

Ana Bago, mag. iur<sup>1</sup>  
doc. dr. sc. Ozren Pilipović<sup>2</sup>

# SKUPNO FINANCIRANJE

*Izvorni znanstveni rad / Original scientific paper*

UDK 336.581

*Crowdfunding ili skupno financiranje odnosi se na otvoren poziv široj javnosti – obično putem internetske stranice – na prikupljanje sredstava za određeni projekt ili poslovno ulaganje. Putem toga, platforme ili kampanje za financiranje povezuju vlasnike projekata i ideja s višestrukim, uglavnom neprofesionalnim ulagačima. Skupno financiranje predstavlja alternativni kanal financiranja ponajprije inovativnih i kreativnih projekata, no također ono može imati i puno širu primjenu što ćemo u ovom radu i prikazati. Cilj ovoga rada je utvrditi osnovne karakteristike i oblike skupnog financiranja, njegove prednosti i nedostatke, potegnuti pitanje same regulacije, te dati jedan kritički osvrt na njegov potencijal u Hrvatskoj.*

**Ključne riječi:** skupno financiranje, oblici skupnog financiranja, potencijal, regulacija.

## 1. Uvod

*Crowdfunding* tj. skupno financiranje projekata novi je ekonomski trend prisutan širom svijeta koji je u svakodnevnom porastu. Skupno financiranje je iznimna prilika da se potencijalni projekti i ideje iz područja zabave, zaštite okoliša i obnovljivih izvora energije, edukacije, te brojnih drugih područja financiraju kroz jedan alternativni način. Upravo u ovome vidimo jednu od brojnih prednosti skupnog financiranja – pokazuje se kao izvrstan alat za mlade poduzetnike s inovativnim idejama i projektima koji na ovaj način uspijevaju izaći na tržište, svladavši početničke korake, te na taj način u konačnici privlače pozornost ozbiljnijih investitora.

Skupno financiranje pomoglo je brojnim novoosnovanim poduzećima i inovatorima, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj, da uspiju prevladati vlastiti nedostatak financija za razvoj i pokretanje određene ideje, te je uspjelo omogućiti zaista vrlo pozitivne ishode projekata koji danas ostvaruju zavidne rezultate. Zahvaljujući ovakvom načinu skupnog i alternativnog financiranja vidimo da se radi o pojavi koja se u ekonomskom i pravnom svijetu nikako ne smije ignorirati. Skupno financiranje predstavlja potencijal da postane održivi izvor financiranja i za nove europske projekte s ciljem promicanja ponajprije malih i srednjih poduzetnika.

<sup>1</sup> Odvjetničko društvo Hanžeković i Partneri

<sup>2</sup> Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Upravo je sve navedeno navelo i Europsku komisiju da u svojoj Zelenoj knjizi o dugoročnom financiranju europskog zakonodavstva<sup>3</sup> istakne skupno financiranje kao jednu od ključnih točaka u razvoju europskog gospodarstva u budućnosti.

Skupno financiranje je ekonomski i pravni fenomenu s još uvijek nizom otvorenih pitanja. Budući da se radi o novom konceptu, želja nam je kroz ovaj rad pružiti relevantne podatke kojima bismo ukazali na vrijednost i značaj ovakvog alternativnog načina financiranja s osvrtom na njegove prednosti i nedostatke. No ono što je posebno važno – želja nam je dati jedan pravni pogled i osvrt na pravnu regulativu koja se veže za ovu tematiku. Naime, postavlja se pitanje regulacije ovakve vrste financijskog djelovanja koje svakako zadire i u pravnu sferu. U Hrvatskoj trenutno ne postoji regulatorni okvir, te ćemo kroz ovaj rad pokušati odgovoriti na pitanje da li je on potreban, i ako je, u kojoj mjeri je potreban. Postoje različite vrste skupnog financiranja i ovisno o tome i različite potrebe da se svaku od njih podvede pod pravnu regulaciju. Također je važno pitanje neujednačene regulacije skupnog financiranja na području Europske Unije te pitanje potrebe da se donese jedinstvena regulativa unutar EU. Važnost pravne regulacije leži u tome da bi se time mogli dati odgovarajući i prijeko potrebni inputi u poticanju razvoja ovakve prakse.

## 2. Pojam, oblici i subjekti skupnog financiranja

### 2.1. Definiranje pojma

Budući da se radi o relativno novom fenomenu, definicije skupnog financiranja još uvijek se razlikuju, no ako ih usporedimo uočiti ćemo da sve imaju zajedničku poveznicu – radi se naime o otvorenom pozivu javnosti, najčešće putem interneta, kako bi se prikupila novčana sredstva za određeni projekt. Ovdje ćemo spomenuti samo one najrelevantnije definicije.

Sukladno definiciji Europske komisije *crowdfunding*<sup>4</sup> ili skupno financiranje odnosi se na otvoren poziv široj javnosti – obično putem internetske stranice – na prikupljanje sredstava za određeni projekt ili poslovno ulaganje. Putem toga, platforme ili kampanje za financiranje povezuju vlasnike projekata i ideja s višestrukim, uglavnom neprofesionalnim ulagačima.

Belleflamme<sup>5</sup> navodi kako je skupno financiranje otvoreni poziv javnosti (putem interneta), s ciljem osiguranja financijskih sredstava bilo putem donacija ili razmjene za određenu vrstu nagrade, kako bi se izrazila potpora određenim posebnim inicijativama.

Scott Steinberg u svojoj knjizi *"The Crowdfunding Bible"*<sup>6</sup> navodi kako grupno financiranje predstavlja proces kojim se od građana traže donacije koje služe kao početni kapital za nove poslovne pothvate.

Schwienbacher i Larralde<sup>7</sup> definirali su skupno financiranje otvorenim pozivom za prikupljanje financijskih sredstava putem interneta, kroz donacije ili za zamjenu za određenu vrstu

---

<sup>3</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52014AE4004>

<sup>4</sup> Prema WordSpy.com prvi puta je izraz *"crowdfunding"* upotrijebio Michael Sullivan 2006. Godine.

