

RAZVOJ STARTUP KULTURE U HRVATSKOJ U FUNKCIJI RAZVOJA GOSPODARSTVA

Datum prijave: 21.11.2014.
Datum prihvaćanja: 15.12.2014.

UDK: 338(497.5)
Stručni rad

dr.sc. Gordana Nikolić; Dario Zorić, mag.oec.
Visoka poslovna škola PAR
Adresa: Trg Riječke rezolucije 4, 51000 Rijeka, Hrvatska
Telefon: 051-327-037 Fax: 051-327-305 E-mail: gnikolic@par.hr; dzoric@par.hr

SAŽETAK - Mali, inovativni, spremni odgovoriti na vanjske podražaje i potrebe tržišta - to su tzv. startup projekti koji dolaze u brojnim oblicima no najčešće kao mlada poduzeća s malim temeljnim kapitalom u kojima je udruženo nekoliko suosnivača. Oni znaju što žele raditi, no za to im nedostaju novac, određena znanja i vještine te poslovne veze. Sve im to pružaju inkubatori, sastavni dio kulture startupa koja se je posljednjih godina razvila i u Hrvatskoj. Podataka o uspjesima hrvatskih projekata za sada nema jer su i oni uspješniji projekti tek na početku, no o koliko se rizičnom poslu za osnivače i ulagače radi govori podatak da u Sjedinjenim Državama čak 9 od 10 startupova propadne u prvih četiri godina, unatoč investiranju. Razvijanjem startup kulture - poduzetnički inkubatori predstavljaju najbolji način samozapošljavanja i poticanja ekonomskog razvoja koji će u velikoj mjeri pridonijeti i razvoju gospodarstva u državi.
Ključne riječi: startup, poduzetništvo, gospodarstvo, Republika Hrvatska, razvoj

SUMMARY - They are small, innovative and ready to answer all external influences and needs of the market. They are start up projects. Even though they may have many forms, they are most often young companies with a low starting capital, centered on several partners. They know what they want to do, but are in need of financial investment, certain knowledge and skills as well as business connections. Their needs are met by incubators, a vivid part of the startup culture that has recently been developing in Croatia as well.

There are still no data on success of Croatian projects simply because even the successful ones are still at the beginning. However, the risk they carry for their founders and investors is seen in statistics where 9 out of 10 startups in the USA fail in their first four years despite investments. By developing the startup culture, entrepreneurship incubators seem to be the best way for self-employment and economic growth induction that will contribute to the development of the state economy.

Keywords: startup, entrepreneurship, economy, Republic of Croatia, development

1. UVOD

Premda situacija u hrvatskom gospodarstvu trenutačno nije zavidna, zapravo je odlično vrijeme za pokretanje startupa. Novac nije presudan iako ga mnogi smatraju kočnicom. Većina poslova može se započeti ulaganjem "malog" kapitala jer cijene pokretanja startupa nikada nisu bile manje, a ne smijemo zanemariti ni prisutnost društvenih medija putem kojih se izvrsno može informirati korisnika o uslugama/proizvodu.

Startup poduzeće je poduzeće s vrlo ograničenim poslovnim iskustvom. U načelu, to su novoformirana poduzeća u fazi razvoja i traganja za tržištem i načinima kako ponuditi svoje proizvode/ usluge. Ta poduzeća najčešće imaju razrađenu poslovnu ideju, poslovni model, prototip nekog proizvoda ili čak sam funkcionalan proizvod. Ono što im nedostaje je prvenstveno znanje i iskustvo o tome kako to što imaju pretočiti u novac.

Uspjeh brojnih startupa temelji se upravo na odnosu koji je ostvaren s kupcima. Nije dovoljno samo znati koje su potrebe kupaca, već ih je potrebno i kreirati, pronaći što kupci cijene te istražiti njihove želje i potrebe.

Prilikom pokretanja startupa u Hrvatskoj potrebno je biti oprezan jer naše tržište nije veliko, ali ima potencijal za širenje prema inozemstvu.

Pritom treba imati na umu jednostavnost - nije toliko važno ima li neki proizvod mnogo mogućnosti, već rješava li on problem ili potrebu koju kupac ima. Smanjivanje opcija je nešto što pokretači startupa trebaju imati na umu. Ono što je potencijalno put prema uspjehu jest pronaći opciju koju potrošači vole i potom se nje držati u daljnjem razvoju proizvoda. Premda u Hrvatskoj gospodarstvo nije u rastu, u svijetu ipak jest i ulagači su spremni uložiti kapital u dobre ideje.

