuju optimizaciju odabira izvora financiranja u odnosu na planirane gospodarske poduhvate. | | |
| **Sadržaj po točkama** | | |
| 1. **Module: Digitalne vještine za upravljanje startup financijama**    1. Tradicionalni izvori financiranja       1. Interni i neformalni izvori financiranja       2. Koncept privatnog i stranog kapitala       3. Prva linija financiranja       4. Vanjski izvori financiranja – bankarski krediti       5. Vanjski izvori financiranja - državne potpore       6. Vanjski izvori financiranja - sturtup zajmovi       7. Tradicionalni izvori financiranja – lokalne institucije/poduzetničke agencije (lokalne vlasti)    2. Crowdfunding (grupno financiranje)       1. Što je crowdfunding?       2. Vrste crowdfundinga       3. Kada izabrati crowdfunding?       4. Prednosti i nedostaci crowdfundinga       5. Činitelji uspjeha crowdfunding projekata       6. Crowdfunding u praksi    3. Rizični kapital (Venture Capital)       1. Definicija rizičnog kapitala       2. Povijest početaka rizičnog kapitala       3. Suština rizičnog kapitala       4. Faze razvoja poduzeća i kapitalna obveza fondova rizičnog kapitala       5. Prednosti i nedostaci rizičnog kapitala       6. Rizični kapital u praksi    4. Poslovni anđeli       1. Tko su poslovni anđeli?       2. Kriteriji za klasifikaciju investicijskih projekata       3. Proces financiranja projekta       4. Prednosti i nedostaci financiranja od strane poslovnih anđela       5. Poslovni anđeli u praksi    5. Sturtup akceleratori       1. Što su startup akceleratori?       2. Vrste sturt-up akceleratora       3. Činitelji izbora odgovarajućeg akceleratora       4. Prednosti i nedostaci startup akceleratora       5. Sturtup akceleratori u praksi    6. Poduzetnički inkubatori       1. Što su poduzetnički inkubatori       2. Prednosti i nedostaci poduzetničkih inkubatora    7. Financiranje iz vlastitih sredstava - Bootstrapping       1. Što je boostrapping?       2. Prednosti i nedostaci bootstrappinga       3. Strategija podizanja na vlastite noge       4. Kojim se alatima za financijsko upravljanje koristi bootstrapping?       5. Bootstrapping u praksi    8. Institucije za financiranje razvoja zajednice       1. Institucija za financiranje razvoja zajednice       2. Poduzeća koja se mogu osloniti na financiranje od strane institucija za financiranje razvoja zajednice       3. Sektori institucija za financiranje razvoja zajednice       4. Prednosti i nedostaci institucija za financiranje razvoja zajednice       5. Institucije za financiranje razvoja zajednice u praksi | | |
| **Sadržaj u tri razine** | | |
| 1. **Digitalne vještine za upravljanje startup financijama**   Strategija i izvori financiranja trebaju se prilagoditi fazi startup razvoja, kao i potrebama poduzeća. Treba imati na umu da u početnim fazama poslovanja poduzeća tradicionalni izvori financiranja igraju važnu ulogu, međutim, dobivanje vanjskog financiranja u obliku duga (tradicionalni investicijski zajam) u startup tvrtkama često postaje težak zadatak. Alternative takvom financiranju su financiranje iz vlastitih sredstava (bootstrapping), grupno financiranje (crowdfunding), poslovni anđeli, rizični kapital i drugi izvori opisani u ovom modulu.   * 1. **Tradicionalni izvori financiranja**      1. **Interni i neformalni izvori financiranja**   U početnoj fazi pokretanja poslovanja, kada postoji veliki rizik od poslovnog neuspjeha, osnivači koriste vlastitu ušteđevinu. Ovo je najuobičajeniji izvor financiranja, osobito za starupove.  Ova se vrsta kapitala naziva vlastitim kapitalom te kao svaki drugi kapital ima cijenu. Vlastiti kapital je često skuplji od stranog kapitala (npr. zajma), ali se jedini može koristiti.  Vlastiti kapital je ponekad potreban prilikom podnošenja zahtjeva za vanjsko financiranje jer pruža dodatno osiguranje investicije. Korištenje vlastitog kapitala tretira se kao ulaganje, a ne kao obveza u slučaju duga.   * + 1. **Koncepti privatnog i stranog kapitala**        1. Privatni kapital (vlastiti kapital)   To je financijski doprinos vlasnika poduzeća, partnera ili dioničara. Kapital uključuje i dobit koju je poduzeće generiralo tijekom poslovanja – ova se sredstva nazivaju interni kapital. Vlasnici samostalno odlučuju u kojem udjelu i na koji način će se sredstva alocirati.  Njegov se trošak naziva i oportunitetni trošak, tj. trošak druge moguće najbolje alternative. Zbog rizika od nepovrata na investirani kapital, njegov je trošak relativno veći od troška korištenja vanjskog kapitala (u slučaju mogućeg bankrota – vjerovnici poduzeća imaju prednost prilikom povrata sredstava, dok su vlasnici posljednji u redu).   * + - 1. Strani kapital (dužnički kapital)   Strani kapital je kapital stavljen u upotrebu za određeno razdoblje prema ugovoru. Kao i u slučaju pozajmljivanja predmeta, postoje dodatni troškovi u obliku kamate povezani s kapitalom stavljenim na raspolaganje poduzeću. Poduzeće ovu vrstu kapitala tretira kao obvezu koja se mora vratiti zajmodavcu nakon završetka ugovora, zajedno s dodatnim naknadama (kamatna stopa na zajam). Njegova je prednost dobivanje sredstava, a da se pri tome ne mijenja vlasništvo poduzeća.  Za razliku od vlastitog kapitala, strani kapital omogućava fizičkim ili pravnim osobama smanjenje poreza na dohodak, što rezultira situacijom u kojoj je strani kapital jeftiniji način financiranja poduzetničkog poduhvata.  .   * + 1. **Prva linija financiranja**   U početnoj fazi aktivnosti, kada je rizik od poslovnog neuspjeha velik, a osnivači poduzeća nemaju ušteđevinu, oni posežu za najočitijim izvorom financiranja - sredstvima obitelji i prijatelja te oni naivno vjeruju u uspjeh inicijative. Prema istraživanju koje je proveo OECD, on je, odmah nakon vlastite ušteđevine, najpopularniji izvor financiranja startupova bez obzira na karakteristike grupe ispitanika (spol, dob, obrazovanje itd.).  Glavni cilj ove vrste financiranja projekata je pokazati da poduzetnik vjeruje u svoju ideju, štoviše, njegova obitelj i prijatelji spremni su riskirati i ulagati u razvoj ideje. U SAD-u je ovaj izvor, izvor financiranja većine tehnoloških tvrtki. Međutim, treba imati na umu da bi se ta ulaganja trebala vršiti s jednakom pažnjom i formalnošću kao u slučaju vanjskih ulagača.  Prednosti takvog financiranja su niži troškovi pozajmljivanja kapitala nego u formalnim izvorima financiranja. Nedostaci uključuju rizik od nesporazuma (potrebu za povratom udjela u poduzeću ili raspodjelom dobiti).   * + 1. **Vanjski izvori financiranja – bankarski krediti**   Ovo je vjerojatno najstariji tradicionalni izvor financiranja poslovnih prilika. Vrijedno je istaknuti da se pojmovi kredit i zajam koriste kao sinonimi, iako oni to nisu. Bankovne zajmove (kredite) odobravaju samo banke u svrhu navedenu u ugovoru i uzimajući u obzir odredbe Zakona o banci. Druge institucije (ne samo financijske) mogu odobravati zajmove ukoliko imaju sredstva, uzimajući u obzir odredbe građanskog prava.   * + - 1. Politika zajma   Kao dio svoje politike, banke pokušavaju eliminirati investicijski rizik, što u praksi znači da se situacija osobe/institucije koja podnosi zahtjev za zajmom strogo procjenjuje. Prilikom prijave za bankovni zajam, potrebno je pokazati odgovarajuću kreditnu povijest, često i kolateral (npr. nekretnine). Stoga, zbog prirode posla, kao i prosječne dobi osnivača, startupovi imaju poteškoća s dobivanjem bankovnog zajma. Svaka banka ima svoju kreditnu politiku prilagođenu trenutnoj situaciji u gospodarstvu, tržišnim propisima, kao i aktivnostima konkurenata. Uz to, svaka banka analizira kreditni rizik prema vlastitim strategijama i određuje vlastite zahtjeve za kreditnom sposobnošću. Kao i svako poduzeće, banke također često definiraju ciljnu skupinu klijenata i za tu skupinu razvijaju financijske proizvode. Banke, međutim, ne mogu slobodno diktirati cijene, jer su sve aktivnosti tih institucija regulirane nacionalnim i EU zakonodavstvom.   * + - 1. Kreditna sposobnost   Kreditna sposobnost je sposobnost otplate potencijalnog duga (kredit/zajam s kamatama i ostalim naknadama).  Poduzeće koje podnosi zahtjev za kredit mora instituciji dostaviti registracijske i financijske dokumente, poput bilance, računa dobiti i gubitka i izvještaja o novčanom tijeku, kao i potvrdu o ispunjavanju obveza prema javnim i pravnim institucijama (porezni ured, osiguranje, doprinosi). Međutim, fizičke osobe moraju unaprijed poslati svoj profil pouzdanog zajmoprimca, uključujući, između ostalog, izjave o kreditnim obvezama kao i iznos primljenog dohotka. Jedan od glavnih čimbenika koje banke uzimaju u obzir pri procjeni kreditne sposobnosti su: vrijednost posjedovane imovine, struktura poduzeća, kapital, obveze, uključujući izvore financiranja. S gledišta poslovanja poduzeća važni su i čimbenici kao što su konkurentnost, razina prihoda i operativni troškovi.   * + - 1. Prednosti i nedostaci korištenja bankarskih kredita za financiranje   Dug ima svoje prednosti - prije svega poznati su njegovi troškovi, a istodobno se ne odričemo udjela u poduzeću u zamjenu za korištenje kapitala. To je strani kapital, stoga je njegov trošak relativno niži nego u slučaju vlastitog kapitala. Najveći nedostatci financiranja dugom uključuju potrebu za osiguranjem vrijednosti zajma, dokazivanje odgovarajuće kreditne povijesti i održavanje financijske likvidnosti na odgovarajućoj razini.  Sažetak:  **Prednosti**:  - bankarski proizvodi prilagođeni veličini i prirodi poduzeća,  - mogućnost primanja takozvanog investicijskog zajma za složenija ulaganja,  - dobivanje mišljenja o projektu od banke,  - prethodno poznati troškovi financiranja.  **Nedostatci**:  - potreba za osiguranjem vrijednosti zajma,  - potreba za odgovarajućom kreditnom poviješću,  - potreba za održavanjem financijske likvidnosti na odgovarajućoj razini.   * + 1. **Vanjski izvori financiranja – državne potpore**        1. Što su državne potpore?   Državne potpore su novac koji vlada daje poduzećima kao pomoć za njihov rast kroz određeno vrijeme. Bespovratna sredstva se mogu koristiti (ovisno o programu) za pokretanje poduzeća, razvoj novog proizvoda ili kupnju potrebne opreme. Najveća prednost subvencije je činjenica da se radi o bespovratnoj pomoći, tj. nije je potrebno vratiti niti je potrebno platiti kamate na primljeni iznos.  Primanje subvencije često se može smatrati izuzetno dugotrajnim i složenim postupkom, a pri tome postoji i mnogo pojedinaca koji će nas pokušati uvjeriti da ideja neće dobiti potporu  Bespovratna sredstva mogu biti predviđena za usku specijalizaciju, tržišne niše, što može otežati primanje bespovratnih sredstava ili pronalaženje programa u kojem projekt može biti kvalificiran za ocjenu. Kriteriji za trošenje primljenih sredstava se moraju strogo nadzirati.  Subvencija se obično dodjeljuje određenom projektu, a rjeđe za takozvani "startup". Ovisno o programu državnih subvencija, prilikom aplikacije poduzeće mora pripremiti niz različitih dokumenata, a najčešći uključuju poslovni plan i opis ideje.  