<sup>5</sup> Belleflamme, P., T. Lambert and A. Schwienbacher (2013), "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd", *Journal of Business Venturing*, str. 1.

<sup>6</sup> Steinberg, S., *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project*. 2012.

<sup>7</sup> Schwienbacher, A, Larralde, B.,: "Crowdfunding of small entrepreneurial ventures" (2010), str. 5.

nagrade i/ili pravo glasovanja kako bi se izrazila potpora određenim inicijativama s posebnom svrhom.

Oxfordski rječnik<sup>8</sup> definira skupno financiranje kao radnju financiranja projekata ili poslovnih pothvata prikupljanjem manjih novčanih iznosa od velike grupe ljudi, najčešće putem interneta.

## 2.2. Oblici skupnog financiranja

Postoje različiti oblici u kojima se manifestira skupno financiranje. Kao i kod definiranja samog pojma skupnog financiranja, tako i kod utvrđivanja oblika u kojima se ono manifestira postoje različita stajališta. Upravo ćemo iz navedenih oblika zaključiti kako i dalje nije jasno koje su granice ovog fenomena<sup>9</sup>, a ono što posebno smatramo važnim jest da se treba uzeti u obzir činjenica da zbog novijeg nastanka ovog fenomena, kao i njegove velike fleksibilnosti moguće je očekivati daljnji nastanak novih oblika skupnog financiranja. Raznolikost oblika, vođena spomenutom fleksibilnošću upravo je i jedna od glavnih prednosti ovoga fenomena.

### 2.2.1. Equity i non-equity crowdfunding

Izraz skupnog financiranja u svojoj se biti zapravo odnosi na kanal financiranja te je jasno da taj kanal financiranja možemo koristiti na različite načine. Time vidimo da u osnovi možemo razlikovati dvije kategorije skupnog financiranja:<sup>10</sup> (i) skupno financiranje s financijskim povratom (eng. *equity crowdfunding*), (ii) skupno financiranje bez financijskog povrata (eng. *non-equity crowdfunding*).

U kategoriju skupnog financiranja s financijskim povratom uvrštavam skupno pozajmljivanje i skupno ulaganje. Za skupno pozajmljivanje je tipično da sudionici u kampanji pozajmljuju novac od građana uz obećanje otplate kapitala s ili bez kamata pod dogovorenim uvjetima. Skupno ulaganje se sastoji od programa podjele dobiti s jedne strane i ulaganja u modele vrijednosnih papira s druge strane.<sup>11</sup>

Kategoriju skupnog financiranja bez financijskog povrata čine skupno financiranje na temelju donacija i skupno sponzoriranje.

Skupno financiranje na temelju donacija karakterizira prikupljanje donacija za poseban projekt kroz određeno vremensko razdoblje, a skupno sponzoriranje obuhvaća skupno financiranje utemeljeno na nagradama i skupno financiranje utemeljeno na pretprodaji. Kod nagrada financijeri dobivaju simboličnu naknadu, kao što je npr. pojavljivanje u filmu kao statist za koji su dali financijska sredstva. Kod pretprodaje radi se o prodaji proizvoda koji će biti tek naknadno proizveden nakon što se kampanja za skupno financiranje uspješno završi.

<sup>8</sup> Oxford rječnik, [http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american\\_english/crowdfunding](http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/crowdfunding)

<sup>9</sup> Vidjeti više u Sommeregger M. (2010), "Soziale Online-Spendenplattform als neues Instrument für Corporate Giving?"; University of Vienna.

<sup>10</sup> KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA "Oslobađanje potencijala skupnog financiranja u Europskoj uniji"; Bruxelles, 27.3.2014. str. 3-7.

<sup>11</sup> Ono se od inicijalne javne ponude (IPO) razlikuje primjerice po tome što se izdanim dionicama obično ne trguje na sekundarnom tržištu i što nema pokroviteljstva izdanja vrijednosnih papira.

### 2.2.2. *Ex post facto i ex ante crowdfunding*

Kappel<sup>12</sup> razlikuje *ex post facto crowdfunding* i *ex ante crowdfunding*. Prema njegovoj teoriji, *ex post facto crowdfunding* predstavlja davanje financijske potpore u zamjenu za konačni proizvod, dok *ex ante crowdfunding* označuje pružanje financijske potpore motivirano ostvarenjem nekog zajedničkog cilja, gdje kao glavni primjer navodi predsjedničku kampanju Baracka Obame, uz napomenu kako ono nikako nije samo vezano uz političku sferu djelovanja. Također Kappel navodi kako je *ex ante crowdfunding* tipičan za zabavnu industriju, gdje je poznata praksa da nakon što skupni ulagači iz vrlo često altruističkih razloga ulože određena financijska sredstva, kao znak zahvale dobiju takozvane pokroviteljske darove (eng. *patronage perks*) u obliku prvih primjeraka autorskih djela, susret s članovima banda, pisana zahvala, itd.<sup>13</sup>

### 2.2.3. *Modeli prema prirodi nagrade*

Lambert i Schwienbacher<sup>14</sup> su klasificirali skupno financiranje s obzirom na prirodu nagrada koje su dobivali skupni ulagači. Prema tome oni razlikuju donacije, aktivne investicije i pasivne investicije.

### 2.2.4. *Model doniranja u humanitarne svrhe*

Adam Wojciechowski<sup>15</sup> je poseban naglasak u svom istraživanju stavio na pitanje da li je moguće da postoji model skupnog financiranja, a da se pritom ne dobije ništa zauzvrat te je poseban osvrt pri tome dao na model doniranja u humanitarne svrhe koji izdvaja kao poseban oblik skupnog financiranja.