Velik potencijal ima i sektor visoke tehnologije. Doduše, u tom sektoru je početno ulaganje nešto veće, ali je u konačnici i isplativije. Postoji još barem desetak vrsta poslova, ali bismo pritom zanemarili ključnu stvar - pokretanje biznisa koji je lako dostupan poduzetnicima i općenito poslovi koji ne zahtijevaju velik novčani iznos za njihovo pokretanje. Velike inovacije mogu se pokazati izrazito uspješnima, unatoč manjoj količini novca koji je na samom početku uložen.

2. RAZLIKA IZMEĐU POSLOVNE PRILIKE I POSLOVNE IDEJE

Poslovna ideja predstavlja prvi i najvažniji korak prilikom pokretanja poduzetničkog poduhvata. Važno je razlikovati poslovnu priliku od poslovne ideje. Poslovna prilika predstavlja provjerenu poslovnu ideju koju je moguće realizirati. Ona

proizlazi iz realizirane poslovne ideje koju je potrebno promijeniti u skladu sa tržišnim zahtjevima. Razlikujemo tri načina za uočavanje prilike: promatranje trendova, rješavanje problema/potrebe te pronalaženja nedostatka na tržištu. Iz prethodno navedenog, vidljivo je da je poslovna prilika usko povezana sa poslovnom idejom, važno ih je razlikovati kako bi se postigli što bolji poslovni rezultati.

Prilikom osmišljavanja poslovne ideje u ekonomskoj literaturi navodi se tzv. Scamper metoda koja služi kao podsjetnik za sustavno postavljanje pitanja¹:

- S - substitute (zamijeniti)
- C - combine (kombinirati)
- A - adopt (prilagoditi)
- M - magnify/modify (naglasiti/modificirati)
- P - put to other use (promijeniti svrhu)
- E - eliminate (odstraniti, umanjiti)
- R - rearrange/reverse (reorganizirati/preokrenuti)

Primjerice, može li se zamijeniti dio postojećeg problema koji je nastao prilikom osmišljavanja poslovne ideje te tko može izvesti zamjenu? Što se može povezati sa ostalim idejama kojih smo se prije sjetili, mogu li se navesti i spojiti namjere?

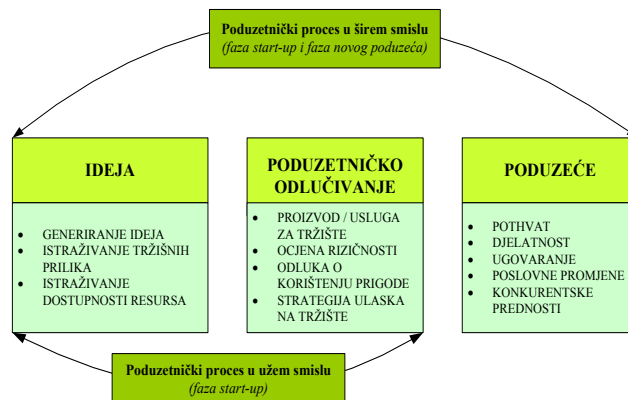
Korištenjem navedene metode i odgovaranjem na pitanja koja se u njoj postavljaju pojedinac se može odlučiti za ideju koja najviše odgovara njegovim željama i mogućnostima. Također, potrebno je razmišljati o društvenom kapitalu odnosno skupu okolnosti u zajednici i odlika zajednice koje pospješuju njenu efikasnost, produktivnost, zadovoljstvo i dr. (Paunescu i Raluca Badea, 2014) kako bi se što bolje približili krajnjim korisnicima.

Kada poduzetnik odluči poslovnu ideju realizirati u stvarnost odlučujući pokrenuti vlastiti posao, važno je da je prije toga dobro istražio i analizirao tržište, ciljnu skupinu, konkurenciju, dobavljače i slično (Buble i Kružić, 2006). Prilikom realiziranja poslovne ideje jasno treba sagledati potrebe tržišta te na taj način proširiti i prilagoditi svoju ideju uzimajući u obzir i načine financiranja same ideje putem banaka, investitora, zaklada, poslovnih anđela i drugih (Cassar, 2004).