Državne subvencije se često odnose na trošenje novca prije nego što se primi subvencija, a tek se onda dobiva povrat novca. Postoje i određena rješenja u kojima se subvencija pruža od početka aktivnosti.   * + - 1. Aktivnosti usmjerene na dobivanje financijskih sredstava   Detaljni koraci i zahtjevi za prijavu za državne potpore mogu se razlikovati od programa do programa. Međutim, postoje osnovni koraci/aktivnosti koje treba slijediti prilikom prijave za financiranje iz državnih potpora.  Prije pokretanja postupka prijave, potrebno je pažljivo ispitati zahtjeve tijela koje dodjeljuje donaciju. Treba imati na umu da je sam postupak dugotrajan, pa na samom početku vrijedi utvrditi je li to financiranje prikladno za ideju koja se želi realizirati. Prilikom prijave za bespovratna sredstva, potrebno je dokazati da opisana poslovna ideja zaslužuje potporu u obliku bespovratne pomoći. Stoga je nužno pripremiti vrlo detaljan opis projekta, svrhu i kako će subvencije utjecati na njegovo postizanje. Pored toga, potrebno je uključiti podatke o poduzeću i ljudima koji ga predstavljaju i koji se prijavljuju za financiranje - uključujući iskustvo, znanje, vještine - posebno u području koje pokriva buduća ulaganja te povijest poduzeća na tržištu. Posljednja, ali ne manje važna stvar je vrednovanje projekta - troškovi provedbe projekta i iznos tražene potpore. Uz to, u postupku prijave za sredstva potrebno je naznačiti trajanje projekta, kao i dokazati u kojoj mjeri i kako odgovara uvjetima programa bespovratnih sredstava. Ukratko, potrebno je dokazati zašto bi baš naše poduzeće trebalo primiti novac.   * + - 1. Prednosti i nedostaci financiranja bespovratnim sredstvima, uključujući državne potpore   **Prednosti:**  - obično su bespovratna,  - imaju pozitivan utjecaj na razvoj poduzeća,  - poboljšavaju konkurentnost poduzeća na domaćem i stranom tržištu,  - mogu se dodijeliti (ovisno o programu) za kupnju opreme, inovativne tehnologije, obuku za zaposlenike,  - "prisiljava" poduzeće da dugoročno razmišlja o razvoju poduzeća (bez podrške, mnoga se poduzeća ne bi odlučila za ulaganja koja su ključna za njihov razvoj).  **Nedostatci:**  - složen postupak prijave,  - dugotrajan postupak prijave za sredstva (priprema zahtjeva, kao i razdoblje njegove ocjene),  - opsežna projektna dokumentacija i složeni rječnik (kako prije primanja subvencije, tako i tijekom provedbe projekta i nakon završetka),  - potreba da se kontinuirano slijede smjernice i propisi,  - potreba da se provode napravljeni planovi,  - nije dostupno za sve oblike i vrste aktivnosti, često usmjeren na određene specijalizacije i industrije,  - ponekad je potrebno osigurati vlastiti doprinos i sigurnost.   * + 1. **Vanjski izvori financiranja – startup zajmovi**        1. Izvor startup zajmova   Postoje nacionalni programi koji nude zajmove do godinu dana za pružanje financijske pomoći ljudima svih dobnih skupina za pokretanje ili razvijanje posla. Osim financijske potpore, takvi programi pružaju i značajnu sadržajnu potporu.  U kontekstu sredstava Europske unije stvaraju se programi koje provode lokalne samouprave ili druge institucije, nudeći zajmove po povlaštenim uvjetima, koji su često usmjereni na određene skupine budućih poduzetnika.     * + - 1. Prednosti i nedostaci financiranja startupa zajmovima:   **Prednosti**  - relativno visok iznos zajma,  - povoljni uvjeti,  - širok spektar korisnika,  - kratko vrijeme dobivanja financiranja,  - mogućnost primanja podrške od mentora,  - financiranje usmjereno na startupove.  **Nedostatci:**  - primljena sredstva se moraju vratiti,  - potrebno osiguranje zajma,  - svaki program ima različite zahtjeve, često i egzaktne rokove za podnošenje prijava,  - često su točno definirane ciljne skupine korisnika (studenti završnih godina, maturanti, nezaposleni).   * + 1. **Tradicionalni izvori financiranja – lokalne institucije/poduzetničke agencije (lokalne vlasti)**   I na lokalnoj razini postoje mogućnosti za financijsku potporu. Lokalne vlasti stvaraju jedinice čiji je zadatak podržati lokalno poduzetništvo - ako ne ponude financiranje, zasigurno će imati uredski prostor za nove poduzetnike ili će naznačiti druge lokalne izvore financijske potpore. Potrebno je obratiti se gradskoj upravi ili instituciji kao što je poduzetnička agencija kako bi se saznalo postoje li u određenom gradu takva rješenja.  Osim toga, ako financiranje ovisi o proširenju izvan zemlje, korisne se informacije mogu dobiti s lokalnih točaka Enterprise Europe Network (<https://een.ec.europa.eu/>).   * 1. **Grupno financiranje (Crowdfunding)**      1. **Što je crowdfunding?**   Crowdfunding je oblik financiranja različitih vrsta projekata od strane zajednice koja se organizira ili će biti organizirana oko tih projekata. U takvom slučaju projekt se financira velikim brojem malih, jednokratnih uplata osoba koje su zainteresirane za projekt.  Crowdfunding uključuje pristup Internetu. Idejni začetnik projekta traži financijsku potporu od korisnika Interneta, a zauzvrat nudi određene pogodnosti. Ovisno o obliku crowdfundinga, oni uključuju gotov proizvod, popust na njegovu kupnju (kad je dostupan za prodaju), povrat uloženog kapitala plus kamate i još mnogo toga. U praksi postoje i drugi oblici pogodnosti. Internet trenutno nudi brojne usluge koje omogućuju stvaranje zajednice i prikupljanje novca u određene svrhe. Zanimljivo je da opseg projekata koji se financiraju na ovaj način ne podliježe nikakvim ograničenjima. Ovdje treba spomenuti projekte kao što su računalne igre, mobilni uređaji ili izumi te inovativni proizvodi za svakodnevnu upotrebu.  Ovaj model financiranja poslovnih projekata nalikuje svojevrsnom trojcu, koji se sastoji od: 1) osobe (poduzetnika) koja prijavljuje potrebu za financijskim sredstvima, 2) gomile zainteresirane za uključivanje u ovaj poduhvat i pružanje financijske potpore poslovnoj ideji, 3) mrežna platforma/crowdfunding organizacija koja povezuje obje strane.   * + 1. **Vrste crowfundinga**   U praksi postoje četiri osnovna oblika crowdfundinga. Ona uključuju:   1. donacijski crowdfunding, 2. nagradni crowdfunding, 3. dužnički crowdfunding, 4. kapitalni crowdfunding.   **Donacijski crowdfunding** se temelji na donacijama. U tom slučaju, ljudi doniraju novac određenoj kampanji, poduzeću ili osobi, a da ništa ne traže zauzvrat. Primjer bi mogao biti kada kreirate crowdfunding kampanju za kupnju nove opreme za svoje poduzeće. Ljudi koji doniraju sredstva u tu svrhu žele pružiti potporu razvoju poduzeća i ne očekuju nikakve koristi zauzvrat.  **Dužnički crowdfunding** se odnosi na zajmove koji su oblik društvenog financiranja. U slučaju donacija na temelju duga, novac koji su sponzori založili je zajam i mora se vratiti s kamatama u određenom roku.  **Nagradni crowdfunding** jest situacija u kojoj donatori (ljudi koji financijski podržavaju određeni projekt) dobiju nešto zauzvrat za svoju donaciju. S obzirom na to da se primljene nagrade razlikuju ovisno o veličini donacije, osobe koje sudjeluju u crowdfundingu se potiču na veće doprinose. Iznos naknade (i u novcu i u stavkama) ovisi o iznosu uloženom u projekt (što je veći iznos ulaganja, to je nagrada vrjednija ili je naknada veća).  **Kapitalni crowdfunding** se razlikuje od gore spomenutih oblika financiranja. Iako neke crowdfunding kampanje ne dopuštaju sponzorima da posjeduju dio posla (koji podržavaju), crowdfunding omogućuje malim poduzećima i startupovima da se odreknu nekih svojih dionica u zamjenu za financiranje. Ovakva vrsta donacije vrsta je ulaganja za koje njezini sudionici dobivaju udjele u poduzeću na temelju vrijednosti dodijeljenog financiranja.   * + 1. **Kada izabrati crowdfunding?**   Crowdfunding je prikladno rješenje u situaciji kada poduzetnik:  • ima za cilj financirati jedan projekt, tj. ne tretira crowdfunding kao neprekinuti izvor financiranja njegovih aktivnosti;  • ima i nastavlja razvijati poslovni model i zna kako će proizvoditi i distribuirati svoje proizvode/usluge;  • crowdfunding tretira kao neku vrstu pretprodaje zahvaljujući kojoj je u mogućnosti unaprijed prikupiti novac za ponudu koju će proizvesti i predstaviti tržištu;  • pretpostavlja popularizaciju projekta putem masovnog financiranja i vjeruje u marketinšku vrijednost ove vrste kampanje;  • svjestan je da to nije lagan novac i da se samo profesionalna poduzeća mogu nositi s pritiskom vremena i tisuća ulagača.  Uspješna crowdfunding kampanja zahtjeva puno rada dok istodobno njezino pokretanje ne garantira uspjeh. Važno je osigurati dobro promišljenu marketinšku poruku te da su načini promocije kampanje i nagrađivanja sponzora (u slučaju nagradnog crowdfundinga) isplativi.  Najpopularnije crowdfunding platforme uključuju:  1) GOFUNDME (<https://www.gofundme.com/>)  2) INDIEGOGO (<https://www.indiegogo.com/>)  3) KICKSTARTER (<https://www.kickstarter.com/>)  4) FUNDLY (<https://fundly.com/>)  5) JUSTGIVING (<https://www.justgiving.com/>)   * + 1. **Prednosti i nedostatci crowdfundinga**        1. Investitori mogu mnogo zaraditi investirajući u crowdfunding. Prije svega, investitori cijene nisko rizične poslovne poduhvate, a crowdfunding je upravo to. U isto vrijeme, budući da je to dio financijskog tržišta, investitori ne moraju brinuti o utjecaju uvjeta u kojima se nalazi gospodarstvo ili burze na njihove investicije. Treće, lakoća pridruživanja crowdfunding kampanji znači da investitori mogu donirati novac za projekt ili poduzeće izravno na mreži. U konačnici, kapitalni crowdfunding omogućuje investitorima financiranje više od jedne kampanje, što im pomaže proširiti njihove financijske mogućnosti i diversifikaciju investicijskih portfelja.        2. Detaljan opis prednosti i nedostataka ove metode financiranja poslovnih projekata, sa stajališta i subjekta koji aplicira za kapital i investitora, je prikazan u donjoj tablici (prosinac, 2015.).  |  |  | | --- | --- | | **Prednosti** | **Nedostatci** | | Mogućnost financiranja bez posjedovanja financijske imovine; | Poteškoće u komunikaciji i pravovremenom ispunjanju obveza; | | Kvaliteta proizvoda ponuđenih kroz crowdfunding je općenito visoka; | Asimetrija u pristupu informacijama između investitora i vlasnika projekta; | | Nizak rizik da će vlasnik projekta izgubiti kontrolu nad poslovnim poduhvatom; | Relativno visok trošak servisiranja distribuiranih investitora; | | Korištenje «mudrosti mnoštva» (dobivanje vrijednih povratnih informacija od sudionika kampanje); | Rizik nepodudaranja proizvoda s očekivanjima korisnika Interneta; | | Stvaranje skupine vrijednih primatelja budućih proizvoda i usluga; | Rizik od plagijarizma proizvoda na temelju informacija koje su o njemu dostupne na mreži; | | Smanjenje troškova distribucije (ponuda je namijenjena većem broju ljudi u isto vrijeme); | Rizik spekulacije (mnogi investitori traže mogućnosti za investiranje, ali nije moguće implementirati sve projekte); | | Niski troškovi pripreme crowdfunding kampanje; | Može postojati gornja granica vrijednosti investicije ili ograničenje broj priloga pojedinog investitora; | | Minimiziranje geografskih ograničenja za investitore; | Nisu potpuno jasni pravni uvjeti;; | | Pozitivni rezultati marketinga od usta do usta u kombinaciji s mogućnostima koje nude platforme za crowdfunding; | Određeni stupanj «ovisnosti» o velikom broju pojedinačnih investitora; | | Stvaranje trajnih odnosa s investitorima zahvaljujući transparentnosti projekta. | Nije svaki projekt prihvatljiv za crowdfunding (najprihvatljiviji su oni vrijedni između $ 5,000 i $ 15,000). |  * + 1. **Činitelji uspjeha crowdfunding projekata**   Potrebno je istaknuti da ne postoji jedinstveni pristup iniciranja i pokretanja crowdfunding projekata, o čemu svjedoče brojni i raznoliki oblici implementacije takvih projekata. Međutim, postoje tri ključna područja koja se mogu smatrati početkom puta do uspjeha.  **1. Komunikacija s onima koji podupiru projekt**  U crowdfundingu je bitno da su radnje transparentne i da ih sponzori razumiju. Ovakav je pristup primjenjiv i za vrijeme kampanje i u razdoblju nakon što kampanja završi. Transparentnost poruka gradi povjerenje u radnje provedene tijekom razvoja i provedbe projekta. Zauzvrat, uspješno završena crowdfunding kampanja se fokusira na razvijanje odnosa s ljudima koji podržavaju uspjeh financiranog poduhvata.  **2. Stvaranje relevantnih i zanimljivih marketinških materijala**  Relevantni i zanimljivi marketinški materijali će omogućit učinkovito razlikovanje kampanje od ostalih. Ključno je uspostaviti emocionalni odnos između financijera i proizvoda koji je predmet kampanje. Ova veza određuje ne samo brigu za proizvod u trenutku ulaganja, već i naknadnu odanost proizvodu i marki. S obzirom na to da se svakodnevno pokreću nove crowdfunding kampanje, važno ih je razlikovati. Stvaranje prepoznatljivog promotivnog materijala i njegovo učinkovito širenje na mreži obično su dva najbolja načina za stjecanje prepoznatljivosti.  **3. Priprema kampanje prije kretanja uživo**  Za optimalne rezultate crowdfundinga, potrebno je prije pokretanja pripremiti kampanju za crowdfunding financiranje. U tu svrhu potrebno je o tome obavijestiti najmilije i pojačati aktivnost na društvenim mrežama informiranjem o planiranom poduhvatu. Takav pristup omogućit će ne samo potencijalnim sudionicima da kampanju pronađu na mreži, već i da se financijski uključe u njezinu provedbu. Te aktivnosti zahtijevaju vrijeme i pripremu materijala, kao i samog poduzetnika za pokretanje i provođenje učinkovite kampanje. Ad hoc radnje neće biti učinkovite. Kao posljedica toga, nizak interes za projekt pretvorit će se u njegov neuspjeh, što će blokirati mogućnost učinkovitog posezanja za ovom vrstom sredstava u budućnosti.  Učinkovito prikupljanje sredstava putem crowdfundinga zahtijeva dizajn i provedbu sljedećih aktivnosti:  1. Odabir odgovarajuće (prilagođene karakteristikama određenog projekta) platforme za crowdfunding financiranje.  2. Postavljanje realnog cilja (npr. očekivani iznos financiranja), kao i trajanje kampanje.  3. Razvoj marketinških materijala (po mogućnosti prilagođenih i sadržajno dorađenih).  4. Priprema niza nagrada diferenciranih prema razini osiguranog financiranja, te istodobno poticanje najveće kapitalne obveze u projektu.  5. Širenje informacija o kampanji, prvo među obitelji i prijateljima, a zatim u vanjskom okruženju.  6. Održavanje kontakta s ljudima koji su izvršili uplate tijekom crowdfunding kampanje, kao i nakon njenog završetka.   * + 1. **Crowdfunding u praksi**   Na Internetu postoje mnoge platforme za crowdfunding koje se mogu koristiti pri pokretanju posla. Ispod je 5 primjera najboljih poslovnih kampanja za crowdfunding svih vremena koje je rangirao Forbes.   1. **Pebble E-Paper Watch**, je jedan od prvih jeftinih pametnih satova na tržištu. Projekt je prikupio $10 266 845 u samo 37 dana. 2. **Ouya** je konzola za igre otvorenog koda koja je obuzela igračku zajednicu, prikupivši preko $ 8,5 milijuna u 29 dana. 3. **Pono Music** je projekt vezan za glazbeni uređaj visoke rezolucije koji pruža iskustvo slušanja u skladu s namjerama umjetnika. U roku od 30 dana projekt je prikupio preko $ 6 milijuna. 4. **Bitvore** je odgovor na Big Data dileme. Rješenje se bazira na AI temeljima koja pružaju informacije o glavnim pokazateljima poslovnog raspoloženja i povezanim ekonomskim rizicima. Bitvoreova crowdfunding kampanja završila je s $ 4.500.000. 5. **The** **Dash** je prva pametna bežična slušalica na svijetu. Rješenje kombinira funkciju glazbenog playera i fitness trekera. Dash projekt prikupio je $ 3.390.551 u 50 dana.    1. **Rizični kapital (Venture capital)**       1. **Definicija rizičnog kapitala**   Rizični kapital je pojam koji se često izjednačava ili čak koristi naizmjenično s pojmom privatni kapital. U praksi se često govori o tržištu privatnog kapitala/rizičnog kapitala. Fenomen miješanja ovih pojmova ili njihove međusobne uporabe je čest u Europi. Iako oba pojma definiraju suvremene oblike financiranja poduzeća, temeljne razlike se mogu uočiti već u trenutku ulaska kapitala u financirano poduzeće i povezanom riziku. Tržište privatnog kapitala pokriva sljedeće vrste korporativnog financiranja: rizični kapital, otkupni kapital (financiranje upravljačkih otkupa), mezzanin kapital ili određene fondove nekretnina.  Prilikom implementacije privatnog kapitala, investitori prenose svoj kapital tvrtkama s visokim potencijalom rasta koje ne kotiraju na burzi. Ovo financiranje nije usmjereno samo na osnivanje i početni razvoj poduzeća, već i na daljnje faze njegova razvoja. Privatni kapital sastoji se od srednjoročne ili dugoročne kapitalne obveze, pri čemu se ulagač može uključiti u upravljanje poduzećem koje je predmet ulaganja.  Rizični kapital je u teoriji uži pojam, jer je samo jedan od segmenata privatnog kapitala. Međutim, u praksi bi razlika između privatnog kapitala i rizičnog kapitala trebala biti prilično jednostavna, jer je često vrlo teško utvrditi gdje završava faza sazrijevanja rizičnog kapitala i započinje faza rasta financirana privatnim kapitalom.  Rizični kapital je oblik srednjoročnog ulaganja u dionice poduhvata u ranoj fazi njegovog razvoja. Visok rizik povezan s investicijom kompenzira se većom očekivanom stopom povrata ulaganja. Rizični kapital jedan je od specijaliziranih segmenata tržišta privatnih dionica.  Rizični kapital je ulaganje koje provode privatne osobe, posebni fondovi ili institucije u ranoj fazi razvoja poduzeća, kada još uvijek postoji relativno visok rizik od neuspjeha poduhvata. Na taj način investitori pomažu u najtežem razdoblju razvoja poduzeća, tj. sazrijevanju, do trenutka dok poduzeće postaje dovoljno zrelo da mogu unovčiti udjele s dobiti ili ih uvesti na burzu[[1]](#footnote-1).  Tradicionalni pristup razumijevanju koncepta rizičnog kapitala predstavlja J. Węcławski. Prema njemu se rizični kapital može definirati kao privatni kapital koji na ograničeno razdoblje ulažu vanjski ulagači u mala i srednje velika poduzeća s inovativnim proizvodom, metodom proizvodnje ili uslugom koji još nisu verificirani od strane tržišta i stoga predstavljaju visok rizik od neuspjeha ulaganja. Međutim, istodobno u slučaju uspješnog poduhvata, dolazi do značajnog porasta vrijednosti uloženog kapitala koji se realizira prodajom dionica[[2]](#footnote-2).  Ulagač može pomoći u upravljanju subjektom, npr. pružiti pomoć u provedbi istraživanja tržišta, u određivanju strategije razvoja, u određivanju tržišne strategije, stvaranjem kontakata s potencijalnim klijentima, u pregovorima, u upravljanju i kontroli računovodstva, u zapošljavanju zaposlenika, u upravljanu rizikom, pružanjem pravne pomoći ili drugo[[3]](#footnote-3).   * + 1. **Povijest početaka rizičnog kapitala**   Razni autori na različite načine opisuju početke razvoja rizičnog kapitala. Neki podrijetlo ove vrste financiranja stavljaju u srednji vijek i kasnije, kada su se financirala pomorska putovanja čija je svrha bila pronalaženje novih trgovačkih putova ili trgovina s dalekim zemljama. Bez obzira na svrhu putovanja, ona su uvijek sa sobom nosila veliki rizik. Jedan od takvih primjera je putovanje Christopher Columbusa u potrazi za novim putem prema Indiji. Njegova revolucionarna ideja, utemeljena na pretpostavci da je zemlja okrugla, predstavljala je ogroman rizik, jer u to vrijeme ta ideja nije bila dokazana. Nakon mnogih pustolovina, Columbus je napokon uspio pronaći "investitora" koji se usudio financirati ovu vrstu projekta, a to je bila katolička španjolska kraljica Isabella I. Za pretpostaviti je da se kraljica, ulažući znatna sredstva, nadala da će nakon pronalaska novog, boljeg puta do Indije od toga profitirati. Sada znamo da Columbus u konačnici nije pronašao put do Indije, ali je Španjolska tijekom mnogih desetljeća uzimala ogromnu dobit od svojih kolonijalnih dobitaka[[4]](#footnote-4).  Neki drugi autori vezuju početke rizičnog kapitala za razvijenije oblike ulaganja koji su se dogodili u SAD-u i razvijenim zemljama zapadne Europe na početku prve industrijske revolucije. U to su vrijeme, posebno banke, ali i bogate obitelji, odlučile financirati brzorastuća poduzeća koja su obećavala veliku dobit.  Iako podrijetlo rizičnog kapitala ima korijene i u Europi, ovaj se oblik financiranja zapravo razvio 1820-ih i 1830-ih u SAD-u[[5]](#footnote-5). Pravi razvoj rizičnog kapitala započet je neposredno nakon završetka Drugog svjetskog rata u SAD-u. R.E. Flanders, predsjednik Banke Federalnih Rezervi u Bostonu, se smatra ocem stvaranja ideje o stvarnom rizičnom kapitalu. On je, vidjevši ekonomsko usporavanje u SAD-u koje je proizlazilo iz vrlo restriktivnih zakonskih propisa koji su sprječavali da se vladin i javni kapital ulaže u novoosnovana poduzeća, odlučio uvjeriti predstavnike znanosti u svoju ideju. Uspio je pridobiti predstavnike Harvard University-a i Massachusetts Institute of Technology, te su oni 1946. osnovali American Research Development (ARD). Ova je institucija odlučila podržati nove, prethodno neprihvaćene, poduhvate. Ideja o uspostavljanju takve organizacije se činila vrlo jednostavnom kako bi se prikupio odgovarajući kapital, uložilo u novonastala poduzeće te čekalo na dobit. Iako se tijekom prvih godina svog rada ARD borio s velikim financijskim problemima, ulaganje u tvrtku Digital Equipment Corporation (DEC) omogućilo je spektakularni uspjeh i zapravo postavilo trendove u daljnjem razvoju rizičnog kapitala[[6]](#footnote-6). Uspjeh ARD-a je bio jasan signal da je brzi razvoj gospodarstva moguć osiguravanjem financiranja i razvoja startupova.  Razvoj rizičnog kapitala se malo usporio u 1970-ima zbog recesije uzrokovane naftnom krizom, ali je 1980-ih i kasnije ponovno zabilježen brzi rast uvjetovan porastom broja financiranih poduhvata.   * + 1. **Suština rizičnog kapitala**   Fondovi rizičnog kapitala traže perspektivne startupove ili ljude s inovativnom idejom. Ti fondovi vrlo često traže nova poduzeća u brzorastućim industrijama. Nakon pronalaska odgovarajućeg subjekta, oni, u zamjenu za udjele, osiguravaju kapital koji omogućuje tom entitetu da započne i razvija svoje poslovanje. Fondovi rizičnog kapitala najčešće ne kupuju većinski udio u subjektu jer njihova svrha nije preuzimanje ili upravljanje takvim subjektom. Te institucije smatraju da se osnivaču ne smije oduzeti njegovo vlasništvo, jer se oduzimanjem vlasništva on ne bi u potpunosti posvetio njegovu razvoju. To ne znači da je fond potpuno nezainteresiran za sudbinu poduzeća nakon osiguravanja kapitala. Ponovno kapitalizirani subjekti mogu računati na ciljanu pomoć u višedimenzionalnom opsegu. Za fond je u početnoj fazi bitna osoba (tim) koja ima dobru ideju i u fazi je pokretanja poslovanja. U ovoj je početnoj fazi vrlo važna kreativnost te znanje ili iskustvo u određenom polju na kojem se temelji ideja projekta. Iako se traže vizionari, fond shvaća da takvi ljudi imaju svojih nedostataka. Oni ne moraju nužno biti upoznati s poslovanjem. Osim osiguravanja kapitala, fond u suradnji s vlasnikom može pružiti i potrebno temeljno znanje u odabranim područjima poslovanja poduzeća.  Fond ulaže kapital u srednjem roku. Nada se da će uložena sredstva i ponuđena pomoć omogućiti dinamičan razvoj poduzeća i povećanje njegove vrijednosti, tako da bi, nakon određenog vremenskog razdoblja, fond mogao prodati svoje dionice s dobiti. Najčešće se s prijedlogom za otkup dionica fond prvo obraća vlasniku. Ako vlasnik ne želi otkupiti dionice, fond traži druge kupce na otvorenom tržištu.  Pronalaženje investitora u obliku fonda rizičnog kapitala znači i prestiž za sam subjekt. Naime, to znači da je profesionalna institucija specijalizirana za traženje "bisera inovacija" odlučila podržati razvoj subjekta. Subjekt će moći računati na značajnu pomoć, ali će se i njegova pregovaračka snaga u kontaktima s drugim tržišnim igračima povećati. Bit će lakše pronaći dobavljače i razgovarati s financijskim institucijama ili dobavljačima. Kada fond napusti poduzeće prodajom svojih dionica, neće zahtijevati povrat uloženih sredstava pa se poduzeće može nastaviti razvijati.   * + 1. **Faze razvoja poduzeća i kapitalna obveza fondova rizičnog kapitala**   Pet je faza razvoja poduzeća koje mogu biti od interesa za fondove rizičnog kapitala.   1. **Faza sjemena -** stvaranje ideje ili poslovnog koncepta. To je vrlo rizična investicija u vrlo ranoj fazi, koja se može isplatiti u relativno dugom vremenskom razdoblju; teško je dobiti financiranje rizičnim kapitalom u ovoj fazi ulaganja, jer poduzeće još nije osnovano. U ovoj fazi treba se radije obratiti individualnom investitoru, tj. poslovnom anđelu. 2. **Startup (pokretanje) faza** - poduzeće započinje svoju aktivnost, ideja i proizvodi podliježu tržišnoj provjeri, postoje financijske potrebe za ulaganjima u razvoj proizvoda i teško je ili čak nemoguće dobiti financiranje iz tradicionalnih izvora. Poduzeće još ne ostvaruje značajne prihode i potreban mu je kapital. U ovoj fazi razvoja poduzeća se fondovi rizičnog kapitala angažiraju vrlo rijetko jer je rizik za ulagače i dalje previsok, imaju premalo financijskih i tržišnih podataka. Iako je proizvod već na tržištu, još nije u potpunosti odobren, prodaja mu je mala i nema naznaka da će ga široki krug kupaca dobro prihvatiti. 3. **Faza razvoja** - poduzeće posluje već neko vrijeme, a tržište je prihvatilo ponudu, pa postoji potreba za razvojem i poboljšanjem tržišne pozicije. Prihodi od prodaje još uvijek ne pokrivaju troškove poslovanja, a financijske potrebe su ogromne i još uvijek rastu. Zbog svoje kratke povijesti i nedostatka pozitivnih financijskih rezultata, poduzeće ima male mogućnosti za dobivanje sredstava iz tradicionalnih oblika financiranja, pa je često jedina moguća alternativa za financiranje fond rizičnog kapitala. Situacija poduzeća je neizvjesna, fondovi rizičnog kapitala imaju oskudne financijske podatke o subjektu, ali još uvijek je moguće relativno jeftino kupiti dionice u poduzeću, pa se čini da je operacija dokapitalizacije isplativa. Fond mora procijeniti potencijal rasta i tržišne mogućnosti. Unatoč činjenici da poduzeće već postoji i djeluje, fondovi će i dalje ulagati s oprezom. U ovoj fazi razvoja u poduzeća se odlučuju ulagati samo fondovi rizičnog kapitala, međutim ulaganja u poduzeća u ovoj fazi razvoja čine manje od 10% operacija tih fondova. 4. **Faza širenja** - poduzeće uspješno djeluje na tržištu, proizvodnja se povećava i donosi dobit. Međutim, dobit je mala, a kapital potreban za razvoj poduzeća, proizvoda ili tržišta velik pa poduzeću trebaju sredstva za daljnji razvoj. Osim poslovnih anđela i fondova rizičnog kapitala, institucije koje nude tradicionalne izvore financiranja također sudjeluju u subvencioniranju poduzeća. Poduzeća mogu birati gdje će dobiti kapital za razvoj, pod uvjetom da generiraju dobit. Otprilike dvije trećine ulaganja fondova rizičnog kapitala ulaganja su u poduzeća u ovoj fazi razvoja. 5. **Faza ulaska strateškog investitora ili izlaska u javnost** - u ovoj fazi razvoja poduzeće ima odgovarajući položaj na tržištu, generira prihode i dobit, pa stoga omogućava investitorima koji su manje skloni riziku stjecanje udjela u poduzeću. U ovoj fazi fondovi rizičnog kapitala prodaju svoje dionice i vrši se većina ulaganja u privatni kapital.   Pojedine industrije, proizvode ili usluge karakteriziraju različita obilježja u smislu razvoja ili širenja tržišta, a potrebe za dokapitalizacijom su također različite. Međutim, najčešće se prijelazom na sljedeću fazu razvoja potrebe za kapitalom povećavaju, a rizik smanjuje. Svaki ulagač ova dva čimbenika analizira zajedno s iznosom potencijalnih koristi. Fondovi rizičnog kapitala su visoko rizični fondovi koji ulažu u poduzeća u ranim fazama razvoja, iz kojih u određenim slučajevima ostvaruju iznadprosječnu dobit, jer se u ranijim fazama razvoja poduzeća obično razvijaju puno brže.     * + 1. **Prednosti i nedostatci rizičnog kapitala**   Fondovi rizičnog kapitala su fondovi koji na tržištu preko šaltera sudjeluju u u ranoj fazi razvoja malih i srednjih poduzeća. Unatoč činjenici da je to atraktivan oblik prikupljanja kapitala od strane poduzeća, on nije dostupan svima.  Glavne prednosti i nedostatci ovog načina financiranja su prikazani u nastavku.  **Prednosti:**   1. Poduzeće prikuplja kapital za ulaganja bez potrebe za predstavljanjem kolaterala. To je posebno važno za subjekte u ranim fazama razvoja, kada nemaju nikakvu imovinu ili financijsku povijest, kada su financijske potrebe izuzetno velike i kada nisu dostupni tradicionalni izvori financiranja. Zahvaljujući tim sredstvima, poduzeće može postići svoje razvojne ciljeve. 2. Poduzeće nije obvezno vraćati primljene iznose jer fond nije zainteresiran za isplatu tekuće dobiti pa poduzeće može generirana financijska sredstva koristiti za svoj razvoj. 3. Nefinancijska potpora primljena od fonda rizičnog kapitala. Preuzimanjem udjela u poduzeću, fond postaje njegov suvlasnik, pa fond i vlasnik nastoje postići zajedničke ciljeve - biti uspješni i povećati vrijednost poduzeća. Obje su strane uključene u razvoj poduzeća, stoga ono ima pristup stručnjacima i investitorovom znanju. 4. Povećanje kapitala poduzeća što mu omogućuje pristup tradicionalnim izvorima financiranja. 5. Poboljšanje imidža poduzeća - stjecanje udjela u poduzeću znači da velika specijalizirana tvrtka vidi razvojni potencijal ovog poduhvata. 6. Poboljšanje vjerodostojnosti poduzeća - razvojni potencijal raste, kapital raste, suvlasnik je velika specijalizirana i kapitalno snažna institucija, sve aktivnosti subjekta ovjerava fond rizičnog kapitala. 7. Mogućnost prikupljanja kapitala bez objavljivanja osjetljivih podataka za poduzeće. To ne bi bilo moguće kad bi se kapital prikupljao javnom ponudom koja zahtijeva objavljivanje podataka o subjektu. 8. Vlasnici poduzeća prikupljaju kapital bez gubitka kontrole, fond rizičnog kapitala manjinski je dioničar, pa nema utjecaja na tekuće poslovanje. 9. Fond rizičnog kapitala kupuje udjele u malim i srednjim poduzećima, čiji su vlasnici najčešće entuzijasti, stručnjaci u svom području, ali možda nisu upoznati s tajnama poslovanja, posebno u smislu računovodstva ili zakona. Fond značajno pomaže u vođenju poduzeća. 10. Vlasnici mogu profitirati zbog iskustva i poslovnih kontakata fonda koji ne samo da ima kapital već ima i širok spektar klijenata i subjekata koji surađuju.   **Nedostatci:**   1. Djelomični gubitak kontrole nad poduzećem. Potreba za dijeljenjem dobiti i moći. 2. Dugo se traži investitor. Često traje šest do dvanaest mjeseci. 3. Puno formalnosti kada investitor uđe u poduzeće (birokracija). 4. Ne može se utjecati na to kome će fondovi prodati udjele ili dionice. Može se ispostaviti da su dionice kupili konkurenti ili druge nepoželjne osobe. 5. Ovo financiranje je namijenjeno samo otpornim, ambicioznim i perspektivnim malim i srednjim poduzećima. Nemaju svi priliku dobiti financiranje. 6. To je jedan od skupljih oblika financiranja, nakon što poduzeće raste, može se ispostaviti da su dionice jeftino prodane.    * 1. **Rizični kapital u praksi**   Unatoč mnogim nedostacima rizičnog kapitala, postoje dokazi da ova vrsta financiranja ima smisla. Mnoga poduzeća, trenutno giganti na svjetskom tržištu, profitirale su od ove vrste podrške.  Utemeljitelji Googlea, Larry Page i Sergei Brin, koji su se upoznali na Sveučilištu Stanford i tamo započeli projekt za testiranje novih algoritama, brzo su shvatili da neće moći bez dodatne podrške. Prije nego što su osnovali Google, dobili su izdašni ček od Sun Microsystems. Procjenjuje se da su svi ulagači u Google uložili približno $ 1,1 milijun. U sljedećoj je fazi, kada se poduzeće osnovalo, primili su $ 25 milijuna.  Slično je bilo i s Facebookom. Marku Zuckerbergu i njegovim kolegama su na njihovom početku pomagali brojni ulagači, uključujući Peter Thiela, koji je u proračun tvrtke donio $ 500.000.  Steven Jobs i Steven Wozniak (tvorci računalnog giganta Apple) ne bi imali priliku za tako dinamičan razvoj da nije bilo vanjskog novca. Potrebni kapital za početak osigurali su Arthur Rock, investitor rizičnog kapitala, i Mike Markkula. Potonji je u Apple uložio $ 92.000 i osigurao zajmove, a neko je vrijeme bio i izvršni direktor.  Primjeri drugih tvrtki koje su profitirale od financiranja rizičnim kapitalom uključuju Amazon, Twitter, Gupon, Intel, Microsoft, Hewlett Packard, Compaq, Lotus i Xerox.   * 1. **Poslovni anđeli**      1. **Tko su poslovni anđeli?**   To su privatni investitori (obično s velikim poslovnim iskustvom) koji ulažu u poduzeća u ranoj fazi razvoja, a zauzvrat se pretplaćuju na njegove udjele ili dionice. Suprotno fondovima rizičnog kapitala koji upravljaju fondom sredstava koja su im povjerili drugi subjekti ili osobe, poslovni anđeli ulažu vlastita sredstva i osobno podržavaju razvoj startupa.  Poslovni anđeli obično su iskusni investitori, bivši ili sadašnji poduzetnici s visokim financijskim statusom. Oni traže nove i atraktivne mogućnosti za ulaganje svog akumuliranog kapitala (Roberts et al., 1993. i Van Osnabrugge i Robinson, 2000.). Ti su ulagači skloni idejama i projektima koji nisu samo inovativni, već vrlo često hrabri i istodobno obećavaju budući tržišni uspjeh.  