### 2.2.5. *Modeli Europskog gospodarskog i socijalnog odbora*

Prema mišljenju Europskog gospodarskog i socijalnog odbora, oblici u kojima se javlja skupno financiranje su: a) donacije, b) pokroviteljstva (oglašavanje u zamjenu za financiranje), c) nagrade (primanje dobara ili usluga čija je vrijednost niža od priloga), d) pretprodaja (financiranje za plasiranje proizvoda na tržište), e) zajmovi s ili bez kamata, f) ulaganja u poduzeća (kupnja obveznica ili dionica).<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> Kappel T., (2009) "Ex Ante Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S.", str 1.; <http://digitalcommons.lmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1550&context=elr>

<sup>13</sup> Spellman, P., "Crowdfunding – Arts Patronage for the Masses, KNOWTHEMUSICBIZ.CoM, 2008 <http://www.knowthemusicbiz.com/index.php/BIZ-BLOG/CROWDFUNDINGARTS-PATRONAGE-FOR-THE-MASSESby-Peter-Spelman.html>.

<sup>14</sup> *Ibidem*

<sup>15</sup> Wojciechowski A., (2009) "Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks", Lecture Notes in Computer Science 5872, str. 454-463.

<sup>16</sup> KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA "Oslobađanje potencijala skupnog financiranja u Europskoj uniji"; Bruxelles, 27.3.2014. str. 3-7.

### 2.2.6. Skupno financiranje s financijskim povratom

Važno je spomenuti i skupno financiranje s financijskim povratom (eng. *financial return crowdfunding*) na koje se u svome mišljenju posebno osvrće Europski gospodarski i socijalni odbor, te ga dijeli na financiranje malih i srednjih poduzeća i financiranje novoosnovanih poduzeća (eng. *start-ups*).

#### 2.2.6.1. Financiranje malih i srednjih poduzeća

Budući da je obično riječ o malim iznosima ulaganja, skupno financiranje u osnovi je namijenjeno malim i srednjim poduzećima – uključujući mikropoduzeća – koja predstavljaju golemu većinu europske poduzetničke strukture (99,8 % nefinancijskih poduzeća u EU28) i čiji je doprinos zaposlenosti ključan s obzirom na to da zapošljavaju 67,2 % radne snage.<sup>17</sup> Kreditna kriza (eng. *credit crunch*) šteti gospodarstvu, a posebice malim i srednjim poduzećima kojima zajmovi banaka (koje često teško dobivaju) predstavljaju glavni izvor financiranja. To je jedan od razloga snažnog porasta nezaposlenosti, koja posebno pogađa neke države članice EU-a, a upravo bi skupno financiranje mogla i trebala biti jedna od spasonosnih alternativa.

#### 2.2.6.2. Financiranje novoosnovanih poduzeća

Skupno financiranje koje je u oblicima koje poznajemo još uvijek neprimjereno za financiranje dnevnog poslovanja poduzeća ipak je prikladno za ovaj tip prikupljanja sredstava, koje često promiču mladi poduzetnici s ciljem razvoja konkretnog poduzetničkog projekta. Novoosnovana poduzeća usmjerena na istraživanje i razvoj visokotehnoloških projekata od posebnog su interesa zbog potencijala za poticanje rasta i zapošljavanja. Međutim, ne smiju se isključiti ni tzv. tradicionalni sektori i obrtnici koji također mogu biti vrlo inovativni.

### 2.2.7. Kick it Forward

Ovdje se radi o jednom obliku skupnog financiranja koje još uvijek nije zaživjelo, ali navodimo ga kao primjer kako bi dočarali raznolikost oblika u kojima se skupno financiranje može pojaviti. Naime radi se o ideji Briana Farga, koji predlaže da kroz ovaj oblik oni koji su uspješno završili svoje kampanje za skupno financiranje doniraju 5 % od svoje zarade drugim kampanjama koje su u tijeku. Bit je u tome da se tu ne bi radilo o ukupnom novčanom iznosu koji je prikupljen kroz kampanju, nego bi se uzimalo 5% od iznosa koji bi ostao nakon što se plate svi troškovi, izrade i pošalju proizvodi i koji bi samim time predstavljao zaradu. Smatramo ovaj oblik skupnog financiranja velikim potencijalnim instrumentom popularizacije i daljnjeg širenja skupnog financiranja te kao takvog preporučljiv i primjenjiv u zemljama kao što je Hrvatska.

<sup>17</sup> Eurostat: Pregled strukturnih poslovnih statistika (Eurostat: Structural business statistics overview).

### 2.3. Subjekti skupnog financiranja

U ciklusu skupnog financiranja sudjeluju pokretači projekta (eng. *project initiator*) s jedne i ulagači/doprinositelji (eng. *crowdfunder*) s druge strane. Doprinositelje ćemo smatrati ulagačima u kontekstu skupnog financiranja s financijskim povratom. Subjekti koji prikupljaju sredstva mogu uključivati mala i srednja poduzeća, nova poduzeća, mikropoduzetnike, socijalne poduzetnike, samozaposlene osobe, kulturne i kreativne sektore, tijela javne vlasti, projekte u području inovacija i ekologije, tijela od javnog interesa, znanstvenike, potrošače ili nezaposlene. Vidimo kako je širok spektar onih koji se mogu odlučiti na ovakav način prikupljanja sredstava, a da to nije nužno samo orijentirano na inovatore i poduzetnike – početnike. Investitori na platformama za skupno financiranje popularno se nazivaju *backerima*.

### 2.4. Skupno financiranje u industriji kompjutorskih igara

Skupno financiranje u industriji kompjutorskih igara jedan je od prvih pojavnih oblika skupnog financiranja uopće. Skupno financiranje još uvijek nije dominantni oblik financiranja izrade videoigara osim kada je riječ o tzv. *indie* naslovima.<sup>18</sup> Dominantan oblik financiranja projekata izrade videoigara još uvijek su financiranje od strane velikih izdavačkih kuća (SEGA, KOEI, Firaxis Games, itd) ili od strane samih *developer*a. Od 2012 godine skupno financiranje postaje sve značajnije u industriji videoigara, posebno nakon velikog uspjeha igre *Duoble Fine Adventure* koja je kasnije preimenovana u *Broken Sword*, koja je putem Kickstartera prikupila oko 3 000 000 \$, što je značajno premašilo iznos od 400 000 \$ koliko su *developer*i ove videoigre imali namjeru prikupiti.<sup>19</sup>

Igrači podržavaju proizvođače igara na dva načina. Prvi je klasični oblik skupnog financiranja, a drugi je taj da na jednoj od mogućih distributerskih platformi Steamu ili Gamesplanetu kupe tzv. rani pristup igrici po povlaštenoj cijeni koja je u pravilu do 30 % manja od cijene gotovog proizvoda. Sve ove platforme za distribuciju video igara imaju mogućnost povrata novca ako se kupcima igra ne sviđa u određenom roku. Također potencijalni kupci mogu dobiti i probni pristup igrama koje ih zanimaju te na taj način odlučiti da li će podržati daljnji razvoj igre ili ne.