Na Slici 1., iz shematskog prikaza tipologije temeljnih faza poduzetničkog procesa vidljivo je da faza generiranja ideje i prepoznavanje prilika usko povezana sa poduzetničkim odlučivanjem te se stoga može promatrati u užem smislu. Poduzetnik svoju poslovnu ideju usmjerava na ciljano tržište i stvara strategiju poslovanja radi postizanja lojalnosti potrošača.

SL. 1. TIPOLOGIJA TEMELJNIH FAZA PODUZETNIČKOG PROCESA

¹ <https://litemind.com/scamper/> (15.11.2014)



Izvor: Buble, M., Kružić, D.: *Poduzetništvo - realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRif-plus, Split, 2006., str. 91

Iz navedenog slijedi da poduzetnički proces, u užem smislu promatrano, može rezultirati: ako je pronađeno ostvarivo poduzetničko rješenje, novo poduzeće će tržišno oživjeti; u suprotnom, poduzetnički proces se prekida neuspjehom.

U širem smislu promatrano, poduzetnički proces uključuje pored "startup" faze još i fazu novog poduzeća u kojoj se: osniva novo poduzeće, pokreće novi pothvat, počinju događati poslovne promjene, pribavljaju i grupiraju resursi, implementira strategija ulaska na tržište, tržište - kupci reagiraju na ponudu novog poduzeća, konkurencija postojećih poduzeća uočava promjenu u ponudi, oblikuje organizacija novog poduzeća, razvijaju konkurentske prednosti, upravlja neizvjesnošću itd.

Potrebno je uočiti razliku između uspjeha i neuspjeha poduzetničkog procesa u "startup" fazi i/ili u fazi novog poduzeća. Uspjeh poduzetničkog procesa u "startup" fazi ne osigurava nužno uspjeh poduzeća - on omogućava samo inicijalne pretpostavke budućeg poslovnog razvoja poduzeća.

Ovo iz razloga jer uspješna "startup" faza (koja rezultira prevaljenim putem od postojanja prigode, preko otkrivanja prigode do donošenja odluke o korištenju prigode najčešće kreiranjem novog poduzeća), rezultira tek osnivanjem novog poduzeća pred kojim je čitav niz aktivnosti - od borbe za nabavljanjem resursa, preko uobličavanja i daljnje dogradnje poduzetničke strategije, organizacije procesa, do bitke za postizanjem učinka i željenog rezultata - sve s ciljem preživljavanja, tržišnog uspjeha i uzleta.

3. STARTUP I POTPORNE INSTITUCIJE

Razvoj startup poduzetništva (startup kulture) jedan je od važnih činitelja stvaranja konkurentnih prednosti nacionalne ekonomije. Kao najveća institucija koja potiče poduzetništvo u Republici Hrvatskoj je Ministarstvo poduzetništva i obrta, zatim Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG), Hrvatska gospodarska komora (HGK), Hrvatska obrtnička komora (HOK), Hrvatska udruga

poslodavaca (HUP), Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) te Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ) svojim programima i poticajnim mjerama pomažu i potiču poduzetnike da razviju svoju ideju i pokrenuti svoj biznis.

Osim njih, poduzetničke potporne institucije su:

- Regionalne razvojne agencije
 - Poduzetnički centri
 - Poduzetnički inkubatori
- (sve uključeni su i studentski poduzetnički inkubatori)
- Tehnološki parkovi
 - Institucije poduzetničkog obrazovanja
 - Poduzetnički akceleratori

Putem svih navedenih institucija, poduzetnik brže i lakše realizira svoje poslovanje, motiviran je da ulaže veće investicije i zapošljava veći broj ljudi dok država putem poticajnih mjera postiže manju nezaposlenost i bolji gospodarski rast.

Regionalne razvojne agencije poduzetnicima pružaju veliku pomoć prilikom realiziranja svog poslovanja. U Hrvatskoj su osnovane 33 razvojne agencije. Uslugom savjetovanja i pomoći pisanja projekta lakše dolaze do financijskih sredstava i na taj način održavaju likvidnost i solventnost poduzeća, kao i mogućnost za daljnjim širenjem poslovanja.

Poduzetnički centri oblik su organizirane stručne u savjetodavne pomoći poduzetnicima u županijama, gradovima i općinama. U Hrvatskoj trenutno postoje 35 poduzetničkih centra.