Poslovni anđeli djeluju na dva načina. Prvo je okružiti se investicijskim savjetnicima, odvjetnicima i poslovnim analitičarima te putem njih pružiti usluge. Drugi uključuje neovisno sudjelovanje u značajnoj podršci poduzećima u čije projekte odlučuju uložiti svoj kapital. Među poduzećima koja su imala koristi od ove vrste financijske potpore za svoje aktivnosti, treba spomenuti divove kao što su Google, Skype ili Yahoo. Ostale IT tvrtke koje su imale koristi od ovog oblika financijske potpore su poznati Apple, Cisco i Dell. Slijedom navedenoga, poslovni anđeli vrlo često podržavaju startupove koji djeluju u području rastućih područja gospodarstva. Trebao bi uključivati ​​IT i nove tehnologije, kao i biotehnologiju, internetske projekte, medicinsko inženjerstvo i farmaciju. Ovdje su posebno zanimljivi inovativni, pa čak i revolucionarni projekti.   * + 1. **Kriteriji za klasifikaciju investicijskih projekata**   Kriteriji ulaganja koje koriste poslovni anđeli su u svojoj osnovi konzistentni, ali istodobno svaki od njih ima poseban pristup odabiru perspektivnih poslovnih projekata. B.H. Payne, jedan od najpoznatijih poslovnih anđela, razvio je metodologiju za procjenu atraktivnosti poslovnog projekta (tj. ulaganja) koja uključuje sedam komplementarnih elemenata. Tablica u nastavku ne prikazuje samo područja bodovanja, već i pondere koji su im dodijeljeni.   |  |  | | --- | --- | | **Kriterij procjene** | **Ponder %** | | Menadžment tim | 30% | | Tržišne perspektive | 25% | | Proizvod i tehnologija | 15% | | Prodajni kanali | 10% | | Konkurentska prednost | 10% | | Visina ulaganja | 5% | | Potreba za više sredstava | 5% | | **Ukupno** | **100%** |   Analiza funkcioniranja i razvoja tržišta poslovnih anđela omogućuje formuliranje nekih zanimljivih otkrića. Poslovni anđeli ulažu prvenstveno u visokotehnološke projekte. Često se dogodi da su povezani s industrijom u kojoj su postigli uspjeh, pa su time i stručnjaci za nju. Ulaganja se obično odnose na ​​poduzeća u ranoj fazi razvoja. Poslovni anđeli uglavnom ulažu u projekte koji se nalaze u neposrednoj blizini rezidencije poslovnog anđela.  Novac nije jedini doprinos poslovnog anđela. Osim novca, poslovni anđeli vrlo često nude i značajnu podršku. To je know-how u polju u kojem su se specijalizirali u zamjenu za udjele u poduzeću. Praksa ovog poslovnog modela pokazuje da se nakon nekoliko godina (obično oko 3-6), kada određeno poduzeće značajno poveća svoju vrijednost, poslovni anđeli povuku iz projekta prodajući svoje dionice s dobiti. Ovako dobivena sredstva predstavljaju izvor financiranja za sljedeće projekte.   * + 1. **Proces financiranja projekta**   Dijagram koji opisuje postupak dobivanja financijskih sredstava od poslovnog anđela uključuje nekoliko faza. Njihova sintetička prezentacija navedena je u nastavku.   1. **Faza br. 1**, uključuje poduzetnikovu prijavu s konceptom poslovnog projekta na mrežu poslovnih anđela. 2. **Faza br. 2** je preliminarna analiza prijavljenog projekta. U slučaju pozitivnog rezultata provjere koncepta, sljedeći je korak predstavljanje poslovnog plana projekta. 3. **Faza br. 3,** odobrenje poslovnog plana otvara put za preporuku projekta od strane mreže poslovnih anđela svojim investitorima. U ovoj fazi može se dogoditi sljedeće:   • prezentacija cjelokupnog koncepta projekta pred poslovnim anđelima,  • pitching (tj. kratki sastanak tijekom kojeg poduzetnik iznosi svoju poslovnu ideju).   1. **Faza br. 4**, uključuje pregovaranje o uvjetima suradnje, kao i dubinske poslovne analize dostavljenog koncepta, projekta, a ponekad i razvijenog prototipa. 2. **Faza br. 5**, uključuje scenarij u kojem se, nakon dogovora obje strane o uvjetima suradnje, potpisuje ugovor i poslovni anđeo plaća fiksni iznos za prijenos dijela dionica.   Dosada navedeno ukazuju na to da je preuzimanje kapitala od poslovnih anđela usko povezano s fazom razvoja poduzeća. U slučaju rizične poslovne inicijative, izvori financiranja su prijatelji, obitelj i prijatelji (sjeme), a u slučaju startupa financiranje pružaju poslovni anđeli. U ranoj fazi rasta poduzeća, izvor financiranja je rizični i privatni kapital, a zatim se u fazi širenja financiranje provodi uz uporabu IPO-a.  Treba dodati da poslovni anđeli ne trebaju biti milijarderi, ali ipak moraju posjedovati veliki kapital za ovu vrstu ulaganja. Poslovni anđeli trebaju biti spremni i na mogućnost gubitka uloženog kapitala. Na primjer, analiza tržišta poslovnih anđela u Poljskoj pokazuje da pojedinačna ulaganja obično osciliraju između 50.000 i 400.000 PLN, a rizik od nepovratnog gubitka sredstava je vrlo velik.   * + 1. **Prednosti i nedostatci financiranja od strane poslovnih anđela**   Kao i svaki izvor financiranja, sudjelovanje poslovnih anđela u poslovnim projektima je povezano s koristima i troškovima. Sintetička prezentacija obje strane ove vrste financiranja (prosinac, 2015.) je prikazana u tablici u nastavku.     |  |  | | --- | --- | | **Prednosti** | **Nedostatci** | | Poslovni anđeli donose dodanu vrijednost poslovanju ne samo u obliku kapitala, već i know-how-a. | Poteškoće s dobivanjem naknadnih tranši kapitala za financiranje razvoja projekta. | | Relativno niski trošak prikupljanja kapitala. | Ne igra svaki poslovni anđeo aktivnu ulogu u projektu u koji je uložen kapital. | | Podrška subjektima u početnoj fazi razvoja s naglaskom na tvrtke s visokim tehnološkim potencijalom (high-tech). | Očekivanja poslovnih anđela o utjecaju na aktivnosti poduzeća. | | Dodatni bonusi: učinak financijske poluge, zajmovne garancije, naknada za ulaganje nije previsoka. | Iznosi udjela u poduzeću nisu regulirani. |   Treba istaknuti da je statistički dokazano da poduzeća koja posluju uz podršku poslovnog anđela imaju znatno veću stopu preživljavanja na tržištu od poduzeća koja ne koriste takvu potporu. Štoviše, zahvaljujući poslovnim anđelima poduzetnici imaju priliku provesti ideju koja je često visoko rizična. Rezultat takve suradnje je isključenje financiranja putem bankarskih proizvoda. U konačnici, uz podršku poslovnog anđela, nije potreban račun dobiti i gubitka, sve što je potrebno je inovativna ideja i dobar poslovni plan.  Pozivajući se na nedostatke, treba naglasiti da podrška poslovnog anđela sama po sebi nema puno nedostataka. Međutim, potrebno je imati na umu da to uključuje davanje značajnog udjela u poduzeću poslovnom anđelu. Kao rezultat toga, kada je uspješan, samo dio dobiti ode u vlasnikov džep. Loša je strana što takvu podršku nije tako lako dobiti. S obzirom na činjenicu da postoji puno više tvoraca projekata nego što postoji ulaganja od strane poslovnih anđela, ovakvu vrstu financiranja dobivaju samo začetnici najboljih poslovnih projekata.   * + 1. **Poslovni anđeli u praksi**   Među najpopularnijim web mjestima i blogovima za poslovne anđele, pozornost privlači sljedećih 5 web stranica. Njihov odabir izvršen je na temelju nekoliko kriterija. Prva je raznolikost ponuđenih oblika financiranja, druga je raznolikost projekata uz financijsku potporu poslovnih anđela, a treća je međunarodna priroda investicijskih aktivnosti.  1. **Funded** – USA (<https://www.funded.com/blog/>).   * + - 1. **Angel Capital Association (ACA)** – USA (<https://www.angelcapitalassociation.org>).       2. **iAngels** – Israel (<https://www.iangels.com/>).       3. **Angel Investment Network Blog** – United Kingdom (<https://www.angelinvestmentnetwork.net/>).       4. **SeedInvest** – USA(<https://www.seedinvest.com/blog>).   Kako pronaći poslovne anđele koji će biti spremni uložiti u posao? Potrebno je obratiti pažnju na nekoliko točaka.  **Prvo,** potrebno je znati kakvog se investitora traži. Vjerojatnost za rad s poslovnim anđelom povećat će se ukoliko se u obzir uzme profil "tipičnog" anđela. To je obično osoba s prihodom većim od $ 100.000, između 40 i 60 godina i neto vrijednošću većom od $ 1,000,000. Anđeo ima poduzetničko iskustvo i očekuje da će se investicija održati 5-7 godina. Voli savjetovati poduzetnike. Obično ulaže do $ 150 000, ali može sudjelovati i u konzorciju drugih anđela, umnožavajući vrijednost svojih pojedinačnih ulaganja.  **Drugo,** pogledajte blizu kuće. Mnogi poslovni anđeli vole imati aktivnu ulogu u poslu u koji ulažu. Oni više vole ulagati u poduzeća koja su blizu kuće, jer im to omogućuje mogućnost direktnog i brzog kontakta s poduzećem u koje ulažu.  **Treće,** društvena mreža, društvena mreža i opet društvena mreža. Ako želite pronaći poslovne anđele, morate znati pravu osobu (onu koja vas može uputiti do anđela kojeg tražite), što znači uroniti u lokalnu poslovnu zajednicu i mrežu koju ona stvara. Usredotočite se na vlasnike poduzeća. To su ljudi koji mogu biti ili postati anđeoski investitori ili poznavati druge anđele. Pridružite se poslovnim i trgovinskim organizacijama i prisustvujte sastancima. Pridruživanje građanskim i društvenim organizacijama također je sjajan način uspostavljanja kontakata. Sudjelujte na sajmovima i događanjima. Pokažite svoje lice i svoje ime i upoznajte što više ljudi.  **Četvrto**, shvatite da mnogi anđeli ne lete sami. Iako neki anđeli ulažu u potpunosti sami, mnogi djeluju u neformalnoj mreži gdje mogu udružiti svoje resurse i podijeliti rizik. Stoga je jako važno provjeriti postoji li aktivna skupina poslovnih anđela u poslovnom okruženju u kojem živite.  **Peto**, iskoristite usluge povezivanja poslovnih anđela s investitorima dostupne na Internetu (vidi Gust, Carrefour Capital Connexion, Kanadska investicijska mreža, BC Angel Forum i druge). Anđela-investitora možete kontaktirati putem jedne od gore spomenutih web stranica koja će vam omogućiti da provjerite usklađenost vas kao poduzetnika i poslovnog anđela kojeg razmatrate.  **Šesto,** lov na anđeoske investitore se itekako isplati. Upoznavanje poslovnog anđela nije osobito lak zadatak, ali trud će se zaista isplatiti kada pronađete investitora koji je spreman uložiti u vaše poslovanje i pružiti vam povjerenje. Uz osiguravanje kapitala koji je potreban poslovanju, možete računati i na savjete i znanje poslovnih anđela, što se može pokazati ključnim za oblikovanje uspjeha vašeg poduzeća.   * 1. **Start-up akceleratori**      1. **Što su start-up alceleratori??**   Podrška razvoju poduzeća može se provesti na razne načine. Za osnivanje gospodarskog subjekta i njegov daljnji razvoj potrebni su sljedeći resursi:   * ljudi određenog profila i vještina koji posjeduju određenu ideju, te su spremni preuzeti rizik povezan s njezinom komercijalizacijom, * vještine upravljanja i vođenja posla, * kupci spremni na specifične troškove povezane s kupnjom proizvoda ili usluge koju nudi poduzeće, * financijska sredstva potrebna za pokretanje i razvoj posla, kako bi se poduzeću osigurala odgovarajuća osnovna i obrtna sredstva, kao i za poduzimanje aktivnosti usmjerenih na razvoj subjekta[[7]](#footnote-7).   