Što se tiče platformi za skupno financiranje u industriji videoigara, tu je isto prisutan Kickstarter koji je ujedno i najveća platforma za skupno financiranje na svijetu. Ona se bavi promicanjem financiranja projekata u glazbi, filmu, videoigramama<sup>20</sup>. Do sredine 2016. godine oko 512 000 000 \$ prikupljeno je za financiranje razvoja videoigara putem Kickstartera.<sup>21</sup> Kako bi se kvalificirali za financiranje putem Kickstartera svi projekti pa tako i oni u industriji videoigara moraju zadovoljiti sljedeće kriterije: a) moraju stvoriti nešto što će se moći dijeliti s drugima, b) projekti moraju biti pošteno i jasno prezentirani, c) projekti ne smiju prikupljati novac za dobrovoljne ciljeve, nuditi financijske poticaje ili se baviti proizvodnjom zabranjenih stvari.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> *Indie* videoigre su videoigre koje su razvili pojedinci ili mali timovi pojedinaca a koji nemaju financijsku i logističku podršku velikih produkcijskih tvrtki.

<sup>19</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/revolutionsoftware/broken-sword-the-serpents-curse-adventure>

<sup>20</sup> <https://www.kickstarter.com/>.

<sup>21</sup> [https://www.kickstarter.com/learn?ref=home\\_start](https://www.kickstarter.com/learn?ref=home_start).

<sup>22</sup> [https://www.kickstarter.com/rules?ref=learn\\_category\\_games](https://www.kickstarter.com/rules?ref=learn_category_games)

Gamesplanet Lab je platforma skupnog financiranja koju su pokrenuli Gamesplanet.com koji je jedan od najvećih Internet distributera videoigara te europska platforma za skupno financiranje Ulule. Projekt je zamišljen kao platforma kojom bi se proizvođačima video igara na raspolaganje stavili instrumenti koji bi im pomogli u financiranju i distribuciji video igrica. Gamesplanet Lab je trebao pomoći novim proizvođačima u distribuciji i marketingu njihovih projekata dok je Ulule trebao služiti kao platforma za prikupljanje financijskih sredstava. Prednosti skupno financiranje za developere igrica preko ove platforme bila je mogućnost zadržavanja 100% autorskih prava na igre. S druge strane mogućnost pristupa skupno financiranju putem ove platforme znatno je otežana budući da su svi projekti podložni detaljnoj provjeri kako bi se odstranili neozbiljni projekti<sup>23</sup>.

Gambitious BV je prva globalna platforma skupnog financiranja koja je namijenjena isključivo financiranju razvoja kompjuterskih igara. Prema internetskoj stranici platforme njezina misija je: stvoriti i poticati održivi ekosustav za razvoj i objavljivanje nezavisnih igara. Gambitious koristi evoluirajući sustav kreativnih instrumenata skupnog financiranja kako bi potaknuo razvoj, financiranje i proizvodnju sjajnih igara.<sup>24</sup> Gambitious Digital Entertainment je osnovan 2014. kako bi *developerima* ponudio pomoću u proizvodnji, marketingu te distribuciji njihovih proizvoda kako bi oni zajedno s investitorima poslovali što uspješnije.<sup>25</sup> Gambitious je uspostavio poslovne odnose te su preko njega objavljene i distribuirane kompjuterske igrice na platformama poput Steama, XB1, PS4, Sony Vita, GoG, Humble, i na Mac App Store-u.

Steam Greenlight nije platforma skupnog financiranja, ali pomaže *developerima* video igara koji su u procesu prikupljanja sredstava za razvoj svojih projekata putem skupnog financiranja da svoje proizvode stave u žižu *gamerske* javnosti putem Steam greenlighta. Steam Greenlight je platforma na kojoj *developeri* dobivaju pomoć "gamera" u postupku odabira igara koje će se distribuirati putem Steama. *Developeri* postavljaju informacije, *screenshotove* te video uratke svojih igara te traže podršku kritične mase potrošača koji bi im na taj način pomogli da dobiju prodaju i distribuciju igara putem Steam platforme. Steam Greenlight također pomaže *developerima* da dobiju povratnu informaciju od potencijalnih kupaca.<sup>26</sup>

Najveći rizik skupnog financiranja u industriji videoigara proizlazi iz činjenice da *developeri* katkad nisu u stanju završiti započete projekte bilo iz tehničkih razloga bilo da se konačan proizvod ne podudara s željama onih koji su ga podržali putem skupnog financiranja.

Čini nam se da videoindustrija još nije u potpunosti prigrllila prednosti skupnog financiranja te da će u budućnosti ono postati najrasprostranjeniji način financiranja proizvodnje i distribucije videoigara.

