

Poslovni anđeli - alternativni izvori financiranja poduzeća i ideja

Migač, Marko

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:714445>

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

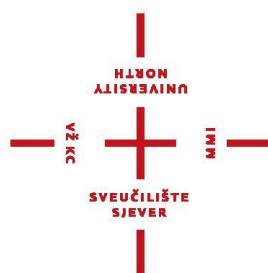
Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 92/PE/2016

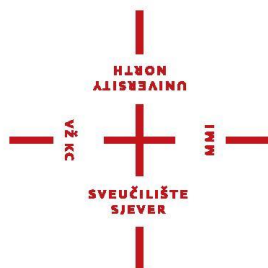
Poslovni anđeli – alternativni izvori financiranja poduzeća i ideja

Marko Migač

Varaždin, ožujak 2016.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

Studij Poslovne ekonomije



**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 92/PE/2016

**Poslovni anđeli – alternativni izvori
financiranja poduzeća i ideja**

Student:
Marko Migač, 0111/336D

Mentor:
doc.dr.sc. Ante Rončević

Varaždin, ožujak 2016.

Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

| | | | |
|-----------------------------|--|--------------|-----------|
| IME I PREZIME STUDENTA | Marko Migač | MATIČNI BROJ | 0111/336D |
| NASLOV RADA | Poslovni anđeli - alternativni izvori financiranja poduzeća i ideja | | |
| NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU | Business Angels - alternative sources of funding companies and ideas | | |
| KOLEGIJ | Uvod u ekonomiju | | |
| MENTOR | doc. dr. sc. Ante Rončević | | |
| ČLANOVI POVIJERENSTVA | 1. prof. dr. sc. Tanja Kesić | | |
| | 2. doc. dr. sc. Anica Hunjet | | |
| | 3. doc. dr. sc. Ante Rončević | | |

Zadatak diplomskog rada

BROJ 92/PE/2016

OPIS

U uvjetima slobodnog tržišnog gospodarstva i slobodnog poduzetništva poduzetnici se suočavaju s brojnim rizicima i problemima. Velik broj je onih koji se žele upustiti u poduzetniču avanturu ali zastanu pred nepremostivim financijskim problemima, prije ili kasnije. Premda je velik broj formalnih i neformalnih tržišta, izvora financiranja, oni nisu svima dostupni u svako doba. Za svaku fazu razvoja poduzetničkog pothvata neki od njih su primjereni i dostupni dok drugi nisu.

U radu je potrebno:

- razvrstati i objasniti izvore financiranja poduzetničkih pothvata prema fazi razvoja poduzeća,
- prikazati poslovne anđele kao alternativni izvor financiranja u tržišnom gospodarstvu,
- definirati pojam poslovnih anđela,
- analizirati ulogu poslovnih anđela u razvoju poduzetničkih pothvata,
- istražiti i prikazati organizaciju i način rada udruženja poslovnih anđela u Hrvatskoj i u svijetu,
- prikazati neke od najpoznatijih poslovnih anđela u Hrvatskoj i svijetu,
- opisati neke od poznatijih projekata i poduzeća pokrenutih uz pomoć financiranja poslovnih anđela, te
- provesti i prikazati rezultate terenskog istraživanja provedenog u Hrvatskoj.

U VARAŽDINU, DANA

15.03.2016



DIR 01 PE

Predgovor

Ovaj diplomski rad izradio sam samostalno služeći se dosad stečenim znanjem, stručnim knjigama, internetom, te uz pomoć mentora. Temu rada izabrao sam između mnoštva ostalih, a s ciljem kako bi čitatelju što jasnije prikazao tko su zapravo poslovni anđeli, čime se bave i kako doći do njih. S navedenim problemom susreo sam se i sam, pošto sam imao neke inovativne ideje, te nisam znao koga i kako kontaktirati oko pomoći, tako da je to i jedan od glavnih motiva zašto sam izabrao baš tu temu. Čitatelju rada biti će pružene sve osnovne potrebne informacije o poslovnim anđelima, kako bi stekao određena znanja i bez velikog istraživanja bio upućen u temu.

Sažetak

Poslovni anđeli spremni su uložiti svoj novac, znanje i vještine u neki inovativni start-up projekt, visokog rizika, a za te projekte vjeruju da imaju potencijala. Oni su uspješni poduzetnici, naravno iiskusni rukovoditelji u nekom od poduzeća, a ulaganjem u projekt trećih osoba, jednim dijelom ulaze u vlasnički udio. Dugo vremena anđeli investitori isključivo su bili umirovljeni poduzetnici koji su tada imali kapital i odlučili su ga iskoristiti, naravno i povećati, ulažući u inovativne projekte kojima je bilo potrebno dati „krila“. Godine 1999., dolazi do ideje o povezivanju uspješnih poduzetnika s ambicioznim poduzetnicima, kojima je potrebna pomoć u ranoj fazi poslovne ideje i tada je osnovana Europska mreža poslovnih anđela. Godine 2008. nastala je i Hrvatska inačica osnivanjem udruge Crane, hrvatske mreže poslovnih anđela. Naravno, investicije anđela imaju i prednosti i mane, ali je prihvaćeno mišljenje da prednosti poslovnih anđela znatnije premašuju nedostatke, jer od aktivnog neformalnog tržišta stvaraju preduvjet za snažno poduzetničko gospodarstvo. Najčešće ulažu vlastiti novac, što ih znatno razlikuje od specijaliziranih fondova. Njihova ulaganja visoko su rizična i iz tog razloga zahtijevaju visok povrat na investiciju. Uvijek su u potrazi za ulaganjima koja će im se vratiti deseterostruko kroz vremenski rok od oko pet godina. Većina poduzetnika, bez obzira na svoja znanja, vještine, inovativnost i sve ostale prednosti koje ima, uvijek nailazi na određene prepreke u pokretanju vlastita posla. Veliki dio tih problema upravo je nedostatak financijskih sredstava. Poslovni anđeli u ovom su dijelu ključna karika u financijskom i poslovnom razvojnog lancu od start-upa, pa sve do velikog, razvijenog poduzeća. Veliko pitanje koje se nameće svakom ambicioznom poduzetniku je svakako da li ići u pregovore s poslovnim anđelom ili ipak radije ne. U sklopu diplomskog rada provedena je anketa kojom se istražilo koliko su ljudi općenito upoznati s pojmom poslovnih anđela, te kako gledaju na njih, smatraju li da su oni potrebni i korisni ili ne.

Ključne riječi: *poslovni anđeli, financiranje, kampanje, inovacije, start up*

Summary

Business angels are willing to invest their money, knowledge and skills in an innovative start-up project, which are high-risk, and they believe that this projects have the potential. They are successful entrepreneurs, and of course experienced executives at some of the companies, and investing in the project by third parties, they are partly included in the stake. For a long time the angels investors exclusively were retired businessmen who then had the capital and decided to use it, and of course increase it, by investing in innovative projects that had to be given "wings". In 1999, coming up the idea of connecting successful entrepreneurs with ambitious entrepreneurs, who need help at an early stage business ideas and then is founded the European Business Angel Network. In 2008 was created Croatian version of the establishment of the association Crane, Croatian network of business angels. Of course, business angels have both advantages and disadvantages, but it is accepted that the benefits of angel significantly exceed the disadvantages, because of an active informal market creates a prerequisite for a strong entrepreneurial economy. They invest most often their own money, making them significantly different from specialized funds. Their investments are highly risky and therefore require a high return on investment. They are always looking for investments that will come back tenfold over a time period of about five years. Most entrepreneurs, regardless of their knowledge, skills, innovation and all the other benefits that have always encountered some obstacles in starting their own work. Big part of these problem is precisely the lack of financial resources. Business angels in this section are the key link in the financial and business development chain from start-up through to large, developed companies. The big question that arises every ambitious entrepreneur is sure that they go into negotiations with business angel or still prefer to not. As part of graduation thesis is conducted a poll which investigated how the people are generally familiar with the concept of business angels, and how they look at them.

Key words: *Business angels, financing, campaigns, inovations, start-up*

SADRŽAJ

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | Uvod..... | 1 |
| | 1.1. Svrha i ciljevi rada..... | 2 |
| | 1.2. Metodologija rada | 2 |
| 2. | Povijest poslovnih anđela..... | 4 |
| | 2.1. Pojmovno određenje poslovnih anđela..... | 5 |
| | 2.2. Uloga poslovnih anđela | 7 |
| | 2.2.1 Venture Capital | 8 |
| | 2.2.2 Joint Venture | 8 |
| | 2.3. Visina ulaganja poslovnih anđela i njihove koristi..... | 9 |
| | 2.4. Poslovni anđeli – DA ili NE..... | 10 |
| 3. | Poslovni anđeli u Hrvatskoj..... | 12 |
| | 3.1. CRANE | 12 |
| | 3.2. Start up srijeda | 14 |
| | 3.3. Istaknuti članovi CRANE-a | 15 |
| 4. | Poslovni anđeli u drugim zemljama | 17 |
| | 4.1. EBAN | 17 |
| | 4.2. WBAA..... | 18 |
| | 4.3. Greylock Partners | 19 |
| | 4.4. Ostale organizacije poslovnih anđela | 19 |
| 5. | Poznate osobe u ulozi poslovnih anđela | 20 |
| | 5.1. Ashton Kutcher | 20 |
| | 5.2. Eric Schmidt | 21 |
| | 5.3. Lady Gaga..... | 21 |
| | 5.4. Reid Hoffman..... | 21 |
| | 5.5. Ron Conway | 22 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 6. | Mali poslovni anđeli..... | 23 |
| 6.1. | GoFundMe | 23 |
| 6.2. | Kickstarter | 25 |
| 6.3. | Indiegogo | 25 |
| 7. | Poznati projekti financirani od strane poslovnih anđela..... | 28 |
| 7.1. | AirBnB..... | 28 |
| 7.2. | Dropbox | 29 |
| 7.3. | LinkedIn | 29 |
| 7.4. | Tumblr | 30 |
| 7.5. | Instagram | 31 |
| 7.6. | Facebook | 32 |
| 8. | Istraživanje | 33 |
| 8.1. | Ciljevi istraživanja | 33 |
| 8.2. | Metodologija istraživanja..... | 33 |
| 8.3. | Analiza rezultata | 35 |
| 8.4. | Komentar istraživanja | 50 |
| 9. | Zaključak | 52 |
| 10. | Literatura | 53 |

1. Uvod

U današnjem, modernom svijetu, svakodnevno se pokreću nove tvrtke. Neke od njih su inovativne, neke malo manje, isto tako neke su kasnije, u daljnjem poslovanju uspješne, dok je veći dio njih manje uspješan. Da bi se pokrenula neka tvrtka, cijeli niz uvjeta mora biti zadovoljen. Mora biti definirano čime će se tvrtka baviti, hoće li proizvoditi, prodavati, baviti se uslužnim djelatnostima, tko su kupci, dobavljači, poslovni partneri, da li postoji već sigurno tržište, pa se izlazi sa sigurnošću u uspjeh ili se radi o nagađanju kako bi djelatnost tvrtke trebala polučiti uspjeh. Također, mora biti istražen cijeli niz pitanja oko pravnih, političkih, fiskalnih, ekonomskih, društvenih, socijalnih i drugih okruženja neke države. Uz sve to, treba postojati osoba s vjerom u sebe, čvrstih stavova i uvjerenja, te s dobrom poslovnom idejom, odnosno poduzetna osoba koja će to sve pokrenuti i voditi.

Međutim, onaj tko ima ideju ne mora nužno biti osuđen na uspjeh, jer uz ideju postoje još mnogi faktori koji mogu utjecati na uspješnost. Jedan od ključnih faktora su financijska sredstva, te znanja i iskustva. Svaki poduzetnik na početku bira na koji će način ući u neki posao. Tako izvori financiranja mogu biti različiti, kao što su krediti, leasing, financiranje od strane poslovnih anđela, Joint Venture, Venture Capital, a izvori znanja također mogu biti različiti kao konzultantske kuće, prijatelji, rodbina, poduzetnici, ali i poslovni anđeli. Izborom poslovnog anđela kao partnera u osnivanju nekog poduzeća i lansiranju nekog proizvoda, prihvaćaju se određena pravila koja su unaprijed dogovorena, a njime se dobiva i financijska pomoć, te znanje i iskustvo. Svaki od načina financiranja nosi neke rizike i određene gubitke, koji se odražavaju kao kamate ili kao dijeljenje dobiti. Tako, ugovaranjem odnosa s poslovnim anđelom, najčešće se dobiju „bespovratna“ sredstva, te sva potrebna znanja kako bi proizvod uspio, a zauzvrat poslovni anđeo dobiva određeni udio u poduzeću, a time i određeni dio profita. Detaljnije o poslovnim anđelima biti će opisano u nastavku rada.

Uz uvod i zaključak završni rad sadrži poglavlja u kojima se razrađuje tema poslovnih anđela od nastanka i povijesti, unutar kojih će se spomenuti i još neki drugi izvori financiranja/suradnje, pa do poslovnih anđela u Hrvatskoj, u kojoj djeluje Hrvatska mreža poslovnih anđela. Nakon toga, biti će opisani poslovni anđeli u drugim zemljama, te poznate osobe kao što su pjevači i glumci u ulogama poslovnih anđela. Biti će spomenuti mali poslovni anđeli, gdje se svaka osoba s pristupom internetu može naći u ulozi poslovnog anđela sa svojim udjelom, a u sljedećem poglavlju će biti nabrojani i opisani neki od najpoznatijih start-upova ili proizvoda koji su za sam početak poslovanja koristili financiranje od strane poslovnih anđela. Zadnje poglavlje odnosi se na primarno istraživanje definirano u cilju i predmetu rada. Navedeni su ciljevi provedenog istraživanja, metodologija istraživanja, analiza rezultata s opisom i komentar istraživanja.

1.1. Svrha i ciljevi rada

Ciljevi ovog rada su istražiti koliko su ljudi općenito upoznati s pojmom poslovnih anđela, te kako gledaju na njih, smatraju li da su oni potrebni i korisni ili ne. Isto tako cilj ovog rada je upoznati čitatelja s poslovnim anđelima, grupama poslovnih anđela, koliko su isti spremni uložiti i u koje projekte. Čitanjem ovog rada biti će definirane jasne smjernice kome se javiti, te u kojem smjeru krenuti sa svojim projektom ili idejom, ako je potrebna financijska pomoć, ali i ostale vrste pomoći kao što su znanje, iskustvo, strojevi, tehnologije i slično.

1.2. Metodologija rada

Za izradu diplomskog rada, provedeno istraživanje i formuliranje rezultata istraživanja korištene su prikladne metode istraživanja. Primjenom metoda istraživanja obrađena je tema diplomskog rada.

Primijenjene metode istraživanja u radu su sljedeće:

- Metoda prikupljana podataka iz sekundarnih izvora.
- Metoda deskripcije.
- Metoda analize i sinteze.

- Metoda anketiranja.

Podaci korišteni za izradu diplomskog rada su iz raznih domaćih i stranih sekundarnih izvora pronađeni u različitim člancima i na internet stranicama. U diplomskom radu primijenjeno je teoretsko i praktično znanje stečeno tijekom studija te samostalno služenje aktualnom domaćom i stranom literaturom. Korištene su neke knjige koje se odnose na temu diplomskog rada te razni poučni članci i prezentacije objavljene na internetu.

Spajanjem prikupljenih pojedinačnih materijala u jednu cjelinu izvedeni su zaključci i time je primijenjena metoda sinteze.

Na kraju rada provedena je metoda anketiranja. Istraživanje je provedeno na uzorku od 176 ispitanika. Online anketni upitnik sastojao se od 15 pitanja, te je bio distribuiran putem Google obrazaca.

Dobiveni rezultati uvršteni su u Excel program te su analizirani deskriptivnim statističkim metodama.

2. Povijest poslovnih anđela

Poslovni anđeli kao uspješni poduzetnici i naravno iskusni rukovoditelji u nekom od poduzeća, svoj novac, vještine i znanje, spremni su uložiti u neki inovativni start-up projekt, visokog rizika, za kojeg naravno vjeruju da ima potencijala i to nekim trećim osobama, tako da ulaze jednim dijelom u vlasnički udio. Sa svojim uglavnom velikim iskustvom i sa savjetnicima, kao neformalni individualni investitori savjetuju mlade poduzetnike i tvrtke te im pomažu u budućem rastu. „Pametno financiranje“ kao najveća vrijednost poslovnih anđela, a prvenstveno ulažu u sektore koje razumiju i regiju koju poznaju.

