

Financiranje razvoja startupa Talent Class

Antić, Filipa

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:175409>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-27**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

FINANCIRANJE RAZVOJA STARTUPA TALENT CLASS

Diplomski rad

Filipa Antić

Zagreb, rujan, 2022.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

FINANCIRANJE RAZVOJA STARTUPA TALENT CLASS
FINANCING THE DEVELOPMENT OF THE START-UP
TALENT CLASS

Diplomski rad

Filipa Antić, 0067551042

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Mihovil Anđelinović

Zagreb, rujan, 2022.

SAŽETAK

Startup je novoosnovano poduzeće usmjereno na stvaranje inovativnih proizvoda i usluga, a rezultat je kreativnih poduzetničkih ideja. Poslovni model je skalabilan. Startup je tvrtka dizajnirana za vrlo brzi rast bez geografskih ograničenja. Jasno strateško planiranje i vođenje procesa poslovanja omogućuje postizanje nekoliko ciljeva istovremeno, omogućavajući sazrijevanje poslovne ideje. Zbog dinamičnosti, tima stručnjaka, tehnologije i inovativnosti otporni su na izazove s kojima se susreću. Uz navedeno, bez izvora financiranja ne bi mogli rasti i razvijati se te realizirati svoje poduzetničke ideje. Cilj ovog istraživanja je kroz metodu analize, sinteze i kompilacije primarnih i sekundarnih podataka doći do zaključka bitnosti financiranja za razvoj startupa Talent Class. Talent Class je platforma koja putem e-učenja pruža gurmanima i profesionalnim kuharima edukaciju o gastronomiji sa šefovima kuhinja najboljih restorana na svijetu. Povijesnom analizom i glavnim značajkama dobiva se uvid u startup Talent Class od trenutka osnivanja. Za detaljnu analizu potrebno je bilo opisati proizvod koji pruža na tržištu te njegovu konkurentsku prednost. *Business Model Canvas* objašnjava glavne segmente, a to su segment kupaca i odnosi s njima, vrijednost ponude, kanali komunikacije, struktura troškova i prihoda, ključni resursi, aktivnosti i partneri. Financijski izvještaji kod Talent Class-a nisu dovoljno relevantni jer ne prikazuju njegovu realnu moć na tržištu koju prikazuje ključni pokazatelji uspješnosti. Neki od njih su visoka razina zadovoljstva klijenata, rast prodaje, rast povrata ulaganja na oglašavanje. Pokazuju da je poduzeće likvidno te da nije zaduženo, ali isto tako nije profitabilno. To je logično za očekivati jer se nalazi u sjemenjnoj fazi u kojoj se većinom posluje s gubitkom. Najvažnije su etape financiranja gdje se vidi napredak Talent Class-a od financiranja putem *bootstrapping-a*¹ pa sve do *venture capital* fondova, *crowdfunding-a* i pronalaska poslovnih anđela. U 2,5 godine Talent Class značajno napreduje i razvija se sve više do krajnjeg cilja, a to je da postane *unicorn* i sudjeluje u IPO (javna ponuda dionica). Rastući trendovi današnjice idu u prilog dodatnom rastu, a to su rast gastronomije i e-učenja. Također gospodarstvo pokreću startupi pa će se u budućnosti sve više ulagati u njih što je pozitivna činjenica za Talent Class. Snage i prilike nadmašuju slabosti i prijetnje stoga se procjenjuje do 2027. zauzimanje većeg tržišnog udjela, rast prihoda i rast kapitala.

Ključne riječi: startup Talent Class, izvori financiranja, e-učenje, gastronomija, inovativnost.

¹ Bootstrapping je situacija u kojoj poduzetnik pokreće tvrtku s malo kapitala, oslanjajući se na novac koji nisu vanjska ulaganja.

SUMMARY

A start-up is a new established company focused on the creation of innovative products and services, and is the result of creative entrepreneurial ideas. The business model is scalable. A start-up is a company designed for very fast growth without geographical limitations. Strategic management of the business process enables the achievement of several goals at the same time, enabling the maturing of the business idea. Due to their dynamism, team of experts, technology and innovation, they are resistant to the challenges they face. In addition to the above, without sources of financing they would not be able to grow and develop and realize their entrepreneurial ideas. The aim of this research is to come to the conclusion of the importance of financing for the development of the Talent Class start-up through the method of analysis, synthesis and compilation of primary and secondary data. Talent Class is a platform that, through e-learning, provides gourmets and professional chefs with education about gastronomy with the chefs of the best restaurants in the world. Historical analysis and main features provide an insight into the Talent Class start-up since its inception. For a detailed analysis, it was necessary to describe the product it provides on the market and its competitive advantage. The Business Model Canvas explains the main segments, namely customer segment and relationships with them, value proposition, communication channels, cost and revenue structure, key resources, activities and partners. The financial statements of Talent Class are not relevant enough because they do not show its real power in the market which is shown by the key performance indicators. Some of them are high level of client satisfaction, sales growth, growth in return on advertising investment. They show that the company is liquid and that it is not in debt, but it is also not profitable. This is logical to expect because it is in the seed stage where most of the business is at a loss. The most important stages of financing are where you can see the progress of Talent Class from financing through bootstrapping all the way to venture capital funds, crowdfunding and finding business angels. In 2.5 years, Talent Class has made significant progress and is developing stronger towards the ultimate goal, which is to become a unicorn and an IPO (initial public offering). Today's growing trends are only in favor of additional growth, namely the growth of gastronomy and e-learning. The economy also drives startups, so in the future more will be invested in them, which is a positive fact for the Talent Class. Strengths and opportunities outweigh weaknesses and threats, therefore, it is estimated that by 2027, the capture of a bigger market share, revenue growth and capital growth will be achieved.

Keywords: start-up Talent Class, funding sources, e-learning, gastronomy, innovation.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad / seminarski rad / prijava teme diplomskog rada isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima

i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada / prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada / prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada / prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Filipa Antić

(vlastoručni potpis studenta)

15.09.2022.

(mjesto i datum)

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

Filipa Antić

(personal signature of the student)

15th September 2022

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metode istraživanja i izvori podataka	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. ANALIZA STARTUPA TALENT CLASS	3
2.1. Pojmovno određenje startupa Talent Class	3
2.1.1. Proizvodi startupa Talent Class	4
2.2. Povijest i obilježja startupa Talent Class	9
2.2.1. Glavne značajke startupa Talent Class	10
2.2.2. Zaposlenici kao ključna značajka Talent Class-a	11
2.3. Misija, vizija, ciljevi i strategija startupa Talent Class	12
2.4. SWOT analiza startupa Talent Class	14
3. BUSINESS MODEL CANVAS NA PRIMJERU STARTUPA TALENT CLASS	16
3.1. Pojmovno određenje Business Modela Canvas	16
3.2. Segment kupaca i odnosi s kupcima	18
3.2.1. Tržište startupa Talent Class	21
3.3. Kanali komunikacije s potrošačima	22
3.4. Ključni resursi, aktivnosti i partneri	24
3.5. Vrijednost ponude i konkurentska prednost	26
3.6. Tokovi prihoda i struktura troškova	28
4. FINANCIRANJE RAZVOJA STARTUPA TALENT CLASS	29
4.1. Ulaganje u startupe u Europi	29
4.1.1. Podrška EU za rast startupa	35
4.1.2. Razvoj startupa u Španjolskoj	37
4.2. Financijski izvještaji startupa Talent Class	40
4.3. Analiza financijskih izvještaja startupa Talent Class	43
4.4. Izvori financiranja po etapama razvoja za Talent Class	51
4.4.1. Glavni investitori	60
4.4.2. Izlazna strategija za investitore	62
5. PROGNOZIRANJE BUDUĆEG POSLOVANJA STARTUPA TALENT CLASS	64
5.1. Evaluacija i procjena poslovanja startupa Talent Class	64
5.2. Dosegnete prekretnice u Talent Class-u	65
5.3. Potencijalno širenje startupa Talent Class i osvajanje tržišta	66
5.4. Ključni pokazatelji uspješnosti startupa Talent Class	67

5.5. Predviđanja na temelju poslovnog plana startupa Talent Class	69
6. ZAKLJUČAK	71
POPIS LITERATURE	72
POPIS SLIKA	76
POPIS GRAFIKONA	77
POPIS TABLICA	78
ŽIVOTOPIS	79

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Startup je razvojna tvrtka gdje poduzetnik želi razviti određeni proizvod ili uslugu koju može nakon određenog vremena komercijalizirati. Startupi čine ekosustav startupa koji je bitan za razvoj i uspješnost pojedinog startupa, a čine ga investitori, osnivači, poduzetnici, mentori, korporativni partneri, članovi tima i ostali. Bitno je poznavati segmente startupa te uz učinkovit poslovni plan moguće je ostvariti zadane ciljeve i realizirati poduzetničke ideje. Zbog visokih troškova i niskih početnih prihoda, startupi su primorani fokusirati se na izvore financiranja koji mogu biti različiti. Potrebno je odabrati izvor financiranja koji je najkompatibilniji za poslovanje i čija je tolerancija na rizik prihvatljiva. Izvori financiranja mogu biti različiti, od vlastitog financiranja pa sve do investitora rizičnog kapitala. Uz odgovarajući izvor financiranja, poduzetnički duh, kvalitetno rukovođenje, uloženo vrijeme i rad, startup dolazi do održivog stadija. Imajući na umu te činjenice, javlja se interes za širenjem znanja o financiranju startupa koji vodi k njegovoj stabilnosti i održivosti. Predmet ovog rada je analiza financiranja razvoja startupa Talent Class kroz sve etape razvoja. Talent Class je startup koji prodaje online škola kuhanja s vrhunskim kuharima Španjolske i svijeta, a raspolaže sa značajkama kao što su: tjedni gamificirani izazovi, tjedni tečajevi uživo, tjedni razgovori s više od 90 stručnjaka iz cijelog svijeta gastronomije, godišnje online natjecanje i natjecanje uživo s Michelinovim žirijem, Magisterij profesionalnog kuhanja, tromjesečno rangiranje s godišnjim nagradama koje se ažuriraju svaki tjedan, napredovanje za svakog učenika s ciljem rada na stopi završetka, potvrde za svako postignuće učenika, analiza studentskih metrika.

Cilj rada je analizom pojedinih parametara utvrditi povezanost izvora financiranja s uspjehom startupa i njegovim daljnjim rastom i razvojem te koliko su financije ključne u startupu uz dobro razrađenu ideju i viziju osoba poduzetničkog duha.

1.2. Metode istraživanja i izvori podataka

Metode istraživanja korištene u radu uključuju metodu analize, komparacije te metodu sinteze.

Izvori podataka korišteni u ovom diplomskom radu su primarni i sekundarni podaci. Primarni podaci su nastali zbog obavljanja stručne prakse u analiziranom startupu Talent Class te su u stvarnom vremenu. Do podataka je došlo opažanjima s vodećima, intervju s José Manuelom kao jednim od osnivača te Sixto Ariasom, generalnim direktorom startupa. Primarni podaci su također interni dokumenti Talent Class-a te pristup bazi podataka. Sekundarni podaci su prikupljeni od stranih autora, osobito španjolskih zbog samog startupa koji ima sjedište u Madridu. Korišteni su stručni internetski članci, knjige i publikacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Sam diplomski rad sastojat će se od šest poglavlja. Nakon uvoda, drugo poglavlje opisat će startup Talent Class na temelju kojeg će analiza biti izvršena. Također će se navesti obilježja i razvoj startupa kroz povijest te misija, vizija, ciljevi i strategija. Analizirat će se prilike, prijetnje, slabosti i snage pomoću SWOT analize kako bi se mogao vidjeti potencijalni napredak startupa u fazi u kojoj se trenutno nalazi. Treći dio rada temeljit će se na Business Model Canvas kroz koje će se analizirati sljedeća polja Talent Class-a: segment kupaca, vrijednost, kanali, odnosi s kupcima, tokovi prihoda, ključni resursi, ključne aktivnosti, ključni partneri i struktura troškova. Četvrti dio kao temelj rada je najbitnije pitanje svakog startupa, a to je financiranje razvoja. Prikazat će se generalni razvoj startupa diljem Europe s naglaskom na Španjolsku. Analizirat će se financijski izvještaji startupa Talent Class, izračunati određeni parametri na temelju kojih će se moći zaključiti uspješnost poslovanja startupa. Kako bi startup rastao, bitno je da su izvori financiranja raznoliki i da se mijenjaju i rastu kroz različite etape financiranja. Detaljno će se analizirati faze ulaganja i napredovanja startupa. U petom poglavlju će se predstaviti evaluacija i procjena poslovanja startupa od početka poslovanja do danas.. Šestim, te ujedno i zadnjim poglavljem, zaključit će se diplomski rad o financiranju razvoja startupa Talent Class.

2. ANALIZA STARTUPA TALENT CLASS

2.1. Pojmovno određenje startupa Talent Class

Talent Class je startup, to jest razvojna tvrtka koja zahvaljujući svom skalabilnom modelu, korištenju novih tehnologija i inovativnih ideja ima veliki potencijal za rast. Talent Class predstavlja virtualnu platformu škole kuhanja s najboljim kuharima svijeta. Zajedno povezuje teoriju i praksu na interaktivan način koje su dostupne svim pretplatnicima gdje god se nalazili i kad god poželjeli pristupiti sadržaju. Kombinira snimljene tečajeve i tjedne sate uživo s participativnom metodologijom gdje učenik mora kuhati kod kuće i natjecati s ostalim učenicima te se može svrstati u tromjesečno rangiranje. Talent Class pomaže ljudima da obnove ili nauče kuhati kako bi se popeli na više pozicije na svojim radnim mjestima ili pronašli novi posao. Suvremena obuka je vrlo važna, gastronomske tehnike se pojavljuju i stalno ažuriraju, kao i cjelokupni sadržaj Talent Class-a. U Talent Class-u nema obveze, ali pretplatnici imaju mogućnost poslati svoje jelo, a profesionalni kuhari će ga analizirati te ocijeniti. Parametri za ocjenjivanje su sljedeći: glavni proizvod, umak ili sok, garnitura, pojačivač (svježe ili sušeno bilje), uravnoteženost, kiselost, prezentacija, faktor iznenađenja. Tečaj se može pohađati individualnim tempom uz mogućnost kombiniranja učenja prema pretplatnikovoj dostupnosti. Zbog neograničenog pristupa platformi koja omogućuje udobno i brzo gledanje tečajeva kuhanja, moguće je napredovati u lekcijama bez reguliranja strogim vremenskim ograničenjem. Online tečajevi gastronomije pružaju velike vrijednosti i amaterima i profesionalcima u ugostiteljskim objektima. Amaterima koji su gurmani omogućuje da impresioniraju obitelj i prijatelje novim kulinarskim vještinama visoke kuhinje kao što profesionalcima omogućuje pozicioniranje vlastitog restorana na višu razinu, varijacije klasičnih jela uz nove kreacije, otkrivanje novih tehnika i specifičnih recepata u prijateljskom i zabavnom formatu u PDF obliku. Većina tečajeva može se završiti s osnovnim kuhinjskim materijalom i posuđem (lonci, tave, pećnice i dr.). Također, jela se mogu pripremati na bilo kojoj vrsti štednjaka, bilo plinskog, indukcijskog ili keramičkog. Za određene tečajeve bit će potrebni specijalizirani proizvodi i materijali. Nakon uspješno završenog Magisterija profesionalnog kuhanja, završenih svih modula i sudjelovanja u aktivnostima škole, sudionici će dobiti diplomu koju podržava FACYRE (*Federación de*

Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España) i Španjolska ugostiteljska organizacija (Hostelería de España). Plaćanje tečaja mora se izvršiti putem platforme Talent Class kreditnom/debitnom karticom ili PayPal-om. Prihvaća se i uplata bankovnim prijenosom, a podaci će se dostaviti na WhatsApp ili poštom. Moguć je 100% povrat novca do 15 dana nakon kupnje. Na slici 1. prikazane su dvije ponude startupa Talent Class i njihove cijene. Cijena cjelokupne pretplate škole kuhanja online koja uključuje majstorske tečajeve, tečajeve kuhanja i prakse, natjecanja, izazove i rangiranje, kuhanje uživo i biblioteku sadržaja iznosi mjesečno pet dolara, a sniženo je s dvostruko većeg iznosa. Trenutno je moguće prijaviti se 15 dana besplatno na navedeni program. Magisterija profesionalnog kuhanja iznosi 550 € za 9 mjeseci.

Slika 1. Ponuda startupa Talent Class

The image shows two promotional cards for Talent Class. The left card, titled 'SUSCRIPCIÓN Escuela de Cocina Online', lists a price of 4,5 €/mes with 15 días gratis. It includes a list of benefits such as 'Cursos Magistrales', 'Clases de cocina y prácticas', and 'Comunidad'. The right card, titled 'MÁSTER DE COCINA PROFESIONAL', features an orange header and lists benefits like '+ 80 Profesores galardonados', '+ 150 Hrs de contenido (teoría y práctica)', and 'Diploma avalado por FACYRE y por la organización de Hostelería de España'. It also shows a 'Lista de Espera' status and a price of 550€ or starting from 50 €/mes.

Izvor: Talent Class (online), [18.07.2022.] Dostupno na: <https://www.talent-class.com/>

2.1.1. Proizvodi startupa Talent Class

Online tečaj kuhanja podijeljen je na četiri dijela: majstorski tečajevi, razgovori uživo, kuhanje uživo te Magisterij profesionalnog kuhanja.

U **majstorske tečajeve** ubraja se snimljena praksa te prikazane tehnike kuhanja. Tečajevi su online, na španjolskom jeziku, a na kraju tečaja polaznici dobiju službenu potvrdu o pohađanju tečaju. Majstorski tečajevi podijeljeni su po kategorijama koje će biti navedene redom: zdrava kuhinja, riblji roštilji, meksička kuhinja, avangardna kuhinja, kreativna kuhinja te španjolska kuhinja. Zdravu kuhinju predstavlja Carme Ruscalleda, prva i jedina

žena čiji restorani imaju sedam Michelinovih zvjezdica. U 10 lekcija početničke razine raspoređene su njezine tehnike kuhanja, upoznavanje važnosti kvalitetnog proizvoda i korak po korak objašnjen svaki recept. Roštilje s ribom predstavljaju Aitor Arregi i Pablo Vicari koji imaju znanja o moru i njegovim produktima, a nalaze se u top 20 svjetski najboljih roštiljara. Njihov tečaj sastoji se od 15 lekcija početničke razine gdje je objašnjena priprema ribe na žaru koja počinje u Getariji i transformirala se u baskijsku gastronomiju uz odabir najbolje ribe za pečenje na roštilju. Tečaj meksičke kuhinje predstavlja Benito Molina, direktor škole MasterChef u Meksiku i glavni kuhar restorana Silvestre, Manzanilla i Muelle. Na svom majstorskom tečaju od 12 lekcija početničke razine Benito nastoji prenijeti sve tajne i znanja meksičke kuhinje kroz teoriju i praksu, podučavati suvremenu meksičku kuhinju temeljenu na proizvodu i održivosti. Cilj mu je naučiti polaznike najprestižnije gastronomske tehnike na svijetu kroz svoj kreativan, eksplozivan i slastan svijet. Avangardnu kuhinju predstavlja Albert Adrià, jedan od najkreativnijih umova današnje gastronomije. Odgovoran za vodeće restorane poput Ticketsa ili Enigme, njegovo je ime jamstvo uspjeha i odlična prilika za učenje avangardne kuhinje koju predstavlja kroz 18 lekcija srednje razine. Kreativnu kuhinju predstavljaju Mateu Casañas, Oriol Castro i Eduard Xatruch, kuhari restorana Disfrutar, Michelinove zvjezdice, koji je broj pet u svijetu. Ovaj restoran, smješten u Barceloni, nastoji iznenaditi sve svoje goste s kreativnošću u pripremanju. Kroz 14 lekcija napredne razine, polaznici će naučiti doživjeti gastronomiju, bit će upoznati s nekima od najboljih recepata i vidjeti alternative za kombiniranje proizvoda, biti pustolovni u potrazi za modernosti. Španjolska kuhinja u 12 lekcija početničke razine je trening uz koji se uči uživati, kuhati, napredovati, usavršavati se, raditi, ali prije svega, učinit će da se kuhinja osjeti s mnogo više strasti nego uobičajeno. Tečaj uključuje kuhanje s velikim i renomiranim kuharima koji su svoj život posvetili svijetu gastronomije te su nagrađeni Michelinovim zvjezdicama, a to su Quique Muñoz, Eduardo Quintana, Sergi Arola, Toni González, Kiko Mayo, Nacho Solana, Ricardo Sanz, Fran Martinez, David García, Aurelio Morales. Na slici 2. su prikazani neki od profesora majstorskih tečajeva.

Slika 2. Profesori majstorskih tečajeva Talent Class-a



Izvor: Talent Class (online), [12.08.2022.] Dostupno na: <https://www.talent-class.com/>

Razgovore uživo čini teorijska nastava uživo putem Zoom platforme koja se odvija svaki tjedan s kuharima. Kuhar specijaliziran za određeno kulinarsko područje razvije svoju prezentaciju u trajanju od sat vremena u kojem sudionici mogu izravno razgovarati sa šefom kuhinje te razjasniti sve nedoumice (četiri puta mjesečno). Ako osoba ne može prisustvovati uživo, moći će gledati kasnije snimku kao dio biblioteke sadržaja.

Kuhinju uživo čine satovi na kojima se kuha putem Zoom platforme uživo s kuharima. Mogućnost je kuhanje s Aurelio Moralesom, šefom kuhinje restorana CEBO s Michelinovom zvjezdicom. Kuhanje polaznika je zamišljeno u isto vrijeme kao i kuhanje kuhara, uz njegov nadzor i rješavanje svih nedoumica i problema koje se pojavljuju za vrijeme kuhanja. Maksimalan kapacitet kuhanja uživo jest 10 sudionika, a broj gledatelja je neograničen (mogućnost dva puta mjesečno).