## 2.5. Skupno financiranje u politici

Najpoznatiji primjer skupnog financiranja u politici je onaj američkog predsjednika Baracka Obame u demokratskim predizbornima 2008. godine. Naime, Obama je tada putem mikro i skupnog financiranja prikupio oko 200 000 000 \$ od ukupno 750 000 000 \$ prikuplje-

<sup>23</sup> [www.crowdcru.com/top-5-crowdfunding-sites-for-gamers/](http://www.crowdcru.com/top-5-crowdfunding-sites-for-gamers/)

<sup>24</sup> <http://www.gambitious.com/#about-gambitious>

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> <https://steamcommunity.com/workshop/about/?appid=765&section=faq#general>

nih tijekom kampanje.<sup>27</sup> Ovako prikupljena sredstva omogućila su Obaminom izbornom timu da pruži logističku pomoć ljudima koji su prvi put u životu odlučili glasati na izborima za što je bilo potrebno da prođu postupak registracije.<sup>28</sup> Također ova sredstva omogućila su mu ključnu prednost, kako nad Hillary Clinton u demokratskim predizbornima 2008., tako i nad republikanskim predsjedničkim kandidatom Johnom McCainom tijekom predsjedničke kampanje 2008. godine budući da je putem njih mogao voditi aktivnu promidžbenu politiku u tzv. *swing states*.<sup>29</sup>

Skupnog financiranja u politici bilo je prisutno i na finskim predsjedničkim izborima 2014. godine. U Hrvatskoj trenutno ne postoji financiranje političke utakmice putem skupnog financiranja, iako je stranka Pametno najavila određene sramežljive korake u tom pravcu.

### 3. Prednosti i nedostaci skupnog financiranja

Obzirom da skupno financiranje svoj najveći rast bilježi upravo u posljednjih par godina, te da svoju najveću primjenu nalazi kod malih i srednjih poduzeća, novoosnovanih poduzeća i da ono najviše doprinosi razvoju kreativnih i inovativnih ideja, poželjno je pomno proučiti prednosti koje ono donosi, a da se pritom uzmu u obzir i nedostaci.

#### 3.1. Prednosti skupnog financiranja

Skupno financiranje predstavlja alternativni vid financiranja koji odlikuju fleksibilnost, aktivno sudjelovanje društva i raznolikost oblika. Ono osim toga dopire izravno do potrošača, olakšava istraživanje tržišta i omogućava kreditiranje onih subjekata koji danas najteže dolaze do kredita. Pokazuje se kao izvrstan alat za mlade poduzetnike s inovativnim idejama i projektima koji na ovaj način uspijevaju izaći na tržište, svladati početničke korake, te na taj način u konačnici privući pozornost ozbiljnijih investitora i ostvariti daljnji rast. Skupno financiranje pokazuje u najvećoj mjeri koja je zapravo snaga "mase" (eng. *crowd*) kada se udruži. Ovdje ćemo spomenuti projekt "*Potato salad*" koji je 2014. godine na platformi Kickstarter pokrenuo Zack Brown, te pritom prikupio 55,492 \$ u obećanjima (eng. *pledges*) od ukupno 6,911 sponzora (eng. *backers*) iz 74 različite države. Sam projekt je dobio nevjerojatnu medijsku pozornost o kojoj Kickstarter iznosi podatak od čak 2,068 medijskih spominjanja u 54 zemlje. Naime, ovdje se radi o jednom zapravo prilično bizarnom i parodičnom projektu pravljenja salate od krumpira. Zack Brown je jednostavno napisao da želi napraviti salatu: "*Basically I'm just making potato salad. I haven't decided what kind yet*<sup>30</sup>" i to je bio cijeli opis projekta, a kao nagradu za sredstva je ponudio majice, izgovaranje imena sponzora na glas, objavljivanje videa kako pravi salatu itd. No ono što je kod ovog projekta bitno jesu brojke

---

<sup>27</sup> Federal Election Commission 2013 2012 Presidential Campaign Finance, <http://www.fec.gov/disclosure/pnational.do>

<sup>28</sup> Vidjeti više u Eranti, V., Lindman, J., Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election, 2014, str. 3-5 [http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014\\_Eranti.pdf](http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Eranti.pdf)

<sup>29</sup> Swing state izraz koji u SAD-u označava savezne države u kojima niti jedna politička stranka ili kandidat nema izrazito snažnu podršku koja bi mu omogućila osvajanje elektorskih glasova u toj državi.

<sup>30</sup> Kickstarter, "Potato salad" project <https://www.kickstarter.com/projects/324283889/potato-salad>

koje govore same za sebe. Iako bizaran i od samog početka parodičan projekt, uspio je pokazati i dokazati kolika je snaga "mase" kada se udruži i kolika je moć interneta i medija.

Faktori koji stoje iza uspjeha skupnog financiranja su:<sup>31</sup> (1) gospodarska kriza koja je smanjila investicije i ulaganja u poduzetničke projekte, (2) razvoj 2.0 web tehnologija omogućio je razvoj platformi za skupno financiranje, (3) dosadašnji pozitivni rezultati. Prednosti skupnog financiranja također možemo usko povezati s motivacijom projektnih inicijatora i ulagača da pribjegnu ovom alternativnom načinu financiranja.

### 3.1.1. Motivi projektnih inicijatora

Belleflamme<sup>32</sup> kao tri najvažnija motiva navodi: (1) potrebu za financijskim sredstvima, (2) privlačenje interesa javnosti, (3) brz *feedback* o usluzi ili proizvodu. Gerber<sup>33</sup> pak navodi pet motiva: (1) prikupljanje financijskih sredstava, (2) stvaranje veza, (3) postizanje legitimacije, (4) razmjena iskustva, (5) podizanje svijesti o skupnom financiranju putem socijalnih medija.

### 3.1.2. Motivi ulagača

Weng i Fesenmaier<sup>34</sup> su naveli sljedeće kategorije kao presudne motive: (1) instrumentalna učinkovitost, (2) garancija kvalitete, (3) očekivanja, (4) položaj u kampanji. Ovome bismo dodali kako se visoko na ljestvici kao jedan od motiva ulagača nalazi i ostvarivanje zarade, jednostavnost postupka kojim se sudjeluje u kampanji, ali i želja da se bude dio nečega što je novo i kreativno. Smatramo da se motivi ulagača mogu podijeliti na ostvarivanje financijskih, materijalnih ili socijalnih povrata pri čemu socijalni povrat predstavlja njihovu osobnu satisfakciju jer je projekt uspio, a materijalni povrat finalni proizvod ili uslugu u koje su investirali.

## 3.2. Nedostatci skupnog financiranja

Nedostatci skupnog financiranja su: mogućnost prijevara i pranja novca, nepostojanje sekundarnog tržišta,<sup>35</sup> povećana odgovornost, drugačiji pristup od tradicionalnog.