Godine 1978. prvi puta se koristio naziv anđeli, potječe s Broadwaya, gdje se koristio za individue koje su financirale kazališne predstave. Sveučilišni profesor William Wetzel, prvi je u svojim studijima nazvao investitore koji su tada pomagali razvijanje tržišta u SAD-u poslovnim anđelima. Tada simbolični naziv zadržao se sve do danas.

Tada je bilo svega par načina na koji su mladi poduzetnici i poduzeća mogli kontaktirati poslovne anđele:

- Preporukom ostalih kompanija i/ili poduzetnika,
- Na raznim simpozijima i konferencijama te,
- Na sastancima s udruženim anđelima.

Dugo vremena anđeli investitori isključivo su bili umirovljeni poduzetnici koji su tada imali kapital i odlučili su ga iskoristiti, naravno i povećati, ulažući u inovativne projekte kojima je bilo potrebno dati „krila“. Sebi su na taj način omogućavali veće prihode, a inovativnoj osobi pomogli bi u ostvarenju ciljeva, odnosno provođenju ideja u pravi posao. Davali su im što im je bilo najviše potrebno, a to su naravno resursi, odnosno novac, znanje i veze.

Godine 1999., dolazi do ideje o povezivanju uspješnih poduzetnika s ambicioznim poduzetnicima, kojima je potrebna pomoć u ranoj fazi poslovne ideje i tada je osnovana Europska mreža poslovnih anđela - EBAN. Predsjednik Europske mreže poslovnih anđela (EBAN) bio je Paulo Andrez,

ujedno i član Upravnog odbora Portugalske federacije poslovnih anđela i savjetnik brojnih europskih vlada po pitanju investiranja u ranim fazama poslovanja. Godine 2007. obnašao je funkciju predsjednika svjetskog foruma poslovnih anđela čijom odlukom je osnovana Svjetska mreža poslovnih anđela (World Business Angel Association - WBAA). Tri godine kasnije, odnosno godine 2010. sudjelovao je u uvođenju poreznih olakšica za poslovne anđele u Portugalu, a svoj uspješni model koristio je za savjetovanje brojnih europskih vlada. Od 2012. do 2014. godine bio je predsjednik Europske mreže poslovnih anđela, dok je u svibnju 2014. godine dobio titulu predsjednika emeritusa Europske mreže poslovnih anđela. U ulozi poslovnog anđela investirao je u preko 12 kompanija. Najuspješniju investiciju ostvario je 2010. godine kada je investirao startup koji se bavi proizvodnjom industrijske smole, te je prve godine poslovanja tvrtka ostvarila 25 milijuna eura prihoda.

Godine 2008. nastala je i Hrvatska inačica osnivanjem udruge Crane, hrvatske mreže poslovnih anđela. Crane je neprofitna udruga koja okuplja poslovne anđele iz Hrvatske i inozemstva koji su spremni ulagati u kreativne projekte koji imaju velik početni potencijal.

2.1. Pojmovno određenje poslovnih anđela

Poslovni anđeli u stanju su premostiti investicijski jaz. Njihove investicije nalaze se kako u početnom tako i u stadiju ekspanzije te kao takve mogu imati veliki utjecaj na druge izvore financiranja. Naravno, investicije anđela imaju i prednosti i mane, ali je prihvaćeno mišljenje da prednosti poslovnih anđela znatnije premašuju nedostatke, jer od aktivnog neformalnog tržišta stvaraju preduvjet za snažno poduzetničko gospodarstvo. Ulažu u sektore i regije koje poznaju, također organiziraju udruženja ili mreže anđela kako bi povećali svoje investicije i zajedno upravljali portfeljem poduzeća u koja su investirali.

Bogata mreža poslovnih partnera, razne vještine i kapital čine ih odličnim učiteljima mladih poduzetnika.

Danas se poslovni anđeli definiraju na razne načine: [1]

- Poduzetnici koji već imaju uspješno poduzeće iza sebe i žele investirati u neki novi projekt.
- Kompanije koje generiraju veliku količinu gotovine, te traže idealnog kandidata, odnosno poduzeće koje bi pomoglo u rastu.
- Mladi investitori koji umjesto da osnuju vlastito poduzeće, investiraju i tuđu ideju i zajedno razvijaju posao.
- Konzultanti koji žele veću nagradu za posao, a ne samo plaću za svoje usluge.
- Poduzetnici u mirovini koji traže nove poslovne izazove.

Kriteriji prema kojima poslovni anđeli odabiru projekt i realiziraju investiciju su sljedeći: [4]

- Kvalitetan opis projekta/ poslovni plan/ prezentacija,
- Snažan poduzetnik i kvalitetan tim,
- Snažan tržišni potencijal projekta ili proizvoda,
- Omogućena suradnja, odnosno spremnost poduzetnika na uključenje poslovnog anđela,
- Realna evaluacija projekta prije investicije.

Najčešće ulažu vlastiti novac, što ih znatno razlikuje od specijaliziranih fondova. Njihova ulaganja visoko su rizična i iz tog razloga zahtijevaju visok povrat na investiciju. Uvijek su u potrazi za ulaganjima koja će im se vratiti deseterostruko kroz pet godina, međutim, kad se uzmu u obzir propale investicije i vrijeme koje je potrebno da investicija postane isplativa, stopa isplativosti u počecima dosta je niska, svega oko 20 do 30 posto. Polje djelovanja nemaju točno definirano, međutim najviše ulažu u zdravstvo, softvere, biotehnologiju, energetiku i IT usluge.

2.2. Uloga poslovnih anđela

Poslovni anđeli sve su važniji kao investitori koji pomažu premostiti financijski jaz između formalnog rizičnog kapitala, te kredita i najpristupačnijeg načina financiranja od strane bliskih osoba kao što su prijatelji, rodbina i slično.

Najčešći razlozi zašto poslovni anđeli ulažu: [4]

- Profit,
- Poticanje poduzetništva,
- Poslovna aktivnost,
- Korist od poreznih olakšica,
- Zabava.

Oni jednim dijelom zamjenjuju kredite koje banke nerado daju rizičnim start-up poduzećima. [10]

Start-upovi su novoosnovana poduzeća s globalnim ambicijama i globalnim potencijalom. Ciljevi svakog start-upa su u vrlo kratkom roku povećati vrijednost tvrtke na minimalno 10 milijuna dolara, pa i više.[11]

Većina poduzetnika, bez obzira na svoja znanja, vještine, inovativnost i sve ostale prednosti koje ima, uvijek nailazi na određene prepreke u pokretanju vlastita posla. Veliki dio tih problema upravo je nedostatak financijskih sredstava. Poslovni anđeli u ovom su dijelu ključna karika u financijskom i poslovnom razvojnom lancu od start-upa, pa sve do velikog, razvijenog poduzeća. Dakle oni financiraju poduzeće; kako na samom početku, tako i u ostalim fazama razvoja, odnosno fazama njegove provedbe. U svijetu, a ponajviše u Americi, taj način financiranja poduzetništva je jako zastupljen, dok je u Hrvatskoj ta zastupljenost puno manja, ali je ipak svake godine u blagom porastu.[12]

2.2.1 Venture Capital

Venture Capital ili rizični kapital je kapital koji je zamijenjen za udio ili dionice tvrtke u koju je uloženi s potencijalno visokim povratom uloženi sredstava. On je uloženi kada je poduzeće u fazi sjemena, u nastajanju ili u fazi rasta tvrtke, ali najviše teži ulaganju većih iznosa u zreloj, odnosno kasnijoj fazi razvoja poduzeća. Takva vrsta kapitala obično je uložena u poduzeća koja imaju nove tehnologije ili poslovni model u visoko tehnološkim industrijama kao što su biotehnologija i IT. Poduzeća u koja se ulaže takav kapital posebno su rizična, a ona su pokrenula obećavajući posao. Neke od karakteristika rizičnog kapitala su da se ulaže u mlada, a samim time i rizična poduzeća, pomaže se poduzećima koja ne mogu biti financirana putem normalnih kredita zato što još nisu dovoljno dugo na tržištu, sredstva se ulažu bez nekog posebnog vremenskog ograničenja, a s ciljem da se dobije dio profita od prodaje udjela u tvrtki i slično.[13]

2.2.2 Joint Venture

Joint Venture je zajednički pothvat. On se odnosi na udruživanje financijskog kapitala i/ili imovine i/ili rada dvije ili više strana radi zajedničke koristi, odnosno zbog ostvarenja unaprijed definiranog poslovnog pothvata. Svaka strana sukladno unaprijed definiranom dogovoru, u proporcionalnom odnosu prema tome koliko je tko uložio, ima pravo na dobiti ili rizik od gubitka prilikom ne ostvarenja pothvata. Joint Venture je poslovni pothvat koji traje određeno vrijeme, odnosno nije beskonačan.[2]

Prilikom sklapanja Joint Venture-a ne stvara se novi poslovni subjekt. Najpoznatiji ugovori o Joint Venture sklapaju se na područjima proizvodnje i prodaje nafte, elektronike, kemije, automobilske industrije, atomske energije, mobilnih tehnologija, avio kompanija i bankarstva, odnosno na brzorastućim i vrlo unosnim područjima.[3]

Joint Venture najčešće prestaje s radom kada se ostvare, odnosno ne ostvare ciljevi, kada partneri počinju kreirati nove ciljeve ili se ne slažu s

postojećima, kada istekne vrijeme pothvata, tu su još i pravni razlozi, financijski i slično.

Tablica 2.1. Prikaz najpoznatijih Joint Venture tvrtki

| Tvrtka | Godina osnivanja | Ulagač A | Ulagač B | Postotak ulaganja |
|----------------------------|------------------|----------|------------|-------------------|
| Fujitsu Siemens | 1999. | Fujitsu | Siemens AG | 50%:50% |
| Sony Ericsson | 2001. | Sony | Ericsson | 50%:50% |
| Nokia Siemens | 2007. | Nokia | Siemens AG | 50%:50% |

Izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Joint_venture, prosinac 2015.

2.3. Visina ulaganja poslovnih anđela i njihove korsti

Visina ulaganja koja su poslovni anđeli spremni investirati u njima interesantne projekte kreće se od 25.000 - 250.000 eura.

Neki od kriterija za odabir projekata i realizaciju investicije:

- Kvalitetan opis projekta/poslovni plan/prezentacija.
- Snažan poduzetnik i kvalitetan tim.
- Snažan tržišni potencijal projekta/proizvoda.
- Omogućena suradnja -spremnost poduzetnika na uključenje poslovnog anđela.
- Realna evaluacija projekta prije investicije. [4]

2.4. Poslovni anđeli – DA ili NE

Veliko pitanje koje se nameće svakom ambicioznom poduzetniku je svakako da li ići u pregovore s poslovnim anđelom ili ipak radije ne. Na to pitanje mogu odgovoriti isključivo sami poduzetnici, jer to pitanje je dakako individualno, a ovisi o velikom broju raznih kriterija. Potrebno je vrlo dobro i detaljno pregledati cijeli ugovor koji se potpisuje s poslovnim anđelom, kako ne bi postojale nekakve „skrivenne“ klauzule i nepovoljni uvjeti za poduzetnika.

Ako je poduzeće mlado i ne može dobiti financijska sredstva putem standardnih načina financiranja, svakako da je jedna od alternativa javljanje poslovnom anđelu ili grupi poslovnih anđela. Za svakog ambicioznog poduzetnika, već sam odgovor, poziv na nekakav sastanak ili poziv za održavanjem prezentacije može biti dodatan poticaj, kako bi s još većom sigurnošću poduzetnici ulazili u projekt.

Poslovnim anđelima vrlo je bitno da je ideja i sama realizacije ideje dobro zamišljena, jer naposljetku oni ulažu svoj novac s ciljem stvaranja dodatne vrijednosti, odnosno s ciljem da taj novac u budućnosti stvara još veće količine novca kroz projekt u koji je uložen. Javljanje poslovnom anđelu može biti bez obaveza i bez straha, kako za poduzetnika, tako i za poslovnog anđela jer nakon svih provjera i dogovora slijedi potpisivanje ugovora, s kojim se moraju složiti i kojeg moraju prihvatiti obje strane. Tako se štiti ambiciozan poduzetnik, ali i poslovni anđeo, te se definiraju troškovi, provizije, vlasnička prava, vlasnički udio i slično.

Zašto DA:

- Mlada poduzeća vrlo teško ili gotovo nemoguće dobivaju konvencionalne kredite.
- Na početku poslovanja, svakoj tvrtki dobro dođe osoba s puno poslovnog iskustva, te puno veza.
- Poslovni anđeli mogu usmjeravati i lansirati proizvode u smjerovima u kojima bez njih ne bi bilo moguće djelovanje – putem svojih

poznanstava i dosadašnjeg poslovanja mogu doprijeti do teško dostupne ciljne skupine.

- Olakšano je djelovanje na međunarodnom tržištu.
- Pomoć u marketingu i distribuciji.

Zašto NE:

- Mogući nepovoljni uvjeti za ambicioznog poduzetnika.
- Velike provizije koje moraju ići poslovnom anđelu.
- Kasniji dogovori oko vlasničke strukture i prava nad poduzećem.
- Uvijek postoji određena mogućnost krađe ideje.

3. Poslovni anđeli u Hrvatskoj

3.1. CRANE

CRANE (Croatian Business Angels Network) je prva i za sad još uvijek jedina neprofitna mreža, odnosno krovna organizacija koja okuplja poslovne anđele na području Republike Hrvatske. Osnovana je 2008. godine zajedničkom inicijativom partner institucija Agencije za promicanje izvoza i ulaganja, Poteza Ventures, Hrvatske Private Equity i Venture Capital Asocijacije, Udruge za poticanje softverskog i online poduzetništva 'Initium' i uspješnih poduzetnika Damira Sabola i Hrvoja Prpića.[4] Do sada je u Hrvatskoj preko agencije Crane u tvrtke uloženo preko 20 milijuna kuna i to uglavnom u inovativne tvrtke koje su u ranom stadiju razvoja – start up-ove.

Bitno je spomenuti i da je CRANE jedna od najuspješnijih organizacija u Europi. Misija CRANE je spajanje ambicioznih poduzetnika s inovativnim projektima i/ili zainteresiranim poduzetnicima koji su u njih spremni uložiti svoj novac, znanja, vještine i iskustva. Vizija je postati prepoznatljiv izvor financiranja u inovativne projekte u ranim fazama razvoja.

Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj čine 99,6% od ukupnog broja poduzeća, te im je udio u ukupnom prihodu 51% i zapošljavaju 67,1% od ukupnog broja zaposlenih.[21] Ove brojke govore kako su mala i srednja poduzeća vrlo bitna, te im je stoga bitna pomoć u samom pokretanju i razvoju, kako bi se održala na tržištu, te bila konkurentna.

Poslovni anđeli CRANE-a surađuje i s mrežama poslovnih anđela u Europi (EBAN), te u SAD-u.

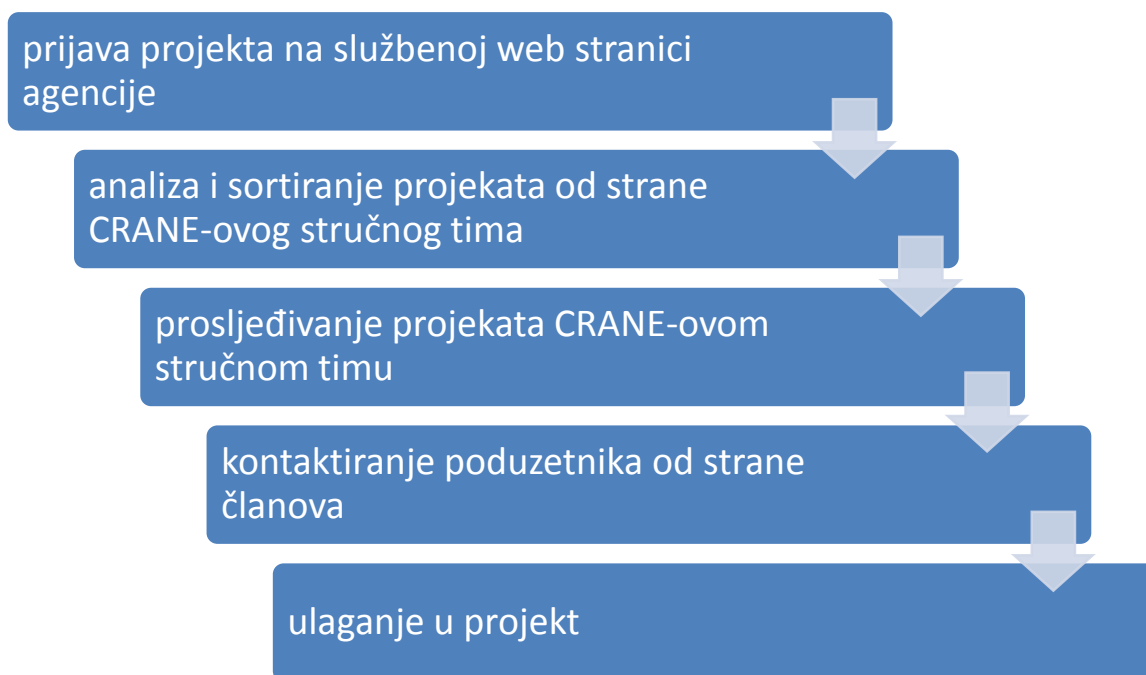
Poslovni anđeli CRANE mreže su neformalni individualni investitori koji pružaju:[4]

- know-how (tehničko i poslovno znanje, poznavanje određene industrije, poslovne kontakte, itd.).
- ulaganje u rasponu od 25.000 do 250.000 Eura (više ulagača — sindicirano ulaganje).