Magisterij profesionalnog kuhanja odnosi se na jedini magistarski studij kuharstva na tržištu s najboljim kuharima svijeta koji posjeduju Michelinove zvjezdice. To je tečaj kuhanja s tehnikom, proizvodima, kreativnošću te je u potpuno praktičnoj nastavi. Magisterij profesionalne kuhinje je obuka koja podučava i ažurira sva znanja potrebna da klijent postane visokokvalificirani profesionalac kuhanja. Mjesto gdje je moguće naučiti i obnoviti sva znanja moderne kuhinje s time da je ažurirano, praktično i kompatibilno. Navedene su tri stvari koje idu uz ovaj magisterij, a to su: suvremeno znanje o suvremenom kuhanju, praktično i teorijsko, profesionalci koji predaju svaku od specijalnosti, satovi uživo s kuharima iz cijelog svijeta gdje ih je moguće upoznati. Budući da to mogu učiniti vlastitim

tempom, većina učenika ima problem s vremenom. Nisu poželjni učenici koji misle da će se poboljšati u kratkom vremenskom periodu. Kuhanje iziskuje trud, stoga nisu dobrodošli lijeni ljudi i ljudi bez mogućnosti stalnog ponavljanja priprema dok ne postignu savršenstvo. Cilj su predani ljudi koji ne odustaju lako. Aurelio Morales, kao glavni šef Magisterija profesionalnog kuhanja i restorana CEBO (slika 3.), obraća se klijentima govorom koji je kolokvijalan, blizak i razumljiv. Vrsta e-maila koji se šalje klijentima je, na primjer, poziv koji se ne smije propustiti uz frazu: “Sutra je taj dan.” Nakon toga slijedi čestitka za izravni pristup sutrašnjoj izravnoj prezentaciji i razjašnjenju svih nedoumica. Dolazi objašnjenje da će se u prvoj sesiji naučiti o sjajnoj prilici da se poveća osobno znanje i primjena u kuhinji. Svrha Aurelia Morales jest pokazati koliko daleko klijenti mogu ići ako nauče detalje o proizvodu, tehnike i na kraju kako kuhati na najbolji način. Također se obrađuju sljedeće teme: od čega se sastoji *Master Class* (Magisterij profesionalnog kuhanja)? nastavni plan i program i kako ga treba učiti? kako funkcionira ispravljanje recepata i implementacija? kako će to promijeniti radni život ili način na koji se kuha? Pitanja i odgovori (uživo) doći će na samom kraju. Ponekad se osobe boje da će ono što kuhaju postati dosadno ili da će pokazati koliko malo vremena imaju da stvarno nauče nešto novo. Klijenti su oni koji se smatraju profesionalnom i strateškom osobom, ali osjećaju da stagniraju i nastoje prihvatiti novi izazov koji omogućuje da pokažu svoju razinu. Druga mogućnost je da je u pitanju vrlo iskusna osoba, ali je znanje zastarjelo i osjeća da joj je potrebno ažuriranje. Ili možda već ima stabilan restoran i traži načine da ga razvije, ali su naponi razvodnjeni svakodnevnim zadacima. Osobe s bilo kojom od ovih situacija su potencijali polaznici Magisterija profesionalnog kuhanja. Proizvod nije doživotan, nakon godinu dana više nema mogućnosti pristupu, to jest vrijeme je ograničeno. Klijentima je teško razumjeti da je kuhinju, kao nešto opipljivo, moguće procijeniti kroz njenu evoluciju, ali kroz Talent Class promijenio se način na koji se to radi i moguće je učiti isto uz evoluirani tijek bez pritiska. Osobna povijest vezanu uz ponuđene proizvode i usluge iskusnog kuhara Aurelia Moralesa bit će predstavljena u nekoliko crta. Aurelio je bio pred promjenom posla i prešao je put od čišćenja posuđa, rada u El Bulliju do osvajanja Michelinove zvjezdice za sebe i svoj tim te sada radi u restoranu CEBO u Madridu. Ako se uzme u obzir konkurenciju, kroz iskusne ruke Aurelia Moralesa prošlo je više od 500 klijenata, 200 studenata i radio je s brojnim poznatim kuharima. Magisterij profesionalnog kuhanja je kompletna obuka, nije tečaj na kojem će se naučiti raditi recepte i ništa dodatno. Obučio je više od 5.000 učenika kuhanju s različitim proizvodima dok je bio profesor na različitim sveučilištima. Sa svojim timom, kreirao je kompletnu obuku kuhanja. Nedoumice koje zanimaju kupce prilikom kupnje su hoće li

Talent Class dobiti praksu za studente. Nakon kratkog upitnika studentima na početku prvog Magisterija profesionalnog kuhanja, uočila se želja da ih školuju kuhari s visokim priznanjima poput Michelinovih zvjezdica, da imaju mogućnost usavršavanja uz ulaganje kraćeg vremena dnevno te da poboljšaju znanje za jela koja već nude u svojim restoranima ili u svojim domovima. Njegov pomoćnik je Oscar Castellano o kojem će se također navesti par riječi. Oscar je 25-godišnjak koji je završio kuharski studij u Barceloni, u školi Bellart. Tek je počeo ulaziti u pravi svijet stažiranja i vrlo je požrtvovan i čvrst. Zahtjev za pripadanjem jednom od restorana kojima se divi je vrlo velik, zbog čega uvijek nastoji trenirati. Čita knjige o gastronomiji, prošao je online tečaj kuhanja i puno uči na poslu. Njegove težnje u 25. godini su skrasiti se u vodećem restoranu gdje može naučiti sve što mu treba. Jasno je da bi u budućnosti volio imati vlastiti restoran u kojem bi mogao postići sve što je naučio tijekom svoje prve profesionalne faze i uspjeti se popeti u srednjem roku. Bio je prijavljen u hotelu Omm, a zatim je prebačen da radi u Roca Moo od braće Roca i tu je počeo kao kuhar za stalno. Došao je u Madrid u klub Allard, a onda je otišao raditi u CEBO, zaposlili su ga čim je krenuo u projekt kao kuhar. Ovdje je razvio sve svoje vještine. Godine 2017. CEBO je dobio Michelinovu zvjezdicu koji je ujedno i najvažniji trenutak u Oscarovoj karijeri. Sljedeće 2018. godine dobio je nagradu za najboljeg kuhara u Madrid s Pablo Gonzálezom s kojim vodi CEBO kuhinju. Cilj magisterija kuhanja je učenje iz iskustva kuhara da klijenti sami jednom ostvare Michelinovu zvjezdicu, da otvore vlastiti restoran ili da svoja znanja o kulinarstvu prebace na višu razinu. Uči se u 30-minutnim lekcijama dnevno uz visokokvalitetno snimljene lekcije kuhanja. Komunicira se sa studentima iz cijelog svijeta, u otvorenim raspravama gdje se može pitati sve što je potrebno, primjenjuje se u praksu ono što se nauči iz tjedna u tjedan na sastancima s vrhunskim učiteljima i mentorima. Pristup sadržaju moguć je 24 sata na dan tako da se može pristupiti individualno ovisno o preferencijama. Moguće je stvoriti vlastitu mrežu kontakta s kuharima iz cijelog svijeta, online i u nizu događaja.

Slika 3. Aurelio Morales, šef restorana CEBO



Izvor: Expansión (online), [10.08.2022.] Dostupno na:

<https://www.expansion.com/fueradeserie/gastro/2021/05/17/>

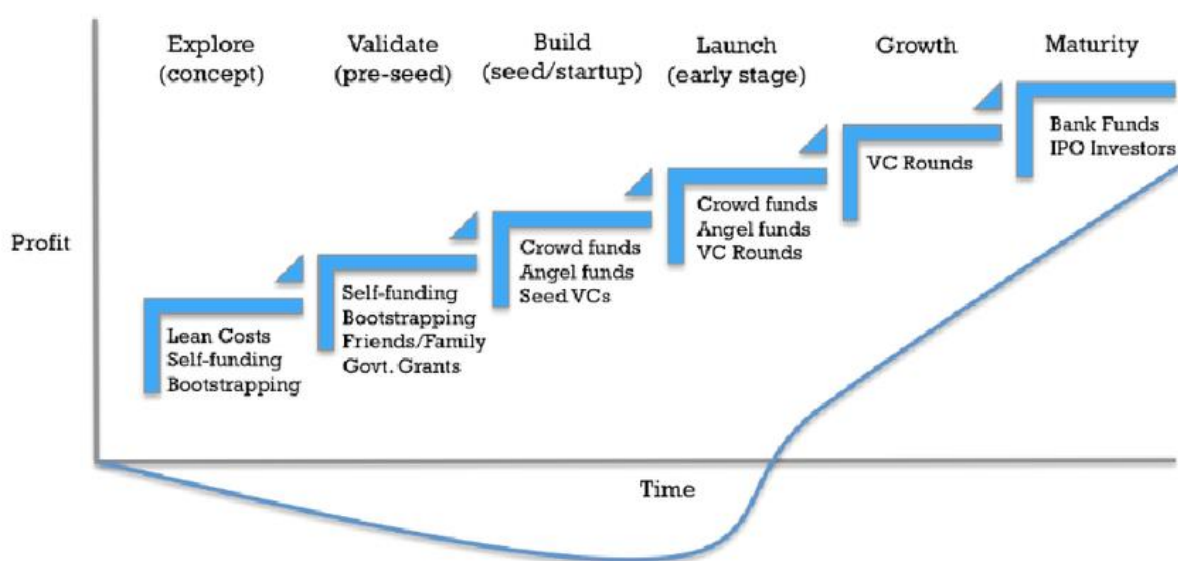
2.2. Povijest i obilježja startupa Talent Class

Povijesni razvoj Talent Class-a započinje kada su dvojica mladića José Manuel de Arias Alastrué i Ignacio Carrera Rodríguez 2019. godine počeli kao ambiciozni mladi ljudi koji su željeli realizirati svoje ideje na poslovnom planu te su krenuli financirati startup putem *bootstrapping-a*. Pohađali su studij na fakultetu baziran na projektima i zadacima, Mondragon University, a ne na klasičnom učenju iz knjiga te su osnovali marketinšku tvrtku kao rezultat projekta na fakultetu. Počeli su s vlastitim izvorima sredstava poput uštedevine, zajmova od prijatelja ili obitelji što nije bilo dovoljno za uspjeh, a jedini cilj bio je lansirati online tečajeve kuhanja koji bi služili ljudima kako bi mogli naučiti kuhati. Poslije su shvatili da ideja nije rentabilna te su morali poduzeti daljnje korake i pronaći investitore o kojima će detaljno biti riječ u petom poglavlju. Željeli su snimati kvalitetno tečajeve kuhanja te su htjeli da produkcija bude na visokom nivou s poznatim šefovima kuhinja. Kako nije bilo isplativo prethodno poslovanje i nije bilo moguće izvesti željeno, morali su u prosincu 2021. pivotirati s Masterom kuhanja koji pomaže ljudima pronaći i poboljšati svoj poslovni život u kulinarstvu. To je bio dobar model poslovanja jer postoji problem ljudi u Španjolskoj pa tako i u čitavom svijetu zbog loše educiranih i kvalificiranih ljudi na području kuhanja. Magisterij profesionalnog kuhanja (*Máster de Cocina*) uči i aktualizira potrebna znanja za ljude koji se žele posvetiti hotelijerstvu/ugostiteljstvu te im pruža mogućnost za visokokvalificiranu naobrazbu.

2.2.1. Glavne značajke startupa Talent Class

Obilježja startupa Talent Class su starost od 2,5 godine, osnovan je 2019. godine u Španjolskoj te je trenutno u sjemenjnoj fazi. Sjemenjna faza označava prvi krug financiranja kako bi startup rastao i razvijao se, napredovao te privlačio investitore u sljedećim rundama financiranja. To je najteža faza, a uglavnom se posluje s gubitkom kako je to i u slučaju Talent Class-a što je prikazano na slici 4. Uključen je u inovacije, nove ideje i korištenje tehnologije kako bi se ljudi mogli educirati o kulinarstvu isključivo online, putem platforme koja nudi visokokvalificiran sadržaj. Talent Class orijentiran je na tehnologiju (e-učenje) koja je dostupnija sve većem broju ljudi te pomoću nje teži riješiti problem loše edukacije današnjih kuhara. Također, agilna je u rastu, raste broj zaposlenika i pripravnika, raste udio na tržištu, rastu investirana sredstva. Startup je fleksibilan, to jest moguće je da se prilagodi potencijalnim nedaćama koje se mogu pojaviti poput Covid-19 pandemije koja je nastupila godinu dana nakon osnutka Talent Class-a te je u tom trenutku bio spreman na prilagodbu. Bez obzira na trud i napore, u startupu je uvijek prisutna blaga do srednja neizvjesnost oko osiguranja uspjeha poslovanja, odnosno rizik zbog nemogućnosti pronalaska potencijalnih kupaca i prodaje proizvoda. Rizik likvidnosti je umjeren, a rizik otpornosti je srednje-visok.

Slika 4. Životni ciklus startupa



Izvor: ResearchGate (online), [10.08.2022.] Dostupno na:

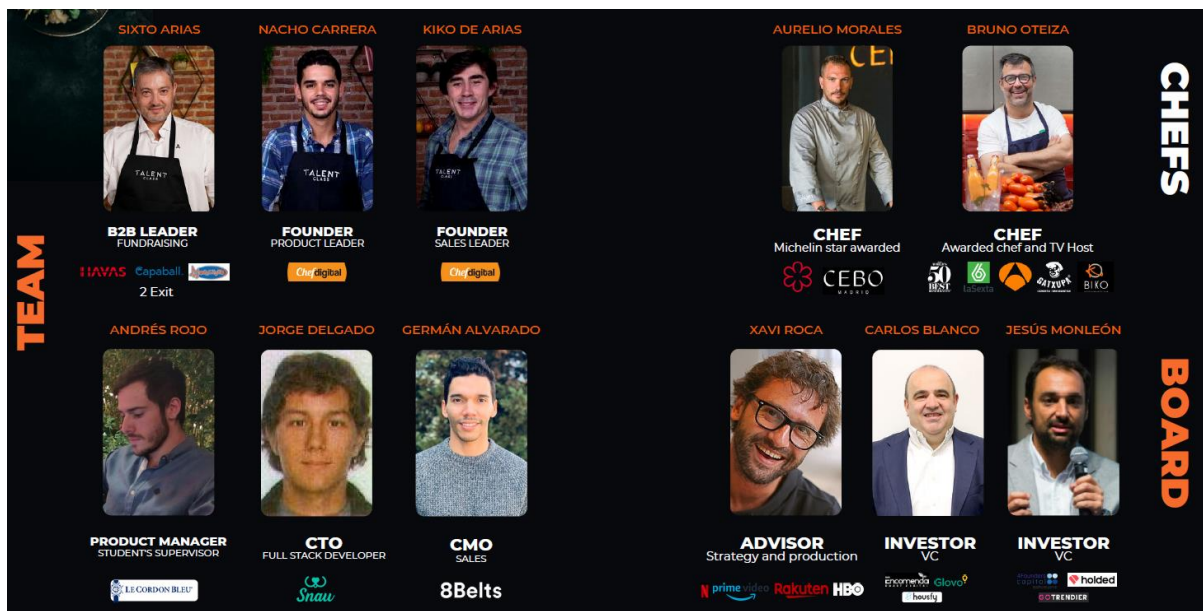
<https://www.researchgate.net/figure/Startup-typical-life-cycle>

2.2.2. Zaposlenici kao ključna značajka Talent Class-a

Radno okruženje je dinamično, zaposlenici rade svi u jednoj prostoriji, brzo se raspoređuju zadaci, često i iznenadno dolaze novi zadaci koji se obavljaju prema hitnosti. Svaki zaposlenik je zadužen za svoje područje, ali prema potrebi uskaču jedan drugome u pomoć kad je to potrebno. Svaki zaposlenik zna obavljati poslove u više od jednom području. Radno vrijeme je od 9.00 do 18.00, ali može biti varijabilno zbog nenadanih situacija i zadataka te se produžiti do 21.00. Zaposleno je 6 zaposlenika fiksno, a pripravnici se rotiraju ovisno o trajanju prakse. Prosječno je 10 ljudi koji radi u Talent Class-u. Tim je prikazan na slici 5. Među zaposlenicima prevladava integritet, međusobno poštovanje, razumijevanje i visoka razina pozitivne energije. Kvalitetna komunikacija je ključna kako ne bi došlo do zabune u obavljanju zadataka ili do dupliciranja zadatka. Svi zaposlenici su jednako vrijedni i poštuje se njihov doprinos u pojedinom području. Uz zaposlenike, potrebno je imati kvalitetnog vođu koji će nadgledati rad zaposlenih te raspoređivati zadatke. Kod Talent Class-a to su osnivači José Manuel de Arias Alastrué, suizvršni direktor i voditelj prodajnog područja (*CO-CEO & SALES*). Diplomirao je vođenje, poduzetništvo i inovacije na Sveučilištu Mondragón & Teamlabs. Ima 6 godina poduzetničkog iskustva. Jedan je od osnivača agencije za medijski i gastronomski marketing Chef Digital. Ima viziju o izgradnji profitabilne i skalabilne prodaje i tokova. Drugi je Ignacio Carrera Rodríguez suizvršni direktor i voditelj proizvoda (*CO-CEO & PRODUCT*). Diplomirao je vođenje, poduzetništvo i inovacije na Sveučilištu Mondragón & Teamlabs. Ima 6 godina iskustva u sektoru ugostiteljstva, a zajedno, a jedan je od osnivač agencije za medijski i gastronomski marketing Chef Digital. Ima viziju za izgradnju uspješnih digitalnih proizvoda u kojima vidi budućnost. Na čelu nalazi se Sixto Arias, izvršni predsjednik i voditelj B2B poslovanja. Sixto je magistar marketinga na fakultetu ESIC. Ima dva izlaza (Movilisto i Mobext) i treći izlaz kao inverter. To znači da je prodao dionice tvrtke u koje je ulagao te izašao iz startupa. U nekim slučajevima zaradi se više nego što se uloži, a u nekim slučajevima se novac gubi. Profesor je na nekoliko sveučilišta u Španjolskoj, Portugalu i Kolumbiji. Ima iskustva u mobilnom marketingu, online edukaciji i inovacijama za mala i velika poduzeća. Osnivač je tvrtke Capaball, Made in Mobile, a i investitor u 12 startupa. Ostali zaposlenici su Andres Rojo (šef kuhinje i učitelj), Jorge Delgado (*CTO*), German Alvarez (*CMO*), Aurelio Morales (šef kuhinje Michelinove zvjezdice), Bruno Oteiza (profesionalni šef kuhinje i savjetnik). Savjetodavnu ulogu imaju i Jesús Monleón koji je izvanredan poslovni anđeo investitor, Carlos Blanco koji je poslovni anđeo investitor i

stručnjak za poduzetništvo, Xavi Roca zadužen je za strategiju komunikacije i produkcije i stručnjak za audiovizualne projekte. Josep Anton Aliagas stručnjak je za internacionalizaciju i investicijske krugove u SAD-u. Ismael El-Qudsi stručnjak je za optimizaciju tražilica i organski promet. Svaki ponedjeljak u 10.00 odvija se *check-in* sa svim trenutnim zaposlenicima. Tada glavnu riječ imaju osnivački koji ga vode. Iznose se činjenice o uspjehu prošlog tjedna te napredak startupa, raspoređuju se temeljni zadaci za idući tjedan i komentira se trenutno stanje.

Slika 5. Tim startupa Talent Class



Izvor: Talent Class (interni dokument), [10.07.2022.]

2.3. Misija, vizija, ciljevi i strategija startupa Talent Class

Misija startupa Talent Class bila je sumirati edukaciju i pivotirati je online putem. Danas je obrazovanje 10% online i 90% uživo, a osnivači Talent Class-a vjeruju da će u budućnosti prevladati online obrazovanje te žele biti jedna od prvih kompanija koja će biti istaknuta radi toga. Potrebno je dobiti investitore koji dijele iste ideje te žele poduprijeti Talent Class, ali je potrebno dobro razviti proizvod prije svega.

Vizija Talent Class-a je biti najveća online ugostiteljska škola na svijetu.

Kratkoročni ciljevi su bili fakturirati 2019. godine 5.000 €, 2020. godine 30.000 € i 2021. godine 500.000 €. Do polovine 2022. godine fakturirano je 300.000 € s time da novi Master profesionalnog kuhanja izlazi u rujnu, listopadu i studenom te se započinje s novom proizvodnjom, smanjuje se broj tečajeva i postepeno se gube kao proizvod te se ide ka posvećivanju Masteru profesionalnog kuhanja kao vrsti profesionalne naobrazbe poput fakulteta. Trenutno je 1.500 pretplatnika, potrebno je doći u kraćem roku do 15.000 pretplatnika. Također, kratkoročan cilj je zbog nedostatka vlastitog programa, uzeti program tvrtki poput tvrtke Kajabi, koji su već stvoreni te maksimalno prilagoditi programu sadržaj startupa koji se koristi za reprodukciju istog. Ciljevi su prodaja online Magisterija profesionalnog kuhanja 550 €, pretplata na online tečajeve 69 € te ukidanje prodaje pojedinačnih tečajeva koja je iznosila 34 €.

Srednjoročni ciljevi su konstruirati vlastitu platformu na kojoj je do sada uštedeno 200.000 €, kao proizvod od četiri vertikalna sadržaja. Cilj je ući u potpuno pokretanje subvencioniranih programa obuke za stručnjake. Za nove linije prihoda neće biti potrebna ulaganja u stvaranje novih majstorskih tečajeva. Nastavit će se održavati tjedni tečajevi uživo kao i prije i nadopunit će ih se sesijama profesionalnog sadržaja. Osim toga, trenutno je na snazi proces poboljšanja metrike marketinške konverzije kako bi akvizicija novih klijenata bila što isplativija. Također srednjoročni cilj je proširenje tržišta 2023. na Sjedinjene Američke Države.

Dugoročni ciljevi su povećati broj zaposlenika (50 zaposlenih), dodati više kategorija kuhanja, napraviti web stranicu na engleskom jeziku te cijeli sadržaj prevesti na engleski jezik kako bi bio dostupan većem broju potencijalnih kupaca. Zatim cilj u dugom roku je dostići broj od 70.000 pretplatnika.

Strategija i poslovni model

Poslovni model je visoko skalabilan, globalan i s nekoliko izvora prihoda. Glavni model Talent Class-a je profesionalno osposobljavanje kroz prvi Profesionalni magisterij kuhanja koji ima najbolje kuhare kao učitelje s kojima može obučavati svakoga tko želi proširiti i ažurirati svoje znanje. Sve se to nadopunjuje s mjesečnom pretplatom s kojom će generirati najveći broj korisnika koji će upoznati kvalitetu obuke te tako moći predstaviti i dodatno

prodati Profesionalni magisterij kuhanja. Pretplata iznosi 4,90 € mjesečno, Magisterij iz profesionalnog kuhanja iznosi 550 €. Također sve veći fokus je na B2B ugovorima. Do kraja 2021. poslovanje Talent Class-a bilo je izrazito B2C, a u 2022. otvorit će se B2B linija prihoda. Subvencionirana obuka ulazi u B2B modalitet i već su prisutni prvi rezultati nekih marketinških akcija koje su pokrenute. B2B ugovori koji su sklopljeni ili su u procesu uključuju: Ugostiteljstvo Španjolske (poslodavac ugostiteljskog sektora), Federacija udruga kuhara i slastičara Španjolske, Movistar (vlastiti kanal na Movistar+), Interaceituna (plasiranje proizvoda), Yoigo (promotivne akcije za svoju bazu podataka kupaca), Iberia Lineas Aereas i 14 drugih zračnih prijevoznika (zabava tijekom leta), BigBox (vodeća platforma za darivanje iskustava u Iberoamerica), Bodegas Enate, Newlux (kuhinjski roboti), Bosch uređaji, Cook and Chef Institute (Bergner Foundation Group), Avianza (španjolsko među profesionalno udruženje za meso peradi), tvrtke koje se bave proizvodnjom robe široke potrošnje i druge s interesima u ugostiteljskom sektoru (energetika, bankarstvo i osiguranje). Prezentirani su prijedlozi za više od 25 velikih tvrtki i očekuje se nastavak zatvaranja većine ugovora u 2022. godini. Ugovori su sklopljeni sa sponzorima ili suradnicima koji ulažu u Talent Class u zamjenu za vidljivost na platformi, reprodukciju sadržaja ili sponzorirani sadržaj.

2.4. SWOT analiza startupa Talent Class

SWOT analiza pomaže u strateškom planiranju te može biti od velike pomoći za rast i napredak startupa. Pomoći će u realizaciji željenog smjera razvoja, odnosno uspješne poslovne strategije. SWOT je kratica za Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats. Snage i slabosti su unutarnji čimbenici koji se mogu kontrolirati poput proizvoda, ljudi, imovine, a prilike i prijetnje su vanjski čimbenici koji se ne mogu kontrolirati, ali ih je bitno osvijestiti. To mogu biti tržišni trendovi, širenje gospodarstva, gospodarske krize. Sada će biti prikazana SWOT analiza startupa Talent Class.

Snage

Startup Talent Class ima jedinstven proizvod online kuhanja koji se razlikuje od konkurencije po tome što je i edukativne i zabavne prirode, što ne postoji Master profesionalnog kuhanja

isključivo na temelju e-učenja nigdje u svijetu. Bolji je u odnosu od konkurencije što ima kvalitetan sadržaj po nižoj cijeni od konkurencije, što je gamificiran, zbog šireg spektra klijenata (profesionalni kuhar i gurmani), zbog profesora koji imaju Michelinove zvjezdice. Jedan od ključnih resursa su jak tim stručnjaka koji imaju inovativne poduzetničke ideje te ustrajno rade na tome da ih realiziraju. Ističe se marketinški stručnjak koji prati sve trendove te dolazi do kupaca na najisplativije načine. Uigrani osnivači koji su mlađi s puno ideja, želje i volje za radom i dokazivanjem savršeni su spoj s iskusnim generalnim direktorom koji posjeduje znanje i novčana sredstva. Talent Class posjeduje platformu s vlastitim razvojem i aplikaciju za IOS i Android montiranu na vanjski SaaS koji upotpunjuje sve funkcionalnosti koje klijenti zahtijevaju. Dosadašnji kupci dali su ocjenu 4.5/5 te su jako zadovoljni proizvodom.

Slabosti

Uzevši u obzir starost startupa Talent Class, nije moguće očekivati visoku profitabilnost. Poslovanje je 2021. godine završilo gubitkom. Baza kupaca je za sad niža, ali je u kontinuiranom porastu. Proizvod je isključivo na španjolskom jeziku što onemogućuje korištenje u geografskim područjima gdje stanovnici ne znaju španjolski jezik. Slabost su visoki troškovi za kuhare i snimatelje.