Prijevara predstavlja jednu od najvećih opasnosti koja leži iza skupnog financiranja. Naime za razliku od poduzetničkog kapitala (eng. *venture capital*), tradicionalnog investiranja ili poslovnih anđela, kod skupnog financiranja ulagači nemaju osobni kontakt ili veće saznanje od onoga što je postavljeno na web stranici projekta na nekoj od platformi. Također slaba je

<sup>31</sup> Agrawal A. and Catalini C., Goldfarb A., (2011) "Friends, Family and the Flat World: The Geography of Crowdfunding", *NBER Working Paper*, broj 16820., Toronto (Kanada), str. 3.

<sup>32</sup> *Ibidem*

<sup>33</sup> Gerber E.M., Hui J.S. and Kuo P.Y., (2011) "Crowdfunding: why the people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms", Northwestern University Creative Action Lab, Sheridan Drive, Evanston, str. 1 – 14.

<sup>34</sup> Weng Y. and Fesenmaier D., (2003) "Assessing Motivation of Contribution in Online Communities: An Empirical Investigation of an Online Travel Community", *Electronic Markets*, 13, str. 33 – 45.

<sup>35</sup> Sekundarno tržište (eng. *secondary market*) – tržište na kojem se obavlja stalna kupoprodaja već emitiranih vrijednosnih papira koji su u ruke investitora došli rasprodajom na primarnom tržištu. Zove se i transakcijsko tržište. Na njemu se ne prikupljaju nova novčana sredstva već se samo mijenja vlasnik vrijednosnice, tj. vrijednosnice se preprodaju. Za europsko pravo v. Direktiva (EU) 2015/049 od 20.05.2015. i Uredba (EU) 2015/847 od 20.05.2015.

moгуćnost provjere podrijetla novca, pa se na taj naćin moųe u određenim slućajevima sumnjati na nezakonito podrijetlo istog i kazneno djelo pranja novca. Pokretanje projekta za skupno financiranje traųi drugaćiji pristup privlaćenju investitora. Obzirom da se kampanje za skupno financiranje najćešće odvijaju putem interneta potrebno je znanje koje će omogućiti inicijatoru projekta da ju osmisli te da ju plasira na nekoj od platformi. Također je potrebno posebnu paųnju posvetiti marketinškoj promidųbi jer su ciljana skupina krajnji potrošaći/ulagaći, a ne profesionalni investitori. Bez ulaganja vremena u marketing, socijalne medije i u gotovo konstantnu interakciju inicijatora projekta s doprinositeljima/ ulagaćima nemoguće je imati uspješnu kampanju. Kod tradicionalnog investiranja u pravilu je broj investitora vrlo malen jer se ulaųu veća novćana sredstva, kod skupnog financiranja se ulaųu u manji iznosi više ljudi, a samim time raste i odgovornost investitora prema njima. Ideja koja predstavlja temelj oko kojeg gradite kampanju, postaje javna i na taj naćin neminovno se izlaųete riziku stvaranja konkurencije. Ovaj pak nedostatak se veųe uz sljedeći – mnogi projekti kao ciljnu skupinu imaju istu publiku, te proporcionalno s rastom znaćaja i popularnosti nekog projekta, raste i njegova konkurencija jer se zahvaća sve širi krug potencijalnih ulagaća.

#### **4. Platforme za skupno financiranje**

Platforme za skupno financiranje predstavljaju prvi i najvaųniji korak u većini kampanja za skupno financiranje. One poveųuju inicijatore projekata s doprinositeljima. Bez platformi samo skupno financiranje ne bi bilo moguće. S obzirom na karakteristike moųemo ih poistovjetiti s multi-sided platformama<sup>36</sup> kao što su e-bay, Amazon, Airbnb, itd.

Najpoznatije platforme za skupno financiranje su Kickstarter, Indiegogo, Rockethub koje se baziraju na davanjima nagrada za sudjelovanje u projektima, dok od ostalih bi bilo dobro spomenuti Crowdcube, Crowdfunder, Sellaband koje omogućuju stjecanje vlasnićkih udjela. Funkcioniranje platformi se razlikuje, na primjer Kickstarter funkcionira po principu “sve ili ništa” što znaći da ukoliko je kampanja neuspješna (ne prikupi se postavljeni iznos) utoliko inicijator projekta ostaje bez svih ponuda, te se novac vraća doprinositeljima. S druge strane Indiegogo pored toga nudi i moųućnost inicijatorima projekta da zadrųe prikupljene iznose, ali tada se plaća i puno veća naknada platformi za skupno financiranje (izmeću 4-9%).

Platforme za skupno financiranje nisu samo mjesto za prezentaciju projekata i financiranje istih, nego one imaju veliki znaćaj u samom marketingu i interakciji meću svim subjektima. Upravo zbog toga je već u samome startu bitno osmisлити financijski plan, izraditi web stranicu na kojoj se nalaze informacije, slike, promotivni video materijal proizvoda, projekata ili usluga za koje Űele da budu sufinancirani, te konstantno davati nove informacije o projektu.

#### **5. Regulacija skupnog financiranja**

Danas na podrućju Europske unije, pa tako i Hrvatske ne postoji riješeno pitanje regulacije skupnog financiranja. U fokus europskog i hrvatskog zakonodavstva trebamo staviti sljedeća pitanja – borbu protiv pranja novca, zaštitu potrošaća, zaštitu prava intelektualnog vlasništva, te pitanje oglašavanja.

---

<sup>36</sup> O tome vidjeti više u Hagiu A. and Wright J., (2011): “Multi-sided platforms”, Harvard Business School

Za razliku od Europske unije u Sjedinjenim Američkim Državama je u travnju 2012. godine donesen JOBS Act (*Jumpstart Our Business Act*), sveobuhvatni zakon koji ima za cilj ohrabriti financiranje malih i srednjih poduzeća.

Glavni problem regulacije skupnog financiranja na području Europske unije jest neujednačena pravna regulacija koja stvara pravnu nesigurnost.