Proces evaluacija projekta u CRANE-u:[4]

- Prijava projekta na službenoj web stranici agencije.
- Analiza i sortiranje projekata od strane CRANE-ovog stručnog tima.
- Svaki projekt dobiva odgovor, a oni koji prođu zahtjeve stručnog tima prosljeđeni su na uvid članovima mreže, koji su navedeni u nastavku, kako bi donijeli svoje zaključke i ocjene za svaki projekt.
- Kontaktiranje poduzetnika od strane članova ili održavanje prezentacije članovima mreže.
- Zadnja faza je ulaganje u projekt, koja više nema veze s CRANE-om.

Proces evaluacije u CRANE-u slikovito je prikazan na slici 3.1.



Slika 3.1. Proces evaluacije u CRANE-u

Izvor: www.crane.hr, prosinac 2015.

Neke od investicija CRANE-a: [4]

- Entrio (online prodaja ulaznica s integracijom u društvene mreže).
- KreatorTV (sportski kanal s naglaskom na motosport).
- Trillanium (modne 3D trgovine).
- LikeRi (specifični okusi u svijetu alkohola).

- Zimo Digital (razvoj web stranica i mobilnih aplikacija) i mnoge druge.
- Wemy (modna aplikacija).
- ULTIJACK (višenamjenska jakna).
- SnapTap (interaktivni sustav za evente).

Misija Crane-a:

„Obavljamo spajanje između ambicioznih poduzetnika s inovativnim projektima i investitora koji će u njih uložiti svoj novac, ekspertize, vještine i poslovne kontakte.“[4]

Vizija Crane-a:

„Postati prepoznatljiv izvor financiranja u inovativne projekte u ranim fazama razvoja i tako stvoriti značajan broj novih poduzetnika koji su na pravom putu prema uspjehu.“[4]

Ciljevi CRANE-a:

- Potiče se i razvija inovativno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj.
- Pruža se pomoć poduzetnicima u realizaciji inovativnih projekata koji imaju internacionalni potencijal.
- Pruža se pomoć poslovnim anđelima u pronalaženju, selekciji i realizaciji zanimljivih projekata.

3.2. Start up srijeda

Start up srijeda je zamišljena kao informativna, edukativna radionica koja se održava svake treće ili četvrte srijede u mjesecu, a održava se od 2009. godine. Tamo se okupljaju brojni poduzetnici, poslovni anđeli, savjetnici, razni ulagači, ali i svi oni koje interesira određena tema, te žele nešto naučiti. Tamo mogu poduzetnici prikazati neke uspješne primjere, svoja viđenja poslovanja, te tako pozitivno utjecati i na druge prisutne.

3.3. Istaknuti članovi CRANE-a

Saša Cvetojević – „On je uspješan poduzetnik s višegodišnjim iskustvom u zdravstvenom sektoru, mobilnim telekomunikacijama te u distribuciji robe široke potrošnje. Vlasnik je, kao i suvlasnik nekoliko tvrtki te zdravstvenih ustanova. Specijaliziran je za upravljanje ljudskim resursima, upravljanje projektima i zdravstvenim institucijama, te za poslovne pregovore. Tijekom dosadašnjeg investiranja, stekao je vrlo široko iskustvo u predstavljanju projekata investitorima na Europskom i Američkom tržištu. Neki od projekata u koje je investirao već posluju kao utemeljene i čvrste tvrtke na domaćem, ali i na stranim tržištima. Predsjednik je Udruge ljekarnika u Hrvatskoj udruzi poslodavaca, te je član Vijeća Članica HUP-a. Sudjelovao je u pregovorima za pristupanje Europskoj Uniji kao član radne skupine u poglavlju - Zaštita potrošača i zdravlja. Najuspješniji je poslovni anđeo CRANE-a po broju investicija, a do sada je investirao u čak 8 projekta kroz CRANE i uvijek željno očekuje nove projekte za investiranje.“[4]

Hrvoje Prpić – „Postaje poduzetnikom osnovavši poduzeće Hgspot 1997. godine. Svakom godinom poslovanja te tvrtke, udvostručuje se promet; već je 1998. godine promet dosegno 12 milijuna kuna. 2000. godine njegovo je poduzeće smješteno u top 1% najboljih poduzeća u Hrvatskoj. 2007. godine Hgspot je izašao na burzu, a iduće godine sa suradnicima osnuje prvu Hrvatsku mrežu poslovnih anđela. On je jedan od najpoznatijih poslovnih anđela i vrlo uspješnih poduzetnika u Hrvatskoj. Jedan je od osnivača CRANE-a i partner u offSpaceu – to je ujedno i prvi projekt realiziran kroz CRANE, partner je u Trillenyum — futurističkom 3D web mallu, koji će se koristiti na uređajima za virtualnu stvarnost te investitor u još nekoliko različitih projekata.“[4]

Davor Štetner – „On je vlasnik i direktor KREATOR grupe unutar koje posluje više tvrtki, projekata i investicija (to su: Kreator TV, TV Bar, GP1.hr, Zimo Digital, Kreator Film, Kreator Sport...). Više od tri godine obnašao je dužnost člana Audiovizualnog vijeća Hrvatske. 2011. godine imenovan je za člana Upravnog odbora Hrvatskog auto i karting saveza (HAKS) – taj odbor

je član međunarodne automobilske federacije – FIA. U Crane je ušao 2012. godine, da bi već 2014. godine postao članom Upravnog odbora, a 2015. je izabran za Predsjednika CRANE-a. Iste godine Davorin je postao član Vijeća za gospodarska pitanja Predsjednice Republike Kolinde Grabar-Kitarović.“[4]

Ove godine u Crane su po prvi puta pristupili i inozemni poslovni anđeli, točnije Aljoša Domjan, vlasnike internet trgovine enaA.com iz Slovenije, te odvjetnik hrvatskih korijena, koji radi u Švicarskoj banci Dražen Turujlija.[14]



Slika 3.2. Saša Cvetojević, Hrvoje Prpić i Davor Štetner

Izvor: <http://poslovno.biz/sasa-cvetojevic-zivotopis/>, <http://www.poslovni.hr/>,
<http://www.vecernji.hr/>, siječanj 2016.

Neki od ostalih članova su još: Mihovil Barančić, Damir Mujić, Robert Slavečki, Dražen Topčić, Alan Sumina, Zoran Vučinić, Nikola Serdar i Dennis Rukavina.



Slika 3.3. Logo Crane

Izvor: <http://poticaji.info/wp-content/uploads/2015/04/crane.jpg>, veljača 2016.

4. Poslovni anđeli u drugim zemljama

Poslovni su anđeli izvan granica Hrvatske, odnosno u razvijenijim zemljama još puno aktivniji. Na područjima visoko razvijenih zemalja, pojam poslovnih anđela puno je prihvaćeniji, a samim time i uvrženiji u rječnik, te ljudi znaju što, odnosno tko jesu zapravo poslovni anđeli. Ovdje će biti opisane dvije najveće organizacije poslovnih anđela; ona svjetska, ali i nama bliža, odnosno Europska mreža poslovnih anđela.

Tablica 4.1. Prikaz ulaganja poslovnih anđela (Europsko iskustvo)

| | |
|---------------------------|---------------|
| Potpuni gubitak | 20-30% |
| Djelomični gubitak | 15-25% |
| Pokriće | 10-15% |
| Profit | 25-30% |

Izvor: hrcak.srce.hr/file/192483, veljača 2016.

4.1. EBAN

EBAN (European Business Angels Network) je europska mreža poslovnih anđela. Članovi te mreže godišnje ulažu preko 7.5 milijardi eura, što govori o snazi i broju članova same mreže. Osnovana je 1999. godine od strane nekoliko pionira na tom području u suradnji s europskom komisijom i EURADA-om (europsko udruženje agencija za razvoj). EBAN ima važnu ulogu za budućnost Europe, a posebno u financiranju malih i srednjih poduzeća tako da stvara bogatstvo i radna mjesta.

Članovi EBAN-a su poslovni anđeli kao i mreže poslovnih anđela, Venture Capital u ranoj fazi, poslovni akceleratori, elektronske platforme za financiranje, suradnici i ostali igrači na tržištu u ranoj fazi poduzeća.

5 temeljnih načela EBAN-a:

- Postavljanje profesionalnih standarda, obuke i certifikacije.
- Benchmarking, istraživanje i umrežavanje.

- Lobiranje.
- Podizanje svijesti i jačanje kapaciteta.
- Prekogranična suradnja i su-investicijska potpora.

Neke od prednosti članstva u njihovoj mreži su ostanak na vrhu trendova tržišta u ranim fazama investicija, izgradnja novih odnosa i poslovnih prilika, svakodnevno dobivanje odgovora na eventualne probleme bez čekanja, pristup njihovom resursnom centru, statističkim izvještajima, certifikacija mreža i trening za menadžere, dijeljenje poslovnih prilika, investicijskih trendova i najboljih praktičnih tehnika, promicanje rasta vlastite organizacije, te doprinos zakonodavnom i fiskalnom okruženju poduzeća.[15]

4.2. WBAA

WBAA (World Business Angels Association) je svjetska, a kao takva i najveća mreža poslovnih anđela. Unutar nje, okupljene su manje organizacije poslovnih anđela u pojedinim državama, a to su: ACA (SAD), Čile, BBAA (Engleska), LINC (Škotska), BAND (Njemačka), IBAN (Italija), ESBAN (Španjolska), FNBA (Portugal), TBAA (Turska), Indian Angel Network (Indija), Kina, AAI (Australija) i AANZ (Novi Zeland), a uz njih ima i partnera, poduzeće MBM Commercial iz Engleske, koja se bavi savjetovanjem rastućih tvrtki i njihovih investitora.

Sjedište navedene organizacije je u Bruxellesu, dogovorena je 10. listopada 2007. godine, a službeno je s radom započela 2009. godine. Pokrenuta je od strane dvanaest čelnih ljudi iz različitih mreža poslovnih anđela diljem svijeta, kako bi se stvorila prva međunarodna mreža poslovnih anđela. Cilj joj je poticanje razmjene znanja i prakse o važnosti financiranja od strane poslovnih anđela za brzi rast poduzeća i inovativne start-upove.[16]



Slika 4.1. Logo WBAA mreže

Izvor: <http://wbaa.biz/>, ožujak 2016.

4.3. Greylock Partners

Organizacija Greylock Partners okuplja bogate poduzetnike koji pomažu financirati softverske poslovne tvrtke, kreiraju ometajuće, tržišno prilagodljive kupce. Neki od članova Greylock Partners su Reid Hoffman, Jerry Chen, John Lilly, Aneel Bhusri, Bill Helman i ostale poznate poduzetnike, koji su vlasnici ili suvlasnici velikih poduzeća. Njihovo područje djelovanja je od faze sjemena, pa sve do zrele faze poduzeća. Oni su pomagali u razvoju mnogih poznatih poduzeća, među kojima su najpoznatije: AirBnB, Dropbox, Facebook, Instagram, LinkedIn i slično. Na raspolaganju imaju stalno oko 2.1 milijarde dolara, od pet tehnoloških tvrtki nastalih od 2004. godine, koje vrijede svaka više od 10 milijardi dolara, ova mreža investirala je u čak četiri.[17]

4.4. Ostale organizacije poslovnih anđela

U ovom dijelu opisane su neke od europskih mreža poslovnih anđela s kratkim informacijama o istima.

- LBA – London Business Angels je najstarija, najcjenjenija i uspješna mreža poslovnih anđela u Velikoj Britaniji, s tradicijom iz čak 1982. godine.
- AEBAN – španjolska mreža poslovnih anđela s preko 1000 članova, osnovana 2008. godine.
- APBA – portugalska mreža poslovnih anđela osnovana 2006. godine.
- BAND – najstarija njemačka mreža poslovnih anđela iz 1998. godine, dio je WBAA.
- BANN – nizozemska mreža poslovnih anđela.
- BEBAN –okuplja sve engleske mreže poslovnih anđela.
- FRANCE ANGELS – francuska mreža poslovnih anđela s preko 4500 članova i tradicijom od 15 godina.
- IBAN – talijanska mreža poslovnih anđela s oko 500 članova, osnovana 1999. godine.

5. Poznate osobe u ulozi poslovnih anđela

Američke slavne osobe sve više ulažu u internet industriju, odnosno sve više poznatih osoba nalazi se u ulozi poslovnih anđela, odnosno sve više glazbenika, glumaca i pjevača ulaže dio svojeg bogatstva u inovativne web servise, aplikacije i usluge s nadom da će se dogoditi možda novi Facebook ili Twitter. Trend popularno nazvanih celebrity ulaganja u internet startupove započeo je Ashton Kutcher, dok su njegovim putem krenuli i Lady Gaga, Leonardo DiCaprio, Jessica Alba...

5.1. Ashton Kutcher

Ashton Kutcher je američki televizijski i filmski glumac rođen 1978. godine u Cedar Rapidsu. 2010. godine od strane magazina Time Magazine bio je proglašen jednim od 100 najutjecajnijih ljudi na svijetu jer je osnovao zakladu za iskorjenjivanje dječjeg ropstva u svijetu. Glumio je u mnogim popularnim filmovima, koji su mu donijeli financijsku moć, te je dio svojeg novca odlučio ulagati u ambiciozne poduzetnike. On je započeo ulaganje u internet startupove i time pokrenuo trend poslovnih anđela među slavim osobama. Značajnu svotu novaca zaradio je na dionicama AirBnB-a, odnosno platforme koja omogućuje svima da iznajme više kvadrata ako ga imaju i to na jednostavan način. Prva veća investicija bila mu je u aplikaciju Optimizely, a nakon toga ulaganja su se samo povećavala. Do danas je investirao već u 54 poduzeća, a ukupan iznos investicija iznosi oko 640 milijuna dolara. S poduzetnicima Ron Burkle i Guy Oseary osnovao je tvrtku A-Grade Investments, LLC ili kraće AGR Investments, što je dobilo naziv od početnih slova imena osnivača (A – Ashton, G – Guy i R – Ron). Ta tvrtka bavi se ulaganjima u mlade tvrtke koje su uglavnom u fazi sjemena ili A, odnosno početnoj fazi razvoja.

5.2. Eric Schmidt

Eric Schmidt rođen je 1955. godine u Washingtonu. Po zanimanju je softverski inženjer, te je završio dva fakulteta. Trenutno je na poziciji izvršnog direktora tvrtke Google, a uz njega su u poduzeću još ključni Larry Page i Sergey Brin. Dio svog kapitala odlučio je investirati u osnivanje novih poduzeća, s ciljem stvaranja veće vrijednosti i zapošljavanja novih ljudi. Investirati je počeo još davne 1999. godine, s ulogom od 750.000 dolara u poduzeće, odnosno softver Hipbone. Nakon toga imao je stanku od nekoliko godina, pa mu je sljedeća investicija bila tek 2006. godine. Do sada je uložio u 19 poduzeća iznos od oko 117 milijuna dolara.