Prilike

Mogućnosti koje su otvorene su prikupljanje novčanih sredstava od investitora na temelju runde financiranja putem online platforme StartupXplore. Također, mogućnost traženja potpore za startupe koje su prisutne unutar EU. Trendovi koji se moraju iskoristiti su rast gastronomije i e-učenja koji direktno obuhvaćaju područje Talent Class-a. Moguće je iskoristiti različita poznanstva i suradnju s medijima kako bi se Talent Class dodatno proširio. Potrebno je iskoristiti priliku širenja na Latinsku Ameriku koje je već krenulo kako bi se Talent Class proširio na ostatak Amerike i svijeta.

Prijetnje

Glavna prijetnja je nemogućnost prikupljanja financijskih sredstava za rast i razvoj. Želja ljudi za druženjem i učenjem uživo također može biti prijetnja jer je ovo isključivo e-učenje. Može stvarati prijetnju i neobrazovanost ljudi po pitanju korištenja tehnologije. Popularnost kuhanja može naglo opasti što dovodi u problem Talent Class. Postoji prijetnja od nemogućnosti prikupljanja financijskih sredstava zbog nezainteresiranosti investitora.

3. BUSINESS MODEL CANVAS NA PRIMJERU STARTUPA TALENT CLASS

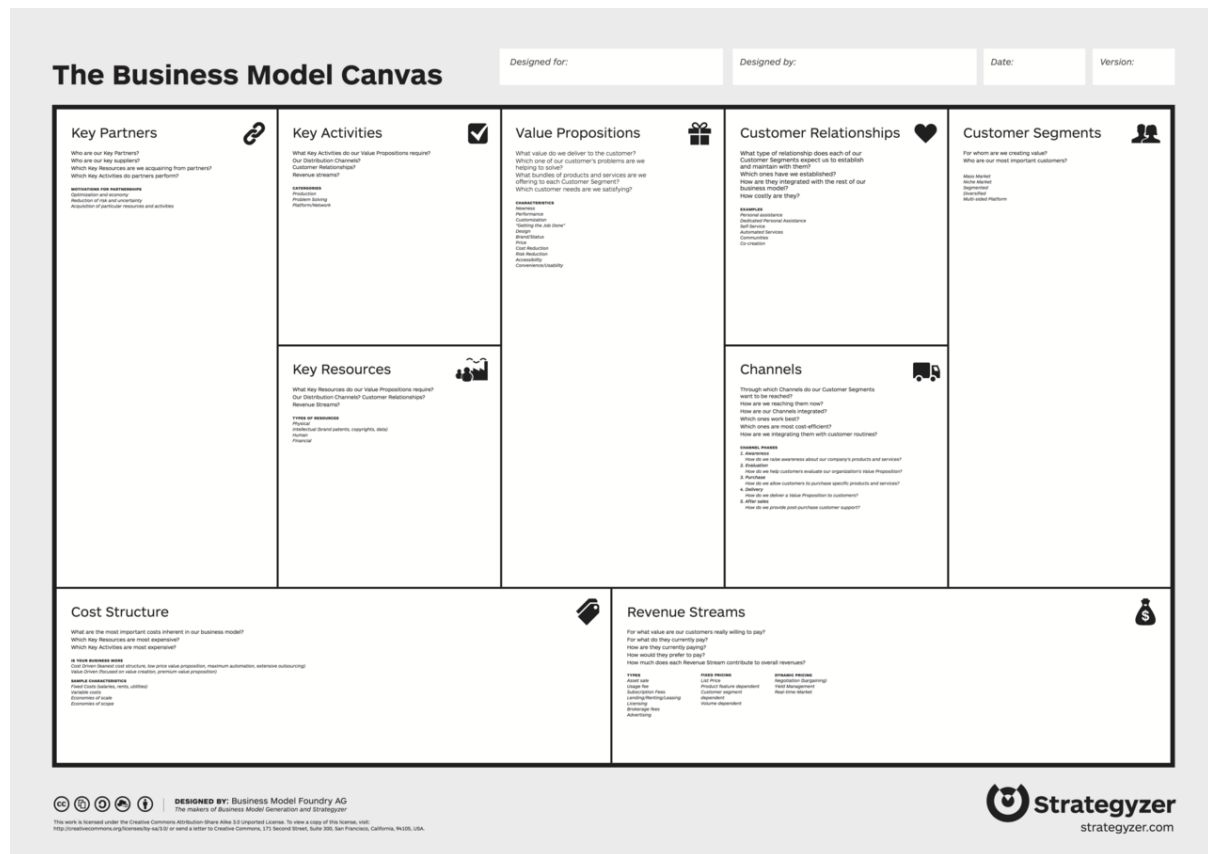
3.1. Pojmovno određenje Business Modela Canvas

Business Model Canvas platno je poslovnog modela koje opisuje načine na koji organizacija stvara, isporučuje i bilježi vrijednost, a kreirao ga je Alexander Osterwalder iz Strategyzera (BMI, 2022.) Platno poslovnog modela bitan je alat za kreiranje i razumijevanje poslovnih modela koji opisuje različite aspekte poslovne ideje koji su neophodni za funkcioniranje startupa. BMC je alat za strateški poslovni dizajn koji koristi vizualne elemente, jezik za stvaranje i razvoj inovativnih poslovnih modela visoke vrijednosti (Benedetto, Corallo, Errico, Ragone, 2020.) Temelji se na devet poslovnih blokova koji su prikazani na slici 6., a to su: segmenti kupaca, odnosi s kupcima, ponuda vrijednosti kanala, ključni resursi, ključne aktivnosti, ključni partneri, struktura troškova i tokove prihoda. Blokovi se mogu grupirati u četiri glavna poslovna područja: kupac, ponuda, infrastruktura i financijska varijabilnost. Konačni cilj je imati sintetički i shematski prikaz svih varijabli koje imaju utjecaj na stvaranje vrijednosti u poslovnom modelu. Devet građevnih područja predstavljaju skup elemenata koji opisuju kako tvrtka organizira svoje resurse i aktivnosti kako bi postigla određeni cilj. Koncept BMC treba pružiti jednostavan, intuitivan i fleksibilan alat koji se može razvijati brzo i kontinuirano se primjenjivati za ponavljanje i osvježavanje poslovne strategije. Prije kreiranja platna potrebno je obratiti pozornost na konkurenciju, želje i potrebe kupca i koliko su cijenu za to spremni platiti. Tada se stvara jasna slika zadovoljavanja potreba kupca u cijeloj industriji, a ne samo u vlastitoj tvrtki. Tako se dobiva uvid u to kako su druge uspješne tvrtke stvorile svoj udio na tržištu. Potrebno je povezati sastavne dijelove, svaki prijedlog vrijednosti treba segment kupaca i tok prihoda. Uz to, ne smiju se miješati ideje za budućnost s trenutnim stanjem te se ne smiju miješati različiti odjeljci u tom procesu.

Intenzivna konkurencija tjera startupe da pronađu inovativne načine za osvajanje i povećanje tržišnog udjela uz istovremeno smanjenje troškovi. U tom kontekstu tradicionalni sustavi kontrole planiranja i upravljanja su nedovoljni da stvore vrijednost za tvrtke i da im omoguće da budu konkurentne na današnjem globalnom tržištu. Novoosnovana poduzeća moraju

razviti nove sustave za vrednovanje i poboljšanje inovacija. Studija “Special Issues on Regional Entrepreneurship & Innovation Planning” predlaže novi okvir temeljen na Business Model Canvas i Blue Ocean Strategy s ciljem pomoći integracija novih tehnoloških alata poslovne inteligencije i ljudskih aspekata za tvrtke, a svrha je predstaviti inovativan okvir za novonastala poduzeća. Cilj je pružiti djelotvornu i učinkovitu metodu za pomoć novoosnovanim poduzećima u rješavanju tipičnih problema, brzom rastu i razvoju inovacija, stvarajući nove tržišne prostore kako bi pobijedili konkurenciju. U društvu koje se temelji na znanju, inovacija je pokretačka snaga gospodarstva svim razinama i u svim vrstama poduzeća. Visok rizik povezan s uvođenjem novih proizvoda obično potiče inovacije na komercijalizaciju kroz nove i specifične subjekte, a to su startupi. Na temelju brojnih istraživanja može se zaključiti da se jedan trećina gospodarskog rasta zemalja pripisuje startupima. I startup je poduzetnički pothvat, kao novonastalo, brzorastuće poslovanje koje ima za cilj zadovoljiti potrebe tržišta razvijanjem održivog poslovnog modela oko inovativnih proizvoda, usluga, procesa ili platformi. Startupi su važan instrument putem kojeg se oživljavaju nove i inovativne ideje, posebno one koje zahtijevaju alternativni odgovor na već etablirane tvrtke na tom području. Nekoliko je istraživanja ukazalo na pozitivnu vezu između inovacija i početnog rasta. Inovacija može povećati tržišnu moć (Schumpeter 2008), poboljšati sposobnost da se pobjede konkurente (Porter 1990), smanjiti troškove proizvodnje (Cohen i Klepper 1996), podržavati dinamičke sposobnosti i povećavati apsorpcijsku sposobnost (Zahra i George 2002). To može dovesti ili do manjeg broja linearnih procesa pokretanja (Samuelsson i Davidson 2009.) ili do više iskrivljenih povrata (Scherer i Harhoff 2000.). Business Model Canvas s konceptom Blue Ocean Strategy, može predstavljati strateški okvir za propitivanje postojećih poslovnih modela i stvaranje konkurentnih strategija za novoosnovana poduzeća. Kroz provedbu strateških izbora temeljenih na ovom konceptu vrijednosti, tvrtke bi trebale moći stvarati nove vrijednosne prijedloge, stvarajući lojalnost među kupcima i zaposlenicima, pristup novim područjima potražnje i smanjenju razine natjecanja. Osim toga, korištenje informacija i komunikacijske tehnologije ključne su u prikupljanju i upravljanju podacima na najprikladniji način. Skladištenje podataka omogućuje tvrtkama pohraniti velike količine poslovnih podataka na odgovarajući način, a umjetna inteligencija i strojno učenje omogućuju automatizaciju nekoliko aktivnosti i ispravno tumačenje podataka iz heterogenih izvora.

Slika 6. Prikaz Business Model Canvas



Izvor: Canvanizer (online), [11.08.2022.] Dostupno na: <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

3.2. Segment kupaca i odnosi s kupcima

Prva od devet “kutija” u Business Modelu Canvas je segment kupaca, koji s kanalima i odnosima s kupcima spada u blok kupci. U ovoj grupi podijeljeni su kupci ovisno o njihovim očekivanjima i potrebama. Odgovara se na sljedeća pitanja kako bi analiza bila što točnija: tko su potencijalni kupci (dob, spol, interesi, navike)? koliki je razvojni potencijal kupaca? kojim potencijalnim kupcima najviše vrijedi posvetiti vrijeme i pozornost? zašto kupci dolaze koristiti proizvod? Zatim je bitno procijeniti veličinu tržišta te koliko ljudi ima u segmentu kupaca. Sad će se analizirati startup Talent Class po segmentu kupaca. Potencijalni kupci proizvoda (grafikon 1.) su u 58% slučajeva muškarci, u 40% slučajeva žene te 2% nije

definiralo spol. Prevladavaju žene u razdoblju od 35-45 godina te zauzimaju 42% od ukupnog broja kupaca. 31% kupaca odnosi se na kupce u razdoblju od 25-35 godina. 21% čine osobe starije od 45 godina, a 6% čine mlađi od 25 godina. Stariji od 45 godina su umirovljenici koji vole kuhati i imaju slobodnog vremena, žene su potencijalno spremnije na takve pothvate u umirovljeničkim danima, zatim potencijalni kupci su i mladi koji idu u srednju kuharsku školu, kuhari koji rade u određenim restoranima, bilo pomoćni kuhar ili šef kuhinje. Ako se šef kuhinje odluči na proizvod, to potencijalno može biti zbog napredovanja i razvoja novih ideja kako bi poboljšao svoj jelovnik u određenom restoranu i napredovao u karijeri. Šefovi kuhinje restorana generalno su muškarci, a raspon godina je širok i seže od 35 do 45 godina. U 56,4% slučajeva odlučuju se na kupnju sadržaja zbog teme povezane s hranom radi toga što su gurmani, 35,9% odlučuje se profesionalno te njih 7,7% ima svoje druge razloge (grafikon 2.) Potencijalni kupci moraju biti zainteresirani za učenjem nečega novoga, moraju biti osnovni korisnici tehnologije jer se sve odvija online putem, potencijalno bi trebali biti dobro organizirani, spremni naučiti nešto više od osnovnog obrazovanja u kuhinji. To su ljudi koji žele napredovati i uživaju kuhajući i stvarajući nove kreacije jela. Nije nužno da potencijalni korisnici strukom budu povezani s kuhanjem. To mogu biti i zaljubljenici u kuhanje bilo koje struke. Ljudi koji svojim najbližima žele pripremiti nešto novo i ukusno kao što se poslužuje u najboljim restoranima svijeta. Profesori kuhanja Talent Class-a Michelinovi su kuhari što svaki potencijalni kupac jasno razumije jer je svjestan bitnosti te činjenice komparirajući je s ostalim tečajevima kuhanja koju prezentiraju kuhari na nižim razinama od Michelinovih zvjezdica. Razvojni potencijal kupaca je velik, pogotovo onih kojima će tečaj služiti u profesionalnoj karijeri. Bit će ustrajni i trudit će, shvatit će pretplatu na tečaj kuhanja ozbiljno i dovršiti je uspješno zbog budućeg cilja u kulinarstvu. Težit će stjecanju diplome iz različitih područja kuhanja koje nudi Talent Class te ovoj kategoriji potencijalnih kupaca treba posvetiti najviše pažnje. Oni su odskočna daska za budući rast i razvoj Talent Class-a u profesionalnom kulinarskom svijetu. Kupci dolaze po ovaj proizvod prvenstveno da se educiraju, bilo iz zabave ili profesionalno, ali shvaćaju proizvod kao edukativan sadržaj. U Talent Class-u nastoji se osposobiti sve one ljude koji žele napredovati u svom poslu ili ažurirati nešto što je vitalno. Geografski, potencijalni kupci su stanovnici španjolskog govornog područja jer je proizvod samo na španjolskom jeziku, što znači fokus je Španjolska i Južna Amerika. Trenutno je tržište startupa Talent Class distribuirano u Španjolskoj (70%), Meksiku (10%), Peruu (8%), Kolumbiji (7%) te Čilu (4%). Potencijalni kupci bi trebali biti srednjeg sloja na više zbog cijene proizvoda koji će biti spremni izdvojiti

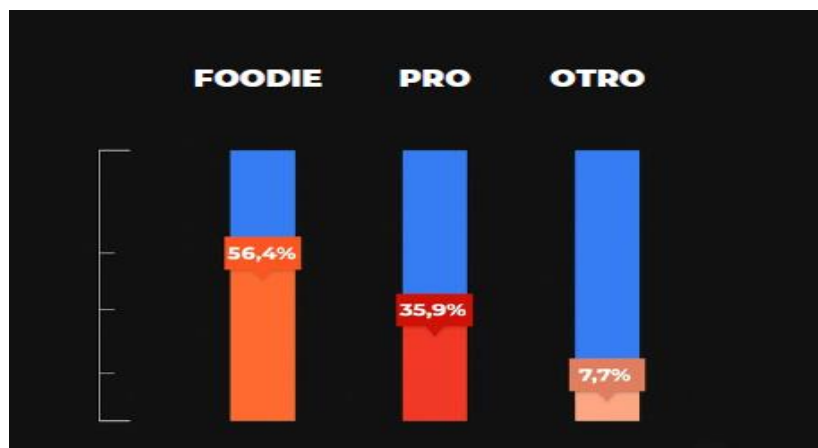
na dodatno obrazovanje ili edukativni sadržaj kuhanja te biti zadovoljni svojim stanjem kao individue i htjeti naučiti više o kuhanju.

Grafikon 1. Starost kupaca proizvoda startupa Talent Class



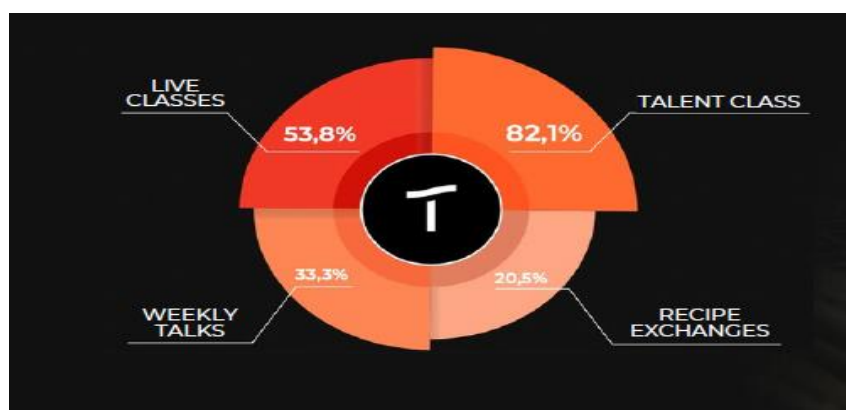
Izvor: Talent Class (interni dokument)

Grafikon 2. Razlog odabira proizvoda startupa Talent Class



Izvor: Talent Class (interni dokument)

Grafikon 3. Preferencije kupaca startupa Talent Class



Izvor: Talent Class (interni dokument)

3.2.1. Tržište startupa Talent Class

Talent Class kao tvrtka djeluje na tržištu e-učenja. E-učenje je poučavanje, to jest učenje koje se odvija putem interneta, a ovo tržište zauzima sve veći udio. U 2021. premašilo je porast od 45% u nekim zemljama i neizbježno je da će nastaviti rasti. Glavne prednosti e-učenja za Talent Class su sljedeće: student aktivno sudjeluje u procesu učenja, trening je prilagođen tempu učenja polaznika, praćenje svakog učenika od strane Talent Class tima u bilo kojem trenutku, fleksibilnost rasporeda, zaobilazanje geografskih barijera, minimizacija troškova, mnoštvo internetskih izvora, ažurirani sadržaj biblioteke. E-učenje počinje u trenutku kada korisnik to odabere. Također je prisutna i interakcija između vršnjaka iz bilo kojih zemalja svijeta. Nakon pokretanja pretplate te slušanja i analiziranja kupaca i sektora, Talent Class tim došao je do zaključka da mnogi korisnici žele otići korak dalje i dobiti 100%-tnu obuku, a ne samo pohađati tečajeve na kojima uče različite recepte i pripadaju zajednici. Tada je tim Talent Class-a ušao u stručnu obuku i lansirao se s prvim proizvodom Magisterij profesionalnog kuhanja. Na ovom tržištu konkurencija je slaba, postoje tri velika sveučilišta koja obučavaju studente 4 godine kojima je onda teško naći priliku za posao te ne podučavaju studente koji žele napredovati, što Talent Class pruža. Tako postoji mogućnost obuke hotelijera iz cijelog svijeta u formatu koji je potpuno kompatibilan sa svakodnevnim životom bilo koje osobe. Talent Class rješava problem koji iznosi 80% ugostiteljskog sektora koji nema mogućnost obuke zbog troškova i vremena, a često problem troškova i vremena postoji jer nisu međusobno usklađeni pa ugostiteljski sektor svakim danom treba sve više obučenog osoblja. Edukacije su zastarjele i s medijskom cijenom većom od 10.000 €, što si većina ljudi ne može priuštiti. Postoji velika prilika za profesionalno osposobljavanje sljedeće generacije kuhara i hotelijera u Španjolskoj, 95% učenika smatra da je online obuka prva opcija koja će se uskladiti s njihovim životnim standardom, nedostatkom online metodologija za učenje kuhanja i nemogućnosti učenja od najboljih kuhara koji su u sektoru više od 30 godina.

Druga “kutija” područja kupaca su odnosi s kupcima, to jest način na koji startup komunicira sa svojim kupcima. Postoje različite veze koje možemo uspostaviti s našim klijentima, a to su izravna interakcija između predstavnika tvrtke i kupca, zatim neizravan kontakt s kupcem gdje mu je sve objašnjeno kako bi sam riješio probleme te automatizirane usluge koje su mješavina automatiziranih postupaka i samoposluživanja. U Talent Class-u komunikacija je

izravna, mogućnost je uspostave kontakta preko telefona/mobitela između klijenta i predstavnika startupa, klijenti mogu razgovarati s ovlaštenim članovima o svim problemima koji ih zanimaju. Uz to moguće je kontaktirati startup putem e-maila i društvenih mreža (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok) kako bi se problem riješio. Susretljivost i prijateljski odnos s klijentima ključan je pokretač Talent Class-a i zaslužan za njegov rast i razvoj. Također, svaki problem se uzima individualno i pokušava se riješiti u najkraćem mogućem roku. Za početak ne ulaže se u automatizirane procese nego se radi na stupanju u dublji i prijateljski odnos s klijentima koji uživaju kontaktirajući tim Talent Class.a.

3.3. Kanali komunikacije s potrošačima

Treća “kutija” odjeljka kupaca su kanali koji služe za komunikaciju, dosezanje potencijalnih kupaca te isporučivanje vrijednosti ponude kupcima. Tako kupci dolaze do startupa te postaju dio prodajnog ciklusa. Kanali mogu biti vlastiti ili partnerski, a mogu biti i izravni i neizravni. Pitanja koje se postavljaju u ovom području su: kako iznijeti ponudu? gdje su potencijalni kupci? koriste li društvene mreže ili možda slušaju radio? je li idu na određene evente ili su stacionirani u kućama? gledaju li TV ili izlaze petkom navečer? Bitno je da potencijalni kupci razumiju ponudu i da dođe do njih na smislen i jasan način, da budu svjesni u što ulažu svoj novac te da imaju osjećaj da je vrijednost proizvoda koji kupuju bolja od konkurentskog. Stoga je najbolji kanal komunikacije, za mlađe generacije te za starije koji su korisnici tehnologije, preko društvenih mreža (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn) gdje mogu vidjeti slike, video i tekst vezan za proizvod, komentar, mišljenja i iskustva drugih ljudi koji su potencijalno zadovoljni (slika 7. i 8.). Tako se stvara interaktivan odnos između kupca i prodavača. Također, komunikacija je dobra uz kvalitetan e-mail marketing gdje su e-mailovi razumljivi s kvalitetno pisanom ponudom i stilski obrađeni poslani bazi klijenata koji mogu potencijalno kontaktirati nazad startup. Uz to, blogovi su jako popularni među mlađim klijentima jer dobiju dublju i jasniju strukturu proizvoda. Novine i časopisi još uvijek su jako popularni pogotovo za starije generacije koje i dalje preferiraju papirnati medij. Zbog toga što je startup Talent Class tek u sjemenjnoj fazi, nema priliku komunicirati sa svojim klijentima putem TV-a, ali budućim razvojem to bi bio veliki proboj do potencijalnih klijenata starijih generacija jer u slobodno vrijeme više gledaju TV nego mlađe generacije koje dijele svoja iskustva između obitelji i prijatelja. Također, za mlađe klijente je smisleno organizirati

radionice i sajmove na kojima će biti u kontaktu s drugim klijentima (*networking*) i samim startupom, gdje će se moći družiti i povezati međusobno, a što je danas ključno u svijetu za napredak i razvoj. Kanali svoju aktivnost fokusiraju na pet faza, a to su oglašavanje, evaluacija, kupnja, isporuka te odnos poslije isporuke. Oglašavanje do potencijalnih kupaca može biti putem bloga, društvenih mreža, vlastite web stranice, odredišne stranice (*landing page*). Zatim potencijalni kupci mjere vrijednost proizvoda te razmišljaju valja li kupiti taj proizvod, čitaju recenzije, ispituju različita pitanja, slušaju preporuke starih korisnika. Nakon te faze odlučuju se za kupovinu. Putem web stranice Talent Class jasne su upute kako kupiti proizvod i napisana je cijena određenih proizvoda. Što se tiče kupnje proizvoda, upotrijebila se strategija liste čekanja kako bi se povećao interes za kupnju "limitiranog i visoko traženog" proizvoda, a zatim se prilikom pokretanja drugog poziva dodala mogućnost rezervacije i traženja podataka kartice i time olakšao ulazak u naplatu preostalog iznosa Profesionalnog magisterija kuhanja. Radi se prema principu od tri faze: rezervacija, lista čekanja i konačna prodaja. U fazi rezervacije, putem e-pošte na podatke Talent Class-a i otvorene komunikacije na društvenim mrežama, promovira se registracija u rezervacijama, dodajući se u prvu fazu toka unutar aktivne kampanje. Tako potencijalni kupci primaju informativne i transakcijske e-poruke. Kao sekundarni tokovi, kupci koji preuzimaju didaktički vodič, besplatno gledaju nastavu i polažu test kuhanja, pridružuju se lijevku koji promiče upis na listu čekanja, što je glavni i transakcijski tok. U rezervacijskom dijelu se ne može izvršiti kompletnu kupnju magisterija, to je samo uplata rezervacije (50 €). Nakon toga, rezervacije se više ne mogu vršiti tako da se svi zainteresirani mogu prijaviti na listu čekanja koja se otvara otprilike pet dana prije zadnjeg dana prodaje i tu se završavaju uplate svih koji su napravili rezervaciju, a svi ostali zainteresirani se upisuju na listu čekanja. Isporuka se vrši online, slanjem podataka e-mailom za pristup online platformi Talent Class te objašnjenje uporabe platforme i programa koje ona uključuje. Nakon prodaje potencijalni klijenti mogu rješavati nedoumice i probleme koji ih zanimaju te biti u izravnom kontaktu za sve što ih zanima.