Akceleratorski programi, poznatiji kao akceleratori, podržavaju poduzeća u najranijim fazama razvoja. Ponekad su njihovo područje interesa timovi ljudi koji već imaju razvijen proizvod ili uslugu koje namjeravaju komercijalizirati. Pomoć može uključivati ​​i financiranje, ali i značajnu potporu u području npr. prava, računovodstva, marketinga ili upravljanja. Inkubatori također mogu pružiti subjektima potreban prostor i infrastrukturu u obliku uredskog prostora, opreme ili uredskog materijala.  Te institucije traže ljude, poduzeća sa specifičnom inovativnom poslovnom idejom. Stvoreni su za potporu razvoju inovativnih poduzeća.  Akceleratori pokušavaju na jednom mjestu okupiti grupu perspektivnih poduzeća, a zatim im omogućiti stjecanje kapitala i temeljnog znanja potrebnog za razvoj, kao i omogućiti mentorstva iskusnih ljudi koji mogu pomoći u odabiru specifičnog razvojnog puta. Akceleratori pružaju mladim poduzećima potrebnu infrastrukturu, sadržajnu podršku i obuku koju ta poduzeća u svom trenutnom razvojnom razdoblju jednostavno ne bi mogla priuštiti.  Korištenje akceleratora je kratkoročna suradnja. Najčešće traje od dva do šest mjeseci.   * + 1. **Vrste start-up akceleratora**   Start-up akceleratore stvaraju razne institucije, a ciljevi njihovog stvaranja su različiti. Odabrani primjeri su predstavljeni u nastavku.  **1. Akceleratori kojima upravljaju investicijski fondovi -** komercijalne institucije koje podržavaju razvoj poduzetništva u ranoj fazi. Provedena aktivnost sastoji se od pregleda startup tržišta kako bi se identificirali projekti koji najviše obećavaju.  **2. Korporativni akceleratori -** traže novoosnovana poduzeća u industriji u kojoj korporacija posluje. Ovi su akceleratori dizajnirani za pronalaženje inovativnih rješenja i modernizaciju poduzeća. Na primjer, umjesto da izvode vlastita istraživanja, podržavaju se, a ponekad i usvajaju rezultati i postignuća drugih.  **3. Javni akceleratori (EU, vladini ili lokalni) i oni koje su stvorile nevladine institucije -** njihov je cilj poboljšati okruženje u određenom području. Može se raditi o smanjenju nezaposlenosti, povećanju inovativnosti gospodarstva, izjednačavanju mogućnosti među regijama, povećanju pristupa znanju.  **4. Akademski akceleratori -** promicanje poduzetničkih stavova među studentima i zaposlenicima, aktiviranje akademskih krugova ili poboljšanje suradnje između sveučilišnog okruženja i poduzetnika.   * + 1. **Činitelji izbora odgovarajućeg akceleratora**   Kada se donese odluka o korištenju akceleratora, potrebno je obratiti pažnju na područje njegovih teritorijalnih i sadržajnih interesa,. Postoje subjekti koji se specijaliziraju za određene sektore djelatnosti. Ova vrsta ustanove je specijalizirala, ali istodobno i ograničila znanje. To i ne treba čuditi ukoliko njezina specijalizacija točno odgovara području u kojem poduzeće posluje. Zahvaljujući tome, startup će imati pristup stručnjacima koji mogu brzo i učinkovito riješiti čak i vrlo specifične probleme subjekta. Druga skupina su akceleratori bez specijalizacije. Oni djeluju kao podrška razvoju inovativnih poduzeća i pokušavaju identificirati „dijamante“ s velikim potencijalom rasta iz široke skupine. Sljedeća skupina su regionalni akceleratori čiji je cilj podržati razvoj regije, tj. subjekata koji djeluju na određenom području ili teritoriju. Često potonji koriste pomoć vladinih ili lokalnih vlasti.  Prilikom odluke o odabiru određenog akceleratorskog programa, važno je obratiti pažnju na sljedeća pitanja:   * + Vrijednost startup portfelja određenog akceleratora – koja su poduzeća koristila usluge određenog akceleratora i koja je njihova trenutna vrijednost. Treba provjeriti na konkretnim primjerima jesu li subjekti s kojima je akcelerator ranije surađivao postigli mjerljive koristi od ove suradnje.   + Veličina početnog portfelja određenog akceleratora - koja poduzeća trenutno koriste usluge određenog akceleratora. Što je struktura opsežnija, vrjedniji subjekti u nju ulaze pa se mogu dobiti veće koristi.   + Opstanak startupa - vrlo velik postotak mladih poduzeća prekida svoje aktivnosti u prvim godinama nakon osnivanja. Naravno, ubrzanje povećava vjerojatnost preživljavanja, ali ipak vrijedi provjeriti koliki postotak poduzeća koje surađuju s određenim akceleratorom radi, na primjer, godinu, dvije ili pet nakon završetka postupka ubrzavanja.   + Zadovoljstvo subjekata koji su prekinuli suradnju s akceleratorom. Vrijedno je saznati mišljenja poduzeća koja su prije koristila taj akcelerator   Neki akceleratori djeluju na komercijalnoj osnovi, uzimajući udjele ili dionice poduzeća za pruženo financiranje i podršku, kako u pogledu sadržaja, tako i infrastrukture. Najčešće preuzimaju mali dio, do nekoliko posto, nadajući se povećanju vrijednosti u budućnosti.  Najčešće nije lako koristiti akcelerator, osobito ako se radi o uglednom subjektu. Ovakve vrste institucija imaju izuzetno visoke kriterije odabira, što znači da samo jedno od stotinu poduzeća može koristiti akcelerator.   * + 1. **Prednosti i nedostatci startup akceleratora**   Startup akceleratori, kao i bilo koji drugi oblik investiranja, imaju prednosti i nedostatke.  Prednosti uključuju:  1. Povećanje vrijednosti poduzeća kojem doprinosi ulazak investitora i financijska podrška.  2. Povećavanje vještina osnivača poduzeća - sudjelovanjem u intenzivnom procesu obuke vlasnici poboljšavaju svoje kompetencije u područjima potrebnim za vođenje posla.  3. Pristup mentorima - akcelerator omogućuje korištenje znanja i iskustva ljudi, zahvaljujući čemu je moguće izbjeći pogreške ili pronaći bolji, kraći način za postizanje postavljenih ciljeva.  4. Mogućnost korištenja mreže kontakata - investitor ima široku mrežu poduzeća s kojima radi ili surađuje, što daje priliku za privlačenje novih kupaca, poslovnih partnera ili novih investitora. Također omogućuje postizanje sinergijskog učinka ukoliko se pokaže da se proizvodi dviju zasebnih cjelina mogu nadopunjavati - sinergijski učinak suradnje. Ako startup posluje u industriji koja je povezana s onom u kojoj djeluje akcelerator, to omogućuje da se proizvod ponudi velikom broju kupaca.  5. Pomoć u utvrđivanju učinkovitosti trenutnog poslovnog modela, mogućnost provjere prethodno usvojenih operativnih pretpostavki.  6. Mogućnost korištenja akceleratorske infrastrukture - sobe, oprema itd.  **Nedostatci:**  1. Dijeljenje udjela ili dionica primanjem novog vlasnika u poduzeće.  2. Kratkotrajna i intenzivna suradnja koja traje samo nekoliko mjeseci.  3. Mogućnost ometanja trenutnog razvoja proizvoda/usluge. Umjesto fokusiranja na ono što vlasnici do sada rade, vrijeme se troši na stjecanje znanja i vještina koje nisu nužno potrebne.   * + 1. **Startup akceleratori u praksi**   U svijetu postoji ogroman broj startup akceleratora. Na temelju baze podataka o akceleratorima koju je objavio Seed-DB, izvor informacija o akceleratorima i startupovima koji su koristili njihove usluge, moguće je identificirati najveće subjekte ove vrste na svijetu. Ispod su neka od najvećih poduzeća u terminima financiranja i broja usluženih subjekata.  **Ime: Y Combinator**  Lokacija: Silicon Valley, California, USA  Broj startupova: 1801  Ukupno financiranje: $48,168,741,774  **Ime: Techstars**  Lokacija: worldwide  Broj startupova: 1336  Ukupno financiranje: $12,421,464,540  **Ime: 500startups**  Lokacija: Silicon Valley, California, USA  Broj startupova: 686  Ukupno financiranje: $3,750,700,039  **Ime: AngelPad**  Lokacija: San Francisco, California, USA/New York, NY, USA  Broj startupova: 153  Ukupno financiranje: $244,634,963  **Ime: Seedcamp**  Lokacija: London, UK  Broj startupova: 118  Ukupno financiranje: $1,495,336,167  **Ime: DreamIT Ventures**  Lokacija: USA, Israel  Broj startupova: 197  Ukupno financiranje: $1,075,742,702[[8]](#footnote-8)   * 1. **Poduzetnički inkubatori**      1. **Što su poduzetnički inkubatori**   Poduzetnički inkubatori su institucije različitih pravnih oblika, čija je svrha podržati poduzetništvo u početnoj fazi.  Glavne ciljne skupine koje imaju koristi od potpore koju pružaju inkubatori su nadobudni poduzetnici, mladi i studenti, kao i akteri društva.  U literaturi se, među osnovnim pretpostavkama ove vrste potpore, ističe da inkubatori trebaju pridonijeti korištenju intelektualnog potencijala, vještina i znanja lokalne zajednice, donoseći nova rješenja koja se mogu prilagoditi vanjskom okruženju i na temelju njih graditi posao. U slučaju inkubatora koji nisu aktivni događa se da je opseg aktivnosti poduzetničkih inkubatora povezan samo s radnim prostorom. Potrebno je naglasiti i da se neki inkubatori fokusiraju na određena područja gospodarstva.  Velika prednost poduzetničkih inkubatora je pružanje značajne i praktične podrške ljudima koji započinju voditi vlastiti posao, u smislu računovodstva i pravne pomoći, kao i mjesta za rad ili potrebne opreme, za relativno malu naknadu. Iako se rješenje odnosi na skupinu mladih - dob ovdje nije bitna, jer svi poduzetnici mogu imati koristi od aktivnosti poduzetničkih inkubatora, bez obzira na dob i zanimanje. Velika je prednost što nema potrebe definirati razdoblje provedbe projekta, što u praksi znači slobodu u prekidu aktivnosti zbog pogrešne ideje. Postoje i inkubatori koji novom poduzetniku daju pravnu osobnost, istovremeno dopuštajući slobodu donošenja poslovnih odluka.  Pojam poduzetnički inkubator se naizmjenično koristi s pojmom poduzetnički akcelerator, međutim, treba naglasiti da se, unatoč sličnim pretpostavkama djelatnosti, ove ustanove razlikuju u ciljnoj skupini koja se definira ovisno o stupnju napretka poduzeća. U inkubatoru se može raditi na pretpostavkama projekta prije predloženog rješenja.   * + 1. **Prednosti i nedostatci poduzetničkih inkubatora**   **Prednosti:**  - organizacija radnog mjesta (dostupan opremljeni uredski prostor),  - povoljni uvjeti najma (relativno niski troškovi),  - mogućnost pokretanja posla bez registracije (inkubator daje pravnu osobnost),  - sadržajna i organizacijsku pomoć (uključujući računovodstvenu i pravnu pomoć),  - nema ograničenja u odnosu na ciljnu skupinu (u pogledu dobi, struke),  - sloboda prekida aktivnosti u slučaju loše ideje.  **Nedostatci:**  - prvelike pogodnosti (nema potrebe voditi brigu o financijskim problemima, pravnoj pomoći, pozajmljivanje pravne osobnosti) mogu rezultirati time da poduzetnik početnik ne nauči kako upravljati poduzećem,  - upotreba pravne osobnosti čini tvrtku "bezimenom", postoji rizik da tvrtka može biti neprepoznatljiva na tržištu.   * 1. **Financiranje iz vlastitih sredstava - Bootstrapping**       1. **Što je boostrapping?**   Bootstrapping je metoda koja opisuje financiranje početnih aktivnosti isključivo vlastitim sredstvima poduzetnika, a temelji se na vrlo rigoroznom pristupu upravljanju troškovima i likvidnošću.  Izraz "bootstrap" označava poduzetnika koji, u vezi s provedenom djelatnošću, ne koristi nikakvo vanjsko financiranje ili je udio ove vrste financiranja u gospodarskoj djelatnosti vrlo malen.  