5.3. Lady Gaga

Popularna američka glazbenica, pjevačica, plesačica i tekstopisac, pravim imenom Stefani J.A. Germanota, umjetničkog imena Lady Gaga krenula je Ashtonovim stopama te je uložila u novu startup kompaniju svoga menadžera. Ime novog startup projekta je Backplane, osnivači su vodili pregovore sa NFL-om i glazbenicima i tako kompanija spaja tehnologiju i zabavu kroz društvene mreže. Udio Lady Gage u kompaniji iznosi 20%. Pjevačica osim što je investitor, dio je i nadzornog odbora te je pripojila i neke elemente svojih glazbenih videa u dizajn stranice. Blackplane krenula je s radom kao društvena mreža za poznate odabrane brendove i zvijezde, dok je s vremenom postala i društvena mreža na kojoj svatko može stvoriti društvenu mrežu istomišljenika. U istu mrežu uložio je i Eric Schmidt.[20]

5.4. Reid Hoffman

Reid Hoffman poznat kao internetski poduzetnik te ulagač rizičnog kapitala, osnivač profesionalne društvene mreže, odnosno prve poslovne društvene mreže, LinkedIn, također poznat po velikim investicijama kojima je značajno povećao svoje bogatstvo. Nakon prodaje PayPal (internetskog servisa za plaćanje), značajno je profitirao i nakon toga postao uspješni poslovni anđeo. Godine 2005. uložio je 37.500 dolara u Facebookove dionice i time znatno povećao svoj ulog. Tada se vrijednost društvene mreže

Facebook procjenjivala na 5 milijuna dolara, te se razmišljalo o Facebooku kao društvenoj mreži za američke studente. Danas Hoffmanom udio u Facebooku vrijedi 75 milijuna dolara, dok je u Facebookovom IPO-u prodao dionice tada vrijedne 36 milijuna dolara, time je sve zajedno vrijednost inicijalnog uloga uvećao za oko 3000 puta.[18] Hoffmanove trenutne investicije uključuju One Kings Lane, Wrapp, Edmodo, Airbnb, dok su neke od prošlih investicija Flickr, IronPort, Tagged, Care.com i druge. Autor je knjige „The Start-Up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform your Career“.[19]

5.5. Ron Conway

Ron Conway je rođen 1951. u Palo Alto. On je jedan od osnivača organizacije SV Angel, unutar koje su još Topher Conway, Brian Pokorny, Kevin Carter, Robert Pollak, Abram Dawson, Mike Liu i Paul la Londe. Ron je 2009. godine prozvan najboljim poslovnim anđelom na svijetu, a nalazi se na 40. mjestu Forbesove liste najbogatijih ljudi, a isti magazin stavio ga je 2011. godine na 13. mjesto u kategoriji „deal-makers“ (tvorcu ponuda). Bio je predsjednik i izvršni direktor velikih kompanija kao naprimjer Altos Computer Systems i PTS. Nosi titulu čovjeka s najvećim brojem investicija, a ta brojka iznosi čak preko 650. Neka od poznatijih poduzeća u koja je ulagao su Facebook, PayPal, Google, Reddit, Twitter, Weebly, AirBnB, Napster, Pinterest i slično. Njegova neto vrijednost iznosi oko 1.5 milijardi dolara.

6. Mali poslovni anđeli

U ovom dijelu završnog rada biti će opisani mali (veliki) poslovni anđeli. Tu se podrazumijevaju kampanje koje će provoditi sami poduzetnici na za to specijaliziranim servisima, koji će biti detaljnije opisani u nastavku.

Mali (veliki) napisano je namjerno, da taj izraz što bolje dočara o čemu se tu radi; naime, pod mali poslovni anđeli misli se na pojedince koji svojim doprinosom (ulaganjem novčanih sredstava) pomažu razvoju poslovne ideje, a taj ulog može biti i vrlo malen, što bi značilo da je moguće financiranje projekta sa samo jednim dolarom ili nekom drugom novčanom jedinicom. To nisu klasični anđeli s mnogo vlastitog kapitala, iskustva i znanja, već „obični“ ljudi koji nekome žele pomoći sa simboličnim udjelom, bez da išta traže zauzvrat.

U ovom dijelu, pod veliki poslovni anđeli misli se na velik broj sudionika, odnosno velik broj malih poslovnih anđela, koji u konačnici imaju vrlo veliku financijsku moć. To bi značilo da npr. za neku kampanju koja traži 20.000\$ kako bi se realizirala može financirati veliki broj poslovnih anđela s većom ili manjom količinom uložениh sredstava.

Neki od servisa za takve kampanje su: GoFundMe, Kickstarter, Seedrs, Indiegogo, GiveForward i slično. U nastavku će detaljnije biti opisane GoFundMe, Kickstarter i Indiegogo.

6.1. GoFundMe

Preko GoFundMe kompanije donirano je oko 470 milijuna dolara 2014. godine, te s tom brojkom ona zauzima prvo mjesto, a iza nje je Kickstarter sa 444 milijuna dolara. Ona je pokrenuta 2010. godine od strane Brad Damphousse-a i Andrew Ballester-a, a razvila se iz CreateAFund pokrenute 2008. godine.[5] U tablici vidimo neke od glavnih značajki za usporedbu Kickstarter-a i GoFundMe-a kao kompanija koje pomažu u razvoju i usponu ideje.

Tablica 6.1. Prikaz rasta GoFundMe i Kickstarter-a

| Kompanija | Donirano/uloženo 2014. godine | Rast 2014. godine | Donora/ulagača 2014. godine |
|--------------------|----------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| GoFundMe | 470 000 000 \$ | 268% | 6 000 000 |
| Kickstarter | 444 000 000 \$ | 10% | 3 300 000 |

Izvor: <http://www.crowdfunding.com/>, prosinac 2015.

GoFundMe kompanija omogućava prikupljanje novca u 3 različite svrhe. To su osobne kampanje, humanitarno prikupljanje sredstava i sve ili ništa. Osobna kampanja odnosi se na želje pojedinaca, grupe, obitelji i slično, a tu se misli na proslave, promocije, različite pomoći u gradnji, opremanju, za kupnju IT uređaja, za nesreće i bolesti. Humanitarno prikupljanje sredstava pokreće se u svrhu pomaganja neprofitnim organizacijama, ustanovama koje pomažu ljudima, bolnicama i školama. Ove kampanje ne zahtijevaju ništa od poduzetnika prema donatoru zauzvat. U kampanji sve ili ništa, poduzetnik objavljuje nagrade, a po ostvarenju određene količine novaca ih dodijeliti donatorima novca, u ovisnosti o tome koliko je tko uložio. Ta kampanja je za pokretanje posla, odnosno poduzetnik detaljno predstavi poslovnu ideju zainteresiranim ulagačima. Ideje su predstavljene tekstem, a mogu biti poduprte slikama, videom, intervjuima, različitim analizama i slično.

Za primjer, u nastavku su navedene neke od najuspješnijih kampanja, te iznosi s kojima su financirane:[5]

- Saving Eliza (za liječenje) – 2,025,540\$.
- Bucks for Bauman (novac skupljen za Jeff Bauman-a nakon što je izgubio obje noge tijekom bombardiranja) – 809,310\$.
- Celeste & Sydney Recovery Fund (također oboje žrtve bombardiranja) – 795,985\$.
- Hope for a Home (za opremanje kuće kako bi je koristila hendikepirana osoba) – 410,011\$.

6.2. Kickstarter

Kickstarter također potiče financiranje kreativnih projekata iz gomile, odnosno od strane svih zainteresiranih ulagača. Ona je po broju sudionika (onih koji predaju projekte i onih koji ih financiraju) te po količini novca druga takva kompanija. U Kickstarter ljudi ne ulažu novac s ciljem zarade, već isključivo kako bi pomogli nekoj drugoj osobi u ostvarenju svojeg posla. Zauzvrat oni dobivaju neku unaprijed definiranu nagradu, odnosno opipljivo dobro koje može biti neka majica, upaljač, završni proizvod koji će se proizvoditi ako kampanja uspješno završi, večera, upis među ostale ulagače i slično, a u ovisnosti o iznosu uloženi sredstava. Kickstarter je započeo s radom 28. travnja 2009. godine, a pokrenuli su je Perry Chen, Yancey Strickler i Charles Adler, a od strane Time magazina, prozvan je najboljim izumom 2010. godine, a sjedište tvrtke je u Brooklyn-u te ima 129 zaposlenih.[6] Preko njega je do sada pokrenuto 275,990 projekata, od kojih je uspješno 98,948 s oko 1,88 milijarde dolara. Ukupna količina novca skupljena za sve projekte je 2,156,500,000 dolara.[7]

Kickstarter također financira za različite projekte, a kategorije su: Art, Comics, Crafts, Dance, Design, Fashion, Film & Video, Food, Games, Journalism, Music, Photography, Publishing, Technology, Theater.

Neke od uspješnijih Kickstarter kampanja:[7]

- Pebble (sat od elektronskog papira za iOS i Android) – 10,266,845\$.
- Ouya (video konzola) – 8,596,475\$.
- Project Eternity (video igra) – 3,986,929\$.
- Reaper Miniatures Bones (video igra) – 3,429,236\$.

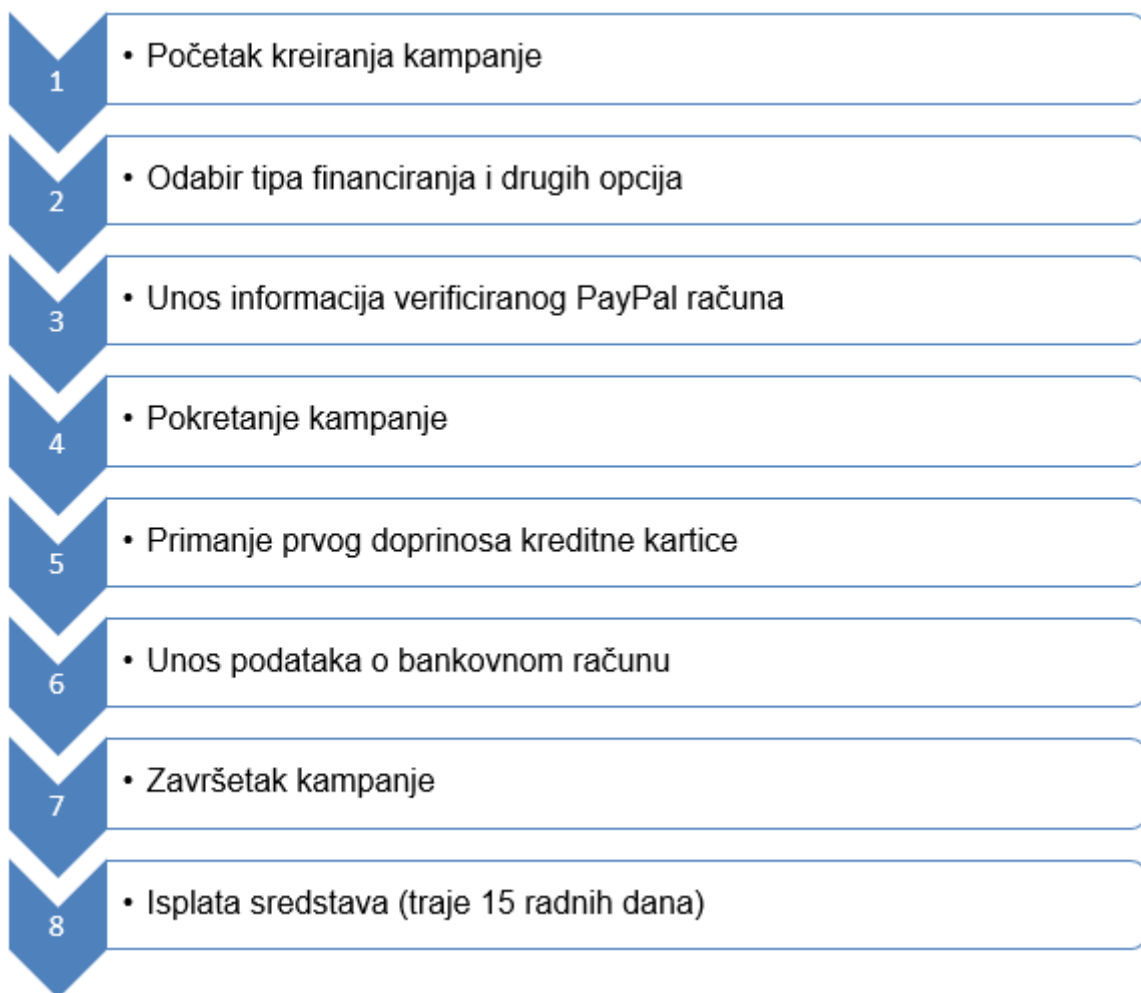
6.3. Indiegogo

Preko kompanije Indiegogo financira se najširi spektar djelatnosti od svih dosad nabrojanih servisa. Tamo na dnevnoj bazi inovatori podižu velike svote novaca. Kampanju je pokrenuti vrlo jednostavno, prilikom kreiranja postoje obrasci koji su vrlo intuitivni i lako ih je ispuniti.

Indiegogo u brojkama:

- 15 milijuna ljudi iz svih krajeva svijeta posjeti njihovu stranicu svaki mjesec.
- 47% uspješnih projekata pokrenuto je od strane žena.
- Njihove kampanje našle su svoj dom u 223 država i pokrajina.
- Indiegogo je prva stranica preko koje se skupio novac za rođenje djeteta.

Na slici 6.1. je prikaz svih faza od samog početka kampanje, pa sve do isplate sredstava na Indiegogo. Tok se sastoji od 8 faza.



Slika 6.1. Osam faza odvijanja kampanje od početka do isplate

Izvor: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204484508-When-Do-I-Get-My-Money->, veljača 2016.

Način za primanje novca nakon završetka kampanje je na PayPal račun ili direktno na bankovni račun, a naknada koju uzima Indiegogo je 5%, dok PayPal uzima dodatnih 3-5%, pa je tako vrijedno spomenuti kako će npr. od iznosa 100.000\$ osnivač kampanje dobiti oko 90.000\$ – 92.000\$ na račun.[9]



Slika 6.2. Logotip poduzeća Kickstarter, Indiegogo i GoFundMe

Izvor: <https://www.kickstarter.com/>, <http://www.indiewire.com/>,
<https://www.consumeraffairs.com/>, siječanj 2016.

7. Poznati projekti financirani od strane poslovnih anđela

U ovom dijelu će biti nabrojani neki od poznatijih projekata koji su financirani od strane poslovnih anđela. Njih je dobro spomenuti kako bi se ohrabrilo potencijalne poduzetnike na poduzimanje prvih koraka, kako bi bili bliže ostvarenju svoje ideje.

7.1. AirBnB

Ideja za AirBnB je nastala 2007. godine u San Franciscu. Dvoje cimera Brian Chesky i Jow Gebbia nisu imali dovoljno novaca kako bi platili stanarinu za stan u potkrovlju. Došli su na ideju kako bi mogli iznajmljivati dio stana nekome tko treba smještaj, a isto tako nema novaca za hotel ili nešto skupo. Tako su dnevni boravak prenamijenili u boravak za noćenje i doručak.

Ime AirBnb znači AirBed and Breakfast, odnosno zračni krevet i doručak, što je bilo obuhvaćeno u „paketu“ koji su oni nudili. Sada je AirBnB sinonim za jeftini smještaj diljem svijeta, u koji su uključene sve države i gradovi, te tamo može svaka osoba iznajmiti svoj stan, kuću, sobu, kućicu na drvu, brod ili nešto treće. Stranica je postala aktualna 11.08.2008. godine. Tvrtka je do srpnja 2011. godine preko poslovnih anđela podigla 119.800.000\$, u čemu je sudjelovalo desetak ulagačkih kuća. Jedan od poznatijih ulagača u AirBnB je glumac i partner A-Grade Investments-a Ashton Kutcher, te član Greylock Partners-a Reid Hoffman.[8]



Slika 7.1. Logo AirBnB

Izvor: www.airbnb.com, ožujak 2016.

7.2. Dropbox

Dropbox je servis za spremanje i sinkronizaciju podataka na svim uređajima koje koristimo. Tako može biti instaliran na računalu, mobitelu, tabletu, kao i na svim platformama. Koriste ga privatni, ali i poslovni korisnici koji imaju na raspolaganju od 2GB prostora na više. Dropbox koristi 400 milijuna ljudi na bilo koji način i na bilo kojem uređaju, a koristi ga i oko 150.000 poduzeća. Svakodnevno je na Dropbox-u spremljeno oko 1.2 milijarde različitih podataka.