Slika 7. Facebook stranica Talent Class-a



Izvor: Facebook (online), [15.08.2022.] Dostupno na:

<https://www.facebook.com/TalentClass>

Slika 8. Instagram stranica Talent Class-a



Izvor: Instagram (online), [15.08.2022.] Dostupno na:

https://www.instagram.com/talentclass_/channel/

3.4. Ključni resursi, aktivnosti i partneri

Drugi dio Business Modela Canvas ima 3 “kutije” koje se jednim nazivom nazivaju infrastruktura, a to su ključni partneri, ključni resursi i ključne aktivnosti. Ključni resursi opisuju resurse koji su potrebni kako bi poslovni model funkcionirao. Fizički resursi Talent Class-a bez kojih startup ne bi mogao funkcionirati su računala, dodatni monitori, kamera, mikrofon, visoko opremljena kuhinja, radni stolovi i stolice, odvojeni poslovni prostor za sastanke, priključak za internet. Intelektualni resursi Talent Class-a su znanja, vještine i iskustva te procesi i primjena tehnologije programera, ekonomista i kuhara ujedinenih u

proizvod za pretplatnike koji se i nude na tržištu pod vlastitim imenom i logom te platforma pomoću koje se dolazi do kupaca. Talent Class posjeduje platformu s vlastitim razvojem i aplikaciju za IOS i Android montiranu na vanjski Saas koji upotpunjuje sve funkcionalnosti koje klijenti zahtijevaju. Riječ je o sjevernoameričkoj tvrtki Kajabi čija je platforma potpuno gamificirana. Ključni ljudski resursi u Talent Classu su svakako dva osnivača José Manuel de Arias Alastrué i Ignacio Carrera Rodríguez te trenutni izvršni direktor Sixto Arias koji je ušao kao poslovni anđeo u startup u svibnju 2021. godine te dao doprinos startupu svojim znanjem, iskustvom i financijskim sredstvima. Također, ključni ljudski resurs je svakako i Jorge Delgado koji je programer i rješava sve probleme vezane za programiranje i oblikovanje web stranice. Andres koji je završio prestižne škole kuhanja ključan je radi direktnog kontakta s profesionalnim kuharima te ocjenjivanja jela pretplatnika. German koji vodi marketing je također od iznimne važnosti jer bez kvalitetnog marketinškog stručnjaka proizvod se ne bi dovoljno istaknuo među konkurencijom i došao do potencijalnih kupaca. On uređuje sadržaj na svim društvenim stranicama, uređuje web stranice te odredišne stranice (*landing*), radi email-marketing te blogove. Studenti koji odrađuju pripravništvo u Talent Classu također su važan ljudski resurs jer podupiru osnovni tim i olakšavaju im preuzimajući na sebe određene zadatke. Bez profesionalnih kuhara Michelinovih zvjezdica ovaj proizvod ne bi bio moguć tako da se može zaključiti da su oni jedan od glavnih ljudskih resursa u startupu Talent Class kao i kameraman i fotograf koji bilježi kuharova djela. Ključni financijski resursi su svakako prihodi od prodanih proizvoda. Također investitori/dioničari koji ulažu svoja financijska sredstva.

Ključne aktivnosti koje Talent Class poduzima su procesi koji su nužni za obavljanje djelatnosti startupa. Prvenstveno dolazi do ključnih aktivnosti u početnom dijelu proizvodnje proizvoda. Taj dio obilježen je snimanjem i fotografiranjem sadržaja za pretplatnike (kuhanje i tehnike kuhanja, izazovi u kuhanju) odnosno razvojem proizvoda. Zatim se videozapisi i slike dizajniraju, uređuju i skraćuju ovisno o željenom formatu. Kad je sadržaj doraden od strane stručnjaka, isporučuje se na platformu Talent Class dostupnu svim pretplatnicima. Ključna aktivnost je također upravljanje platformom preko koje se prenosi sadržaj pretplatnicima. Potrebno je pravodobno rješavati smetnje i probleme koji se stvore na platformi i usporavaju dotok sadržaja korisnicima. Pojedine elemente na web stranici potrebno je dizajnirati te prilagođavati korisnicima i uređivati ih ovisno o njihovim zahtjevima i idejama (web razvoj). Uz to, aktivnost koja je nužna je svakako i savjetovanje klijenata o uporabi platforme, načina na koji mogu biti uspješniji u programima te savjetima za daljnji razvoj u kulinarskom svijetu.

Ključni partneri Talent Class-a opisuju ključnu mrežu partnera i dobavljača koji su potrebni za funkcioniranje poslovnog modela, a to su kuhari Michelinovih zvjezdica: Aurelio Morales, ujedno i nositelj Profesionalnog magisterija kuhanja, Albert Adria, Carme Ruscalleda, Mateu Casañas, Aitor Arregi, Benito Molina, Eduard Xatruch, Pablo Vicari, Oriol Castro i drugi. Zatim partneri koji služe za oglašavanje Talent Class-a su ABC, El Mundo, Europa Press, Expansión, Gastronomistas, Movistar, Yoigo. Jedan od ključnih partnera je financijska agencija koja kontrolira sve financijske aspekte Talent Class-a jer interno ne bi imali mogućnosti obavljati taj dio samostalno. Također, partner je i *gastro* marketinška agencija Aplus koja je posrednik u projektima između startupa Talent Class i ostalih klijenata. Ostali partneri koji sudjeluju na projektima su proizvođači različitih prehrambenih proizvoda poput maslina (Interacietuna), mesnih proizvoda (Avianza), voća i povrća, ovisno o trenutnom projektu.

3.5. Vrijednost ponude i konkurentska prednost

Zasebna “kutija” je ponuda vrijednosti koja opisuje značajke i pogodnosti koje stvaraju vrijednosti za određeni segment. U toj skupini se detaljno objašnjava proizvod ili usluga koja se nudi kupcima. Treba napomenuti da kupci ne kupuju prvenstveno proizvod radi značajki koje posjeduje već radi prednosti koje proizvod ostvaruje nad konkurencijom. Potreba stanovništva za osposobljenim kuharima je velika, ljudi žele jesti hranu u vrhunskim restoranima, žele uživati u kvalitetnim namirnicama koje su pripremljene na nove, inovativne načine. Tako se javila potreba za edukacijom mladih kuhara koji žele napredovati pod pokroviteljstvom kuhara povezanih s Michelinovim zvjezdicama. Uz to, sve više ljudi želi uživati u svojim kućanstvima eksperimentirajući s novim namirnicama i receptima. Uz uživanje u rezultatu, sam proces kuhanja je zanimljiv i zabavan te jedan od načina za zbližavanje ljudi. Programi za pretplatnike nalaze se na online platformi što automatski daje prednost nad običnim školama kuhanja jer se korisnici mogu uključiti na platformu kad god žele bez obzira na mjesto na kojem se nalaze. Pristup je jednostavan uz korisničko ime i lozinku koje su im poslana prilikom kupnje nekog od sadržaja. Profesori su stručni kuhari ne samo iz Španjolske nego i diljem svijeta koji imaju pred sobom godine iskustva i Michelinove zvjezdice te se tu izdvajaju od klasičnih škola kuhanja. Potencijalni kupci ne moraju biti pretplaćeni na cjelokupan sadržaj nego biraju ono što je najviše u zoni njihovog

interesa. Na platformi je sadržaj prilagođen korisničkim željama, na primjer sadržaj u obliku videozapisa im je dostupan te je ispod njega u PDF obliku dizajniran recept sa svim potrebnim sastojcima. Individualni pristup se zamjećuje u tome što pretplatnici imaju pravo poslati slike i videozapise svojih jela od početka do kraja pripreme kuharu Talent Class-a koji ga ocjenjuje i zabilježava pozitivne i negativne strane tog jela. Daje povratnu informaciju pretplatniku kako bi napredovao u budućnosti i kako ne bi radio iste greške. Uz različite izazove gdje se kombinira određeni proizvod i kuhari startupa koji proizlaze iz suradnje Talent Classa i partnera na kojima potencijalni kupci mogu ostvariti tri mjeseca besplatne pretplate i različitih popusta na programe, zainteresirani mogu pronaći način da dođu do proizvoda po nižim cijenama ili limitirano besplatno ovisno o prijavi na različite izazove. Klijenti uče, osim recepata, sve ono što je neke od najboljih kuhara na svijetu učinilo jedinstvenima: zašto kuhaju, kako razmišljaju, kako kupuju i kako pripremaju neka od najukusnijih jela na planetu. Talent Class stvorio je najvažniju gastronomsku obuku i zabavnu platformu za španjolsko govorno područje na svijetu zbog kvalitete sadržaja i razine nastavnika. Cilj je doprijeti do znanja velikih majstora kuhinje u svim krajevima španjolskog govornog područja. Jedinstvena prilika da se poveže iskustvo i talent sa strašću. Veliki šefovi mogu svoju tehniku prenijeti na višu razinu, a klijente mogu naučiti kuhati bogatije, zdravije i kvalitetnije. Klijenti imaju malo slobodnog vremena za ulaganje u učenje, ali uživaju u kuhanju i to ih opušta. Kuhanje je obično u njihovoj kuhinji, gledajući nastavu na mobitelu ili tabletu, nakon što su pripremili sastojke na koje su unaprijed upozoreni. U mnogim slučajevima oni vježbaju ono što su naučili tijekom vikenda i vesele svoje prijatelje dijeleći rezultate svojih jela. Glavna konkurentska prednost su učitelji, a to su Carme - žena s tri Michelinovih zvjezdice, Disfrutar - deveti od 50 najboljih restorana u svijetu, Albert - broj 20 od 50 najboljih restorana na svijetu, Elcano - najbolji riblji roštilj na svijetu te u 50 najboljih restorana na svijetu, Daniela Soto-innes - najbolja kuharica na svijetu u 2019., Benito Molina - 50 najboljih na svijetu i voditelj Masterchef Mexico, Germán Martitegui - 50 najboljih na svijetu. Metodologija učenja podijeljena je na snimljeni sadržaj na zahtjev i snimanje uživo što također izdvaja Talent Class iz mase tečajeva. Snimljeni sadržaji su visoke kvalitete, postoji sadržaj koji je pohranjen u biblioteci prošlih sesija i sadržaj uživo svaki tjedan. Konkurencija se dijeli na direktnu i posrednu. Postoje dvije vrste direktne konkurencije, a to su stručno usavršavanje, od kojih su najrelevantnije one licem u lice kao što su Basque Culinary Center i Le Cordon Blue, njihov prodor na internetsko tržište je minimalan. Kao konkurenciju u online tečajevima, unutar i izvan tržišta Talent Classa nalazi se Cheflix, Gronda i Coolinary. To je namijenjeno amaterskoj publici po niskim cijenama na kojima je

moguće naučiti neke recepte. U posrednu konkurenciju spadaju sljedeći konkurenti koji nisu specijalizirani za ugostiteljsku vertikalnu kao što je Talent Class, oni su multidisciplinarni i imaju mnogo kategorija koje se fokusiraju na osobni razvoj, posao, jogu, ljepotu i ostalo. Traže rast pretplata i prodaje različitih tečajeva u kratkom roku, a među njima su Mentorshow, Grand Masters i Masterclass.

3.6. Tokovi prihoda i struktura troškova

Četvrto područje su financije koje se sastoje od dvije “kutije”, strukture troškova i izvora prihoda. Tokovi prihoda predstavljaju način na koji tvrtka stvara prihode za svakog kupca. Ostvarivanje prihoda može biti jednokratno plaćanje ili ponavljajuće plaćanje. Kod Talent Class-a prodaja je glavni izvor prihoda gdje kupac jednokratno uplati jedan od proizvoda (Master Class, profesionalne tečajeve kuhanja) u ponudi na koji se odlučio putem internet bankarstva. Neto iznos prometa, to jest pružanja usluga iznosio je za 2021. godinu 84.510,34 €, a realizirani radovi koje tvrtka obavlja za svoju dugotrajnu nematerijalnu imovinu iznosili su 415.342,91 €. Financijskih prihoda nema. Strukturu troškova čine svi troškovi koji nastaju vođenjem poslovnog modela, a troškovi kod startupa Talent Class vođeni su sljedećim čimbenicima: minimiziranje troškova što je više moguće, vrhunska vrijednost proizvoda koja utječe na zadovoljstvo kupca, fiksni troškovi koji se ne mogu mijenjati, varijabilni troškovi koji su proporcionalni obujmu poslovanja u određenom periodu. Postavlja se pitanje koliko koštaju ključne aktivnosti, kolika je cijena ključnih partnera i resursa, koliki je trošak poslovanja, koliko košta postizanje ponude vrijednosti za potencijalne kupce. Troškovi zaliha 2021. godine iznosili su 436.154,91 €, troškovi osoblja 192.605,98 €, ostali poslovni rashodi 95.857,29 €, amortizacija nekretnina i nematerijalne imovine 14.860,45 €, izvanredni rashodi 124,20 €, financijski rashodi 8.891,55 €. Talent Class je 2021. godine završio s gubitkom od 248.640,63 €.

4. FINANCIRANJE RAZVOJA STARTUPA TALENT CLASS

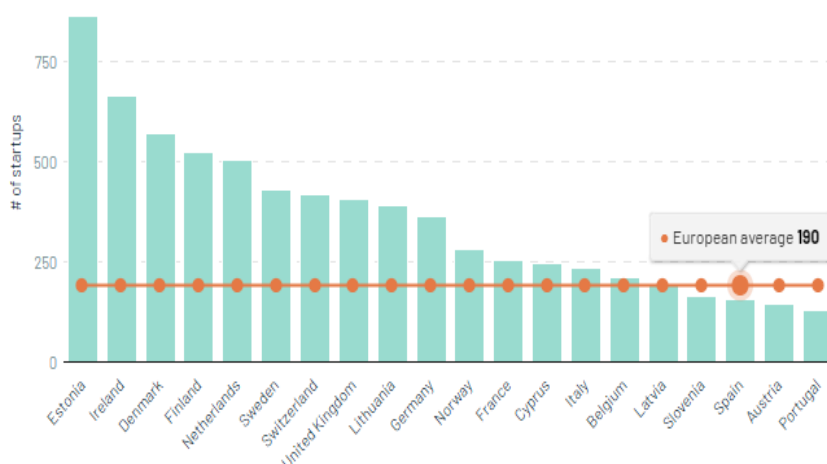
4.1. Ulaganje u startupe u Europi

Na temelju brojki vezanih za ulaganje u startupe prikazat će se rast i razvoj pojedinih područja te pojedinih zemalja s fokusom na Španjolsku zbog startupa Talent Class koji je tema diplomskog rada, a sjedište mu je u Madridu. Prema podacima europske tvrtke rizičnog kapitala Atomico, više od 6 milijardi USD uloženo je 2020. u europske tehnološke tvrtke, a ulaganja u startupe usmjerene na klimu skočila su preko 11 milijardi USD u posljednjih 5 godina. Kapital uloženi u Europu 2020. godine dosegnut će najmanje 35 milijardi dolara u 2020. s potencijalom da premaši 41 milijardu USD kada se prilagodi za kašnjenje u izvješćivanju. Uobičajena kašnjenja u prikupljanju podataka o krugovima financiranja znače da će konačni iznosi postati jasni tek u dogledno vrijeme. Ukupni kapital uloženi u 2019. kada se prilagodi za kašnjenje u izvješćivanju je dosegnuo 36 milijardi USD nakon što se prebroje svi krugovi, 12 mjeseci kasnije taj projicirani ukupni iznos premašen je za više od 2 milijarde USD za 2019. Snaga ulaganja od rujna koji je bio rekord mjeseca za Europu svih vremena, do objave početkom prosinca 2020. ostavlja mogućnost za novim rekordom. Suočen s globalnom Covid-19 pandemijom i vrlo nestabilnom, neizvjesnom makroekonomskom klimom, europski tehnološki ekosustav bio je otporan. Uz održivu godinu Europe, SAD je svjedočio povratku rasta i rekordnih razina ulaganja. Ukupni kapital uloženi u Sjevernu Ameriku, na 141 milijardu USD u 2020., približava se gotovo pet puta razini ulaganja u Europi. Azija je u međuvremenu zabilježila pad kapitalnih ulaganja drugu godinu zaredom. Sa 74 milijarde USD, Azija je iza 117 milijardi USD uloženi u 2018., uglavnom zbog kontinuiranog pada razine ulaganja u kineske privatne tehnološke tvrtke. Europa nije jedina regija u usponu u globalnom tehnološkom okruženju. Tehnologija doživljava izvanredan trenutak u cijelom svijetu, uključujući Latinsku Ameriku i Afriku, pomažući potaknuti rekordne razine ulaganja u ostatku svijeta. Europska tehnologija napredovala je u proteklih 10 godina, ali je još uvijek slabija kada se gleda njezin relativni udio u globalnom bruto domaćem proizvodu. Iako Europa čini oko jednu četvrtinu globalnog BDP-a, njezin udio u globalnom ulaganju rizičnog kapitala u tehnologiju i dalje je samo 13%, unatoč rastu

zabilježenom posljednjih godina. Više od svega, ovo prikazuje moć SAD-a u smislu globalnog ulaganja rizičnog kapitala. Američka tehnologija još uvijek privlači više od polovice svih ulaganja rizičnog kapitala na globalnoj razini, unatoč tome što čini 26% globalnog BDP-a i dom je samo 5% svjetske populacije. Što više europsku tehnologiju pokreće nova generacija tvrtki, to je veći utjecaj na ukupnu razinu ulaganja u ekosustav s obzirom na povećanu brzinu i opseg prikupljanja kapitala i povećanja vrijednosti. Danas trećina financiranih europskih tehnoloških startupa pripada ovoj novijoj kohorti i njihov učinak na europsku tehnologiju se tek počinje osjećati. 2020. godina je počela brzo tako što je kapital uložen u siječnju najveći kapital ikada zabilježen u tom mjesecu, pridonoseći prilično snažnom prvom kvartalu. Pandemija je stupila na snagu u ožujku kada je Europa ušla u blokadu i, iako je uzročna veza neizvjesna, jasno je da su razine ulaganja počele usporavati od kraja ožujka i zadržale se na smanjenim razinama u odnosu na prethodne godine do drugog kvartala. Do kraja ljeta mjesečne razine ulaganja ponovno su počele rasti. Srpanj 2020. bio je rekordni srpanj dok je rujna zabilježio najveći mjesec ulaganja u europsku tehnologiju ikada s uloženi više od 5 milijardi USD. Postoji značajan likvidni kapital na privatnim tržištima i praktički nulti rast izvan tehnologije. Startupi u zdravstvu, obrazovanju, radu na daljinu, mrežnim događajima, e-trgovini bilježe značajan rast.

Sveukupni investicijski trendovi diljem Europe jasno su vođeni osnovnim stupnjem startup aktivnosti u regiji. U Europi postoji više od 140.000 startupa, od kojih je više od 43.000 prikupilo barem jedan zabilježeni krug financiranja. Broj tvrtki na svakoj razini financiranja značajno se sužava. Dok postoji oko 15.000 europskih startupa koji su prikupili između 0-2 milijuna USD, samo su 74 koja su prikupila više od 250 milijuna USD. Startup aktivnost na razini zemlje značajno varira u smislu gustoće diljem Europe. Na osnovi prilagođenoj broju stanovnika, Estonija je jasna europska prijestolnica novoosnovanih poduzeća prilagođeno svojoj populaciji od samo 1,3 milijuna, Estonija ima 4,6 puta više novoosnovanih poduzeća po glavi stanovnika od europskog prosjeka kako je vidljivo na grafikonu 4. Napori Estonije da izgradi okruženje pogodno za startup dobro su dokumentirani i čini se da daju rezultate. Iza Estonije nalaze se Irska, Danska, Finska i Nizozemska kao četiri najuspješnije države u tom segmentu. Ako uzmemo u obzir Španjolsku kao sjedište analiziranog startupa može se zaključiti da novonastala poduzeća na 1 milijun stanovnika iznose 157 milijardi USD, a europski prosjek iznosi 190 milijardi USD.

Grafikon 4. Rast startupa diljem Europe 2020. godine

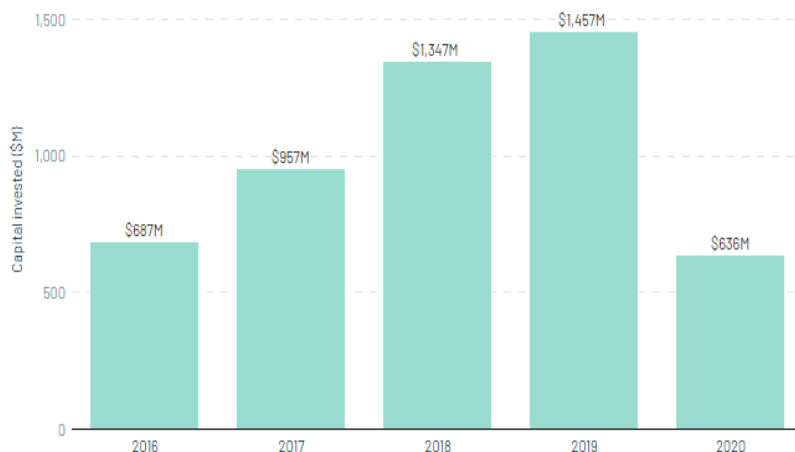


Izvor: Atomico (online) , [15.08.2022.] Dostupno na: https://soet-pdf.s3.eu-west-2.amazonaws.com/State_of_European_Tech_2020.pdf

Kumulativna razina kapitala uloženog po zemlji u proteklih pet godina daje osjećaj relativnog razmjera različitih tržišta. Na kumulativnoj osnovi, kapital uložen u britanske tehnološke tvrtke manji je od 50 milijardi USD od 2016., što je više od dvostrukog kapitala uloženog u Njemačku (23 milijarde USD) i Francusku (19 milijardi USD). Kumulativni kapital uložen u Švedsku premašio je 10 milijardi USD u tom razdoblju, dok je razina ulaganja u Nizozemskoj, Švicarskoj i Španjolskoj narasla na više od 5 milijardi USD od 2016. U Španjolskoj je 2016. iznosio 687 milijuna USD, 2017. godine 957 milijuna USD, 2018. godine 1,347 milijuna USD, 2019. godine 1,457 milijuna USD te 2020. godine zbog Covid-19 pandemije 636 milijuna USD. Promatrajući trendove po zemljama iz godine u godinu, Francuska je jedino od tri najveća europska tržišta koje će ostvariti rast u 2020. Zahvaljujući ovom porastu ulaganja u 2020., Francuska bi trebala premašiti 5 milijardi USD uloženog kapitala prvi put na godišnjoj razini. Švedska, Finska i Belgija ostale su značajne zemlje koje su pobijedile usporavanje i rast u 2020. Ujedinjeno Kraljevstvo je uglavnom ostalo nepromijenjeno, ali na visokim razinama s više od 12 milijardi USD kapitala uloženog u 2020. Među prvih 10 zemalja prema kumulativnom uloženom kapitalu između 2016.-2020.,

Španjolska je doživjela najznačajnije usporavanje s projiciranim uloženim kapitalom na manje od 45% ukupnog iznosa u 2019. kao što se može vidjeti na grafikonu 5.