Postoje različita pravila o sprječavanju pranja novca. Trenutno se nastoji reformirati Direktiva o sprječavanju pranja novca i Uredba 1781/2006<sup>37</sup>. Time bi se uveo jedinstveni transakcijski prag u svim državama članicama, te bi se na taj način olakšale mjere dubinske analize klijenata i njihova podrijetla novca kod novčanih transakcija.

Otkrivanje izuma predstavlja veliku opasnost i obeshrabrenje za pokretača projekta da će netko drugi iskoristiti, kopirati ili modificirati njegovu ideju. Budući da postoji rascjepkan europski patentni sustav, danas osoba koja želi zaštititi patent u potpunosti mora potvrditi svoj patent u svih 28 država članica. U tijeku je reforma europskog patentnog sustava,<sup>38</sup> a rezultati te reforme bi donijeli znatno administrativno i financijsko rasterećenje za inovatore, jer bi bilo moguće na jednom mjestu dobiti europski patent s jedinstvenim učinkom.

U kontekstu zaštite potrošača potrebno je napomenuti kako bi one platforme za skupno financiranje koje zaračunavaju troškove svojim klijentima koji su uspješno zatvorili svoje projekte podlijegale primjeni Direktive o elektroničkoj trgovini<sup>39</sup>. Također, onda kada subjekti skupnog financiranja upotrebljavaju nepoštene odredbe, u skladu s Direktivom o nepoštenim odredbama<sup>40</sup>, one neće vrijediti za potrošače.

U pravilu se kampanje skupnog financiranja bez financijskog povrata reguliraju samo s nacionalnim zakonodavstvom, na primjer odredbama o donacijama, nagradama i pretpordaji. No kada je riječ o kampanjama skupnog financiranja s financijskim povratom (skupno pozajmljivanje i skupno ulaganje) pravna regulacija postaje složenija. One mogu podlijegati pravilima i na nacionalnoj i EU razini. Regulatorni okvir Europske unije uključuje sljedeće: Direktiva o prospektu<sup>41</sup>, Direktiva o uslugama platnog prometa, Direktiva o upraviteljima alternativnih investicijskih fondova (AIFMD), Direktiva o kapitalnim zahtjevima (CRD IV), Direktiva o tržištima financijskih instrumenata<sup>42</sup>, Direktiva o oglašavanju na daljinu, te odredbe o europskim fondovima poduzetničkog kapitala i fondovima za socijalno poduzetništvo.

Prema podacima Europske komisije<sup>43</sup> i javnog savjetovanja provedenog u ožujku 2014. godine, 44 % svih platformi s financijskim povratom tvrdi kako razlog zadržavanja unutar

<sup>37</sup> Na temelju prijedloga Komisije COM (2013) 44 i COM (2013) 45

<sup>38</sup> Uredbe o uspostavi jedinstvene patentne zaštite u EU-u donesene su 17. prosinca 2012. u okviru pojačane suradnje 25 država članica. Međunarodni sporazum među državama članicama o uspostavi jedinstvenog suda za patente trenutačno je u postupku ratifikacije.

<sup>39</sup> Direktiva 2000/31/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (SL, 17.7.2000., L 178/1)

<sup>40</sup> Direktiva Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima (SL, 21.4.1993., L 95/29)

<sup>41</sup> Direktiva 2003/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 4. studenoga 2003. o prospektu koji je potrebno objaviti prilikom javne ponude vrijednosnih papira ili prilikom uvrštavanja u trgovanje te o izmjeni Direktive 2001/34/EZ (SL, 31.12.2003., L 345/64)

<sup>42</sup> Direktiva 2004/39/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 21. travnja 2004. o tržištima financijskih instrumenata te o izmjeni direktiva Vijeća 85/611/EEZ i 93/6/EEZ i Direktive 2000/12/EZ Europskog parlamenta i Vijeća te stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 93/22/EEZ (SL, 30.4.2004., L 145/1)

<sup>43</sup> <http://www.crowdfundingnetwork.eu/>

granica jedne države leži u nedostatku informacija o primjenjivim pravilima. Nadalje, čak polovina sudionika izrazila je želju za mjerama regulacije skupnog financiranja s financijskim povratom, a njih 27 % navelo je kao jedan od razloga isključivog poslovanja na nacionalnoj razini- visoke troškove odobrenja rada u drugoj državi članici.

### **5.1. Hrvatska**

U usporedbi sa zemljama kao što su Njemačka, Belgija i Nizozemska, koje su donijele određene smjernice kako bi se pripremile, te u usporedbi sa zemljama kao što su Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Španjolska i Francuska, koje su već poduzele ili planiraju poduzeti određene regulatorne mjere radi olakšavanja i poticanja novonastalog kanala financiranja, Hrvatska nema odgovarajući pravni okvir. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA) u svom izvješću također ističe kako u Hrvatskoj trenutno ne postoji regulatorni okvir. Ona navodi kako postoje direktive EU koje implicitno uređuju ovu materiju, ali da ne postoje jedinstveno primjenjiva i standardizirana pravila vezana uz skupno financiranje.

## **6. Zaključak**

Smatramo da je pitanje regulacije skupnog financiranja od izuzetne važnosti. Kako bi se razvilo povjerenje potrošača u skupno financiranje potrebno je stvoriti pravnu sigurnost, olakšati samim time i administrativne poslove, te stremiti smanjenju manipulativnih troškova. Postojeća pravna regulativa zasigurno ima svoje nedostatke koje je potrebno prije svega riješiti kroz sveobuhvatnu unifikaciju. Danas države članice EU-a predlažu različita rješenja, ili poput Hrvatske ne čine ništa po tome pitanju, a takvi različiti nacionalni pristupi nose potencijalnu opasnost još veće fragmentiranosti i stvaranja rascjepkanosti unutarnjeg tržišta, čime se u konačnici i smanjuje potencijal skupnog financiranja u Europi. *De lege ferenda* svakako bi bilo bitno regulirati skupno financiranje na način da se zaštite kako ulagači tako i pokretači projekta i spriječi pranje novca putem skupnog financiranja. Međutim smatramo da bi prevelika regulativa ovog bitnog područja mogla u povoju ubiti jednu dobru pojavu te odvratiti potencijalne investitore i pokretače da dalje razvijaju ovaj oblik financiranja ekonomske djelatnosti.