Dropbox je nastao 2007. godine i te godine je privukao prvu investiciju u iznosu od 15.000 dolara. Već iduće godine u Dropbox je bilo investirano 1.2 milijuna dolara, a zatim je svake godine privlačio sve veći broj investitora. Danas poduzeće Dropbox vrijedi oko 10 milijardi dolara.



Slika 7.2. Logo Dropbox

Izvor: www.dropbox.com, ožujak 2016.

7.3. LinkedIn

LinkedIn je profesionalna poslovna društvena mreža s oko 414 milijuna korisnika. Nastala je 2002. godine, a službeno je s radom započela iduće, 2003. godine. Na toj društvenoj mreži profili korisnika služe kako bi sami sebe prezentirali, odnosno prodali potencijalnom poslodavcu. Sve je podređeno podacima o korisniku, koji su smisleno poredani jedni ispod drugih, s poveznicama na druge osobe, informacije o trenutnom zaposlenju, a zanimljivo je i kako korisnici mogu međusobno potvrđivati znanja i vještine

drugih korisnika. Stranica je dostupna na 24 svjetska jezika, te u 200 država i pokrajina.

U navedeno poduzeće bilo je investirano u pet krugova, svaki u drugoj fazi razvoja. Prva investicija bila je 2003. godine, kada je poduzeće bilo u fazi A, odnosno tek se počelo razvijati i investicija je iznosila 4.7 milijuna dolara, dok je kroz sljedeća četiri koraka bilo investirano čak 98.5 milijuna dolara. Danas poduzeće LinkedIn vrijedi oko 9 milijardi dolara.



Slika 7.3. Logo LinkedIn

Izvor: www.linkedin.com, ožujak 2016.

7.4. Tumblr

Tumblr društvena mreža, počinje s radom 2007. godine. Korisniku je u virtualnom prostoru omogućeno objavljivanje zabavnog sadržaja, praćenje drugih korisnika i zaštita podataka. Broj korisnika svakodnevno raste, a članovi su postali i svjetske poznate osobe. Predsjednik Amerike jedna je od slavni osoba koje imaju vlastiti blog. Usmjeren je na pisanje blogova i dijeljenja razne multimedije, a isto tako je poznat kao mreža koja je više puta pozivala na razne prosvjede. Također društvena mreža je idealna prilika za sve one koji vole pozornost jer se putem nje iznose mišljenja. Može se reći da je ova društvena mreža zlatna sredina između običnog bloga i društvene mreže Twitter.

Tumblr je također uspio velikim dijelom zahvaljujući poslovnim anđelima i drugim investitorima. U prvoj godini rada već je privukao investicije u iznosu od 750.000 dolara. Iduće godine iznos investicija uvećao se čak šest puta u

odnosu na godinu osnutka, pa je tako primio 4.5 milijuna dolara. Ukupno je bio financiran kroz šest faza, a ukupno je u Tumblr uloženo oko 126 milijuna dolara. Trenutna vrijednost Tumblr-a je oko 3.4 milijarde dolara.



Slika 7.2. Logo Tumblr

Izvor: <https://www.tumblr.com/logo>

7.5. Instagram

Instagram predstavlja besplatnu aplikaciju i to jednu od najpopularnijih, a služi za dijeljenje fotografija ili video sadržaja na društvene mreže (Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr), a putem mobitela koji imaju Android, Iphone i Windows Phone sustav. Uvelike utječe na razvoj fotoaparata te mobitela, jer je posebnost ove aplikacije upravo fotografija. Glavna prednost, da osim što ima razne filtere za obrađivanje fotografija ima i mogućnost da se te fotografije odmah i pokažu prijateljima na nekoj od društvenih mreža. Kreiran je i pokrenut 2010. godine, dok ga 2012. godine Facebook kupuje, za oko jednu milijardu američkih dolara. Iste te godine Instagram se prvi puta spominje kao društvena mreža.

S obzirom na to da je kupljen od Facebook-a, investicije je primio samo u tri navrata, a one su bile redom 2010. godine 500.000 dolara, 2011. godine 7 milijuna, a 2012. godine 20 milijuna dolara. Trenutno vrijedi oko 40 milijardi dolara.



Slika 7.5. Logo Instagram

Izvor: <https://www.instagram-brand.com/>

7.6. Facebook

Facebook je danas najpopularnija društvena mreža s preko 1.23 milijarde korisnika, od kojih je 80% aktivnih, što bi podrazumijevalo da su svakodnevno barem jednom prijavljeni na svoj račun. Vrijednost te mreže procjenjuje se na oko 311 milijardi dolara, što dovoljno govori samo za sebe o kolikoj tvrtki se radi. Mark Zuckerberg je Facebook pokrenuo 2004. godine, ali je prvotna ideja bila kako će se koristiti samo među američkim studentima.

Od samih početaka, mnogi poslovni anđeli ulagali su u Facebook, pa je tako prva veća kapitalna sredstva dobio iste godine kada je i osnovan, u iznosu 500.000\$ od Petera Thiel, dok su u iduće dvije godine investicije u Facebook iznosile otprilike 41 milijun dolara. Ti novci dobiveni su od nekoliko organizacija poslovnih anđela, a neke od njih su Thiel, Accel, Greylock Partners i Meritech. Vrijednost Facebook-a na kraju 2006. godine iznosila je oko 8 milijardi dolara, te je u stalnom porastu, a trenutno vrijedi oko 80 milijardi dolara.



Slika 7.6. Logo Facebook

Izvor: www.facebook.com, ožujak 2016.

8. Istraživanje

8.1. Ciljevi istraživanja

Ciljevi istraživanja su kroz 15 pitanja ankete saznati općenite podatke o ispitanicima, te koliko su upoznati s pojmom poslovni anđeli. Tako se kroz prvih deset pitanja saznalo na kojim pozicijama rade ispitanici, koliko dugo su na tim pozicijama, kolika je veličina tvrtke u kojoj su zaposleni i čime se tvrtka bavi, koliko je stara tvrtka, kakva joj je vlasnička struktura, što predstavlja problem u rastu poduzeća ako problem postoji, kakvo mišljenje imaju o stabilnosti poduzeća u kojem rade i kako gledaju na poslovna partnerstva. Nakon tih pitanja, slijedilo je 5 konkretnih pitanja, koja se direktno odnose na temu rada, a to su poslovni anđeli, pa je tako bilo pitanje da li bi razgovarali s poslovnim anđelima u smislu ulaganja u poduzeće, da li su čuli za prvu Hrvatsku mrežu poslovnih anđela CRANE, ako postoji odnos poduzeća u kojem rade i poslovnog anđela koliko dugo traje taj odnos, koja je izlazna strategija dogovorena sa poslovnim anđelom, te da li su zainteresirani za suradnju s poslovnim anđelima. Kroz odgovore na ova pitanja, puno će jasnije biti prikazano mišljenje ljudi o poslovnim anđelima.

8.2. Metodologija istraživanja

Anketni upitnik koji je sastavljen za svrhu istraživanja proveden je na uzorku od 176 ispitanika. Provedeno istraživanje bilo je u razdoblju siječnja i veljače 2016. godine diljem Hrvatske, među zaposlenim osobama koje se nalaze na različitim pozicijama u poduzećima. Anketa je sastavljena od 15 pitanja, te je dana u prilogu 1.

Vrijeme potrebno za ispunjavanje ankete iznosilo je otprilike 5 minuta. Pitanja su oblikovana tako da su ponuđeni višestruki odgovori te je bilo potrebno odabrati samo jedan. Prvih 10 pitanja ankete odnosilo se na opće podatke o zaposleniku, tvrtki i njegovih osobnih razmišljanja o trenutnom stanju u poduzeću gdje radi. Iz ponuđenih pitanja dobiveni su različiti odgovori o tome na kojim su pozicijama zaposlenici u tvrtki, koliko dugo su

na toj poziciji, podaci o veličini tvrtke, području djelovanja, starosti tvrtke, vlasničkoj strukturi, te izvorima financiranja.

Zadnjih pet pitanja vezano je uz poslovne anđele. Odnosno, željeli su se dobiti podaci o tome koliko su ispitanici upoznati s pojmom poslovnih anđela, da li su čuli za Hrvatsku mrežu poslovnih anđela, postoji li možda odnos s poslovnim anđelima u njihovoj tvrtki te ako ne postoji jesu li zainteresirani za suradnju s njima.

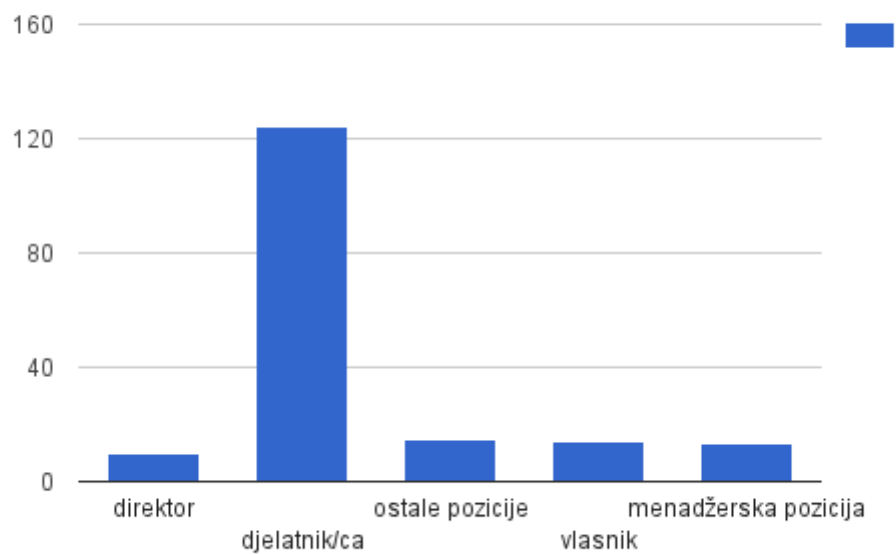
Anketa je dostavljena ispitanicima putem Google obrazaca. Poveznica na obrazac slala se ispitanicima preko e-maila, te je bila objavljena na nekoliko Google+ i Facebook profila, kako bi je ljudi samoinicijativno mogli ispunjavati. Također, u e-mailu je bila zamolba da se poveznica proslijedi dalje na e-mailove prijatelja, kako bi se prikupilo što više odgovora. Na taj način prikupilo se puno rezultata, a samim time i uvid u stvarnije stanje.

8.3. Analiza rezultata

Prikupljeno je 176 važećih anketa. Svi podaci automatski su uvršteni u Excel program, te su analizirani deskriptivnim statističkim metodama. Kao što je navedeno u prethodnom tekstu, na prvih 10 pitanja bilo je potrebno dati opće podatke o zaposleniku, tvrtki i njegova osobna razmišljanja o trenutnom stanju u poduzeću gdje radi, dok je zadnjih 5 pitanja vezano uz poslovne anđele. Dobiveni su sljedeći rezultati.

- Prvo pitanje ankete glasilo je: Koja je Vaša trenutna pozicija u tvrtki?

Grafikon 8.1. Prikaz pozicije ispitanika u tvrtki

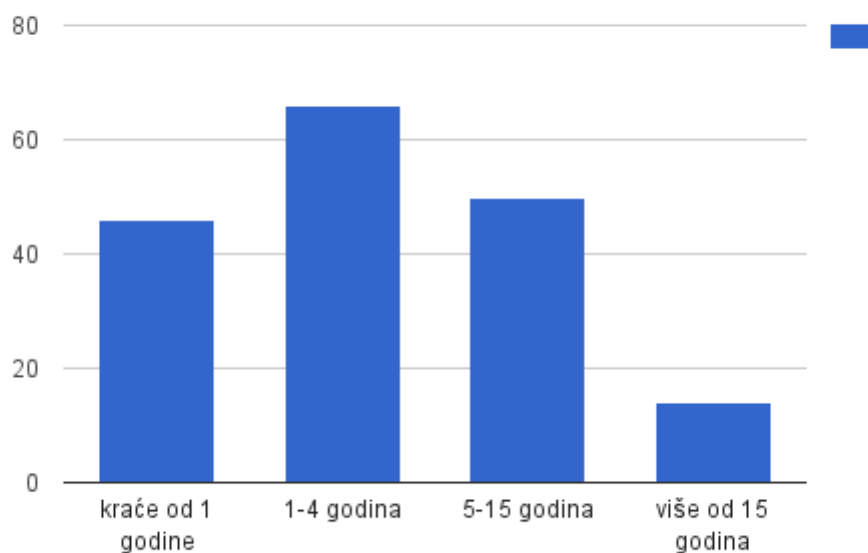


| | | |
|----------------------|------------|-------|
| vlasnik | 14 | 8% |
| direktor | 10 | 5.7% |
| menadžerska pozicija | 13 | 7.4% |
| djelatnik/ca | 124 | 70.5% |
| ostale pozicije | 15 | 8.5% |

Iz grafikona 8.1. vidljivo je kako je najveći broj ispitanika, odnosno njih 70,5% u poduzeću u kojem radi na poziciji djelatnika, 8% ispitanika su vlasnici poduzeća, 7,4% ispitanika nalazi se na menadžerskim pozicijama, 5,7% ispitanika su direktori, dok je 8,5% njih na ostalim pozicijama.

- Drugo pitanje ankete glasilo je: Koliko dugo ste na ovoj poziciji?

Grafikon 8.2. Prikaz koliko dugo je zaposlenik na poziciji na kojoj radi

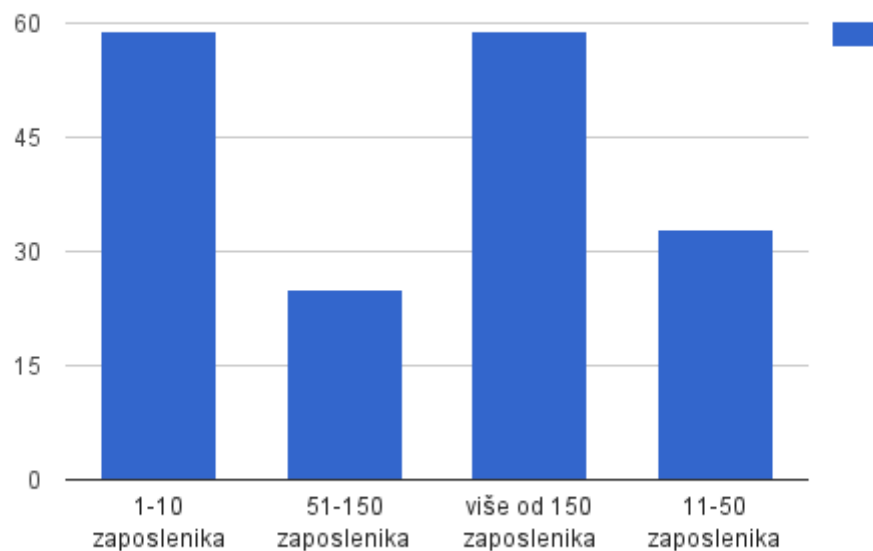


| | | |
|-------------------|-----------|-------|
| kraće od 1 godine | 46 | 26.1% |
| 1-4 godina | 66 | 37.5% |
| 5-15 godina | 50 | 28.4% |
| više od 15 godina | 14 | 8% |

Na grafikonu 8.2. vidimo da je 37,5% ispitanika na trenutnoj poziciji u svom poduzeću u razdoblju od 1 do 4 godine, 28,4% ispitanika je na trenutnoj poziciji između 5 i 15 godina, 26,1% ih je kraće od 1 godine, dok ih je svega 8% više od 15 godina na trenutnoj poziciji.

- Treće pitanje ankete glasilo je: Veličina tvrtke u kojoj ste zaposleni?