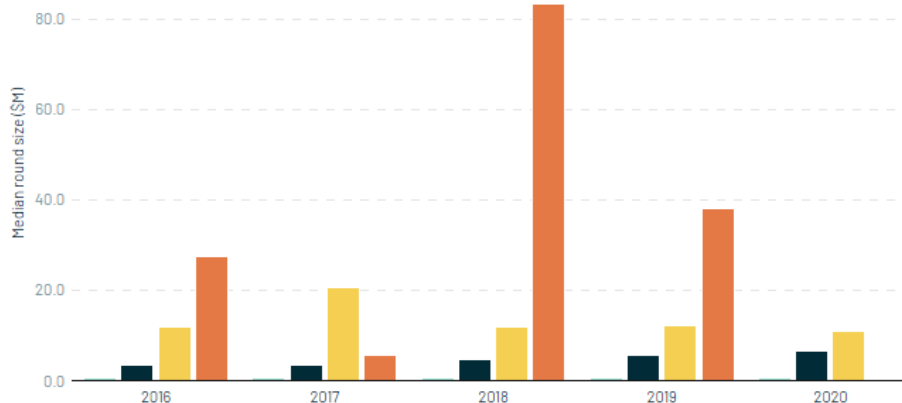
Grafikon 5. Pad uloženog kapitala u Španjolskoj u 2020. godine



Izvor: Atomico (online) , [15.08.2022.] Dostupno na: https://soet-pdf.s3.eu-west-2.amazonaws.com/State_of_European_Tech_2020.pdf

Kapital uložen u europsku tehnologiju raste ne samo zbog povećanog broja krugova, već i zbog povećanja prosječne veličine krugova. Runde su postajale sve veće u svim fazama tijekom proteklih pet godina, a i u većini temeljnih zemalja. Iako još uvijek postoje jasne razlike u okruglim veličinama po fazama u različitim europskim zemljama, okrugla inflacija je trend koji je uobičajen u svim zemljama, a grafikon 6. prikazuje Španjolsku kao jednu od šest najvećih europskih tržišta po uloženom kapitalu u koje ulaze UK, Njemačka, Francuska, Švedska Nizozemska. U fazu *seed* uloženo je 0,7 milijardi USD, u seriju A 6,5 milijardi USD, a u seriju B 11,5 milijardi USD 2020. godine. U seriju C nije se ulagalo.

Grafikon 6. Uloženi kapital u Španjolskoj 2020. godine



Izvor: Atomico (online) , [15.08.2022.] Dostupno na: https://soet-pdf.s3.eu-west-2.amazonaws.com/State_of_European_Tech_2020.pdf

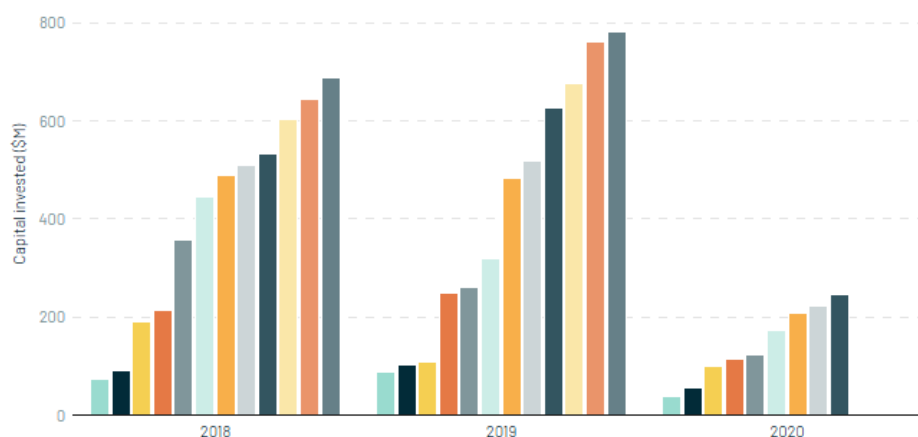
Uzevši u obzir najveća europska tehnološka središta, London ostaje neupitno središte u smislu kapitala uloženog u 2020. i tada je privukao 34 milijarde USD kapitalnih ulaganja od 2016. Pariz učvršćuje svoju poziciju drugog europskog središta u 2020. privlačeći 3,4 milijarde USD u 2020. i 11,7 milijardi USD kumulativno od 2016. Stockholm je pozicioniran među prva tri središta u 2020., istiskujući Berlin po prvi put, iako su to uglavnom potaknule dvije najveće runde ulaganja u godini koje su prikupili Klarna (650 milijuna USD) i Northvolt (600 milijuna dolara). Na kumulativnoj osnovi od 2016. Berlin je još uvijek na drugom mjestu iza Londona s 12,6 milijardi USD ulaganja u tom razdoblju. Espoo i Helsinki čine prvih 10 i zajedno bi bili šesti po veličini u Europi. Nekoliko značajnih izostanaka iza prvih 20 gradova uključuju Kopenhagen, Oslo i Madrid.

London, Pariz i Berlin ostaju tri najveća središta u Europi po broju poslova. Postoji veliki pad u broju poslova u velikom dijelu država. Među prvih 20 središta po broju rundi u 2020., samo su Edinburgh i Lyon ostvarili rekordan broj poslova u 2020. U Madridu kao sjedištu Talent Class-a broj poslova se kretao od 2016. do 2020. u iznosima od 100, 102, 92, 91, 71 milijuna USD. Može se zaključiti da je i prije pandemije u španjolskom glavnom gradu počeo padati broj poslova što je Covid-19 pandemija samo pogoršala.

Zemljopisna diversifikacija poduzetničke aktivnosti i povećanje rizičnog ulaganja u europsku tehnologiju je bilo prisutno i tijekom Covid-19 pandemije, dio poslova koji uključuju pet

najvećih europskih središta ostao je nepromijenjen tijekom vremena i udio kapitala uloženog u ta središta čak je i povećan. Startupi doživljavaju procvat diljem Europe, zamašnjak uspjeha je u najzrelijim europskim središtima. Središta poput Londona, Berlina, Pariza i Stockholma imaju najgušću mrežu startupa, najveće iskusne talente i mnoge najsofisticiranije investitore. Prekogranični tokovi ulaganja pokazuju internacionalizaciju europskog okruženja ulaganja u tehnologiju. Prekogranična ulaganja čine dvije trećine ukupnog kapitala uloženog u europski tehnološki ekosustav. Oni se mijenjaju u koraku s razmjerom kapitala koji se stavlja u rad. Što je tvrtka u ranijoj fazi i što je veličina kruga manja, to je obrazac ulaganja više domaći. S druge strane, što je tvrtka u kasnijoj fazi i što je krug veći, to je skup ulagača više internacionalan. Kapital uložen u krugove manje od 2 milijuna USD velikom većinom dolazi od domaćih ulagača, a za runde od 100 milijuna USD ili više, veliki udio kapitala dolazi izvan kontinenta, glavninom iz SAD-a. Razina sudjelovanja američkih ulagača nastavila je rasti i ostala je na rekordno visokim razinama. Zdravstveno tehnološke tvrtke koje su i prije privlačile znatan kapital, prikupile su rekordne iznose u 2020. Drugi sektori za koje se činilo da su bili potaknuti ulaganjima su poslovni softver, fintech i poluvodiče. Usporena su ulaganja u nekretnine, prijevoz i zapošljavanje. Najviše su pogođene tehnološke tvrtke u ugostiteljstvu i putovanju te je bilo potrebno razviti odnos s klijentima kako bi preživjeli. Talent Class spada u sektor obrazovanja pa će se navedeno razmotriti na grafikonu 7. Na kraju 2018. godine u obrazovanje u prosincu bilo je uloženo 687 milijuna USD, 2019. godine taj iznos je bio 782 milijuna USD, a 2020. godine dolazi do znatnog pogoršanja gdje taj iznos pada na 245 milijuna USD što je 69% manje nego 2019. godine.

Grafikon 7. Pad uloženog kapitala u obrazovanju 2020. po mjesecima



Izvor: Izvor: Atomico (online) , [15.08.2022.] Dostupno na: https://soet-pdf.s3.eu-west-2.amazonaws.com/State_of_European_Tech_2020.pdf

Kapital uložen u europske tvrtke koje rade s dubokom tehnologijom u svojoj jezgri ili na primijenjeni način prikupio je 8,9 milijardi USD u 2020., što je pad sa 10,2 milijarde USD u 2019. Od 2016. kumulativna ulaganja u tvrtke duboke tehnologije u Europi premašila su 36 milijardi USD. Duboka tehnologija koristi se kao oznaka za uključivanje startupa u 16 polja: umjetna inteligencija/strojno učenje/veliki podaci, proširena stvarnost/virtualna stvarnost, dronovi/autonomna vožnja, *blockchain*/nanotehnologija, robotika/internet stvari, 3D tehnologija/ računalni vid, tehnologija povezanih uređaja/senzora i tehnologija prepoznavanja (NLP, slika, video, tekst, prepoznavanje govora).

4.1.1. Podrška EU za rast startupa

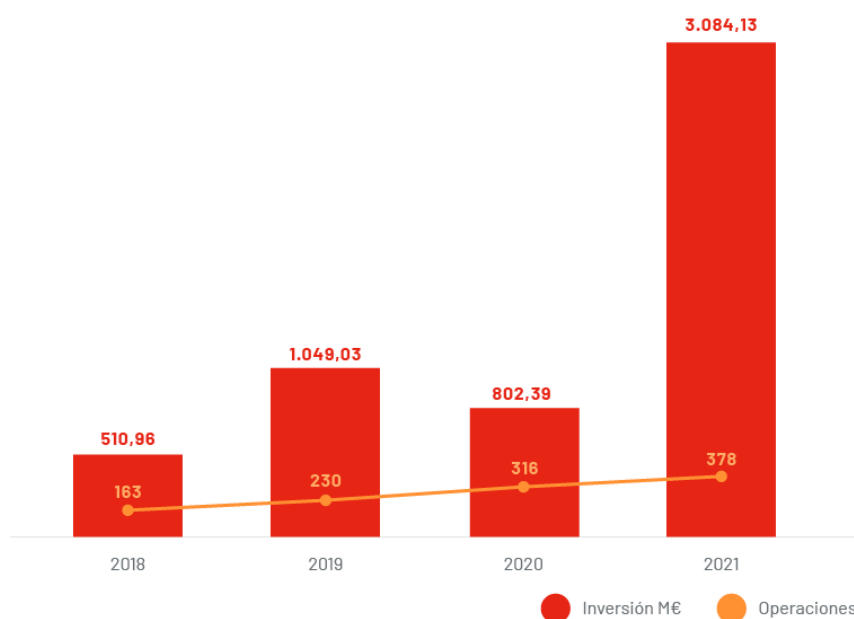
Startupi se ističu u SAD-u i u Kini, ali Europska unija želi komparirati te uvodi nove mjere razvoja startupa (Sheard, 2021.). 19. ožujka 2021. godine na Europskom digitalnom danu 24 zemlje članice EU-a i Island potpisale su deklaraciju o standardu izvrsnosti Startups Nations (EU Startup Nations Standard of Excellence) za podršku startupa diljem Europe u svakoj fazi njihovog razvoja kako bi osigurali da svi startupi u zemljama EU-a imaju koristi od najboljih praksi koje podupiru najuspješnije startup ekosustave Europe i svijeta. Samo zemlje članice EU Bugarska, Hrvatska i Mađarska nisu potpisale ovi inicijativu i zakonski okvir. Prema riječima Europske komisije startupi igraju ključnu ulogu u razvoju europskog gospodarstva i društva, prije i tijekom Covid-19, a još će više i doći do izražaja nakon Covid-19. Potrebno je više startupa koji brzo rastu u inovativna mala i srednja poduzeća te potencijalno velike korporacije koje bi doprinijele digitalnom suverenitetu i strateškoj autonomiji Europe. Osnivači tehnologije u Europi već dugo pozivaju na reforme kako bi se pomoglo novoosnovanim poduzećima da napreduju i sustignu SAD i Kinu, koje su stvorile najveće svjetske digitalne tvrtke. U SAD-u su to Google, Facebook, Apple, Amazon i mnogi drugi, dok su u Kini to Alibaba, Tencent, Huawei i Xiaomi. Sve ove tvrtke znatno su veće od najvećih europskih tehnoloških kompanija. Postoji mogućnost od igranja ključne uloge u oporavku od Covid-19 krize, u ubrzavanju zelene i digitalne transformacije jer imaju sposobnost za razvoj revolucionarnih inovacija kao odgovor na potrebe stvarnog svijeta, otvaranje novih radnih mjesta i izgradnju sinergije s europski jakim tradicionalnim

industrijama. Europska komisija predložila je do 2030. godine udvostručiti broj *unicorna* u EU. Taj se cilj može ostvariti kroz stvaranje povoljnih uvjeta za startupe kroz sve faze njihovog životnog ciklusa, pojednostavljuvanjem procesa osnivanja poduzeća i privlačenjem novih talenata, korištenja dioničkih opcija te sudjelovanja u javnoj nabavi. Pristup financiranju rasta startupa je ključan stoga kreatori nacionalne politike mogu poduzeti radnje koje povećavaju europski rizični kapital dostupan startupima koji ulaze u fazu rasta. Međutim, osnivači startupa se susreću s brojnim izazovima koji su posljedice Covid-19 krize. 2020. godine bilo je teže prikupiti izvore financiranja nego 2019. godine. Prodajne prilike smanjile su se te nije bilo lako doći do izvora sredstava. Rješavanje ovog izazova dovelo bi do rasta i razvoja startupa gdje bi startupe imali mnogo veće investicijske prilike. U tu svrhu Europska komisija donosi niz praksi pogodnih za rast startupa u EU. Takvo okruženje ključno je za prijelaz EU-a na održivo, otporno, otvoreno i digitalno gospodarstvo te oslobađanje golemog potencijala inovacija i rasta njegovih novoosnovanih poduzeća. Države članice ovime se obvezuju poduzeti sljedeće akcije: uspostava jasne referentne točke na razini cijele EU za definiranje ključnih značajki startupa u svim državama članicama radi osmišljavanja zajedničkih politika podrške startupima, naglašavanje da su održivi rast, kao i poduzetničko okruženje ključni za budući globalni uspjeh startupa, a s povoljnim okvirom mnogo više startupa moći će postići europski i globalni uspjeh dok prelaze iz standup u startup u scaleup do exit. Na primjer u obliku inicijalne javne ponude ili spajanja i akvizicija. Također dijeljenje najboljih praksi iz Europe i drugih zemalja te poduzimanje radnji na nacionalnoj razini za implementaciju najboljih praksi koje podržavaju startupe i scaleupe u svim fazama njihova razvoja, uspostavljanje 2021. Startup Nations' Hub- a, koji bi trebao promicati i omogućiti razmjenu najboljih praksi među zemljama potpisnicama i stvaranje zajedničke podatkovne platforme za sve države članice, koja će pružiti vrijedne informacije diljem EU-a. Platforma će također olakšati mjerenje i praćenje napretka na temelju redovitog izvještavanja država članica u provedbi najboljih praksi i tako pomoći svakoj zemlji da postane 'EU Startup Nation'. To će također uključivati blisku suradnju s ekosustavima startupa u EU-u i organizacijama dionika (uključujući mrežu SME Envoys i EIC Forum).

4.1.2. Razvoj startupa u Španjolskoj

Španjolska postaje sve idealnije europsko područje za osnivanje vlastitog startupa. Ekosustav poduzetništva u inovacijama i disruptivnim poslovnim modelima je u najboljem izdanju. Rast se generira ulaganjima i inovacijama: ne može se dugoročno rasti bez održivog tehnološkog napretka. Rast stvara napetost između novih sudionika i vodećih tvrtki u kojima inovacija zamjenjuje stare tehnologije. Konkurencija je ključna, osobito kada je sektor blizu granice inovacija. S izazovom nejednakosti ili borbom protiv klimatskih promjena ne može suočiti bez inovacija (Sicilia, 2021.) Porast u stvaranju startupa, velika grupa *scaleupa* i dinamično investicijsko okruženje koje podržava sve veće krugove financiranja glavni su odraz atraktivnosti Španjolske kao zemlje iz koje se mogu pokrenuti i razvijati novi poslovni projekti. Podrška javnog sektora za digitalizaciju te uskoro novi okvir poreznih i radnih poticaja za tvrtke koje se temelje na tehnologiji u nastajanju s privatnim sektorom koji je stalno predan otvorenim inovacijama, dodatno će potaknuti poduzetništvo u Španjolskoj. Evolucija rizičnog kapitala raste 2021. godine (grafikon 8.) obzirom na prethodne godine. Dolazi se do rekordnih ulaganja, broja operacija i rekordnih rundi ulaganja.

Grafikon 8. Porast ulaganja u Španjolskoj u 2021.

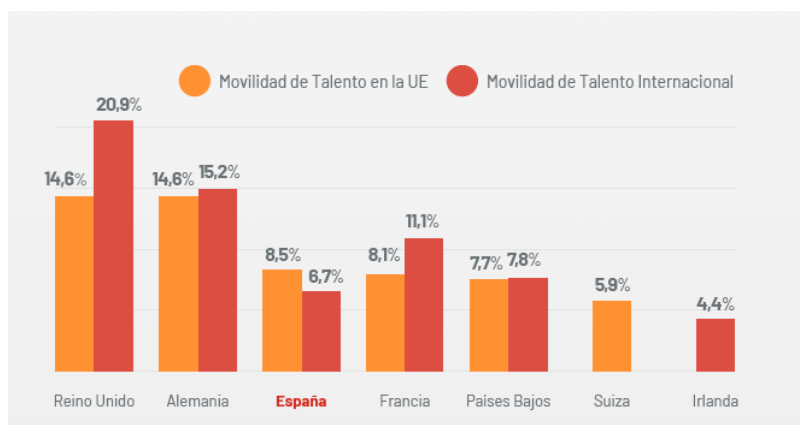


Izvor: ICEX (online) , [15.08.2022.] Dostupno na:

<https://www.investinspain.org/content/icex-invest/en/startups.html>

Poduzetnički ekosustav potiče investiranje u Španjolsku, a razlozi zašto je baš Španjolska pogodna za to su brojni. Na primjer, pristup unutarnjem tržištu od 46 milijuna ljudi te europskom tržištu od 450 milijuna ljudi. Također, španjolska poduzeća koriste ICT tehnologiju među najvišima u svijetu, posjeduju 80 znanstvenih i tehnoloških parkova. Otvorena su vrata s europskog na tržište Latinske Amerike i obrnuto što se dogodilo u slučaju startupa Talent Class. Zatim brojne multinacionalne kompanije s otvorenim mogućnostima inovacija, visoki specijalizirani talenti s visokih i prestižnih sveučilišta i poslovnih škola međunarodnog ugleda te visoka industrijska specijalizacija u cijelom španjolskom zemljopisu s vlastitim specijaliziranim programima za startupe. Ekosustav španjolskog tehnološkog poduzetništva ubrzava svoj rast i jača svoju poziciju jednog od najvažnijih u Europi. I nije ograničeno na glavne gradove, s Barcelonom i Madridom među 6 najvažnijih europskih klastera, jer drugi gradovi poput Valencije, Bilbaa ili Malage također cvjetaju. Najistaknutiji sektori tijekom 2020. bili su oni koji se odnose na mobilnost-logistiku, zdravlje i dobrobit, fintech, produktivnost/poslovne alate, turizam, elektroničku trgovinu, softver i kibersigurnost. Tijekom posljednje 4 godine, više od 50-60% financiranja startupa došlo je od stranih investitora. Barcelona je na petom mjestu, a Madrid na šestom mjestu europske ljestvice zemalja s poduzetničkim tvrtkama poslije Londona, Pariza, Berlina i Dublina. Financiranje startupa tijekom 2020. istaknulo se velikim brojem ulaganja u početnim fazama: *pre-seed*, *seed* i serija A. Od ukupno 313 zatvorenih operacija, u godini koja je bila rekordna, 243 su bile runde do 1 milijun eura. Španjolska je također druga europska zemlja po broju *coworking* prostora iza Ujedinjenog Kraljevstva. To ukazuje na dobrodošlicu koja potiče suradnju i poduzetništvo. Španjolska je zemlja koja zauzvrat privlači strane talente. Španjolska je treće odredište za europske "tehnološke talente" i peto za međunarodne "tehnološke talente" kao što je prikazano na grafikonu 9. Uz navedene uvjete, ugodna klima i izvrsna kvaliteta života u Španjolskoj drugi su elementi koje poduzetnici uzimaju u obzir pri odabiru zemlje za osnivanje svojih novih poduzeća.

Grafikon 9. Dotok internacionalnih i europskih stručnjaka 2021.



Izvor: ICEX (online) , [15.08.2022.] Dostupno na:

<https://www.investinspain.org/content/icex-invest/en/startups.html>

Kako bi se Talent Class mogao smjestiti u bazu kao jedan od startupa u Španjolskoj, proanalizirat će se šira slika svih startupa u Španjolskoj. U razdoblju od 2015. do 2020. godine nastalo je 562.826 tvrtki, a od toga su startupi iznosili 28.023. Trenutno je aktivno 420.142, od toga 22.771 startupi što je 5,42%. Prodaja 2019. godine vezana za startupeve iznosila je 5.220.570.616 € , konačni rezultat 2019. godine iznosio je 244.340.511 € , a prodaja po startupu iznosila je 921.874 €. Što se tiče zaposlenika, fiksnih u startupu iznosilo je 25.922, varijabilnih 6.853, a ukupno zaposlenika bilo je 32.775 u startupima od ukupno 496.630 što je 6,6%. Najveći broj startupa koncentriran je u tri zajednice, a to su Madrid (27,04%), Cataluña (22,70%) i Andalucía (12,27%). Što se tiče najzastupljenijeg sektora, to bi bili poslovni servisi, a obrazovanje iznosi 2,84% odnosno 21 startupe je posvećeno startupima od ukupno 740 startupe. 95% startupe su mikro tvrtke, a samo 0,87% startupe spada u skupinu velike tvrtke. Na temelju izvještaja ICEX je mjerio rizik kojim se izlaže startupe na dnevnoj bazi, uzeta su tri pokazatelja kojima se mjerila rizičnost. Prvi je bio rezultat neuspjeha koji mjeri vjerojatnost da se tvrtka službeno zatvori u narednih 12 mjeseci, tj. pada u stečaj, raspad, likvidacija, raskid zbog dugova nenaplativ ili zatvaranje registracijskog lista. Startupe najvećim postotkom su srednje-nisko rizični te je udio 39,21%. Zatim su zastupljeni niskorizični startupe su udjelom od 38,29%. Srednje-visoko rizični su na trećem mjestu i iznose 15,54%, a najmanje zastupljeniji su oni visokorizični s udjelom od 6,97%. Drugi pokazatelj je ocjena likvidnosti koja mjeri vjerojatnost da poduzeće kasni s plaćanjem u značajnom postotku, tj. predstavljaju kašnjenje u plaćanju više od 90 dana od dana uplate navedene na fakturi i više od 60% svojih komercijalnih operacija na kredit.

Umjeren rizik likvidnosti ima najviše startupa, a to je 12.773 (57,99%), zatim je zastupljen nizak-umjeren rizik (4.536) pa umjeren-visok rizik likvidnosti (2.573), zatim nisam rizik likvidnosti (1.288), a najmanje zastupljen rizik likvidnosti u Španjolskoj je visok kojem podliježe samo 857 startupa. Treći pokazatelj je indeks otpornosti koji mjeri sposobnost analiziranog entiteta s kojim se suočava na iznimnu i nepredviđenu situaciju, sa značajnim utjecajem na proces proizvodnje ili komercijalizacije subjekta. Kod startupa u Španjolskoj je najzastupljeniji srednje-visok rizik otpornosti (28,33%), zatim slijedi srednji rizik (26,12%), zatim smanjen rizik (20,69%) pa visok rizik (14,84%) te je najmanje zastupljen minimalan rizik otpornosti u iznosu od 10,07% jer startupi ne mogu predvidjeti situacije vrlo jasno jer su novi na tržištu.

4.2. Financijski izvještaji startupa Talent Class

Kako bi se svaka tvrtka ili razvojna tvrtka (startup) razvijala i rasla, potrebno je pomoću financijskih izvješća pratiti njezine brojke. Upravljanje poslovanjem u dinamičnom okruženju nije jednostavno stoga je bitno imati relevantne informacije koje će pomoći u razvoju tvrtke. Tri glavna financijska izvješća koja posjeduje startup su bilanca, račun dobiti i gubitka te izvještaj o novčanom toku. Ova su tri financijska izvješća međusobno povezana i nude jedinstveni uvid u startup. Talent Class posjeduje račun dobiti i gubitka te bilancu, ali izvještaj o novčanom toku ne posjeduje. Investitori, zajmodavci, osnivači i menadžeri pomoću njih mogu procijeniti holističko financijsko zdravlje startupa u bilo kojem trenutku.