Poduzetnički inkubatori okupljaju male poduzetnike koji tek počinju poslovati ili su u fazi rasta i razvoja i nemaju vlastiti prostor. Predstavljaju specijaliziranu institucionalnu podršku startup poduzetničkim pothvatima. Isključivo su fokusirani na poduzetnika početnika te trenutno postoji 30-tak inkubatora.

Tehnološki park je mjesto na kojem se povezuju stručnjaci i poduzetnici koji žele ostvariti svoje gospodarske ciljeve temeljene na novim tehnologijama. Osnivanje tehnoloških parkova često dolazi u blizini poduzetničkih inkubatora radi provođenja sličnih aktivnosti no i usko povezanih ciljeva djelovanja kao potporne institucije. Tehnološki parkovi pružaju potporu tehnološko orijentiranim poduzetnicima u startup fazi - osnivanja i rasta poduzeća.

Institucije poduzetničkog obrazovanja predstavljaju državna i privatna javna učilišta te akademije koje svojim nastavnim programom razvijaju poduzetničko obrazovanje sa naglaskom povezanosti obrazovnog sustava i gospodarskih subjekata.

Poduzetnički akceleratori - glavna razlika između inkubatora i akceleratora je ta što akceleratori pomažu u pronalaženju investitora te traje akceleratori program između 3-6 mjeseci.

Dropbox, Airbnb i Reddit su poduzeća koja daju inspiraciju svima koji stoje iza nekog startup projekta jer u posljednjih nekoliko godina ona su polučila najveći uspjeh, dokazala da uz volju i financijsku potporu može nastati globalna priča.

Ipak, ono što ova tri poduzeća imaju zajedničko jest činjenica da su nastala kao dio programa tehnološkog akceleratora (eng. tech accelerator) pod nazivom Y-Combinator².

3.1. Poduzetnički inkubatori - najbolji način samozapošljavanja i poticanja ekonomskog razvoja

Poduzetnički inkubatori surađuju sa poduzetnikom sve do komerijalizacije njegove poslovne ideje odnosno sve do trenutka kada poduzetnik bude spreman za otvaranje vlastitog poduzeća. Evidentno je da poduzetnički inkubatori predstavljaju najbolji način samozapošljavanja i poticanja ekonomskog razvoja koji će u velikoj mjeri pridonijeti i razvoju gospodarstva u državi. Iz navedenog možemo zaključiti da je postojanje poticajnih institucija od velike je važnosti kako za poduzetnike, tako i za lokalno stanovništvo.

U ekonomskoj literaturi, navode se sljedeće vrste poduzetničkih inkubatora:

- poslovni inkubatori sveučilišta, veleučilišta i visokih poslovnih škola
- državni inkubatori
- inkubatori korporacija
- inkubatori franšizinga
- inkubatori kao samostalna poduzeća

Poduzetnici proizašli iz poduzetničkog inkubatora samostalno odvijaju gospodarsku djelatnost potkrijepljeni stečenim znanjem za vrijeme boravka u inkubaciji. Time postižu kvalitetnije i bolje poslovanje.

Prednosti poduzetničkih inkubatora za poduzetnika:

- brže rješavanje pojedinih problema
- pristup poslovnim informacijama
- izgradnja poslovnih veza i razmjena iskustva sa poduzetnicima koji imaju sličnu poslovnu situaciju
- skraćivanje razdoblja osposobljavanja poduzeća za izbacivanje na tržište novog proizvoda/usluge
- ugled kod poslovnih partnera jer se smatra da su poduzeća koja djeluju u poduzetničkom inkubatoru sposobnija ispunjavati svoje obveze prema dobavljačima i kupcima

4. STARTUP PRIMJERI DOBRE PRAKSE

Izrael predstavlja najveću koncentraciju inovacija i poduzetništva u svijetu današnjice, ne zbog talenta već upornosti, udruženoj s jedinstvenim odnosom prema neuspjehu, timskim radom, misijom, rizikom i multidisciplinarnom

² <http://www.ictbusiness.info/poslovanje/sto-je-tehnoloski-akcelerator-i-koji-sve-postoje-u-europi> (10.11.2014)

kreativnošću³. Izrael se specijalizirao za poduzetništvo koje odlikuje ubrzani rast - startup poduzeća koje svojim uzletom mijenjaju cijele globalne industrije (Singer i Senor, 2014). U SAD-u bez startup poduzeća prosječna godišnja stopa zaposlenosti bi bila negativna.