Grafikon 8.3.Prikaz veličine tvrtke u kojoj radi ispitanik

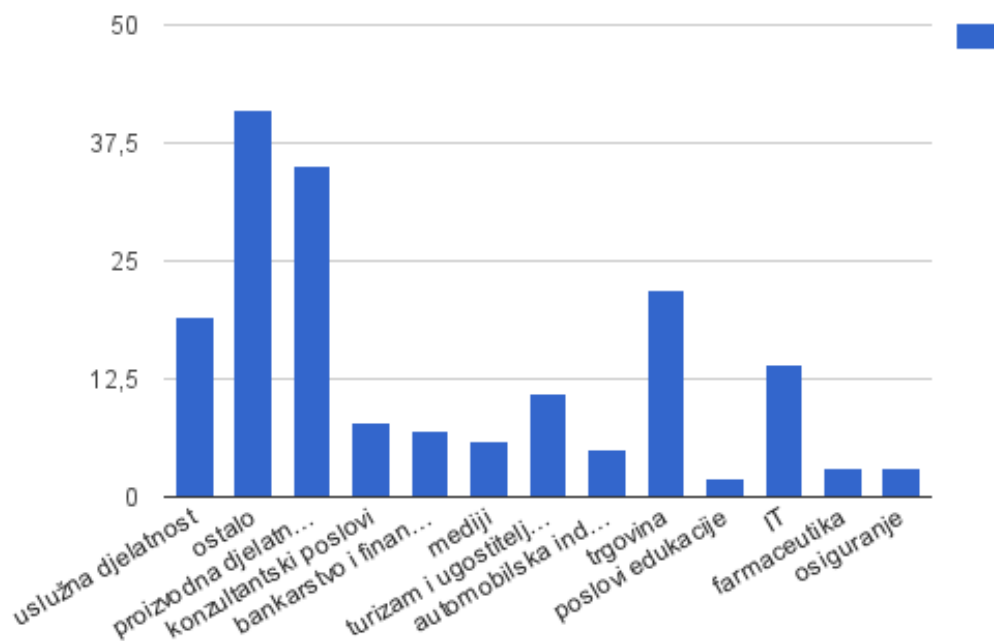


| | | |
|-------------------------|-----------|-------|
| 1-10 zaposlenika | 59 | 33.5% |
| 11-50 zaposlenika | 33 | 18.8% |
| 51-150 zaposlenika | 25 | 14.2% |
| više od 150 zaposlenika | 59 | 33.5% |

Grafikon 8.3. prikazuje kolika je veličina poduzeća u kojem radi ispitanik. Tako iz navedenog vidimo kako je najveći broj ispitanika, odnosno njih 33,5% iz onih poduzeća s više od 150 zaposlenika, te isto toliko iz poduzeća od 1 do 10 zaposlenika, dok je 18,8% zaposlenika iz poduzeća s 11 do 50 zaposlenih, a 14,2% ispitanih radi u poduzećima s 51-150 zaposlenih.

- Četvrto pitanje ankete glasilo je: Vaše područje djelovanja je?

Grafikon 8.4. Prikaz područja djelovanja tvrtke u kojoj radi ispitanik

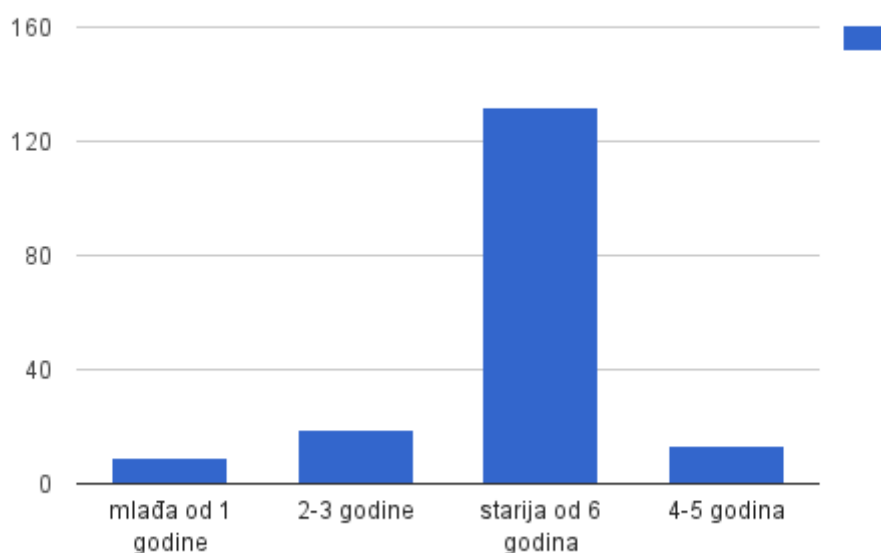


| | | |
|--------------------------|-----------|-------|
| uslužna djelatnost | 19 | 10.8% |
| bankarstvo i financije | 7 | 4% |
| osiguranje | 3 | 1.7% |
| proizvodna djelatnost | 35 | 19.9% |
| turizam i ugostiteljstvo | 11 | 6.3% |
| konzultantski poslovi | 8 | 4.5% |
| farmaceutika | 3 | 1.7% |
| poslovi edukacije | 2 | 1.1% |
| IT | 14 | 8% |
| automobilska industrija | 5 | 2.8% |
| trgovina | 22 | 12.5% |
| mediji | 6 | 3.4% |
| telekomunikacije | 0 | 0% |
| ostalo | 41 | 23.3% |

Prikazani grafikon prikazuje koja je primarna djelatnost poduzeća iz kojeg dolazi ispitanik. Najveći broj ispitanika, točnije njih 19,9% dolazi iz poduzeća koja se bave proizvodnim djelatnostima, nakon toga slijedi trgovina s 12,5%, uslužne djelatnosti s 10,8%, IT s 8%, turizam i ugostiteljstvo s 6,3%, konzultantskim poslovima bavi se 4,5% poduzeća ispitanih, bankarstvom i financijama njih 4%, dok preostali postotak otpada na osiguranje, farmaceutiku, poslove edukacije, automobilsku industriju, medije i 23,3% na ostale poslovne djelatnosti koje nisu navedene u ponuđenim odgovorima.

- Peto pitanje ankete glasilo je: Starost Vaše tvrtke je?

Grafikon 8.5. Prikaz starosti tvrtke u kojoj ispitanik radi



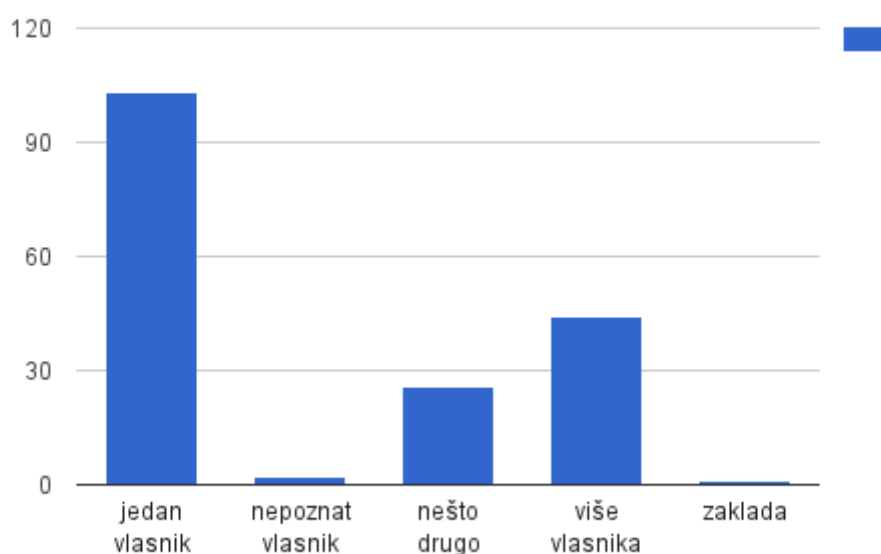
| | | |
|---------------------|------------|-------|
| mlađa od 1 godine | 9 | 5.2% |
| 2-3 godine | 19 | 11% |
| 4-5 godina | 13 | 7.5% |
| starija od 6 godina | 132 | 76.3% |

Grafikon prikazuje kako je najveći broj ispitanika, njih 76,3% iz poduzeća starijih od 6 godina, 11% ispitanih radi u poduzećima starim od 2

do 3 godine, 7,5% njih radi u poduzećima starosti od 4 do 5 godina, a najmanji broj ispitanih, 5,2% radi u poduzećima mlađim od 1 godine.

- Šesto pitanje ankete glasilo je: Kakva je vlasnička struktura Vašeg poduzeća?

Grafikon 8.6. Prikaz vlasničke strukture tvrtke u kojoj radi ispitanik

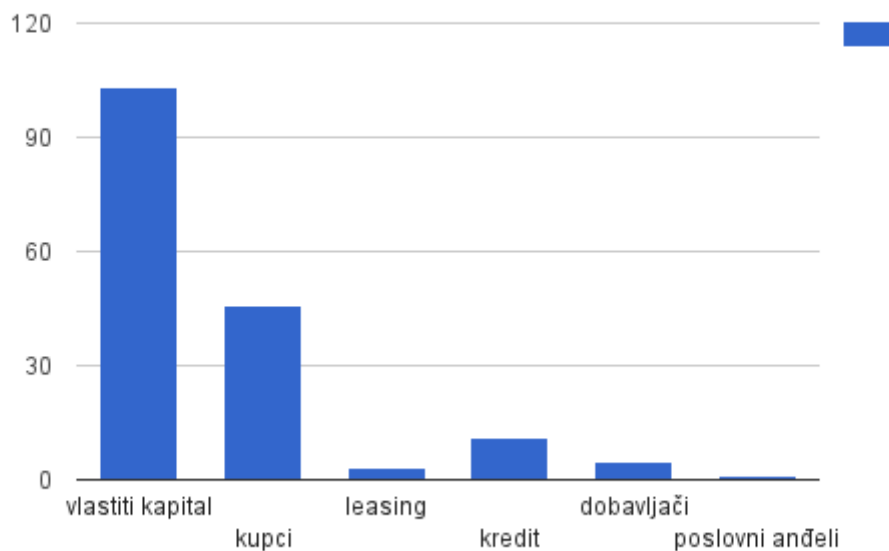


| | | |
|------------------|------------|-------|
| jedan vlasnik | 103 | 58.5% |
| više vlasnika | 44 | 25% |
| nepoznat vlasnik | 2 | 1.1% |
| zaklada | 1 | 0.6% |
| nešto drugo | 26 | 14.8% |

Iz grafikona 8.6. vidljivo je kako čak 58,5% poduzeća ispitanih ima samo jednog vlasnika, slijedi 25% poduzeća s više vlasnika, 1,1% tvrtki ima nepoznatog vlasnika, 0,6% ih se vodi kao zaklade, a 14,8% ispitanih je navelo nešto drugo kao vlasničku strukturu.

- Sedmo pitanje ankete glasilo je: Koji su izvori financiranja Vaše tvrtke?

Grafikon 8.7. Prikaz izvora financiranja tvrtke u kojoj radi ispitanik

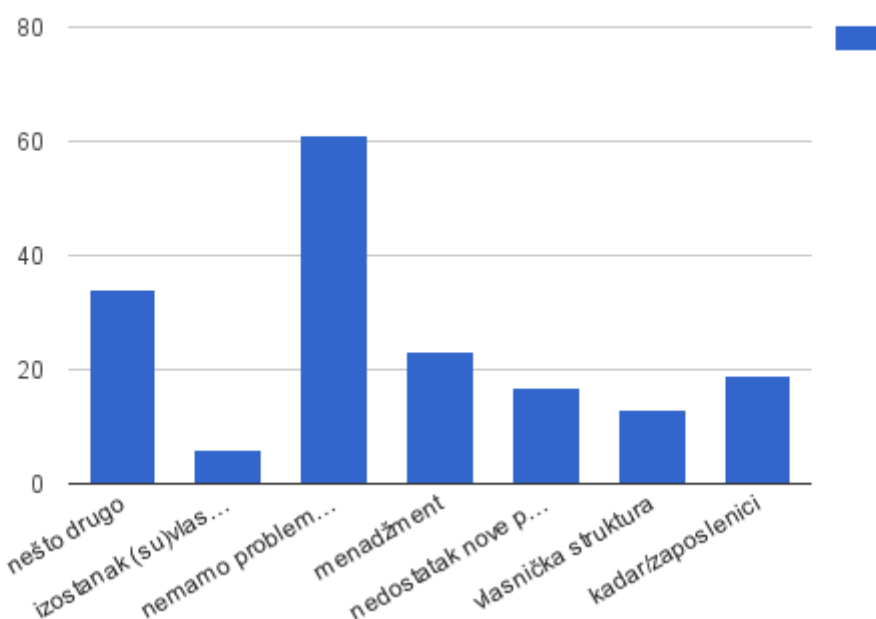


| | | |
|----------------------|------------|-------|
| vlastiti kapital | 103 | 60.9% |
| kredit | 11 | 6.5% |
| leasing | 3 | 1.8% |
| dobavljači | 5 | 3% |
| kupci | 46 | 27.2% |
| poslovni anđeli | 1 | 0.6% |
| Venture Capital | 0 | 0% |
| rodbina i prijatelji | 0 | 0% |

Na ovom grafikonu vidljivi su izvori financiranja poduzeća u kojima su ispitanici zaposleni. Najveći broj ispitanih odgovorio je kako su izvori financiranja vlastiti kapital i to 60,9% njih, 27,2% odgovorilo je kako su to kupci, 6,5% njih navelo je da se za financiranje koriste krediti, a ostali dio postotka otpada na dobavljače, leasing i na poslovne anđele.

- Osmo pitanje ankete glasilo je: Što predstavlja problem u ostvarivanju rasta Vašeg poduzeća?

Grafikon 8.8. Prikaz problema koji sprječava poduzeće u rastu



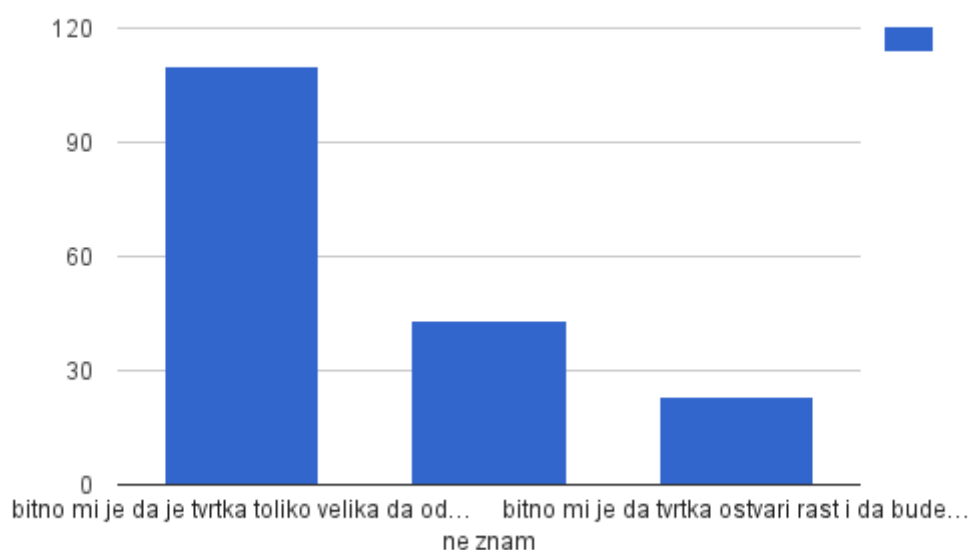
| | | |
|---|-----------|-------|
| nedostatak nove poduzetničke ideje | 17 | 9.8% |
| izostanak (su)vlasničkog financiranja | 6 | 3.5% |
| vlasnička struktura | 13 | 7.5% |
| menadžment | 23 | 13.3% |
| kadar/zaposlenici | 19 | 11% |
| nemamo problema u ostvarivanju rasta našeg poduzeća | 61 | 35.3% |
| nešto drugo | 34 | 19.7% |

Na grafikonu vidimo da 35,3% nema problema u ostvarivanju rasta poduzeća, 13,3% njih za problem u rastu tvrtke navodi menadžment, 11% zaposlenih misli da je problem u kadru/zaposlenicima, 9,8% ispitanih kazalo je da je glavni uzrok u ostvarivanju rasta poduzeća nedostatak nove poduzetničke ideje, 7,5% njih navodi kako je uzrok vlasnička struktura, 3,5%

ispitanih misli da je razlog izostanak financiranja od strane vlasnika/suvlasnika, a 19,7% njih navodi kako je razlog nešto drugo.

- Deveto pitanje ankete glasilo je: Vaše razmišljanje o pozicioniranosti tvrtke?