Račun dobiti i gubitka izvještava o prihodima, rashodima, dobiti, gubicima i neto prihodu novoosnovane tvrtke tijekom određenog vremena (Tintor, 2020.). Može pomoći osnivačima i vlasnicima u donošenju ključnih poslovnih odluka, kao što je velika kupnja u neposrednoj budućnosti ili stavljanje te kupnje na čekanje dok startup ne bude u boljem financijskom položaju. Također, može pomoći osnivačima i vlasnicima da prate učinkovitost svog startupa, učinak u odnosu na konkurenciju u industriji te kratkoročni i dugoročni rast. Račun dobiti i gubitka identificira troškove koje startup ima kako bi ostvario prihod i profit, prikazujući detalje o novcu koji ulazi i izlazi. Budući da većina tehnoloških startupa ulaže u nematerijalnu imovinu poput digitalnih mreža, financijsko izvješćivanje na mnoge je načine

postalo nebitno za digitalne tvrtke. Kako bi pokazali svoju vrijednost ulagačima/dioničarima, tehnološki startupi moraju pokazati uspjeh kroz svoj poslovni model, kao što su: stjecanje velikih kupaca, uvođenje novih proizvoda i usluga, tehnologija, marketing i distribucijski savezi, broj novih pretplatnika, prihod po broju pretplatnika, odustajanja kupaca i geografske distribucije kupaca kako je prikazano u petom poglavlju. Budući da veliki dio poslovnog uspjeha ovisi o novčanom toku i dobiti, račun dobiti i gubitka pruža kritičan uvid u njegovu ukupnu profitabilnost. Dakako postoje i brojna ograničenja poput toga da ne izračunava sve čimbenike uspjeha startupa, kao što su znanje i stručnost osnivača, konkurentnost ponuđene plaće u regiji ili jedinstvenost usluge ili proizvoda koji se nudi na tržištu te može krivo prikazati ukupnu profitabilnost startupa jer može odražavati troškove koji tek trebaju biti plaćeni ili potraživanja koja tek trebaju biti primljena. Potrebno je vrijeme i novac da se pripremi snažan izvještaj o dobiti. Izrada vlastitog RDG-a preporučuje se ako se posjeduje puno knjigovodstvenog iskustva, u suprotnom je najbolje prepustiti taj zadatak ovlaštenom javnom računovođi. Tim startupa Talent Class odlučio je koristiti knjigovodstveni servis pri izradi financijskih izvještaja.

Drugo bitno financijsko izvješće je **bilanca** koja se sastoji od imovine, obveza i vlasničkog kapitala. Ključna formula za bilancu je $\text{imovina} = \text{obveze} + \text{vlasnički kapital}$. Bilanca je korisna za pregled financijskih prednosti, slabosti i potencijalnih prilika za poslovanje. Bilanca služi kao izvor za procjenu financijskih mogućnosti i prednosti startup poslovanja, to jest financijskog stanja u određenom trenutku. Može se iskoristiti za analizu financijskih trendova, bilo da se radi o vlastitom pristupu naplate potraživanja ili praćenju upravljanja dugom, bilanca je sveobuhvatan dokument koji daje jasnu sliku pokretanja startupa. Imovina u bilanci su resursi u vlasništvu startupa koji imaju ekonomsku vrijednost povezanu s njima i donosit će buduću korist. Obveze u bilanci predstavljaju dugove startupa za financiranje raznih poslovnih operacija. Vlasnički kapital u bilanci predstavlja imovinu poduzeća koju vlasnici ili dioničari mogu potraživati nakon otplate dugova poduzeća. Najčešća tekuća imovina za startup tvrtke uključuje gotovinu, zalihe, unaprijed plaćene troškove i potraživanja. Početne tvrtke mogu imati kratkoročne ili dugoročne obveze. Startup tvrtke koriste se bilancama za donošenje strateških odluka. Balansiranje imovine i obveza ključno je za provjeru financijske pozicije novoosnovanog poduzeća. Ključan dio bilance je u tome što je moguće usporediti ono što startup duguje i što posjeduje. Bilanca pomaže osnivačima

startupa da ostanu u tijeku s financijskom snagom svog poslovanja. Daje mogućnost vođenja poslovnih aktivnosti s više povjerenja te omogućuje obavljanje računovodstvenih zadataka. U konkurentnom financijskom svijetu, bilance omogućuju osnivačima startupa da odrede i analiziraju poslovne trendove u obliku obveza i potraživanja. Na primjer, može se odlučiti može li ili ne naplatiti potraživanja agresivnijim pristupom. Na sličan način može se utvrditi je li određeni dug nenaplativ. Nije moguće očekivati potporu dobavljača, investitora ili banaka bez čvrstih bilanci. Bilanca bi se trebala raditi zbog realizacije ideja u budućnosti jer otkriva unutarne i vanjske uvide ključnim dionicima startupa i potencijalnim investitorima. Također zbog strateškog odlučivanja koje uključuje donošenje pouzdanih i pametne poslovnih odluka te dobre procjene o budućim projekcijama. Omogućava traženje predujmova i zajmova od banaka. Bez uravnotežene imovine i obveza ne mogu se očekivati hitni zajmovi ili sredstva od financijskih institucija. Banke obično izračunavaju omjer duga i kapitala kako bi odlučile hoće li dati dodatna sredstva ili zajmove startupu. Služi kao sigurna prosudba koja unaprijed sprječava rizike. Bilanca spaja točke tako što ako obuhvaća više računovodstvenih razdoblja, može se točno odrediti ključne trendove i uzorke u bilanci. Bilanca prikazuje kratki financijski položaj, tekuću imovinu i tekuće obveze kako bi se steklo jasno razumijevanje kratkoročnog zdravlja startup poslovanja. To znači da bi startup trebao imati dovoljno kratkoročnih sredstava za podmirivanje kratkoročnih obveza.

4.3. Analiza financijskih izvještaja startupa Talent Class

Tablica 1. Bilanca na dan 31.12.2021. u eurima

AKTIVA	2021. (€)
A) DUGOTRAJNA IMOVINA	255.507,89
I. NEMATERIJALNA IMOVINA	232.043,13
3. patenti, licence, marke 203 industrijsko vlasništvo	125,36 125,36
5. računalne aplikacije 206 računalne aplikacije 2806 akumulirana amortizacija za računalne aplikacije	25.215,95 46.523,68 -21.307,73
6. druga nematerijalna imovina 207 druga nematerijalna imovina	206.701,82 206.701,82
II. MATERIJALNA IMOVINA	10.924,28
1. zemljišta i zgrade 211 zgrade 2811 akumulirana amortizacija zgrada	4.632,07 4.770,00 -137,93
2. tehnički objekti i druga materijalna imovina 216 namještaj 217 oprema za informatičke procese 2816 akumulirana amortizacija za namještaj	6.292,21 900,00 5.474,81 -82,60
III. INVESTICIJSKE NEKRETNINE	0,00
IV. DUGOROČNA ULAGANJA U DRUŠTVA GRUPE I PRIDRUŽENA DRUŠTVA	0,00
V. DUGOROČNA FINANCIJSKA ULAGANJA	0,00
VI. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA 4745 kredit za gubitke koji će se prebiti za godinu	12.540,48 12.540,48
B) KRATKOTRAJNA IMOVINA	201.826,50
I. DUGOTRAJNA IMOVINA NAMIJENJENA PRODAJI	0,00
II. ZALIHE	0,00
III. KOMERCIJALNI DUGOVI I OSTALA POTRAŽIVANJA	96.597,34
1. kupci po prodaji i pružanju usluga	8.125,14

4300 kupci (euri)	8.125,14
6. ostali krediti kod javnih uprava	88.472,20
4700 trezorski krediti, PDV dužnik	53.337,55
472 trezorski krediti, ulazni PDV	35.094,65
IV. KRATKOROČNA ULAGANJA U DRUŠTVA GRUPE I PRIDRUŽENA DRUŠTVA	0,00
V. KRATKOROČNA FINACIJSKA ULAGANJA	8.813,98
5. ostala finacijska imovina	8.813,98
551 tekući računi kod partnera i administratora	5.127,28
5525 tekući računi s ostalim povezanim osobama	182,50
567 kratkoročne garancije	3.504,20
VI. KRATKOROČNA RAZGRANIČENJA	0,00
VII. NOVAC I DRUGA EKVIVALENTNA LIKVIDNA SREDSTVA	96.415,18
1.riznica	96.415,18
570 gotovina, euri	4.587,55
572 banke i kreditne institucije c/c na zahtjevi, euri	91.827,63
UKUPNA AKTIVA (A+B)	457.334,39

A) NETO VRIJEDNOST	-132.930,82
A-1) VLASTITA SREDSTVA	-161.643,09
I. kapital	3.650,00
1.temeljni kapital	3.650,00
100 temeljni kapital	3.650,00
II. emisiona premija	363.051,31
110 premija emisije ili preuzimanje	363.051,31
III. rezervacije	-70.120,55
1. ostale rezervacije	-70.120,55
2. 113 dobrovoljne rezervacije	-70.120,55

V. zarade iz prethodnih godina	-942,13
2. negativni rezultati iz prethodnih godina	-942,13
121 negativni rezultati iz prethodnih godina	-942,13
VII. rezultat za godinu	-457.281,72
129 rezultat za godinu	-457.281,72
A-2) PRILAGODBE ZA PROMJENE VRIJEDNOSTI	0,00
A-3) PRIMLJENE SUBVENCIJE, DONACIJE I OSTAVŠTINA	28.712,27
132 ostale subvencije, donacije i ostavština	28.712,27
B) DUGOROČNE OBVEZE	548.298,63
I. dugoročna rezerviranja	0,00
II. dugoročni dugovi	548.298,63
2. dugovi kod kreditnih institucija	200.000,00
170 dugoročna zaduženja kod kreditnih institucija	200.000,00
5. ostale financijske obveze	348.298,63
1635 ostali dugoročni dugovi s povezanim osobama	70.000,00
171 dugoročni dugovi	278.293,63
III. dugovanja prema društvima grupe i dugogodišnjim suradnicima	0,00
IV . Odgođene porezne obveze	0,00
V. dugoročna razgraničenja	0,00
C) KRATKOROČNE OBVEZE	41.966,58
I. obveze koje se odnose na dugotrajnu imovinu namijenjenu prodaji	0,00
II. kratkoročna rezerviranja	0,00
III. kratkoročni dugovi	-3.299,98

5. ostale financijske obveze 551 tekući računi kod partnera i administratora 555 predmeti u tijeku prijave	-3.299,98 300,22 -3.600,20
IV. kratkoročna zaduženja prema društvima grupe i pridruženim društvima	0,00
V. vjerovnici i druga obveze prema dobavljačima	45.266,56
1.dobavljači	-1.592,82
4000 dobavljači (euri)	-1.592,82
3. razni vjerovnici	4.344,66
4100 vjerovnici za pružanje usluga (euri)	4.344,66
4. osoblje	
465 plaće u tijeku	-7.842,33
6. ostala dugovanja prema javnoj upravi	-7.842,33
4751 vjerovnik za zadržavanje	50.357,05
476 organizacija socijalnog osiguranja, vjerovnici	23.065,14
477 državna riznica, obračunati PDV	4.114,89
	23.177,02
VI. kratkoročna razgraničenja	0,00
UKUPNA NETO VRIJEDNOSTI I PASIVA (A+B+C)	457.334,39

Izvor: izrada autora

Tablica 2. Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 01.01.2021. do 31.12.2021 u eurima

A) POSLOVANJE U TIJEKU	2021. (€)
1. neto iznos prometa	84.510,34
b) pružanje usluga	84.510,34
705 pružanje usluga	84.510,34
2. varijacija zaliha gotovih proizvoda i proizvoda u tijeku proizvodnje	
3. realizirani radovi koje tvrtka obavlja za	415.342,91

svoju imovinu 730 realizirani radovi za svoju dugotrajnu nematerijalnu imovinu	415.342,91
4. zalihe	-436.154,41
a) potrošna dobra	-276,67
600 kupnja trgovačke robe	-276,67
Izravni troškovi tečajeva visoke kuhinje	-423.406,71
601 potrošnja na Facebook i Google	-160.534,42
602 predmeti za nepredvidivu prodaju	-1.780,43
603 audiovizualne usluge	
604 troškovi kuhara	-226.570,89
605 ostale izravne kupnje za tečajeve	-34.370,97
Ostali izravni troškovi	-150,00
607 ostali izravni troškovi (Stripe provizije i naknade za reprezentaciju)	-12.471,03
	-12.471,03
5. Ostali poslovni prihodi	
6. Troškovi osoblja	-192.605,98
a) plaće, nadnice i slično	-162.720,46
640 plaće, nadnice	-160.377,51
641 otpremnine	-2.342,95
b) socijalne naknade	-29.885,52
642 socijalno osiguranje koje plaća tvrtka	-29.885,52
7. Ostali poslovni rashodi	-95.857,29
a) vanjske usluge	-95.855,13
621 najamnine	7.025,36
622 razni troškovi održavanja	-19,83
623 samostalne stručne usluge	-34.735,32
624 kurirska služba	-150,57
626 bankovni troškovi	-382,51
627 marketing	-41.816,19
628 opskrba	-33,88
629 ostali fiksni rashodi	-11.691,47
b) porezi	-2,16
631 ostali porezi	-2,16
8. Amortizacija dugotrajne imovine	-14.860,45
681 amortizacija nematerijalne imovine	-14.639,92
682 amortizacija nekretnina	-220,53
9. Raspodjela subvencija na nefinancijsku dugotrajnu imovinu i drugo	
10. Višak rezervi	

11. Umanjenje vrijednosti i rezultat otuđenja dugotrajne imovine	-124,20
a) umanjene vrijednosti i gubici	-124,20
678 izvanredni rashodi	-124,20
A.1) OPERATIVNI PRIHODI (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-239.749,08
12. Financijski prihodi	
13. Financijski rashodi	-8.891,55
b) dugovanje prema trećim osobama	-8.891,55
6623 kamate na dugovanje kod kreditnih institucija	-8.891,55
14. Varijacije fer vrijednosti financijskih instrumenata	
15. Tečajna razlika	
16. Umanjenje vrijednosti i rezultati otuđenja financijskih instrumenata	
A.2) FINANCIJSKI REZULTAT (12+13+14+15+16)	-8.891,55
A.3) REZULTAT PRIJE OPOREZIVANJA (A.1 +A.2)	-248.640,63
17. Porez na dobit	
A.4) DOBIT ZA GODINU OD NASTAVLJENOG POSLOVANJA (A.3+17)	-248.640,63
B) PREKINUTE OPERACIJE	
18. DOBIT ZA GODINU OD PREKINUTOG POSLOVANJA BEZ POREZA	
A.5) DOBIT ZA GODINU (A.4+18)	-248.640,63

Izvor: izrada autora

Na temelju bilance i računa dobiti i gubitka napraviti će se analiza financijski izvještaja pomoću pokazatelja. Pokazatelj je odnosni broj što znači da jednu ekonomsku veličinu stavlja u odnos s drugom. Za kvalitetne financijske odluke potrebno je napraviti analizu svake kategorije pokazatelja, a u to spada: analiza likvidnosti, analiza zaduženosti, analiza aktivnosti, analiza ekonomičnosti, analiza profitabilnosti.

Analiza likvidnosti

Pokazatelji likvidnosti ključni su za donošenje odluke je li startup u mogućnosti podmiriti kratkoročne obveze, na primjer prema dobavljačima, državi, bankama. Nelikvidnost u dužem vremenskom razdoblju vodi ka insolventnosti što znači nesposobnost podmirenja dugova u rokovima njihova dospijeca i propasti startupa stoga je bitno pravovremeno donijeti odluke o povećanju likvidnosti startupa. Prvo će se napraviti analiza likvidnosti tako što će biti izračunati koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti te koeficijent stabilnosti na temelju podataka iz bilance. **Koeficijent trenutne likvidnosti** stavlja u odnos novac i kratkoročne obveze te iznosi 2,2974. Pokazatelj trenutne likvidnosti je veći od 0,1 što znači da je startup Talent Class trenutno sposoban podmiriti svoje obveze. **Koeficijent ubrzane likvidnosti** stavlja u odnos novac i potraživanja s kratkoročnim obvezama što iznosi 2,491 s tim da poduzeće. Pokazatelj ubrzane likvidnosti veći je od 1 što znači da startup Talent Class ima dovoljno unovčive imovine kako bi pokrio svoje kratkoročne obveze. **Koeficijent tekuće likvidnosti** računa se tako što se u odnos stavi kratkotrajna imovina i kratkoročne obveze. U ovom slučaju startup u koeficijentu tekuće likvidnosti premašuje broj 2 te iznosi 4,8092 što znači da ima četiri puta više kratkotrajne imovine nego kratkoročnih obveza. **Koeficijent financijske stabilnosti** računa se tako što se dugotrajna imovina podijeli sa zbrojem kapitala i dugoročnim obvezama, a u startupu Talent Class iznosi 0,4629 što je manje od kontrolne mjere 1. Što je mjera manja od 1, to su financijska stabilnosti i likvidnost veća, to jest udio radnog kapitala je veći.

Analiza zaduženosti

Analiza zaduženosti prikazuje strukturu kapitala te iz kojih se izvora startup financira, to jest je li se startup financira posuđenim novcem. Kreditori i investitori su najviše zainteresirani za te indikatore, ali to zanima i banke jer manja zaduženost daje veći stupanj zaštite od kreditora. Pokazatelji zaduženosti su koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja te koeficijent pokrića troškova kamata. **Koeficijent zaduženosti** računa se tako što se ukupne obveze podijele s ukupnom imovinom što u slučaju

startupa Talent Class iznos 1,2907. **Koeficijent vlastitog financiranja** stavlja u omjer ukupni kapital kroz ukupnu imovinu, što iznosi 0,008 što iznosi imovinu financiranu iz vlastitih izvora sredstava. **Koeficijent financiranja** se dobije tako što se ukupne obveze stave u omjer s kapitalom, a u ovom slučaju to iznosi 161,7165. Što se tiče **pokrića troškova kamata** u omjer se stavlja dobit prije poreza i kamata te kamata, a iznosi 27,9637.

Analiza aktivnosti

Analiza aktivnosti mjeri se pomoću koeficijenata obrta, a to su koeficijent obrta ukupne imovine, koeficijent obrta kratkotrajne imovine, koeficijent obrta potraživanja, koeficijent naplate potraživanja. Analiza aktivnosti zanimljiva je kratkoročnim kreditorima, bankama ili dobavljačima kao potencijalnim partnerima jer prikazuje sposobnost startupa da generira dovoljno obrtnih sredstava (radnog kapitala) za tekuće poslovanje i redovito plaćanje tekućih obveza. Radni kapital predstavlja višak tekuće imovine iznad tekućih obveza poduzetnika. Kvaliteta radnog kapitala mjeri se strukturom kratkotrajne imovine i vremenom naplate potraživanja odnosno koliko je potrebno da se nenovčani oblici tekuće imovine pretvore u novac. **Koeficijent obrta ukupne imovine** mjeri se ukupnim prihodima podijeljenim s ukupnom imovinom, a iznosi 1,093 što znači da Talent Class obrne svoju ukupnu imovinu 1,093 puta da bi zaradio 1 euro. **Koeficijent obrta kratkotrajne imovine** je omjer ukupnih prihoda i kratkotrajne imovine te iznosi 2,4766 što znači da Talent Class obrne svoju kratkotrajnu imovinu toliko puta da zaradi 1 euro. **Koeficijent obrta potraživanja** je omjer prihoda od prodaje i potraživanja od kupaca te iznosi 61,5193 što znači prosječan broj dana naplate potraživanja. **Koeficijent naplate potraživanja** stavlja u omjer broj dana u godini te koeficijent obrta potraživanja te iznosi 5,933 dana odnosno može se zaokružiti na 6 dana. Što je broj dana obrta potraživanja manji to je bolje za startup te će se imovina i potraživanja okretati, a bržim obrtajima se brže dolazi do gotovine.

Analiza ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti pokazuju u kojoj mjeri i koliko svaka jedinica rashoda generira ostvareni veći prihod. Pokazatelji ekonomičnosti izračunavaju se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka. Prema tome oni upućuju na odnos prihoda i rashoda, odnosno pokazuju koliko se prihoda ostvari na svaku jedinicu rashoda. Najčešći pokazatelji ekonomičnosti jesu: ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovanja i ekonomičnost financiranja. Koeficijenti ekonomičnosti uvijek bi trebali biti veći od 1 jer samo takav odnos pokazuje da su na svaku jedinicu rashoda ostvareni veći prihodi.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja računa se tako što se u omjer stave ukupni prihodi i ukupni rashodi, a iznosi u Talent Classu -0,6678. **Ekonomičnost poslovanja** iznosi -0,6758. Ekonomičnost financiranja se ne može izračunati jer nema financijskih prihoda. Koeficijenti ekonomičnosti ne zadovoljavaju jer su manji od 1 što znači da na svaku jedinicu rashoda nisu ostvareni prihodi te da je startup u gubitku na kraju 2021. godine.

Analiza profitabilnosti

Profitabilnost pokazuje efikasnost poslovanja poduzetnika. Najvažniji pokazatelji jesu: marža profita, rentabilnost imovine i rentabilnost kapitala. Izračunavaju se na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka. Marža profita pokazuje efikasnost poslovanja prije nego se plati cijena (kamata) na angažirane pozajmice. Za razliku od rentabilnosti imovine koja pokazuje efikasnost korištenja ukupnog kapitala, rentabilnost kapitala pokazuje efikasnost korištenja vlastitog kapitala. Osim za menadžere i vlasnike, ove su informacije interesantne i za kreditore u kojem ih slučaju interesira EBIT koji pokazuje odnos dobiti prije poreza uvećano za kamate i ukupnog prihoda. **Marža profitabilnosti** iznosi -0,4974. **Rentabilnost imovine (ROA)** iznosi -0,5437. **Rentabilnost kapitala (ROE)** iznosi -68,1207. Startup Talent Class za 2021. godinu nije bio profitabilan, ali uzevši u obzir da je u sjemenoj (*seed*) fazi startup ciklusa to se moglo i očekivati.

4.4. Izvori financiranja po etapama razvoja za Talent Class

FAZA OSNIVANJA

Startup Talent Class osnovan je 26.11.2019. Financiranje startupa je putem *bootstrapping-a* tako što dioničar postaju Ignacio Carrera Rodríguez, koji je uložio 1.200 € , to jest imao je 1.200 dionica i 40% vlasničkog udjela u startupu. José Manuel de Arias Alastrué uložio je 1.050 € te imao 1.050 dionica što je 35% vlasništva. (tablica 3.) Ne ulažu mnogo kapitala jer je uključena samo ušteđevina i vlastita sredstva. Doprinosu najviše svojim fizičkim i mentalnim radom i svojim vremenom što se naziva *sweat equity* ili znojni kapital. Baldomero Gas Rueda kao vlasnik restorana i profesor na fakultetu, uvidio je potencijal u Talent Class-u te kao poslovno anđeo uložio je 750 €, što je 750 dionica i 25% udjela u vlasništvu. Ukupan

uloženi doprinos u gotovini bio je 3.000 €, odnosno 3.000 dionica te je procjena vrijednosti startupa nakon vanjskog financiranja iznosila 3.000,00 €. Nominalna vrijednost dionice iznosila je 1,00 €. Ukupna cijena po dionici iznosila je također 1,00 €. Dionički kapital, to jest neto vrijednost imovine iznosila je 3.000 €.

FAZA KUPOPRODAJE

Startup Talent Class nastavlja s financijskim razvojem 31.01.2020. (tablica 3.) Ignacio Carrera Rodríguez ulaže 75,00 € te ukupno ima 1.275,00 €, to jest 1.275 dionica. Njegov udio u vlasništvu raste na 42,50%. José Manuel de Arias Alastrué ulaže 225,00 € što ukupno iznosi 1.275,00 € i udio u vlasništvu mu je jednak kao i Ignacio Carrera Rodríguez, a to je 42,50%. Dioničar Baldomero Gas Rueda prodaje svojih 750 dionica i povlači 750,00 € te prestaje biti dioničar. BIG FISH STUDIO, produkcijska tvrtka koja vidi potencijal u startupu Talent Class zbog online sadržaja, ulaže 450,00 € što je kupovina 450 dionica te ukupno ima 450 dionica i sudjeluje u vlasništvu s 15%. Dionički kapital iznosi kao i u prethodnom razdoblju 3.000,00 €, a cijena po dionici je 1,00 €.