U Europi sve više poduzetnika osniva, po uzoru na Silicijsku dolinu, inkubatore za razvoj i podršku startup poduzetima, što možemo smatrati gospodarskom svijetlom točkom zahvaljujući kojoj oživljavaju prazni uredski prostori i otvaraju se nova radna mjesta.

Inkubatori novim poduzetnicima pružaju usluge mentorstva, savjetovanja i praktične obuke o tehničkim, poslovnim i financijskim pitanjima, a u zamjenu za ulaganje novca i ulazak u njihov projekt obično dobivaju određeni udio u njemu. Istraživanje Seed-DB-a iz ožujka, koje je financirala EU, pokazalo je da su startupovi, novoosnovane najčešće visokotehnološke tvrtke u fazi razvoja i traganja za tržištem, u Europi stvorili između 3500 i 4500 radnih mjesta, prenosi Reuters⁴.

Svake godine između 100 i 200 takvih tvrtki u Europi kupe suparnici ili mnogo veće tvrtke.

Vrijednost takvih ugovora često nije poznata, ali ako jest, vidi se da je prosječna cijena europskih startupova porasla, što upućuje na to da bi duh Silicijske doline napokon mogao zaživjeti u nekim dijelovima Europe.

Dva i pol milijuna dolara koliko je Mojang, švedski developer igre Minecraft, nedavno dobio od Microsofta daleko je od tipičnog. Ali, u prvih osam mjeseci 2014., više od stotinu europskih tvrtki koje podržava rizični kapital prodano je drugima u industriji. Prosječna vrijednost svakog takvog ugovora za koju se zna bila je 420 milijuna američkih dolara, 80 posto više od desetogodišnjeg prosjeka od 233 milijuna, po podacima Thomson Reutersa. Cijene su nestabilne i broj takvih prodaja daleko je manji od onog u Sjedinjenim Američkim Državama, no cijene su za europske tvrtke više. U SAD-u prosječna vrijednost startupova ove godine iznosi 398 milijuna dolara, oko 70 posto više od desetogodišnjeg prosjeka.

Ipak, inkubatori, kojih je u Europi po portalu tech.eu oko stotinu, zasigurno pomažu jačanju tržišta. Financirani privatnim sredstvima, državnim potporama i uz pomoć multinacionalnih tvrtki, oni konsolidiraju timove talentiranih stručnjaka i otvaraju mladim tvrtkama pristup investicijama i stručnosti. Inkubatori stvaraju okružje u kojem tvrtke mogu kupovati druge, biti inovativne i rasti. A to se traži. Tehnološki talenti jako manjkaju. Europska komisija upozorila je da bi iduće godine Europi moglo manjkati gotovo pola milijuna stručnjaka u ICT sektoru.

Inkubatori i akceleratori, drugi, sličan oblik pomoći startupovima, nisu lijek za sve. Oni mogu pokrenuti stvari, ali ekonomisti ističu da Europa treba više tvrtki koje tada mogu nastaviti neovisno rasti umjesto da samo postanu akvizicije. Nedavno izvješće Economist Intelligence Unita za Barclays Bank upozorilo je da bi Velika Britanija - daleko najuspješnija europska zemlja kad je riječ o startupovima - mogla postati "nacionalni startup inkubator u službi stranih multinacionalnih kompanija"⁵.

Seed (početni) i venture (rizični) kapital financira mlade tehnološke tvrtke već desetljećima. Inkubatori poput uspješnog nizozemskog Rockstarta pružaju startupovima dodatnu potporu, kopirajući model koji je u Silicijskoj dolini 2005. započela tvrtka Y Combinator, među čijih se 700 korisnika nalaze Dropbox, Reddit i Airbnb. U Europi, velika imena su TechStars London i Startupbootcamp. Inkubatore također izravno financiraju multinacionalne kompanije poput španjolske Telefonice, Deutsche Telecoma (hub:raum) i Barclaysa.

Iskon.Startup je prvi startup akcelerator jednog telekoma u Hrvatskoj⁶, nastupiti će kao investitor u tehnološke startupe.