Grafikon 8.9. Prikaz razmišljanja ispitanika o pozicioniranosti tvrtke

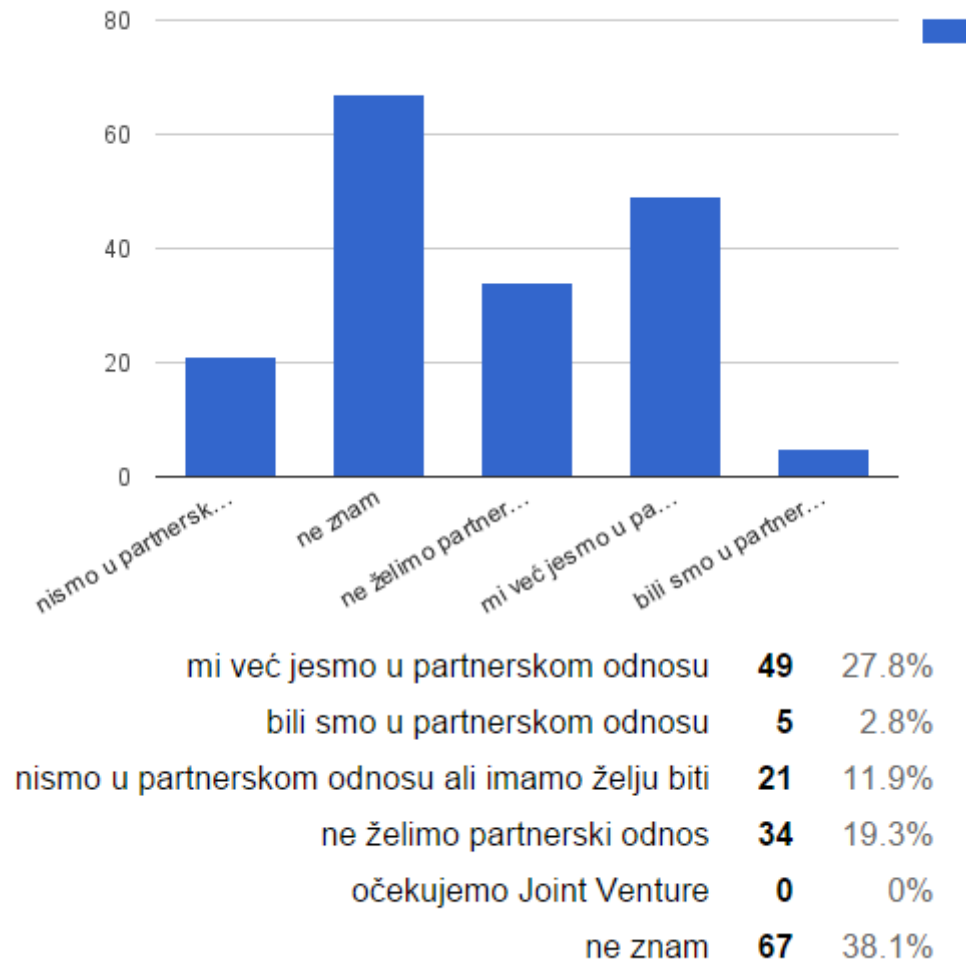


| | | |
|---|------------|-------|
| bitno mi je da tvrtka ostvari rast i da bude jednog dana uvrštena na burzu | 23 | 13.1% |
| bitno mi je da je tvrtka toliko velika da od rada u njoj moja obitelj i ja možemo pristojno živjeti i njegova obitelj | 110 | 62.5% |
| mislimo prodati poduzeće konkurentu ili drugom investitoru | 0 | 0% |
| ne znam | 43 | 24.4% |

Ovaj grafikon prikazuje što misle zaposlenici o pozicioniranosti tvrtke i što je njima bitno, pa je tako vidljivo da je 62,5% ispitanika najbitnije da je tvrtka dovoljno velika da od rada u njoj može pristojno živjeti ispitanik i njegova obitelj, 13,1% njih smatra kako je najbitnije da tvrtka ostvari rast i da jednog dana bude uvrštena na burzu, a 24,4% ispitanih odgovorilo je kako ne zna odgovor na ovo pitanje.

- Deseto pitanje ankete glasil je: Koje je Vaše mišljenje o poslovnim partnerstvima?

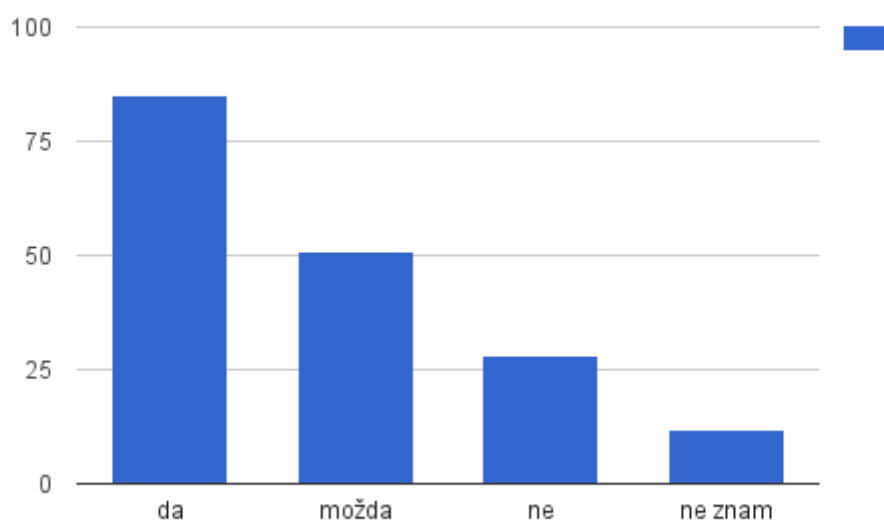
Grafikon 8.10. Prikaz razmišljanja ispitanika o poslovnim partnerstvima



Grafikon 8.10. prikazuje da 27,8% ispitanika radi u poduzećima koji su u partnerskim odnosima, 19,3% njih odgovorilo je kako ne žele partnerski odnos, 11,9% navelo je da nisu u partnerskom odnosu ali imaju želju biti, 2,8% poduzeća bilo je u partnerskom odnosu, a 38,1% nema svoje mišljenje o partnerskom odnosu.

- Jedanaesto pitanje glasilo je: Poslovni anđeli su osobe s puno poslovnog iskustva, poznanstva i vlastitog kapitala, koje su spremne uložiti u poduzeće na nekoliko godina. Biste li razgovarali s njima?

Grafikon 8.11. Prikaz koliko su ispitanici spremni na razgovor s poslovnim anđelima

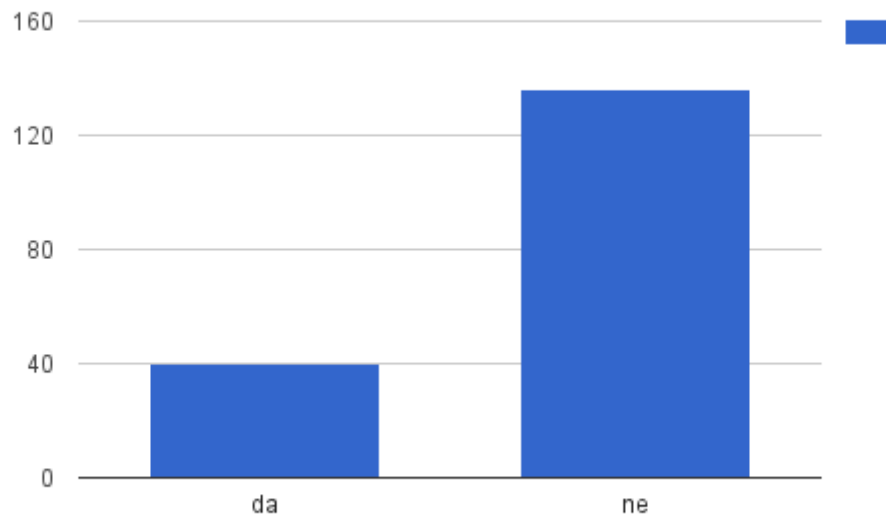


| | | |
|---------|-----------|-------|
| da | 85 | 48.3% |
| ne | 28 | 15.9% |
| možda | 51 | 29% |
| ne znam | 12 | 6.8% |

Na grafikonu 8.11. navedeno je koliko su ispitanici spremni, odnosno voljni na razgovor s poslovnim anđelima. Najveći broj ispitanih, 48,3% navelo je da bi razgovaralo s poslovnim anđelima, 29% da bi možda razgovaralo, 15,9% ne bi razgovaralo s njima, a 6,8% ispitanih ne zna.

- Dvanaesto pitanje ankete glasilo je: Jeste li čuli za prvu Hrvatsku mrežu poslovnih anđela?

Grafikon 8.12. Prikaz koliko je ispitanika upoznato s prvom Hrvatskom mrežom poslovnih anđela

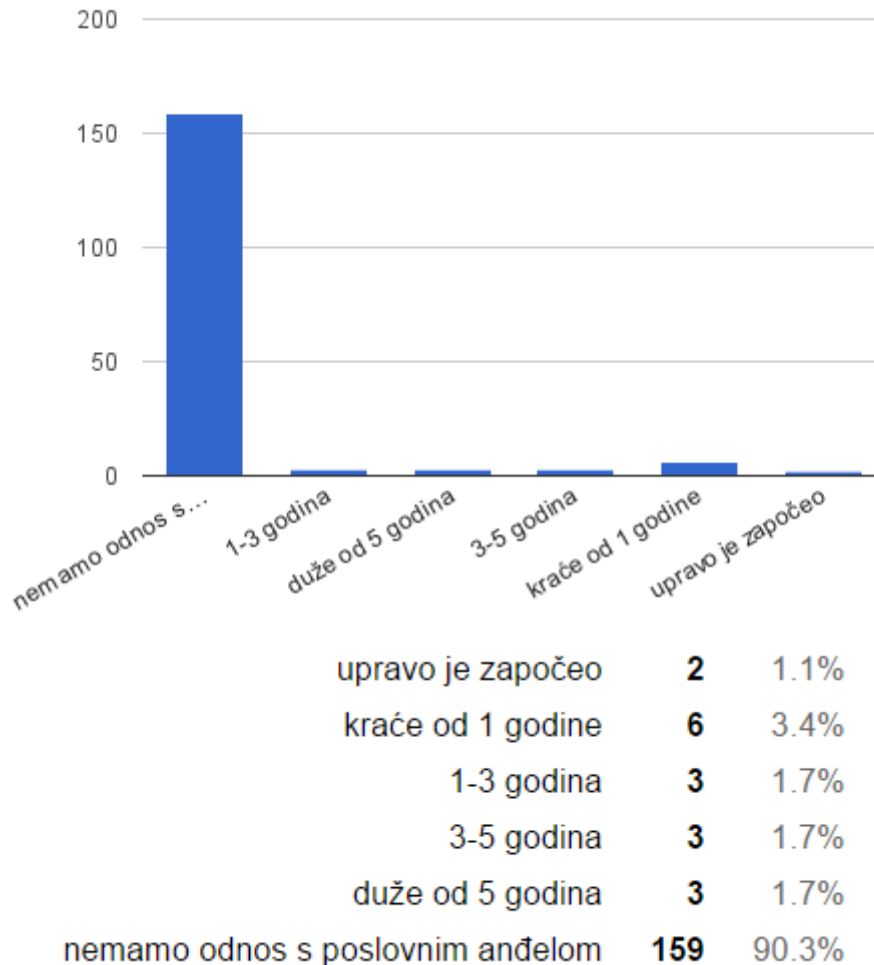


| | | |
|----|------------|-------|
| da | 40 | 22.7% |
| ne | 136 | 77.3% |

Ovaj grafikon prikazuje koliko su ispitanici upoznati s postojanjem prve Hrvatske mreže poslovnih anđela – CRANE. Tek manji dio njih, odnosno 22,7% ispitanih zna za CRANE, a čak 77,3% nikad nije čulo za tu mrežu, iako je ona prisutna u Hrvatskoj već 8 godina.

- Trinaesto pitanje ankete glasilo je: Koliko dugo traje odnos s poslovnim anđelom u Vašoj tvrtki?

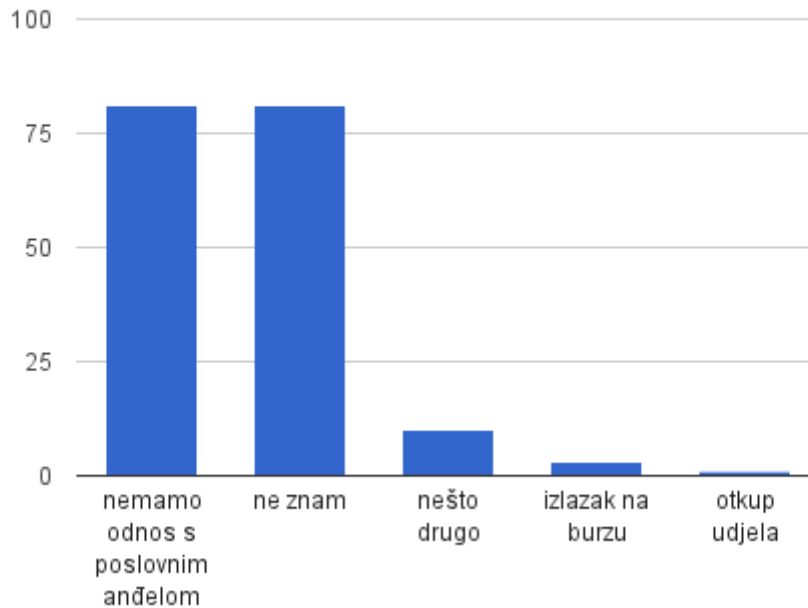
Grafikon 8.13. Prikaz koliko dugo traje odnos tvrtke u kojoj radi ispitanik i poslovnog anđela



Iz grafikona 8.13. vidljivo je da 90,3% poduzeća nema odnos s poslovnim anđelima, 3,4% poduzeća ima odnos kraći od 1 godine, 1,7% poduzeća imaju odnos s poslovnim anđelima u trajanju od 1 do 3 godine, isto toliko ih je s odnosom u trajanju od 3 do 5 godina i s odnosom koji traje duže od 5 godina, a 1,1% poduzeća je tek započelo odnos s poslovnim anđelom.

- Četrnaesto pitanje ankete glasilo je: Koja je izlazna strategija dogovorena s poslovnim anđelima?

Grafikon 8.14. Prikaz koja je izlazna strategija dogovorena s poslovnim anđelima

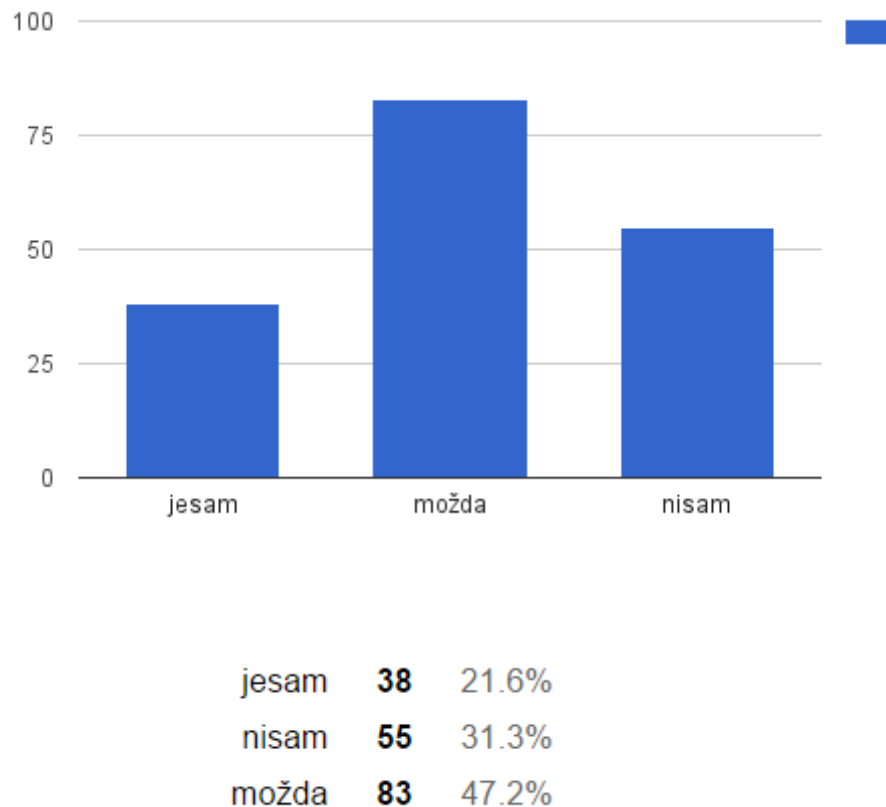


| | | |
|----------------------------------|-----------|------|
| otkup udjela | 1 | 0.6% |
| prodaja tvrtke | 0 | 0% |
| izlazak na burzu | 3 | 1.7% |
| nemamo odnos s poslovnim anđelom | 81 | 46% |
| nešto drugo | 10 | 5.7% |
| ne znam | 81 | 46% |

Iz grafikona 8.14. vide se dogovorene izlazne strategije s poslovnim anđelima. Najveći broj ispitanika, njih 46% odgovorilo je kako nema odnos s poslovnim anđelima, isto toliki postotak ispitanika odgovorilo je da ne zna. Nešto drugo, izjasnilo se 5,7% ispitanika. Izlazak na burzu odgovorilo je 1,7% ispitanih, dok je 0.6% ispitanih odgovorilo da je izlazna strategija otkup udjela.