Tablica 3. Početne faze financiranja startupa Talent Class

	Faza osnivanja (26.11.2019.)			Faza kupoprodaje (31.01.2020.)					
	Novac	Dionice	%	Novac		Dionice			%
				Novo	Ukupno	Prodaja	Kupnja	Ukupno	
DIONIČARI									
1 D. Ignacio Carrera Rodríguez	1.200,00 €	1.200	40,00%	75,00 €	1.275,00 €		75	1.275	42,50%
2 D. José Manuel de Arias Alastrué	1.050,00 €	1.050	35,00%	225,00 €	1.275,00 €		225	1.275	42,50%
3 D. Baldomero Gas Rueda	750,00 €	750	25,00%	-750,00 €	0,00 €	750		0	0,00%
4 BIG FISH STUDIO, S.L.				450,00 €	450,00 €		450	450	15,00%
5 D. Lorenzo Carrera Ovirido									
6 D ^a . María Teresa Rodríguez Maturana									
7 D. Álvaro Carrera Rodríguez									
8 ARIAS Y ALASTRUÉ SLP									
9 D. Andreu Casadellà Caballeria									
10 LADRILLOS Y BITS, S.L.U.									
11 4FOUNDERS									
12 ENCOMENDA I A									
13 ENCOMENDA I B									
14 TALENT CLASS, S.L.									
15 D. Xavier Roca Descamps									
16 D. Sixto									
17 Resto inversores préstamos									
18 StartupXplore									
<i>Phantom Share Option Plan</i>									
UKUPNO	3.000,00 €	3.000	100,00%	0,00 €	3.000,00 €	750	750	3.000	100,00%
Prethodno vrednovanje novca	0,00 €	0	0,00%						
Ukupni doprinos	3.000,00 €	3.000	100,00%						
Vrednovanje nakon dobivenog novca	3.000,00 €	3.000	100,00%						
Nominalna vrijednost	1,00 €			1,00 €					
Dionička premija	0,00 €			0,00 €					
Cijena po dionici	1,00 €			1,00 €					
Dionički kapital	3.000,00 €			3.000,00 €					

Izvor: izrada autora

FAZA KUPOPRODAJE VLASTITIH DIONICA

18.08.2020. Ignacio Carrera Rodríguez i José Manuel de Arias Alastrué zadržavaju svaki 1.275 dionica te svaki od njih imaju 42,50% udjela u vlasništva u startupu. BIG FISH STUDIO prodaje svojih 450 dionica uz cijenu od 70.000,00 € Talent Class-u. Talent Class kupuje 450 dionica i tako postaje dioničar te posjeduje udio u vlasništvu od 15%. Tako povećava vrijednost poduzeća te postaje atraktivniji trećim investitorima. Prodaja 450 dionica od strane BIG FISH STUDIO iznosila je 155,5555556 € po dionici. Dionički kapital ostao je isti, a to je 3.000,00 €, a nominalna vrijednost 1,00 € po dionici.

18.08.2020. također dolazi do smanjenja temeljnog kapitala zbog amortizacije vlastitih dionica. Ukupne dionice iznose 2.550 što znači da je došlo do smanjenja 450 dionica kod Talent Class-a te Ignacio Carrera Rodríguez i José Manuel de Arias Alastrué postaju 50%-tni dioničari, svaki s udjelom od 1.275 dionica.

18.08.2020. dolazi do povećanja kapitala kompenzacijom kredita što znači kapitalizacija duga. Dolazi do kompenzacije kreditnog prava startupa u odnosu na upisnika dionica. Dolazi do pretvaranja vjerovnika koji pristane na zamjenu kreditnog prava udjelom kao dioničar. Ova operacija je korisna za poduzeće jer će se njegove obveze umanjiti za iznos koji se nadoknađuje te će moći raspolagati sredstvima koje bi inače imao za plaćanje obveza. Lorenzo Carrera Oviedo sveučilišni je profesor i vlasnik je nekoliko tvrtki, obećao je 3.000,00 €, ali zbog odstupanja od 82,38 € njegov ulog iznosi 2.917,62 € što je 6 dionica i udio u vlasništvu od 0,22%. María Teresa Rodríguez Maturana ima istu situaciju kao i Lorenzo Carrera Oviedo te posjeduje 6 dionica, odnosno 0,22% udio u vlasništvu. Álvaro Carrera Rodríguez obećao je 9.000,00 €, ali zbog odstupanja iznosi 8.752,86 €. To je 18 dionica i ukupno 0,67% u ukupnom vlasništvu. Tvrtka poreznog savjetovanja ARIAS Y ALASTRUÉ SLP uložila je 15.000,00 €, ali zbog odstupanja od 411,90 € iznos je 14.588,10 €. Posjeduju 30 dionica što je 1,12% udjela u vlasništvu. Andreu Casadellá Caballería, poduzetnik i investitor, uložio je 25.000,00 €, ali zbog odstupanja od 200,23 € njegov novac iznosi 24.799,77 €. Posjeduje 51 dionicu što je 1,90%. Tvrtka LADRILLOS Y BITS koja se bavi savjetovanjem u poduzetničkom upravljanju uložila je 10.000,00 €, ali zbog odstupanja od 274,60 € taj iznos je 9.725,40 €. Ukupno je obećano 65.000,00 €, ali zbog odstupanja od 1.298,63 € uloženo je 63.701,37 €. Novih dionica je 131, a ukupno je 2.681 dionica. Nacho Carrera i José Manuel zadržavaju svojih 2.550, svaki s udjelom od 47,56%. Vrednovanje startupa prije ulaganja novca je 1.239.988,50 €, ukupni doprinos iznosi 63.701,37 €, a

vrednovanje nakon ulaganja novca iznosi 1.303.689,87 € , nominalna vrijednost iznos 1,00 €, dionička premija i cijena po dionici iznose 485,27000 €, a dionički kapital 2.681,00 €. Dionički kapital se smanjio ovim postupkom startupa Talent Class za 319 €, a s time su se i dugovi smanjili jer su prešli u dionice.

Do povećanja kapitala za novčane uloge došlo je 18.08.2020. od strane tri investitora, a to su 4 FOUNDERS Capital koji je *venture capital* fond i uložilo je 174.999,94 € uz odstupanje od 0,06 € te posjeduju 302 dionice što donosi 9,19% vlasništva. Zatim *venture capital* fond sa stavom poslovnog anđela ENCOMENDA I A s ulogom od 72.433,75 € bez odstupanja. Posjeduje 125 dionica koje označavaju 3,81% udjela u vlasništvu. ENCOMENDA I B uložila je 102.566,19 € uz odstupanje od 0,06 € te posjeduje 177 dionica, što iznosi 5,39% udjela u vlasništvu. Ukupno je uloženo 349.999,88 € uz odstupanja od 0,12 €. Novih je 604 dionica što uz prethodne čini ukupno 3.285 dionica. Udio svakog od osnivača ostaje isti, što je 1.275 dionica što iznosi 38,81% vlasništva svakoga. Broj dionica svakog dioničara ostaje isti, ali se postotak udjela u vlasništvu smanjio zbog dolaska novih investitora. Prethodno vrednovanje novca, to jest vrednovanje startupa prije ulaganja je 1.553.559,07 €, ukupni doprinos iznosi 349.999,88 €, vrednovanje nakon dobivenog novca iznosi 1.903.558,95 €, nominalna vrijednost iznos 1,00 €, dionička premija iznosi 578,47 € i cijena po dionici iznose 579,47 €, a dionički kapital 3.285,00 €. Dionički kapital je porastao za 1,23 puta, a dionice su porasle za 18,39%.

18.08.2020. dolazi do kupoprodaje dionica od strane osnivača. Ignacio Carrera Rodríguez i José Manuel de Arias Alastrué obojica prodaju jednak iznos dionica, svaki 79 dionica te na kraju imaju svaki 1.196 dionica, odnosno 36,41% udjela u vlasništvu. Poduzetnik Xavier Roca Descamps kupuje njihovih 158 dionica te ostvaruje udio u vlasništvu od 4,81%. Stanje ostalih dioničara ostaje nepromijenjeno.

Tablica 4. Faze financiranja 18.08.2020.

	Faza kupoprodaje vlastitih dionica (18.08.2020.)					Smanjenje temeljnog kapitala zbog amortizacije vlastitih dionica(18.08.2020.)			Povećanje kapitala kompenzacijom kredita(18.08.2020.)					
	Novac	Dionice			%	Dionice	%	Novac			Dionice		%	
DIONIČARI	Novo	Prodaja	Kupnja	Ukupno		Smanjenje	Ukupno		Obećano	Novac	Odstupanje	Novo	Ukupno	
1 D. Ignacio Carrera Rodríguez				1.275	42,50%		1.275	50%					1.275	47,56%
2 D. José Manuel de Arias Alastrué				1.275	42,50%		1.275	50%					1.275	47,56%
3 D. Baldomero Gas Rueda														
4 BIG FISH STUDIO, S.L.	-70.000,00 €	450		0										
5 D. Lorenzo Carrera Ovirdo									3.000,00 €	2.917,62 €	82,38 €	6,00	6	0,22%
6 D ^a . María Teresa Rodríguez Maturana									3.000,00 €	2.917,62 €	82,38 €	6,00	6	0,22%
7 D. Álvaro Carrera Rodríguez									9.000,00 €	8.752,86 €	247,14 €	18,00	18	0,67%
8 ARIAS Y ALASTRUÉ SLP									15.000,00 €	14.588,10 €	411,90 €	30,00	30	1,12%
9 D. Andreu Casadellà Caballeria									25.000,00 €	24.799,77 €	200,23 €	51,00	51	1,90%
10 LADRILLOS Y BITS, S.L.U.									10.000,00 €	9.725,40 €	274,60 €	20,00	20	0,75%
11 4FOUNDERS														
12 ENCOMENDA I A														
13 ENCOMENDA I B														
14 TALENT CLASS, S.L.	70.000,00 €		450	450	15,00%	-450	0							
15 D. Xavier Roca Descamps														
16 D. Sixto														
17 Resto inversores préstamos														
18 StartupXplore														
Phantom Share Option Plan														
UKUPNO	0,00 €	450	450	3.000	100,00%	-450	2.550	100,00%	65.000,00 €	63.701,37 €	1.298,63 €	131,00	2.681,0	100,00%
Prethodno vrednovanje novca									1.239.988,50 €				2.550	95,11%
Ukupni doprinos									63.701,37 €				131	4,89%
Vrednovanje nakon dobivenog novca									1.303.689,87 €				2.681	100,00%
Nominalna vrijednost	1,00 €								1,00 €					
Dionička premija	0,00 €								485,27000 €					
Cijena po dionici	1,00 €	155,5555556 €							486,27000 €					
Dionički kapital	3.000,00 €								2.681,00 €					

	Povećanje kapitala za novčane uloge (18.08.2020.)						Kupoprodaja dionica (18.08.2020.)			
	Novac			Dionice			%	Dionice		
DIONIČARI	Obećano	Novac	Odstupanje	Novo	Ukupno		Prodaja	Kupnja	Ukupno	%
1 D. Ignacio Carrera Rodríguez					1.275,0	38,81%	79,00		1.196	36,41%
2 D. José Manuel de Arias Alastrué					1.275,0	38,81%	79,00		1.196	36,41%
3 D. Baldomero Gas Rueda										
4 BIG FISH STUDIO, S.L.										
5 D. Lorenzo Carrera Ovirdo					6,0	0,18%			6	0,18%
6 D ^a . María Teresa Rodríguez Maturana					6,0	0,18%			6	0,18%
7 D. Álvaro Carrera Rodríguez					18,0	0,55%			18	0,55%
8 ARIAS Y ALASTRUÉ SLP					30,0	0,91%			30	0,91%
9 D. Andreu Casadellà Caballeria					51,0	1,55%			51	1,55%
10 LADRILLOS Y BITS, S.L.U.					20,0	0,61%			20	0,61%
11 4FOUNDERS	175.000,00 €	174.999,94 €	0,06 €	302,00	302,0	9,19%			302	9,19%
12 ENCOMENDA I A	72.433,75 €	72.433,75 €	0,00 €	125,00	125,0	3,81%			125	3,81%
13 ENCOMENDA I B	102.566,25 €	102.566,19 €	0,06 €	177,00	177,0	5,39%			177	5,39%
14 TALENT CLASS, S.L.										
15 D. Xavier Roca Descamps									158	4,81%
16 D. Sixto										
17 Resto inversores préstamos										
18 StartupXplore										
Phantom Share Option Plan										
UKUPNO	350.000,00 €	349.999,88 €	0,12 €	604,00	3.285,0	100,00%	158,00	158,0	3.285,0	100,00%
Prethodno vrednovanje novca	1.553.559,07 €				2.681	81,61%				
Ukupni doprinos	349.999,88 €				604	18,39%				
Vrednovanje nakon dobivenog novca	1.903.558,95 €				3.285	100,00%				
Nominalna vrijednost	1,00 €									
Dionička premija	578,47 €									
Cijena po dionici	579,47 €									
Dionički kapital	3.285,00 €									

Izvor: izrada autora

POVEĆANJE KAPITALA ZA NOVČANE ULOGE

U rujnu 2021. dolazi do ulaganja poslovnog anđela koji se zove Sixto Arias i trenutno je izvršni direktor startupa Talent Class. Profesor je na sveučilištima i poduzetnik. Poslovni anđeli predstavljaju fizičke osobe s viškom novčanih sredstava, znanjem u određenoj grani poslovanja i menadžerskim iskustvom. Najčešće se radi o osobama koje su bile uspješne u određenoj grani poslovanja pa kapital i znanje stečeno u toj grani žele uložiti u njima zanimljiva startup poduzeća uglavnom u istoj grani poslovanja (Učilište Studium, 2015.) Ulaže 20.000,00 € te posjeduje 365 dionica što je 10% u vlasništvu. Broj dionica prethodnih dioničara ostaje jednak u odnosu na prošlo razdoblje, ali se mijenja njihov udio u vlasništvu. Ignacio Carrera Rodríguez i José Manuel posjeduju svaki 32,77% vlasništva, Oviedo 0,16%, Rodríguez Maturana 0,16%, Carrera Rodríguez 0,49%, ARIAS I ALASTRUÉ SLP 0,82%, Casadellá Caballeria 1,40%, LADRILLOS Y BITS 0,55%, 4FOUNDERS 8,27%, ECONOMENDA I A 3,42%, ECONOMENDA I B 4,85% te Roca Descamps 4,33%. Novih je 365 dionica te je ukupan broj dionica 3.650. Prethodno vrednovanje novca je 180.000,00 €, ukupni doprinos iznosi 20.000,00 €, vrednovanje nakon dobivenog novca iznosi 200.000,00 €, nominalna vrijednost iznos 1,00 €, dionička premija iznosi 53,79452055 € i cijena po dionici iznosi 54,79452055 €, a dionički kapital 3.650,00 €. Dionički kapital raste, a s njime i broj dionica koje su narasle za 10%.

Tablica 5. Faza financiranja u rujnu 2021.

		Povećanje kapitala za novčane uloge (rujan, 2021.)					
		Novac			Dionice		%
DIONIČARI		Obećano	Novac	Odstupanje	Novo	Ukupno	
1	D. Ignacio Carrera Rodríguez					1.196,00	32,77%
2	D. José Manuel de Arias Alastrué					1.196,00	32,77%
3	D. Baldomero Gas Rueda						
4	BIG FISH STUDIO, S.L.						
5	D. Lorenzo Carrera Ovirido					6,00	0,16%
6	Dª. María Teresa Rodríguez Maturana					6,00	0,16%
7	D. Álvaro Carrera Rodríguez					18,00	0,49%
8	ARIAS Y ALASTRUÉ SLP					30,00	0,82%
9	D. Andreu Casadellà Caballeria					51,00	1,40%
10	LADRILLOS Y BITS, S.L.U.					20,00	0,55%
11	4FOUNDERS					302,00	8,27%
12	ENCOMENDA I A					125,00	3,42%
13	ENCOMENDA I B					177,00	4,85%
14	TALENT CLASS, S.L.						
15	D. Xavier Roca Descamps					158,00	4,33%
16	D. Sixto	20.000,00 €	20.000,00 €	0,00 €	365,00 €	365,00	10,00%
17	Resto inversores préstamos						
18	StartupXplore						
	Phantom Share Option Plan						
	UKUPNO	20.000,00 €	20.000,00 €	0,00 €	365,00	3.650,0	100,00%
	Prethodno vrednovanje novca	180.000,00 €			3.285		90,00%
	Ukupni doprinos	20.000,00 €			365		10,00%
	Vrednovanje nakon dobivenog novca	200.000,00 €			3.650		100,00%
	Nominalna vrijednost	1,00 €					
	Dionička premija	53,79452055 €					
	Cijena po dionici	54,79452055 €					
	Dionički kapital	3.650,00 €					

Izvor: izrada autora

PRVA RUNDA FINANCIRANJA (STARTUPXPLORE)

U prosincu 2021. godine dolazi do ulaganja *venture capital* fonda 4 FOUNDERS Capital u iznosu od 19.863,01 € uz odstupanje od 136,99 €. Kupili su 29 novih dionica te sada posjeduju 331 dionicu s udjelom u vlasništvu od 7,56%. ECONOMENDA I A ulaže 12.328,77 € uz odstupanje od 171,23 €. Posjeduje novih 18 dionica te ukupno ima 143 dionice s udjelom u vlasništvu od 3,27%. ECONOMENDA I B uložila je 12.328,77 € uz odstupanje od 376,71 €. Ima novih 25 dionica i trenutno posjeduje 202 dionice što je 4,61% u ukupnom vlasništvu. Broj dionica prethodnih dioničara ostaje jednak u odnosu na prošlo razdoblje, ali se mijenja njihov udio u vlasništvu. Ignacio Carrera Rodríguez i José Manuel posjeduju svaki 27,32% vlasništva, Oviedo 0,14%, Rodríguez Maturana 0,14%, Carrera Rodríguez 0,41%, ARIAS I ALASTRUÉ SLP 0,69%, Casadellà Caballeria 1,16%, LADRILLOS Y BITS 0,46%, Roca Descamps 3,61%, Sixto Arias 8,34%. Dolazi do novih

zajmova investitora u iznosu od 449.000,00 € bez odstupanja. Počinju posjedovati 416 dionica, to jest 9,50% udjela u vlasništvu. Također preko kruga financiranja putem StartupXplore dolazi se do 100.000,00 €. StartupXplore je platforma za ulaganje u startupove koja pomaže neiskusnim investitorima ulagati i diversificirati portfelj. Iznosi 240 dionica koje čine 5,48% udjela u vlasništvu. Novih dionica je 728, a ukupan iznos dionica je 4.378. Uloženo je 599.000,00 € uz odstupanje od 684,93 € što na kraju iznosi 598.315,07 €. Prethodno vrednovanje novca je 2.500.000,00 €, ukupni doprinos iznosi 598.315,07 €, vrednovanje nakon dobivenog novca iznosi 3.098.315,07 €, nominalna vrijednost iznos 1,00 €, dionička premija iznosi 820,86136 € i cijena po dionici iznosi 821,8613578 €, a dionički kapital 4.378,00 €. Može se zaključiti veliki rast procjene vrijednosti poduzeća nakon vanjskih ulaganja koji se od prethodne godine povećao 15,5 puta.

Tablica 6. Faza financiranja u prosincu 2021.

		Runda financiranja putem platforme SturtupXplore (prosincac, 2021.)					
		Novac			Dionice		%
DIONIČARI		Obećano	Novac	Odstupanje	Novo	Ukupno	
1	D. Ignacio Carrera Rodríguez					1.196	27,32%
2	D. José Manuel de Arias Alastrué					1.196	27,32%
3	D. Baldomero Gas Rueda						
4	BIG FISH STUDIO, S.L.						
5	D. Lorenzo Carrera Ovirido			0,00 €		6	0,14%
6	D ^a . María Teresa Rodríguez Maturana			0,00 €		6	0,14%
7	D. Álvaro Carrera Rodríguez			0,00 €		18	0,41%
8	ARIAS Y ALASTRUÉ SLP			0,00 €		30	0,69%
9	D. Andreu Casadellà Caballeria			0,00 €		51	1,16%
10	LADRILLOS Y BITS, S.L.U.			0,00 €		20	0,46%
11	4FOUNDERS	20.000,00 €	19.863,01 €	136,99 €	29,00	331	7,56%
12	ENCOMENDA I A	12.500,00 €	12.328,77 €	171,23 €	18,00	143	3,27%
13	ENCOMENDA I B	17.500,00 €	17.123,29 €	376,71 €	25,00	202	4,61%
14	TALENT CLASS, S.L.						
15	D. Xavier Roca Descamps					158	3,61%
16	D. Sixto					365	8,34%
17	Resto inversores préstamos	449.000,00 €	449.000,00 €	0,00 €	416,00	416	9,50%
18	StartupXplore	100.000,00 €	100.000,00 €	0,00 €	240,00	240	5,48%
Phantom Share Option Plan							
UKUPNO		599.000,00 €	598.315,07 €	684,93 €	728,00	4.378,0	100,00%
Prethodno vrednovanje novca		2.500.000,00 €				3.650	83,37%
Ukupni doprinos		598.315,07 €				728	16,63%
Vrednovanje nakon dobivenog novca		3.098.315,07 €				4.378	100,00%
Nominalna vrijednost		1,00 €					
Dionička premija		820,86136 €					
Cijena po dionici		821,8613578					
Dionički kapital		4.378,00 €					

Izvor: izrada autora

TRENTNA RUNDA FINANCIRANJA (STARTUPXPLORE)

Ukupni cilj trenutne investicijske runde je 550.000 € putem StartupXplore platforme. Ta platforma pruža *crowdfunding*, to jest skupno financiranje. To omogućuje prikupljanje manjih iznosa sredstava od velikog broja pojedinaca za financiranje novog poslovnog pothvata. Cilj runde je 220.000 € (40%) za marketing, 220.000 € (40%) za proizvod, za tim 82.500 € (15%) te ostalo 27.500 € (5%). Do dana 30.08.2022. investirano je 530.600 eura od 49 investitora, a 97 ih je zainteresirano. Glavni cilj je rast kako bi se startup Talent Class podigao na višu razinu, a trenutna veličina je 350 milijardi eura. Ugostiteljski sektor izjavljuje da je potrebno 50.000 obučenih stručnjaka i nakon validacije ponude obuke koju nudi Talent Class može stvoriti cjelovito rješenje za pomoć u rješavanju ove situacije. Kvalificirani stručnjak dobiva veću plaću, povećava produktivnost poslovanja i poboljšava prihode. Trenutni financijski dug podijeljen je na kratkoročni dug koji iznosi 0 € te dugoročni dug koji iznosi 200.000 €. Novčana sredstva za svibanj 2022. iznose 36.573,01 € te su raspodijeljena na sljedeće stavke: marketing (12.957 €), provizije od prodaje - učitelji (326,88 €), plaće + dobavljači (15.933,33 €), socijalno osiguranje (2.028,00 €), najam (900€), neizravne usluge (241,50 €), bankarske usluge i provizije (310,30 €), ostali troškovi (150,00 €), putni troškovi (120€), softverska licenca (1.046,00 €), proizvodnja sadržaja (2500 €), neodbitni troškovi (60 €). Vrednovanje startupa prije traženja runde financiranja će se pokazati kroz sljedeće parametre: a) PROCJENA VRIJEDNOSTI TVRTKE PRIJE PRIMITKA NOVCA koja iznosi 2.500.000 €, b) PONUĐENI KAPITAL koji iznosi 16,6667%, c) DIONICE KOJE ĆE BITI IZDANE iznose 657, d) NOMINALNA VRIJEDNOST DIONICA iznosi 1 €, e) EMISIJSKA PREMIJA ZA DIONICE iznosi 760,0350 €. Vrijednost emisijske premije izravna je posljedica trenutnog vrednovanja društva, a izračunava se na temelju povećanja vrijednosti društva s obzirom na temeljni kapital. Glavno poboljšanje na kojem se želi raditi s kapitalom ovog kruga je gamifikacija kako bi se moglo automatski pomoći svakom učeniku i povećati broj sati unutar platforme.

4.4.1. Glavni investitori

Trenutni investitori su Encomenda, SeedRocket 4Founders Capital, a poslovni anđeo je Sixto Arias, a akcelerator je Teamlabs.