Osnovno načelo bootstrappinga je da, ukoliko postoji mogućnost da se poduzeće gradi polako (bez žurbe i usredotočenosti na brzi rezultat), tj. samo uz upotrebu privatnih resursa, a time i bez značajne prijetnje tržišne konkurencije, vrijedi razmotriti vanjsko financiranje u daljnjem razvoju poduzeća. Bootstrapping je rješenje temeljeno na osnivanju tvrtke od nule, isključivo na osobnoj ušteđevini, a ponekad i novcem od prve prodaje proizvedenih proizvoda ili usluga.  Bootstrapping kao model financiranja poslovanja nije lagan ni bez rizika. U ovom se slučaju cjelokupni financijski rizik prenosi na poduzetnika. Uz to, treba imati na umu da ograničena financijska sredstva mogu biti faktor koji ima negativan utjecaj na rast i razvoj poduzeća. Štoviše, ona mogu biti odgovorni za nedostatke promotivne aktivnosti (ograničenje financijskih sredstava uzrokuju da se promocija strukture financiranja aktivnosti poduzeća pomakne u drugi plan). Konačno, treba istaknuti da bootstrapping može narušiti kvalitetu i integritet razvijanog proizvoda ili usluge.  Istodobno, postoje i prednosti ove metode poslovnog financiranja. One svakako uključuju održavanje potpune kontrole nad svim odlukama donesenim u vezi s provedenom aktivnošću i cjelokupnim poslovanjem. Zahvaljujući ovom položaju gravitacijskog središta u financiranju gospodarskih aktivnosti, sva energija kojom poduzetnik raspolaže može se preusmjeriti na stvaranje i razvoj proizvoda, umjesto da se usredotoči na poticanje investitora da ga financiraju.  Bootstrapping i startupovi su usko povezani. Može se reći da čine integralnu cjelinu. Podaci s tržišta koji se odnose na inovativne poslovne poduhvate pokazuju da se preko 80% svih poslova novoosnovanih poduzeća financira iz osobnih sredstava osnivača. Ovo rješenje je funkcija nekoliko varijabli. Jedna od njih je inovacija proizvoda koja, zbog rizika povezanog sa stvaranjem novog proizvoda/usluge, poduzetnika podvrgava riziku, pa je vrlo teško uvjeriti ulagače i prikupiti kapital. Situacija može biti sasvim drugačija. Vlasnik ideje (ideje o novom proizvodu), koji odabire ovaj model financiranja, vođen je željom da zadrži sva prava na koncept proizvoda koji se razvija i dobit povezanu s njegovom naknadnom komercijalizacijom. Bez obzira koji motiv prevladava u poslovnoj stvarnosti, digitalne vještine ostaju ključne u oba slučaja. Poželjne su i na studiju i u poslu te odlučujuće utječu na aktivno uključivanje u društvo i gospodarske aktivnosti. Treba dodati da su ove kompetencije jedna od osam ključnih kompetencija u procesu cjeloživotnog učenja. Njihova je uloga svjesno i u potpunosti kritički koristiti spektar dostupnih digitalnih tehnologija koje omogućuju dobivanje informacija, komunikaciju i rješavanje osnovnih problema koji se odnose na sve aspekte života (i društvene i ekonomske).   * + 1. **Prednosti i nedostatci bootstrappinga**   Bootstrapping nije brz način ostvarivanja profita. Bez obzira na to, ovaj oblik financiranja poslovnih poduhvata može biti idealan način za polako stvaranje prihoda i stvaranje svojevrsne platforme koja je izvor financiranja za buduća ulaganja u posao.  Bootstrapping ima još jednu prednost, naime, ova metoda omogućava vlasnicima inovativnih tvrtki da puno više eksperimentiraju sa svojom markom i proizvodom. Razlog tome je što poduzetnik nije pod pritiskom investitora i ima puno veću fleksibilnost u svojim aktivnostima, definiranju ciljeva i postavljanju smjerova u kojima će razvijati posao koji pokreće.  Međutim, potrebno je istaknuti da ovaj oblik financiranja, unatoč svojim prednostima, nosi sa sobom određenu vrstu pritiska i veliku dozu popratnog stresa. Poduzetnik ulaže vlastitu imovinu, a ponekad i imovinu svoje rodbine. Ova vrsta financiranja, dakle, ne može trajati u nedogled, a odgođena očekivanja dobiti morat će se ispuniti prije ili kasnije. Jednako značajan nedostatak bootstrappinga je nedostatak vjerodostojnosti poduzetnika koji se prijavljuje za financiranje iz vanjskih izvora. Stoga, suprotno bootstrapingu, uključivanje u financiranje vanjskih ulagača može poduzeću pružiti bolju vidljivost na tržištu, ali i veću vjerodostojnost kod dobavljača i kupaca, što je jednako važno kao i pristup kapitalu.   * + 1. **Strategija podizanja na vlastite noge**   Bootstrapping se često opisuje kao strategija podizanja na vlastite noge. Pretpostavke ovako formulirane strategije relativno su jednostavne i mogu se opisati u obliku sljedećih karakteristika:   * Poslovni model mora biti prilagođen glavnim konceptualnim pretpostavkama i okviru bootstrapinga; * Odlučnost za prikupljanje vlastitih sredstava koja predstavljaju osnovni izvor financiranja poslovanja; * Naglasak na relativno brzom pokretanju prodaje koja omogućuje stvaranje vlastitih financijskih sredstava; * Posvećivanje posebne pažnje proizvodima i uslugama s visokim maržama; * Nema angažiranja radne snage u provedenoj aktivnosti; * Posvećivanje posebne pozornosti kontroli stope rasta poduzeća u fazi njegovog pokretanja; * Usredotočivanje na maksimiziranje novčanog tijeka umjesto na profite poduzeća; * Zasnivanje poslovnog modela korištenjem dokazanih operativnih tehnika.   Što zahtijeva boostrapping? Poslovanje na temelju ove metode zahtijeva učinkovitu i potpuno djelotvornu naplatu potraživanja, odgodu plaćanja, kao i minimiziranje troškova ulaganja i zapošljavanja. Bootstrapping je također usko povezan s korištenjem zajedničke infrastrukture, što omogućuje smanjenje troškova i tako stvaranje dodatnog prostora za uštede koje su toliko važne u ovom poslovnom modelu.   * + 1. **Kojim se alatima za financijsko upravljanje koristi bootstrapping?**   Bootstraping koristi dvije osnovne skupine instrumenata financijskog upravljanja. Prvo je upravljanje gotovinom, a drugo smanjenje troškova poslovanja tvrtke.  **Upravljanje gotovinom** za bootstrapping uključuje sljedeće aktivnosti**:**   * koncentracija poslovanja na gotovinske prihode ili prihode uz malu odgodu uvjeta plaćanja, * korištenje faktoringa u slučaju prihoda s produljenim rokom plaćanja, * vođenje pregovora s ciljem dobivanja najduljih mogućih uvjeta plaćanja za kupljenu opremu, usluge, proizvode itd., * pregovaranje o plaćanju putem rata, posebno kod većih kupnji, * korištenje leasinga, * vođenje posla s posebnim naglaskom na izbjegavanje bilo kakvih ugovornih kazni i visokih kamata, * korištenje trampe u poslovnim transakcijama.   **Smanjenje troškova** u bootstrappingu se vrši poduzimanjem sljedećih radnji:   * korištenje jeftinog poslovnog prostora, uključujući zajedničke prostore, * kupnja rabljenog namještaja (za potrebe opremanja, npr. ureda) ili namještaja na prodaju po cijeni mnogo nižoj od tržišne, * stavljanje naglaska na smanjenje marketinških troškova kao i PR aktivnosti, * razvoj web stranice poduzeća na temelju besplatnih predložaka (npr. WordPress), * izbjegavanje troškova povezanih s provođenjem aktivnosti koje uključuju zapošljavanje, * ako je potrebno koristiti pravne usluge - smanjenje njihovih troškova, * poduzimanje aktivnosti usmjerenih na smanjenje troškova računovodstvenih usluga.   + 1. **Bootstrapping u praksi**   Istraživanje koje je 2015. proveo Forbes pokazalo je da 90% svih novoosnovanih poduzeća propadne. Stopa preživljavanja od 10% je test ne samo za razvijeni poslovni koncept, već i za način upravljanja poduzećem. Zbog toga bootstrapping kao metoda financiranja ima svoje velike pobjednike. Treba naglasiti da ovdje nije riječ o sreći, već o provedbi velikih ideja, samoodricanju i napornom radu.  Tko su najveći pobjednici u bootstrappingu?  Među najuspješnijim primjerima projekata koji učinkovito kombiniraju poslovne koncepte s digitalnim vještinama, a istodobno i financiranje temeljeno na bootstrappingu, treba spomenuti Facebook, Dell, Apple, HP ili Microsoft. Uz ove svjetski prepoznate marke, bootstrapping je izvor financiranja i niza drugih projekata koji su sada poznati širokoj publici. To uključuje eBay, Oracle, kao i TechCrunch, GitHub i Mail-Chimp.   * 1. **Institucije za financiranje razvoja zajednice (CDFI)**      1. **Karakteristike institucija za financiranje razvoja zajednice**   Institucije za financiranje razvoja zajednice su privatne financijske institucije koje pružaju financiranje i financijsko obrazovanje pojedincima ili lokalnim zajednicama koje su zbog niskih prihoda isključene iz tradicionalnog komercijalnog financijskog sustava.  To su specifične institucije koje su dobro razvijene, posebno u SAD-u i Velikoj Britaniji.  Social Development Banking je osnovao američki Kongres 1994. godine kako bi pomogao potrošačima kojima zbog niskih prihoda američki bankarski sustav ne služi. CDFI institucije manje naglašavaju procjenu kreditne sposobnosti, iskustva ili povijesti, a više prostora posvećuju izgradnji dugoročnih odnosa s kupcima. Uključene su u razvoj lokalnih zajednica, poboljšavaju financijsko obrazovanje, daju zajmove s niskim kamatama i odgovorne su za provedbu financijskih usluga u područjima pogođenim financijskom isključenošću. Kroz svoje aktivnosti, institucije CDFI-a imaju za cilj poboljšati kvalitetu života lokalnih zajednica s niskim primanjima, podržati ih i reintegrirati svoje članove u glavni ekonomski tijek.   * + 1. **Poduzeća koja se mogu osloniti na financiranje od strane institucija za financiranje razvoja zajednice**   CDFI se fokusiraju na financijsku potporu poduzećima koja nailaze na poteškoće u dobivanju takve podrške zbog nedostatka povijesti ili imovine koja se može koristiti kao zalog.  Subjekti koji se mogu osloniti na financiranje u okviru CDFI-a su:   * subjekti koji nemaju pristup tradicionalnim izvorima financiranja, * subjekti koji djeluju u područjima koja pate od siromaštva, nalaze se u teškim situacijama, * subjekti kojima upravljaju ljudi koji se nalaze u nepovoljnom društvenom položaju.   Pri financiranju ove vrste projekata, institucije CDFI-a nemaju za cilj samo ekonomski stimulirati isključena područja i poboljšati svoj financijski položaj, već uzimaju u obzir i društvene i ekološke koristi.  Zahvaljujući CDFI institucijama, u nekim je zajednicama popunjen financijski jaz.   * + 1. **Sektori institucija za financiranje razvoja zajednice**   U financijski isključenim zajednicama, unatoč teškoj situaciji, postoji potražnja za raznim financijskim proizvodima, sličnim ili čak istim kao u slučaju normalnih neisključenih zajednica. Odgovor na ovaj zahtjev je stvaranje četiri sektora koji čine CDFI.  **Banke za razvoj zajednice -** korporacije usmjerene na profit koje daju zajmove i kredite s niskim kamatama članovima financijski isključenih lokalnih zajednica.  **Kreditne unije za razvoj -** neprofitne financijske zadruge u vlasništvu njihovih članova. Oni se brinu o financijskim uslugama u ugroženim zajednicama pružajući jeftine zajmove, kredite i druge financijske usluge na malo.  **Zajmovni fondovi za razvoj zajednice -** služe gospodarskim subjektima u područjima u kojima žive financijski isključene zajednice, pružaju financiranje i financijske usluge poduzećima.  **Fondovi rizičnog kapitala za razvoj zajednice –** subvencionira projekte rizičnog kapitala u financijski isključenim područjima ili zajednicama.  Članovi određene zajednice često prisustvuju odborima tih institucija, zbog čega vrlo dobro poznaju svoje klijente. Oni savršeno dobro znaju može li se u njih pouzdati i može li im se vjerovati. Ova vrsta nemjerljivog čimbenika od velike je važnosti pri odobravanju zajma, jer unatoč činjenici da zajmoprimac nema odgovarajuću kolateralnu ili kreditnu sposobnost, ovo dodatno znanje omogućuje zaključivanje sigurne transakcije. Bez ovog dodatnog čimbenika rizik financiranja bi bio previsok.   * + 1. **Prednosti i nedostatci institucija za financiranje razvoja zajednice**   CDFI su tipične financijske institucije, banke, kreditne unije ili fondovi rizičnog kapitala, ali su usredotočene na određenog klijenta. Njihova je glavna prednost što se u njima možete financirati čak i kada to nije moguće u tradicionalnim financijskim institucijama. Međutim, uvjet za dobivanje pomoći jest da osoba ili subjekt ima sjedište u isključenim područjima ili dolazi iz isključenih zajednica.   * + 1. **Institucije za financiranje razvoja zajednice u praksi**   U slučaju CDFI-a se ne može govoriti o velikim uspjesima jer su uglavnom usredotočeni na lokalne zajednice. Međutim, institucije CDFI-a se hvale pruženom pomoći.  Na primjer, na web stranici Mreže za financiranje prilika (OFN), Nacionalnog udruženja financijskih institucija za razvoj zajednice, može se pronaći mnogo opisanih primjera koji ove institucije čine smislenima (vidi: https://cdfistory.ofn.org/ ). | | |