Još 2011. WhoAPI iz Rijeke dobio je 300.000 kuna za razvoj platforme za pretraživanje internetskih domena. Nakon HackFwda i Mini Seedcampa na kojima su predstavili projekt, dobili su potrebnu investiciju za daljnji razvoj platforme za pretraživanje i praćenje informacija o internetskim domenama. Nakon čega su osigurali investiciju osnivača istaknutog američkog startup akceleratora »500 Startups« Davea McClurea u iznosu od 50 tisuća dolara te ulaz u Silicijsku dolinu. WhoAPI je servis koju omogućuje dohvat iscrpnih informacija o domenama na masovnoj razini. Hosting tvrtke, tvrtke koje raspolažu sa ogromnim portfolio domena (domaineri) i web development tvrtke, mogu koristiti API (application programming interface) kako bi dobile iscrpne informacije za svoje potrebe ili kako bi svojim korisnicima pružili dodatne pogodnosti (added value). Kako je riječ o moćnom ali jednostavnom API-ju, tvrtke koje imaju zaposlene developere mogu izgraditi svoje servise koje su bazirane na funkcijama koje API podržava. Osnivači WhoAPI-ja žele od Rijeke stvoriti novi Silicon Valley te otvoriti akcelerator za startupe iz Hrvatske te i sami investirati kako bi se novi, inovativni projekti probili na tržište.

Oradian je hrvatski startup koji je razvio globalnu platformu za mikrofinanciranje te tako potukao američki startup Prove te japanski Storygami na prestižnom Pioneers Festivalu u Beču. Softver tvrtke Oradian predstavlja sustav za podršku financijskim institucijama u mikro kreditiranju. Drugim riječima, on omogućava financiranje siromašne populacije iz

³ Singer, S., Senor, D.: Start-up nacija - tajna izraelskog ekonomskog čuda, Profil International, Zagreb, travanj 2014., str.36

⁴ <http://www.reuters.com/article/2014/09/16/us-europe-startups-incubators-insight-idUSKBN0HB0YC20140916> (10.11.2014)

⁵ <http://narod.hr/gospodarstvo/u-europi-sve-vise-inkubatora-za-razvoj-podrsku-startup-tvrtkama/> (11.11.2014)

⁶ <http://www.iskon.hr/O-Iskonu/Press-centar/Objava-za-medije/Iskon-i-ZIP-potpisali-ugovor-o-suradnji> (13.11.2014)

nerazvijenih zemalja kojima je pristup zaduživanju u financijskim institucijama onemogućen. Cijeli softver je i financijski isplativ i time dostupan njihovim klijentima budući da je zasnovan na cloud tehnologiji koja ne zahtijeva tradicionalnu infrastrukturu te na taj način drastično umanjuje troškove izrade i implementiranja aplikacije što cijenu ovog proizvoda čini prihvatljivom. Samim načinom naplate svojih usluga, po principu plaćanja putem broja korisnika ovu aplikaciju čini atraktivnom njezinim korisnicima.

U srcu Zagreba, četiri poduzetnika izabrali su upravo Hrvatsku kao zemlju iz koje će razvijati svoje poduzeće koja 100%-tni prihod ostvaruje izvan njezinih granica. Njihov je odnos prema Hrvatskoj izrazito pozitivan. Država im je putem HAMAG INVEST-a omogućila pristup značajnom iznosu koji je bio neophodan u realizaciji određenih poslovnih aktivnosti.

Također u svibnju ove godine, poznata hrvatska cloud platforma za praćenje stoke odnosno "Google Analytics za farme", Farmeron iz Osijeka, osigurao je novu rundu financiranja od 2,65 milijuna dolara. U praksi se radi o praćenju koliko je, primjerice, krava dala mlijeka putem integracije s tehničkom opremom, kao i kalendarom koji podsjeća klijenta na sve obaveze ključne za zdravu stoku. Dodatno zapošljavaju u Osijeku i Zagrebu, a ne samo u SAD-u gdje im je glavni prodajni tim.

Hrvatski agri-tech startup Agrivi (iz Kutine) natjecat će se na globalnom natjecanju World Startup Competition koje će se održati 24. studenog 2014. u Seoulu u Južnoj Koreji. Startupovi iz 46 zemalja svijeta borit će se za 50.000 dolara, koliko iznosi prva nagrada, a Agrivi će sudjelovati kao hrvatski predstavnik izabran od strane Ministarstva poduzetništva i obrta Republike Hrvatske⁷. Osnivači najavljuju da će bez obzira na sve, uprava i razvojni centar ostati u Kutini, gdje Agrivi trenutačno zapošljava visokoobrazovane informatičare, agronome i ekonomiste, a čiji broj bi s realizacijom investicije trebao dodatno rasti.