## LITERATURA

1. Agrawal A. and Catalini C., Goldfarb A., (2011) "Friends, Family and the Flat World: The Geography of Crowdfunding", *NBER Working Paper*, broj 16820., Toronto (Kanada), str. 3.
2. P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher (2013), "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd", *Journal of Business Venturing*, str. 1.
3. Direktiva 2000/31/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (SL, 17.7.2000., L 178/1)
4. Direktiva Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima (SL, 21.4.1993., L 95/29)

5. Direktiva 2003/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 4. studenoga 2003. o prospektu
6. Direktiva 2004/39/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 21. travnja 2004. o tržištima financijskih instrumenata
7. Eurostat: Pregled strukturnih poslovnih statistika (Eurostat: Structural business statistics overview), prosinac 2013.
8. Gerber E.M., Hui J.S. and Kuo P.Y., (2011) "Crowdfunding: why the people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms", Northwestern University Creative Action Lab, Sheridan Drive, Evanston str 1 – 14.
9. Eranti, V, Lindman, J., Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election, 2014., str. 3-5 [http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014\\_Eranti.pdf](http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Eranti.pdf), pristup 01.07.2016.
10. Federal Election Commission 2013 2012 Presidential Campaign Finance, <http://www.fec.gov/disclosure/pnational.do> pristup 01.07.2016.
11. Hagiu A. and Wright J., (2011): "Multi-sided platforms", Harvard Business School
12. Hanfa priopćenje za javnost, dostupno na: [http://www.hanfa.hr/novosti/priopcenje-zajavnost\\_.htm](http://www.hanfa.hr/novosti/priopcenje-zajavnost_.htm), pristup 23.04.2015.
13. Istraživanje ESB-a i Europske komisije iz 2013. o pristupu MSP-ova financiranju; dostupno na: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/files/2013-safe-analytical-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/files/2013-safe-analytical-report_en.pdf), pristup 16.05.2015.
14. Kappel T., (2009) "Ex Ante Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S.", str1. <http://digitalcommons.lmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1550&context=elr> pristup 18.04.2015.
15. Kickstarter, "Potato salad" projekt, dostupno na: <https://www.kickstarter.com/projects/324283889/potato-salad>, pristup 13.04.2015.
16. KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA "Oslobađanje potencijala skupnog financiranja u Europskoj uniji"; Bruxelles, (27.3.2014). str. 3-7.
17. Oxford rječnik, ažurirano 23.07.2014; dostupno na: [http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american\\_english/crowdfunding](http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/crowdfunding), pristup 03.04.2015.
18. A. Schwenbacher, B. Larralde (2010): "Crowdfunding of small entrepreneurial ventures", Handbook of Entrepreneurial Finance, Oxford University Press, str. 5.
19. Sommeregger M. (2010), "Soziale Online-Spendenplattform als neues Instrument für Corporate Giving?", University of Vienna
20. Spellman, P.: "Crowdfunding – Arts Patronage for the Masses, KNOWTHEMUSICBIZ.CoM, (25.02.2016), dostupno na: [http://www.knowthemusicbiz.com/index.php/BIZ-BLOG/CROWDFUNDINGARTS-PATRONAGE-FOR-THE\\_MASSESby-Peter-Spelman.html](http://www.knowthemusicbiz.com/index.php/BIZ-BLOG/CROWDFUNDINGARTS-PATRONAGE-FOR-THE_MASSESby-Peter-Spelman.html), pristup 07.04.2015.
21. Steinberg, S., The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project. 2012. kindle edition.
22. Weng Y. and Fesenmaier D., (2003) "Assessing Motivation of Contribution in Online Communities: An Empirical Investigation of an Online Travel Community", *Electronic Markets*, 13, str. 33-45.

23. Wojciechowski A., (2009) "Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks", Lecture Notes in Computer Science 5872, str. 454 – 463.
24. [www.eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52014AE4004](http://www.eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52014AE4004), pristup 01.04.2015.
25. pristup 12.04.2015.
26. [www.kickstarter.com/projects/revolutionsoftware/broken-sword-the-serpents-curse-adventure](http://www.kickstarter.com/projects/revolutionsoftware/broken-sword-the-serpents-curse-adventure), pristup 13.06.2016.
27. [www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com), pristup 30.06.2016. godine.
28. [www.kickstarter.com/learn?ref=home\\_start.](http://www.kickstarter.com/learn?ref=home_start.), pristup 30.06.2016.
29. [www.kickstarter.com/rules?ref=learn\\_category\\_games](http://www.kickstarter.com/rules?ref=learn_category_games), pristup 15.06.2016.
30. [www.crowdcru.com/top-5-crowdfunding-sites-for-gamers](http://www.crowdcru.com/top-5-crowdfunding-sites-for-gamers), pristup 28.06.2016.
31. [www.gambitious.com/#about-gambitious](http://www.gambitious.com/#about-gambitious), pristup 27.6.2016. godine.
32. [steamcommunity.com/workshop/about/?appid=765&section=faq#general](http://steamcommunity.com/workshop/about/?appid=765&section=faq#general), pristup 30.06.2016.

#### Summary

### **CROWDFUNDING**

*Crowdfunding is open call to general populace, usually made by the web page, to invest money in particular project or business venture. By using the crowdfunding platforms project initiators and project backers who are usually not professional investors are being connected. Crowdfunding is alternative way of financing innovative and creative projects but can be applied to many other business and social areas which we will describe in this paper. The aim of this paper is to show the basic characteristics of crowdfunding, its advantages and disadvantages and to raise the question of its legal regulation. Also we want show if crowdfunding has any potential to develop in Croatia.*

**Key words:** *crowdfunding, alternative ways of crowdfunding, regulation of crowdfunding.*