| **5 pojmova** | | |
| **Akceleratorski programi,** poznatiji kao akceleratori, podupiru poduzeća u najranijim fazama razvoja. Njihova pomoć može uključivati ​​financiranje, ali i značajnu potporu u različitim područjima kao što su pravo, računovodstvo, marketing ili upravljanje. I in-kubatori također mogu pružiti subjektima potreban prostor i infrastrukturu u obliku uredskog prostora, opreme ili uredskog materijala.  **Poduzetnički inkubatori -** institucije različitih pravnih oblika čija je svrha podržati poduzetništvo u početnoj fazi. Inkubatori pružaju prostor za rad, kao i sadržajnu, pravnu i računovodstvenu podršku. U usporedbi s poduzetničkim akceleratorima, poduzetnik testira svoju ideju u inkubatoru.  **Institucije za financiranje razvoja** **zajednice** su privatne financijske institucije koje pružaju financiranje i financijsko obrazovanje pojedincima ili lokalnim zajednicama koje su zbog niskih prihoda isključene iz tradicionalnog komercijalnog financijskog sustava.  **Inicijalna javna ponuda (IPO) -** javna ponuda za određene vrijednosne papire izrađena prvi put.  **Privatni kapital -** vrsta kapitalnog ulaganja koja predstavlja vanjski izvor financiranja za poduzeća koja nisu primljena u javno trgovanje; to je financijski doprinos vlasnika partnera ili dioničara, a tijekom vođenja posla kapital se također smatra dobiti. Zbog rizika da se ne povrati uloženi kapital, njegov je trošak relativno veći nego kod korištenja stranog kapitala. Njegov se trošak obično identificira s takozvanim alternativnim troškovima - mogućnostima ili propuštenim prilikama, tj. stopom povrata koja bi se očekivala u slučaju ulaganja u drugu najbolju moguću alternativu.  **Rizični kapital -** srednjoročna i dugoročna ulaganja u poduzeća u ranim fazama razvoja, a provode ih specijalizirana tijela. | | |
| **Bibliografija i daljnje reference** | | |
| Beck T., Demirguc-Kunt A., Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as Growth Constraint, Journal of Banking & Finance, 2006, Vol. 30(11), DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009, s. 2931–2943,  Brealey R.A., Myers S.C., Principleof Corporate Finanse, Mc Graw-Hill/Irwin, New York 1991.  Bygrave W. D., Timmons J. A., Venture capital at the Crossroads, Harvard Bussines School Press, Boston 1992.  Dec P., Nowoczesne metody finansowania działalności przedsiębiorstw, [w:] J. Grzywacz (red.), Struktura kapitału w przedsiębiorstwie w warunkach ekspansji, kryzysu i zjawisk upadłościowych, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2015, ss. 169-196.  Dziekoński K., Ignatiuk S., Venture capital and private equity investment preferences in selected countries, e-Finanse: Financial Internet Quarterly, Vol. 11, Iss. 3.  Grycuk A., Wybrane narzędzia narzędziowe startupów w Polsce, Studia BAS, Nr 2(58) 2019.  Grzywacz J, Okońska A., Venture capital a potrzeby kapitałowe małych i średnich przedsiębiorstw, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005.  Hazudin S., Kader M., Tarmuji N., Ishak M., Ali R., Discovering Small Business Startup Motives, Success Factors and Barriers: A Gender Analysis, “Procedia Economics and Finance” 2015, Vol. 31, DOI: https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01218-6, s. 436-443,  Klačmer Čalopa, M., Horvat, J., & Lalić, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. Management: journal of contemporary management issues, 19(2), 19-44.  Kornasiewicz A., Venture capital – historia, Bank, Nr 6/1995.  Kornasiewicz A., Venture capital w krajach rozwiniętych i w Polsce, CeDeWu, Warszawa 2004.  Mikołajczyk B., Venture capital a Stanach Zjednoczonych, w: Jajuga K., Łuszczak M. (red.), Finanse, bankowość i ubezpieczenia, Prace naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 899, t. I, Wrocław 2001.  Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Przedsiębiorczość startupowa. Bank pomysłów dla polityków i samorządowców, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Warszawa 2017.  Roberts, M.J., Stevenson, H.H., Morse, K.P., Angel Investing, Harvard Business School Publishing, Boston 1993.  Van Osnabrugge, M., Robinson, R.J., Angel Investing: Matching Start-Up Funds with Start-Up Companies. The Guide for Entrepreneurs, Individual Investors, and Venture Capitalists, Jossey-Bass, 2000.  Węcławski J., Venture capital.Nowy instrument finansowania przedsiębiorstw, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.  Zasępa P., Venture capital – sposoby dezinwestycji, CeDeWu, Warszawa 2010 | | |
| **Povezani materijali** | Private capital, foreign capital (exercise materials i.e. Case Study\_private and foreign capital)  Startup loans (exercise materials i.e. Case Study\_Startup loans)  Bootstrapping (exercise materials 1-4)  Crowdfundding (exercise materials 1-3)  Aniołowie Biznesu (exercise materials 1-3)  Venture capital (exercise materials 1-3)  Startup accelerators (exercise materials 1-3)  Community Development Finance Institutions (exercise materials 1-3) | |
| **Povezani PPT** | **Digital skills in managing startup finances** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Referentne poveznice** | <https://www.businessmanagementideas.com/essays/foreign-capital/essay-on-foreign-capital-india-business/17177>  <https://6krokow.pl/kapital-wlasny-kapital-obcy/>  <https://wethecrowd.pl/zrodla-finansowania-startupow-1/>  <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-equity-finance>  <https://efinancemanagement.com/sources-of-finance/benefits-and-disadvantages-of-equity-finance>  <https://vittana.org/19-advantages-and-disadvantages-of-debt-financing>  <https://www.thebalancesmb.com/what-is-equity-financing-2890134>  <https://www.oecd.org/cfe/leed/Finacing%20inclusive%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN.pdf>  <https://direct.money.pl/artykuly/porady/polityka-kredytowa-wszystko-co-musisz-o-niej-wiedziec.html>  <https://www.standardledger.co/six-sources-of-funding-that-can-help-your-startup-grow/>  <https://www.sthelenschamber.com/assets/0001/8982/A_Guide_to_Applying_for_a_Business_Grant.pdf>  <https://startupacademy.pl/akcelerator-a-inkubator-czym-sie-roznia/>  <https://pfr.pl/slownik/slownik-bootstrapping.html>  <http://www.private-equity.pl/bootstrapping-czyli-jak-to-zrobic-bez-inwestora/>  <https://www.investopedia.com/terms/b/bootstrap.asp>  <https://www.schooleducationgateway.eu/pl/pub/resources/tutorials/digital-competence-the-vital-.htm>  <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex:32006H0962>  <https://richtopia.com/effective-leadership/10-successful-companies-started-bootstrapping-case-studies/>  <https://www.investopedia.com/terms/b/bootstrap.asp>  <https://www.businessnewsdaily.com/4134-what-is-crowdfunding.html>  <https://www.crowdfunding.com/>  <https://www.forbes.com/sites/wilschroter/2014/04/16/top-10-business-crowdfunding-campaigns-of-all-time/?sh=551ac3453e9f>  <https://pl.wikipedia.org/wiki/Anio%C5%82_biznesu>  [www.lba.pl](http://www.lba.pl)  <https://paniala.pl/wiedza/aniolowie-biznesu/>  <https://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/funding-policies/business-angels_en>  <https://www.angelcapitalassociation.org/>  <https://www.eban.org/>  <https://www.coursera.org/learn/finance-for-startups>  <https://www.investopedia.com/terms/v/venturecapitalist.asp>  <https://psik.org.pl/pl/o-private-equity/case-studies>  <https://ofn.org/>  <https://cdfistory.ofn.org/>  <https://ofn.org/CDFIs>  <https://www.nerdwallet.com/article/banking/what-is-community-development-financial-institution-cdfi>  <https://en.wikipedia.org/wiki/Community_development_financial_institution> |

|  |  |
| --- | --- |
| **Video u YouTube formatu** | <https://www.youtube.com/watch?v=jEpJiwkN-Dw>  <https://www.youtube.com/watch?v=koIhlqM0sSc>  <https://www.youtube.com/watch?v=nwG2vWZNOWM>  <https://www.youtube.com/watch?v=2E_XL731LQc>  <https://www.youtube.com/watch?v=voF1plqqZJA>  <https://www.youtube.com/watch?v=1b8YLBFQy44>  <https://www.youtube.com/watch?v=MYVL1XHeB74>  <https://www.youtube.com/watch?v=_vpehy2vuGQ>  <https://www.youtube.com/watch?v=c8hIwQ5xFY8>  <https://www.youtube.com/watch?v=wEK8WJoZi9I> |

1. Brealey R.A., Myers S.C., Principleof Corporate Finanse, Mc Graw-Hill/Irwin, New York 1991, s. 339. [↑](#footnote-ref-1)
2. Węcławski J., Venture capital. Nowy instrument finansowania przedsiębiorstw, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 17. [↑](#footnote-ref-2)
3. Dziekoński K., Ignatiuk S., Venture capital and private equity investment preferences in selected countries, e-Finanse: Financial Internet Quarterly, Vol. 11, Iss. 3, s. 129. [↑](#footnote-ref-3)
4. Mikołajczyk B., Venture capital a Stanach Zjednoczonych, w: Jajuga K., Łuszczak M. (red.), Finanse, bankowość i ubezpieczenia, Prace naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 899, t. I, Wrocław 2001, s. 335. [↑](#footnote-ref-4)
5. Kornasiewicz A., venture capital – historia, Bank, Nr 6/1995. [↑](#footnote-ref-5)
6. Bygrave W. D., Timmons J. A., Venture capital at the Crossroads, Harvard Bussines School Press, Boston 1992, s. 17 I dalsze. [↑](#footnote-ref-6)
7. # Grycuk A., Wybrane narzędzia narzędziowe startupów w Polsce, Studia BAS, Nr 2(58) 2019, s. 158.

   [↑](#footnote-ref-7)
8. [https://www.seed-db.com/accelerators#](https://www.seed-db.com/accelerators), (Access: 15.01.2021) [↑](#footnote-ref-8)