Sustav Agrivi poljoprivrednicima omogućuje cjelokupno upravljanje poljoprivrednim gospodarstvom, organizaciju i optimizaciju proizvodnog procesa. Glavne značajke ovog sustava su to što se na jednostavan način iz jednog centra može upravljati cjelokupnim poljoprivrednim gospodarstvom - plantažama, ljudima, zadacima, zaliham, mehanizacijom, financijama itd. Riječ je o bazi znanja s najboljim praksama proizvodnih procesa za više od 50 kultura.

Ulaagače je u Hrvatskoj teško naći, budući da za sada postoji samo grupa tzv. Poslovnih anđela i oni su jedini koji ulažu u rizične projekte⁸, iz tog razloga hrvatski predstavnici startup zajednice natječu se van zemlje kako bi osigurali potrebna financijska sredstva.

⁷ <http://www.vecernji.hr/startup/hrvatski-agri-tech-startup-na-globalnom-natjecanju-u-juznoj-koreji-968796> (15.11.2014)

⁸ <http://www.dw.de/startup-kultura-zahvatila-i-hrvatsku/a-17342146> (15.11.2014)

5. ZAKLJUČAK

Kvalitetna poslovna ideja sama po sebi nije dovoljna za dobar posao. Bez konkretne financijske i tehničke podrške u većini će slučajeva postati neuspješnim projektom ili ostati samo idejom. Danas se svijet suočava s raznim tehničko-tehnološkim i društvenim inovacijama te imamo pravi boom platformi koje prije nekoliko godina nisu ni postojale, barem ne kod nas. Internetska tehnologija proživljava dinamičan razvoj, pojam marketinga se mijenja i u konačnici, potrošači su postali zahtjevniji. Imati odličnu ideju, osmisliti dobar dizajn i putem marketinga učinkovit proizvod maksimalno približiti kupcima - put je prema uspjehu. S druge strane, ako se dogodi ono čega se svi osnivači startupe pribojavaju - neuspjeh, opet bilo kakav feedback, dobar ili loš, potreban je tržištu kako bi se ono moglo dalje razvijati i poboljšavati, a posebice je potreban našem tržištu.

S jedne strane imamo startup groznicu koja trese regiju, a s druge vrlo malo uspješnih startupeva, no pozitivna je činjenica što sada možemo reći da je startup kultura zaživjela u Hrvatskoj i samo je pitanje mjeseca kada će rezultati mukotrpnog rada hrvatskih startupeva biti vidljiviji i na nacionalnoj i na međunarodnoj sceni. Potrebno je također naglasiti da većina startup poduzeća nakon sufinanciranja ostaje u Republici Hrvatskoj te na taj način pridonose razvoju gospodarstva i stvaranju startup kulture.

LITERATURA

1. Buble, M., Kružić, D. (2006): Poduzetništvo - realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRif-plus, Split
2. Cassar, G. (2004): The financing of business start-ups, Journal of Business Venturing, Volume 19, Issue 2 (str. 261-283)
3. Paunescu, C., Raluca Badea, M. (2014): Examining the social capital content and structure in the pre-startup planning, Procedia Economics and Finance, Volume 15 (str. 560-568)
4. Singer, S., Senior, D. (2014): Start-up nacija - tajna izraelskog ekonomskog čuda, Profil International, Zagreb
5. <http://www.ictbusiness.info/poslovanje/sto-je-tehnoloski-akcelerator-i-koji-sve-postoje-u-europi> (10.11.2014)
6. <http://www.reuters.com/article/2014/09/16/us-europe-startups-incubators-insight-idUSKBN0HBOYC20140916> (10.11.2014)
7. <http://narod.hr/gospodarstvo/u-europi-sve-vise-inkubatora-za-razvoj-podrsku-startup-tvrtkama/> (11.11.2014)
8. <http://www.iskon.hr/O-Iskonu/Press-centar/Objava-za-medije/Iskon-i-ZIP-potpisali-ugovor-o-suradnji> (13.11.2014)
9. <http://www.vecernji.hr/startup/hrvatski-agri-tech-startup-na-globalnom-natjecanju-u-juznoj-koreji-968796> (15.11.2014)
10. <http://www.dw.de/startup-kultura-zahvatila-i-hrvatsku/a-17342146> (15.11.2014)
11. <https://litemind.com/scamper/> (15.11.2014)