- Petnaesto pitanje ankete glasilo je: Jeste li zainteresirani za suradnju s poslovnim anđelima?

Grafikon 8.15. Prikaz koliko su ispitanici zainteresirani na suradnju s poslovnim anđelima



Grafikon 8.15. prikazuje koliko su ispitanici zainteresirani za suradnju s poslovnim anđelima. Tako je 47,2 % ispitanika odgovorilo da je možda zainteresirano za suradnju s poslovnim anđelima, 31,3% ispitanika je odgovorilo da nije zainteresirano za suradnju s poslovnim anđelima, dok je 21,6% ispitanika odgovorilo da je zainteresirano za suradnju s poslovnim anđelima.

8.4. Komentar istraživanja

Provedenom analizom dobiveni su rezultati čijim se pregledavanjem dobivaju relativno točni podaci o stvarnom stanju. U početnom dijelu dobiveni su općeniti podaci o strukturi ispitanika. Tako je vidljivo da najviše ispitanika radi u nekoj tvrtki, dok je manji broj njih na direktorskim i menadžerskim pozicijama. Također, ujednačen je i broj godina koliko su na trenutnom radnom mjestu, pa su pravilno raspoređeni unutar 0 i 15 godina, a rade u tvrtkama svih veličina po broju zaposlenih, što bi značilo da ispitanici dolaze iz mikro, malih, srednjih i velikih poduzeća. Najveći broj njih radi u proizvodnim djelatnostima, što daje naslutiti kako većina ispitanih nije upoznata s aktualnim ciljevima, vizijom i misijom poduzeća, a isto tako i s izvorima financiranja i problemima u kojima se poduzeće eventualno nalazi. Većina ispitanih dolazi iz poduzeća koja postoje već više od 6 godina, pa se podrazumijeva kako su ta poduzeća relativno stabilna, sa stalnim poslovima i kupcima, a najzastupljenija vlasnička struktura je takva da poduzeće ima samo jednog vlasnika. Tek jedno poduzeće za izvor financiranja ima poslovnog anđela, a većina ih je standardna s financiranjem iz vlastitog kapitala. Većina ispitanika odgovorila je kako njihovo poduzeće nema problema u ostvarivanju rasta, a isto tako razmišljaju da im je jedino bitno u tvrtki stabilnost, kako bi oni mogli od rada u poduzeću normalno živjeti i pokrivati sve svoje troškove.

Nakon objašnjenja o tome tko su poslovni anđeli, većina ispitanih se očekivano zainteresirala, pa su odgovorili kako bi htjeli s anđelima pričati o ulaganjima. Zanimljivo, ali i pomalo čudno je to da velika većina ispitanih nikad nije čula za Prvu hrvatsku mrežu poslovnih anđela - CRANE, iako su oni već duži niz godina aktivni, uložili su u mnoga poduzeća i bili više puta spominjani u raznim medijima. Na sljedeće pitanje je čak 17 ispitanih odgovorilo kako imaju odnos s poslovnim anđelom u različitim duljinama vremenskog trajanja tog odnosa; znači u poduzećima u kojima radi 17 ispitanih postoje odnosi s poslovnim anđelom, što bi bilo 10% poduzeća ispitanih, odnosno svako deseto poduzeće. Izlazne strategije koje su poznate

ispitanicima, a dogovorene s poslovnim anđelima su otkup udjela i izlazak na burzu, a ostali ispitanici ne raspolažu s tim podacima. Ispitani su odgovorili kako su možda zainteresirani na poslovnu suradnju s poslovnim anđelima, a nakon toga po broju odgovora slijedi odgovor da nisu zainteresirani. Iz navedenog se lako može zaključiti kako bi puno ispitanih htjelo vidjeti što poslovni anđeli nude i razgovarati s njima o poslu, ali se ipak ne bi upuštali u odnos s njima vjerojatno zbog relativno visoke stope nepoznavanja pojma poslovni anđeli. Još jedan od ključnih razloga ne sklapanja poslovanja s poslovnim anđelima je nepovjerenje, odnosno strah od otimanja poslovne ideje ili nedovoljna zaštita inovatora.

9. Zaključak

Iz svega navedenog, postavljenih ciljeva i provedenog istraživanja donesen je zaključak rada. Velik broj ljudi još uvijek nije upoznat s pojmom poslovnih anđela. U Hrvatskoj taj pojam još nije dovoljno zastupljen, te vlada neznanje u tom području. Proučavanjem literature došlo se do spoznaje kako ni oni upoznati s poslovnim anđelima još uvijek nemaju jasnu predodžbu o njima, te se boje odnosa s njima.

Poslovni anđeli su zapravo osobe velike financijske moći, s puno znanja i iskustva, koja mogu prenijeti na osobu koje tek ulazi u poduzetništvo. Razgovor s njima svakako nije na odmet, već naprotiv, jako je dobro povezati se, premda bi se samo čulo mišljenje jedne takve osobe koje može biti od velike pomoći. Prilikom sklapanja ugovora, potrebno je jako dobro proučiti sve stavke i klauzule ugovora, kako bi obje strane bile zadovoljne od samog početka poslovanja. Poslovni anđeli ulažu zato da bi pomogli poduzetniku s dobrom poslovnom idejom, a koji nema dovoljno vlastitog kapitala koji mu je neophodan za pokretanje posla. Krajnji cilj ulaganja je rast i razvoj poduzeća, kako bi si poslovni anđeo prvo vratio novac koji je uložio, a kasnije ga i dodatno uvećao kroz određene provizije, te ostale načine zarade, koji su dogovoreni prethodno, kroz vlasnički udio i slično.

Svaki poslovni anđeo rado će poslušati dobru ideju. Zato je potrebno napraviti opširan i kvalitetan poslovni plan prije sastanka, kako bi se ideja mogla prikazati s konkretnim podacima i na konkretnom tržištu. Također, ambiciozni poduzetnik mora dobro proučiti kome će se javiti, hoće li to biti mreža poslovnih anđela ili neki određeni poslovni anđeo, jer ne gledaju svi jednako na sve ideje. Neka ideja može proći kod jednog, ali zato ne mora proći kod drugog poslovnog anđela. Zato treba imati vjeru u ideju, dobro se pripremiti s podacima i nastupom, te zainteresirati ulagača, odnosno poslovnog anđela kako je ulaganje u baš taj proizvod dobra i isplativa stvar.

10. *Literatura*

1. Zvijezdana Stočko- Poslovni anđeli (Završni rad), 2015. godina, str. 9
2. <http://limun.hr/main.aspx?id=20362&Page>, 05.03.16.
3. https://hr.wikipedia.org/wiki/Joint_venture, 27.02.16.
4. <http://www.crane.hr>, 18.02.16.
5. <https://en.wikipedia.org/wiki/GoFundMe>, 05.03.16.
6. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Kickstarter>, 05.03.16.
7. <https://www.kickstarter.com/>, 05.03.16.
8. <https://en.wikipedia.org/wiki/Airbnb>, 27.02.16.
9. <https://www.indiegogo.com/>, 05.03.16.
10. <http://hrcak.srce.hr/47321>, 06.03.16.
11. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Startup>, 05.03.16.
12. <http://goo.gl/wdMtVu>, 09.03.16.
13. https://en.wikipedia.org/wiki/Venture_capital, 27.02.16.
14. <http://www.poslovni.hr/tehnologija/slovenski-investitor-usao-u-crane-307858>, 18.02.16.
15. <http://www.eban.org/>, 09.03.16.
16. <http://wbaa.biz/>, 27.02.16.
17. <http://www.greylock.com/>, 28.02.16.
18. <http://www.poslovnipuls.com/2012/09/11/reid-hoffman-facebook-dionice/>, 18.02.16.
19. https://en.wikipedia.org/wiki/Reid_Hoffman, 04.03.16.
20. <http://goo.gl/QoBYgi>, 18.02.16.
21. <http://www.cepor.hr/>, 18.02.16.

OSTALA LITERATURA

1. Gregov Zrinka, Gavran Adriana – Mogućnost osnivanja mreže poslovnih anđela za mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj, 2005. godina
2. Coveney Patrick, Moore Karl – Business Angels, 1998. godina (internet izdanje)
3. Schmidt Daniel – Entrepreneur's choice between Venture Capitalist and Business Angel for Start-Up Financing (internet izdanje)
4. <https://sh.wikipedia.org/wiki/Instagram>
5. <http://www.savjetnica.com/sto-je-tumblr/>
6. <https://www.crunchbase.com/>
7. <http://www.worthofweb.com/>
8. <https://www.crunchbase.com/person/ashton-kutcher/investments>
9. https://en.wikipedia.org/wiki/A-Grade_Investments
10. <https://www.crunchbase.com/organization/a-grade-investments>
11. <http://www.thefamouspeople.com/profiles/eric-schmidt-6451.php>
12. <http://www.therichest.com/celebnetworth/celebrity-business/investors/ron-conway-net-worth/>
13. <https://www.crunchbase.com/person/ron-conway/investments>
14. <http://www.forbes.com/>
15. <http://www.therichest.com/>

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 3.1. Proces evaluacije u CRANE-u | 13 |
| Slika 3.2. Saša Cvetojević, Hrvoje Prpić i Davor Štetner | 16 |
| Slika 4.1. Logo WBAA mreže..... | 18 |
| Slika 6.1. Osam faza odvijanja kampanje od početka do isplate | 26 |
| Slika 6.2. Logotip poduzeća Kickstarter, Indiegogo i GoFundMe..... | 27 |
| Slika 7.1. Logo AirBnB..... | 28 |
| Slika 7.2. Logo Dropbox..... | 29 |
| Slika 7.3. Logo LinkedIn..... | 30 |
| Slika 7.2. Logo Tumblr..... | 31 |
| Slika 7.5. Logo Instagram | 32 |
| Slika 7.6. Logo Facebook | 32 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tablica 2.1. Prikaz najpoznatijih Joint Venture tvrtki | 9 |
| Tablica 4.1. Prikaz ulaganja poslovnih anđela (Europsko iskustvo)..... | 17 |
| Tablica 6.1. Prikaz rasta GoFundMe i Kickstarter-a..... | 24 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 8.1. Prikaz pozicije ispitanika u tvrtci | 35 |
| Grafikon 8.2. Prikaz koliko dugo je zaposlenik na poziciji na kojoj radi.... | 36 |
| Grafikon 8.3. Prikaz veličine tvrtke u kojoj radi ispitanik..... | 37 |
| Grafikon 8.4. Prikaz područja djelovanja tvrtke u kojoj radi ispitanik..... | 38 |
| Grafikon 8.5. Prikaz starosti tvrtke u kojoj ispitanik radi | 39 |
| Grafikon 8.6. Prikaz vlasničke strukture tvrtke u kojoj radi ispitanik | 40 |
| Grafikon 8.7. Prikaz izvora financiranja tvrtke u kojoj radi ispitanik..... | 41 |
| Grafikon 8.8. Prikaz problema koji sprječava poduzeće u rastu | 42 |
| Grafikon 8.9. Prikaz razmišljanja ispitanika o pozicioniranosti tvrtke | 43 |
| Grafikon 8.10. Prikaz razmišljanja ispitanika o poslovnim partnerstvima | 44 |
| Grafikon 8.11. Prikaz koliko su ispitanici spremni spremni na razgovor s poslovnim anđelima | 45 |
| Grafikon 8.12. Prikaz koliko je ispitanika upoznato s prvom Hrvatskom mrežom poslovnih anđela | 46 |

| | |
|---|----|
| Grafikon 8.13. Prikaz koliko dugo traje odnos tvrtke u kojoj radi ispitanik i poslovnog anđela..... | 47 |
| Grafikon 8.14. Prikaz koja je izlazna strategija dogovorena s poslovnim anđelima | 48 |
| Grafikon 8.15. Prikaz koliko su ispitanici zainteresirani na suradnju s poslovnim anđelima | 49 |



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Marko Mišić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/~~ica~~ završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom poslovni anđeli - alternativni izvori financiranja poduzeća i ideja (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/~~ica~~:
(upisati ime i prezime)

Mišić Marko
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Marko Mišić (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/~~na~~ s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom poslovni anđeli - alternativni izvori financiranja (upisati naslov) čiji sam autor/~~ica~~. poduzeća i ideja

Student/~~ica~~:
(upisati ime i prezime)

Mišić Marko
(vlastoručni potpis)

PRILOG 1

Ova anketa provodi se isključivo u svrhu istraživanja za potrebe diplomskog rada i neće se koristiti za druge svrhe. Također, neće se spominjati imena ispitanika, poduzeća ni osoba.

1. Koja je Vaša trenutna pozicija u tvrtki?

- a vlasnik
- b direktor
- c menadžerska pozicija
- d djelatnik/ca
- e ostale pozicije

2. Koliko dugo ste na ovoj poziciji?

- a kraće od 1 godine
- b 1 – 4 godina
- c 5 – 15 godina
- d duže od 15 godina

3. Veličina tvrtke u kojoj ste zaposleni?

- a 1 – 10 zaposlenika
- b 11 – 50 zaposlenika
- c 51 – 150 zaposlenika
- d više od 150 zaposlenika

4. Vaše područje djelovanja je:

- a uslužna djelatnost
- b bankarstvo i financije
- c osiguranje
- d proizvodna djelatnost
- e turizam i ugostiteljstvo
- f konzultantski poslovi
- g farmaceutika
- h poslovi edukacije
- i IT
- j automobilska industrija
- k trgovina
- l mediji
- m telekomunikacije
- n ostalo

5. Starost tvrtke:

- a mlađa od 1 godine
- b 2 – 3 godine
- c 4 – 5 godina
- d starija od 6 godina

6. Kakva je vlasnička struktura Vašeg poduzeća?

- a jedan vlasnik
- b više vlasnika
- c nepoznati vlasnik
- d zaklada
- e nešto drugo

7. Koji su izvori financiranja Vaše tvrtke?

- a vlastiti kapital
- b kredit
- c leasing
- d dobavljači
- e kupci
- f poslovni anđeli
- g Venture Capital
- h rodbina i prijatelji

8. Što predstavlja problem u ostvarivanju rasta Vašeg poduzeća?

(moguće više odgovora)

- a nedostatak nove poduzetničke ideje
- b izostanak (su)vlasničkog financiranja
- c vlasnička struktura
- d menadžment
- e kadar/zaposlenici
- f nemamo problema u ostvarivanju rasta našeg poduzeća
- g nešto drugo

9. Kako razmišljate?

- a bitno mi je da tvrtka ostvari rast i da bude jednog dana uvrštena na burzu
- b bitno mi je da je tvrtka toliko velika da od rada u njoj moja obitelj i ja možemo pristojno živjeti
- c mislimo prodati poduzeće konkurentu ili drugom investitoru
- d ne znam

10. Koje je Vaše mišljenje o poslovnim partnerstvima?

- a mi već jesmo u partnerskom odnosu
- b bili smo u partnerskom odnosu
- c nismo u partnerskom odnosu ali imamo želju biti
- d ne želimo partnerski odnos
- e očekujemo Joint Venture
- f ne znam

11. Poslovni anđeli su osobe s puno poslovnog iskustva, poznanstava i vlastitog kapitala, koje su spremne uložiti u poduzeće na nekoliko godina.

Biste li razgovarali s njima?

- a da
- b ne
- c možda
- d ne znam

12. Jeste li čuli za prvu Hrvatsku mrežu poslovnih anđela CRANE?

- a da
- b ne

13. Koliko dugo traje odnos s poslovnim anđelom u Vašoj tvrtki?

- a upravo je započeo
- b kraće od 1 godine
- c 1 – 3 godina
- d 3 – 5 godina
- e duže od 5 godina
- f nemamo odnos s poslovnim anđelom

14. Koja je izlazna strategija dogovorena s poslovnim anđelom?

- a otkup udjela
- b prodaja tvrtke
- c izlazak na burzu
- d nemamo odnos s poslovnim anđelom
- e nešto drugo
- f ne znam

15. Jeste li zainteresirani za suradnju s poslovnim anđelima?

- a jesam
- b nisam
- c možda