Motivi za ulaganje

- 1) Tim SeedRocket akcelerator - SeedRocket je jedan od tri najuspješnija akceleratora među odabranim startupima, a njegov program obuke ističe se visokom razinom. One inicijative koje ispunjavaju zahtjeve dobivaju financijsku potporu od 4 Foundersa, investicijskog fonda povezanog sa SeedRocketom.
- 2) Izvršni predsjednik Sixto Arias - serijski poduzetnik. Pripisuju mu se dva pothvata kao poduzetniku: suosnivač je tvrtki Movilisto 2002. koju prodaje tvrtki Itouch koja kotira na londonskom sekundarnom tržištu, a Mobext 2012. prodaje francuskoj multinacionalnoj Havas Media (počelo je kao *joint venture*). Osim toga je i poslovni anđeo. Do danas je uložio u dvanaest startupa te je sudjelovao u akceleraciji još deset iz akceleratora Connector, u kojem je bio partner za upravljanje iz ureda u Madridu. Predsjednik je Udruge za mobilni marketing i profesor na raznim sveučilištima i poslovnim školama. Obično ulaže u IoT, edtech i mobilne uređaje iz Španjolske i Portugala. Njegova ulaganja uključuju TheAppDate, Opportunista, Livetopic, Dotricks (sada Meetzy) i Capaball. Ima izlaz kao BA s Upplicationom.
- 3) Studenti iz više od 5 zemalja i pokretanje kampanje u 5 zemalja Latinske Amerike s tvrtkom BigBox koja u svojoj bazi ima više od dva milijuna klijenata, uglavnom u Meksiku i Argentini. Neki dijelovi sadržaja Talent Class prikazuju se na zabavnim ekranima u zrakoplovima 14 zrakoplovnih prijevoznika, uključujući Iberia letove srednje klase.
- 4) Sektor e-učenja bio je najbrže rastući sektor i očekuje se da će rasti 4 puta do 2025. Veliki igrači kao što su Udemy, Udacity, Master Class, EDX ili Coursera stvaraju naviku online učenja i nastavljaju biti dio novih trendova. Paralelno s tim, najveće tvrtke poput Googlea ili Mete (bivši Facebook) pokrenule su vlastite programe učenja te je rast Talent Class-a u skladu s projektiranim.
- 5) Gastronomija - Svako kućanstvo potroši 21 sat tjedno na pripremu hrane, 52% više nego prethodne godine prema podacima MasterCard-a. Zatvaranje zbog pandemije Covid-19 potaknulo je kućanstva da počnu stvarati nove recepte i eksperimentirati kao u laboratorijima koji se zapravo odnose na kuhinje svake kuće.

- 6) Nakon karantene izazvane Covidom-19, 70% ispitanih Španjolaca izjavilo je da su proveli više vremena u kuhinji (Španjolski časopis za ljudsku prehranu i dijetetiku) te dolazi do zahtjeva za obukom. Kada osoba podigne svoju razinu u kuhinji, stvara trend koji je pojačan trenutnim zadovoljstvom u mogućnosti uživanja u svojim kreacijama i u mogućnosti dijeljenja istih sa svojim najdražima. Ta je uloga osnažena društvenim priznanjem i uživanjem. Hrana je jedna od 5 najpopularnijih tema na društvenim mrežama uz sport, putovanja, slavne osobe i kućne ljubimce. Neki kuhari premašuju 15 milijuna pratitelja poput Gordon Ramsaya ili Jamie Olivera. U porastu je tendencija dijeljenja slika onoga što se sprema ili dolazi na stol u restoranima. Restorani, kuhari i pojedinci pune svoje profile fotografijama jela.
- 7) Metodologiju učenja koja je priznata i pohvaljena od strane klijenata Talent Class-a i koja je dokazala svoju uspješnost, dobivši 4,5 zvjezdice od 5 (trustpilot.com). Talent Class prima stalne prijedloge i komentare od zadovoljnih korisnika.
- 8) Prosječna upotreba je 2,5 sata tjedno na platformi Talent Class-a, što dokazuje da se 20% korisnika spojilo se u zadnjih 7 dana, 68% u zadnjih 30 dana. (lipanj, 2022.)
- 9) Talent Class posjeduje neke od najboljih kuhara na svijetu na platformi kao učitelje. Zapošljavanje kuhara vrši se zahvaljujući profesionalnom lovcu na kuhare Brunu Oteiza koji za Talent Class radi od prvih kontakata do završetka proizvodnje. Kuhari zarađuju na temelju rezultata svojih tečajeva.
- 10) Metodologija učenja na zahtjev i prijenose uživo. Pridržavanje klijenata povezano je sa sesijama uživo, uz snimljeni sadržaj i biblioteku sadržaja.
- 11) Suradnja s najboljim kreatorima sadržaja i producentima koji su surađivali s velikim otvorenim televizijskim mrežama i najvažnijim platformama plaćenih kanala.

Encomenda je *venture capital* fond koji je osnovao Carlos Blanco. Sastoji se od tima poduzetnika i investitora s iskustvom u sektoru. Pomažu profesionalnim ulagačima i poslovnim anđelima da minimiziraju rizike ulaganja u startupe, posreduju u diversifikaciji ulaganja i povlaštenom pristupu kvalitetnog tijeka poslovanja i operacijama koje jedva izlaze na tržište. Trenutačno je na tržištu velika količina novca, što uzrokuje porast vrednovanja startupa i to što mnogi projekti brzo dobivaju sredstva, izostavljajući sudjelovanje mnogih investitora, koji ostaju bez mogućnosti da budu dio najboljih startupa u svijetu. U Encomendi je omogućen pristup najboljim ulaganjima koje vrednuju investicijski odbori sastavljeni od profesionalaca iz online i offline svijeta, koji nude cjelovitu viziju poslovanja za donošenje najboljih odluka. Encomenda je uložila u Talent Class 30.000 €, a dosad je ulagala u više od

10 startupa, u 75 investicija uložila je 30.000.000 €. Ulaže u Talent Class jer se nalazi na rastućem tržištu sa snažnim timom sastavljenim od profesionalaca s puno iskustva, ambicije i talenta. Identificirao je tri vektora rasta, a to su raznolikost dostupnih tema, od kuhanja i hrane kao temelja dobrobiti, do tema rasta i osobnog usavršavanja. Talent Class je započeo razgovore s prvim konferencijskim zastupničkim agencijama. Čak i u profesionalnom okruženju, tvrtke zahtijevaju nove teme vezane uz ugostiteljstvo. S druge strane, dolazi do međunarodne ekspanzije. Tržište španjolskog govornog područja broji više od 500 milijuna ljudi, uključujući 70 milijuna u SAD-u. U većini zemalja gastronomija je dio njihove kulture, uglavnom u Meksiku, Peruu i Argentini. I na kraju, velika potražnja za sadržajem koju će povući stvaranje virtualnih scenarija Metaverse. Produkcija je vrlo slična stvaranju sadržaja budući da zahtijeva instrumente, uređaje, sastojke, preparate i pomoćne ploče s receptima i potrebnim količinama.

4.4.2. Izlazna strategija za investitore

Postoje tri moguća izlazna scenarija:

- 1) Tržište e-učenja doći će u vrijeme koncentracije tvrtki, a Talent Class će biti jedan od igrača koji će udružiti snage s drugima. To bi se moglo dogoditi u srednjem roku. Time će se prodajne tvrtke za profesionalnu obuku na visokoj razini spojiti s brzorastućim startupima koji će im oduzeti tržišni udio. Najbolji primjer je The Power MBA koji prima različite ponude od vrlo relevantnih sveučilišta.
- 2) Ne postoji dominantan lider na tržištu španjolskog govornog područja, a kada bilo koji od velikih igrača razmišlja o širenju, razmisli o udruživanju snaga s jednim od lidera na ovom tržištu. Među kandidatima će biti i Talent-Class. To mogu biti strane tvrtke Master Class, Netflix, HBO, Udacity, Udemy, Coursera, Domestika ili velike nacionalne medijske grupe, Planeta, Vocento, Mediaset ili Prisa.
- 3) Mnogo je medijskih skupina u procesu digitalne transformacije i prelaska s papirnatih na digitalne formate i s besplatne televizije na platforme za pretplatu. Jedno od područja interesa bit će obuka s visokokvalitetnim audiovizualnim sadržajem. To bi zahtijevalo proces koncentracije postojećih igrača. Pokreću se suradnje s tvrtkama kao što su Cheflix, 7 Hauben ili Percursa.

4.3.3. Ulaganje u Talent Class putem platforme StartupXplore

Ulaganje u startupe ima povezane rizike, uključujući: rizik nelikvidnosti, informacijski rizik, rizik gubitka dijela ili cijelog uloženog kapitala, brzo mijenjanje operativnog okruženja, regulatorne i pravne rizike, rizik manjinskog ulaganja, bez mogućnosti utjecati na upravljanje poduzećem. Zbog velike neizvjesnosti koju ova vrsta ulaganja ima, jedinstvenim treba smatrati ulaganje ako se ti rizici razumiju i uvijek kao dio dovoljno diversificiranog portfelja. Startupxplore radi s investitorima priznatog prestiža i primjenjuje strogu politiku upravljanja sukobom interesa, stoga nastoji osigurati da objavljeni projekti imaju čvrste temelje, no Startupxplore ni u kojem slučaju ne može biti odgovoran za investicijske odluke koje donose članovi njihove platforme, kao i za mišljenja i komentare koje tvrtke objavljuju na njemu. Ulagачi s ulaznicama od 20.000 € ili više imat će opciju odlučiti žele li se udružiti ili ne. U slučaju opredjeljenja za nesindikalno organiziranje, imat će ista prava informiranja kao i ostali ulagači, ali neće imati predstavnika referentnog ulagača u ostvarivanju političkih prava koja proizlaze iz njihovih udjela. Da bi se operacija zatvorila, potrebno je postići minimalno 90% iznosa operacije. Postoje četiri moguća scenarija koji će omogućiti da se vratite navedeno ulaganje, a to su: 1) kratkoročno - izlaz u budućem krugu u kojem fond ili investitor želi ubrizgati značajan kapital u tvrtku i dodatno steći udjele početnih ili manjinskih partnera, odnosno steći vaše udjele kako bi dobio relevantnu poziciju unutar vlasništva, 2) u srednjem roku - akvizicija od strane konkurencije ili tvrtki zainteresiranih za proširenje svog poslovanja, kao i fonda zainteresiranog za dobivanje relevantne pozicije unutar vlasničkog udjela, 3) dugoročno - izlaz početnim uvrštavanjem na uređeno tržište, prodajući dionica novim privatnim investitorima, 4) u bilo kojem trenutku - prodaja udjela ako postoji kupac, u početku među ostalim članovima, a ako ne slobodno među nečlanovima, 5) ponekad - nije uobičajeno, ali ako startup stekne dominantnu poziciju u sektoru i konsolidira svoje brojke, može dobiti raspodjelu dividendi.

Ulaganje putem Startupxplore-a se naplaćuje ulagaču zato što se dodaje vrijednost u procesima odabira, centralizacije i analize, tako da može ulagati na adekvatan i informativan način te zbog jednakog pristupa prilikama na tržištu, kojima se ne isplati primati sredstva. Naplaćuje se provizija od 6% (plus PDV) na ukupnu investiciju koju napravi investitor u krugu ulaganja. Naplaćuje se naknadu za uspjeh od 10% na kapitalne dobitke, samo u slučaju da operacija generira profit.

5. PROGNOZIRANJE BUDUĆEG POSLOVANJA STARTUPA TALENT CLASS

5.1. Evaluacija i procjena poslovanja startupa Talent Class

Kod Talent Class-a prisutna su dva rastuća trenda, a to su gastronomija koja postaje glavni hobi značajnog broja stanovnika te e-učenje, kontinuirano i fleksibilno učenje, dostupno s bilo kojeg mjesta u bilo koje vrijeme. Osim kulturne konotacije, gastronomija je sredstvo identiteta i socijalizacije. Predstavlja običaje svake regije koji se znatno razlikuju čak i unutar iste države. Pandemija uzrokovana Covid-19 je potragu za sastojcima koji se obično ne koriste u privatnim kuhinjama znatno povećala te taj interes ne jenjava i nakon pandemije. Zbog rastućih trendova koji sačinjavaju Talent Class, prodaja ponude bi trebala u budućnosti ići uzlazno. Također, visoka ocjena trenutnih klijenata omogućuju rast Talent Class-u jer postoji pokriće za kvalitetu proizvoda. Mogu preporučiti prijateljima i obitelji, što pomaže rastu u prodaji bez potrebe za ulaganjem velikih iznosa u oglašavanje i marketing. Sadržaj ne ističe jer nije trenutna, a naziva se "*evergreen content*" što znači da je konstantno relevantan i "svjež" za korisnike. Svake sljedeće godine uvode se novi, pojačani programi poput Magisterija profesionalnog kuhanja te slušaju savjeti, pohvale, ali i kritike korisnika. Može se vidjeti napredak u plasmanu Magisterija u odnosu na pretplate u stopi povrata 3 puta. Potrebno je napomenuti započeto međunarodno širenje do Meksika. Zbog broja stanovnika koji u 2020. godini iznosi 128,9 milijuna i kulinarskog identiteta zbog tipičnih jela koja su jedinstvena i međunarodno priznata, Meksiko je idealno mjesto za početak širenja na tržišta španjolskog govornog područja. Stvorena je učinkovita metodologija koja se može primijeniti na druga učenja izvan kuhanja te je ključ uspjeha startupa. Poslovanje je bilo usmjereno na B2C (poduzeće - krajnji potrošač), ali se sve više teži kreiranju programa za B2B (poduzeće - poduzeće). To znači kvalitativni skok u prodajnim brojkama jer se proizvod temelji na postojećem bogatom sadržaju. Osim toga, ostvaruje se direktna komunikacija s više od dvadeset i pet velikih marki poljoprivredno-prehrambenih, energetskih, kuhinjskih materijala,

posuđa, pića i drugih koji su zainteresirani za razvoj marketinških akcija s Talent Class-om. Prvi je lansiran s operaterom Yoigo u studenom 2021. i njegovim je korisnicima poslano 1,5 milijuna poruka u kojima se promovira mjesec i pol dana testiranja platforme s 5.000 besplatnih licenci. Za 15 dana postignuto je više od 3.000 korisnika. Do danas su zaključeni ugovori s tvrtkama kao što su Movistar, Interaceituna, Hospitality of Spain, Facyre, Newlux. Zbog uspjeha inicijative s Yoigo-m, predlaže Talent Class-u da se u određenim vremenskim razmacima ponavlja kampanja i promoviraju ponude njihovim klijentima, što omogućuje privlačenje velikog broja potencijalnih kupaca bez ulaganja. Napredak se može zaključiti iz online sadržaja koji je kasnije prerastao i na sadržaje koji se emitiraju uživo te diversifikacije tema. Putem Google Trendsa identificiraju se trendovi i njihov odnos rasta ili smanjenja što se moglo zaključiti uvođenjem teme zdrava prehrana koja je sve popularnija među stanovništvom.

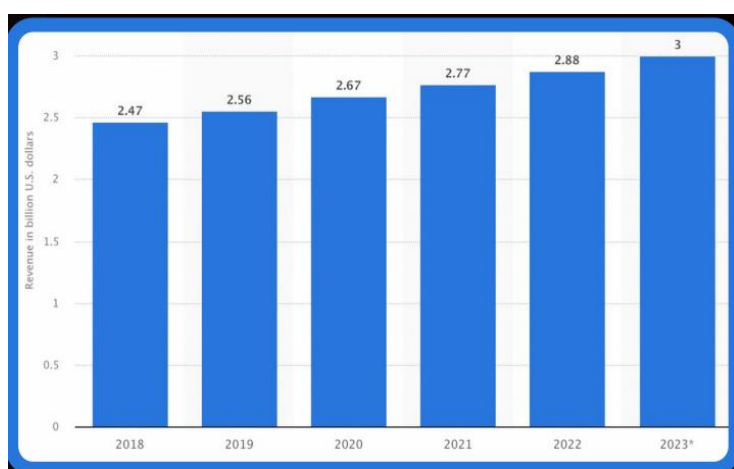
5.2. Dosegnute prekretnice u Talent Class-u

U travnju 2021. dolazi do suradnje Talent Class-a i učitelja s najvećim priznanjem u gastronomskom svijetu. U kolovozu 2021. mjeri se korištenje uporabe platforme po korisniku, a iznosi 2,5 sata tjedno. U prosinac 2021. startup dolazi do 35.000 pratitelja na Instagramu, a trenutno posjeduje 42.100 pratitelja (kolovoz, 2022.), dolazi do više od 4.000 kupaca koji plaćaju proizvod, međunarodno se širi što uključuje širenje na Meksiko, dolazi do sklapanja kampanje za pronalazak pratitelja uz Yoigo. U siječnju dolazi do pokretanja programa *Professional Cooking Master* koji Talent Class diže na novu razinu. U veljači 2022. izdaje se drugo izdanje Magisterija profesionalnog kuhanja. U ožujku 2022. sklapa se ugovor s tvrtkama Hospitality of Spain i FACYRE. U travnju 2022. sklapa se ugovor s 14 zračnih prijevoznika za integraciju sadržaja Talent Class-a u zrakoplove. U svibnju 2022. zaključuje se ugovor s BigBox-om te se zaključuje se suradnja s ITO (Institut za internetski promet).

5.3. Potencijalno širenje startupa Talent Class i osvajanje tržišta

Talent Class zbog cilja za prodorom na tržište Latinske Amerike ima potencijal za još većim procvatom i napretkom na temelju sljedećih podataka. Do 2023. prihodi se u Latinskoj Americi procjenjuju na više od 3 milijarde dolara s usvajanjem tehnoloških i digitalnih platformi u obrazovnom okruženju, a tržište u Latinskoj Americi je 4. najveća po online edukaciji (Insiderlatam) što je prikazano na grafikonu 10.

Grafikon 10. Prihodi u Latinskoj Americi od učenja



Izvor: Talent Class (interni dokument)

U Španjolskoj promet e-učenja iznosi od oko 5.000 milijuna €. Procjenjuje se da postoji 300 tvrtki za e-učenje (Expolearning, 2022.). Vrijednost industrije e-učenja premašit će 305,3 milijarde USD 2025. (Global Industry Analyts, 2022.). 15% španjolske populacije pristupilo je internetu kako bi pohađalo online tečaj u 2019. U Španjolskoj se odvija proces tranzicije prema online obrazovanju, nečemu što se iz Talent Class-a vidi kao neizbježno i fundamentalno. Također, iz podataka se vidi da je Brazil jedna od zemalja koja najviše konzumira online treninge. To je potpuno naviknuta populacija na takav način edukacije te će se dodatno razvijati u tom smjeru. Što se tiče tržišta ugostiteljstva koje Talent Class vidi kao tržište rasta, krajem 2006. godine, prema podacima bivše Španjolske federacije ugostitelja (FEHR), u Španjolskoj je bilo 359.463 objekata namijenjenih posluživanju hrane, koji su,

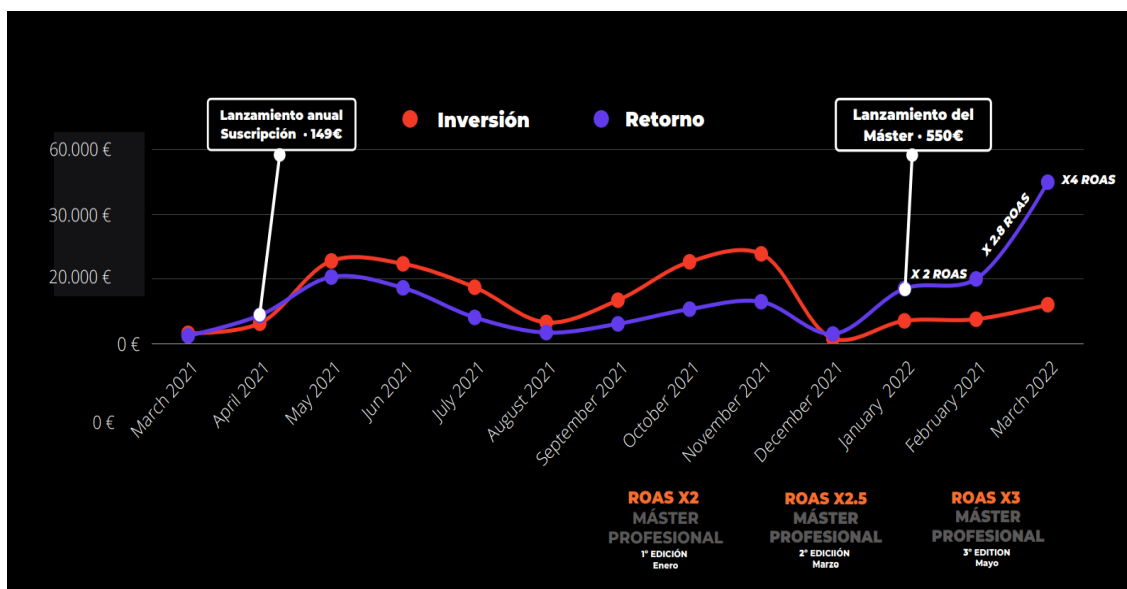
osim što predstavljaju 7,10% nacionalnog BDP-a, zapošljavali 1,4 milijuna ljudi i fakturirali ukupno 116,061 milijuna eura. Od svih tih poduzeća najbrojniji su bili barovi, s 247.338 objekata, zatim restorani (69.298), hoteli (15.969), kafići (14.565) te društva za ugostiteljstvo (12.293). (Eleconomista). Unutar Edtech tržišta moguće je pronaći velike tvrtke koje su postigle enorman rast u kratkom roku, a neki od primjera su The Power Mba, Aba English, Platzi, Coursera. Procjenjuje se da je Talent Class na putu da postane *unicorn* što je i cilj osnivača. *Unicorn* označava startup čija je vrijednost veća od milijardu dolara. Obično se koristi u industriji rizičnog kapitala, vrlo su rijetki te zahtijevaju inovaciju. Ulagači su obično privatni ulagači ili fondovi rizičnog kapitala, ali rade na izlasku u javnost. S početnom javnom ponudom (IPO) cilja na pristup kapitalu koji mu je potreban za rast. Od ožujka 2022. postoji više od 1000 tvrtki jednoroga širom svijeta. Da Talent Class postane jednorog, pomažu činjenice da ima životne vrijednosti - rastuća prodaja, novi inovativni proizvodi - novi smjer unutar hotelske industrije te drugi sektori unutar obrazovanja, zajednički event i tržište za prodaju recepata, kreiranje tri Mastera 2022. te pet novih Mastera 2023. Dolazi do organskog rasta te uvođenja SEO-a što označava proces poboljšanja vidljivosti web stranice u organskim rezultatima tražilica. Talent Class ulazi u područje NFT što znači da povezuje svoju digitalnu imovinu s kriptovalutama te omogućuje njezino trgovanje uz slogan "Kuhaj da zaradiš!". Uvodi se gamifikacija koja omogućava učenje uz zabavu kako bi bilo lakše, opuštenije i poučnije.

5.4. Ključni pokazatelji uspješnosti startupa Talent Class

Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI) analizirani su do 01.06.2022. Sastoje se od: klijenata koji su napravili kupnju u Talent Class-u i iznose više od 4.000 klijenata, naplata od početka aktivnosti od ožujka 2020., a iznosi više od 220.000 €, ulazno sredstvo od stupanja na snagu Master profesionalnog kuhanja u poslovnom modelu iznosi 250 €, zemlje u kojima posluje su trenutno na broju pet te sati korištenja 2,5 sata tjedno. U 2022. dolazi do porasta uplata 75% za Magisterij profesionalnog kuhanja te 15% za mjesečne pretplate. Rast unutar startupa iznosi 25% za Magisterij, a 85% za mjesečne pretplate. ROAS ili povrat ulaganja u oglašavanje je varijabla koja ima za cilj izmjeriti učinkovitost digitalnih marketinških kampanja prema postavljenim ciljevima. Konkretno, ROAS je postotak ostvarenog prihoda u

odnosu na uloženo i odgovara na temeljno pitanje u marketingu. Iznosi rast od 2,5 puta u odnosu na 2021. kod Magisterija, a kod mjesečnih pretplata iznosi povećanje od 4 puta. Trošak pridobivanja kupca (CAC) za Magisterij je 40%, a za mjesečne pretplate 0%. CHURN odnosno stopa odlaska/napuštanja mjesečnih pretplata je 39%. LTV, to jest omjer kredita i vrijednosti kod Magisterija iznosi 550 €, a kod mjesečnih pretplata 275 €. AOV, to jest prosječna vrijednost narudžbe iznosi 500 € u prvom, a 130 € u drugom slučaju. Korištenje platforme za Magisterij je 30 min po danu, a pretplata 37 min po danu. Zadovoljstvo kupaca je 4.5/5 u oba slučaja. Na grafikonu 11. se može vidjeti rast i rentabilnost proizvoda pogotovo 2021. godine kada dolazi do izbacivanja Magisterija profesionalnog kuhanja na tržište.

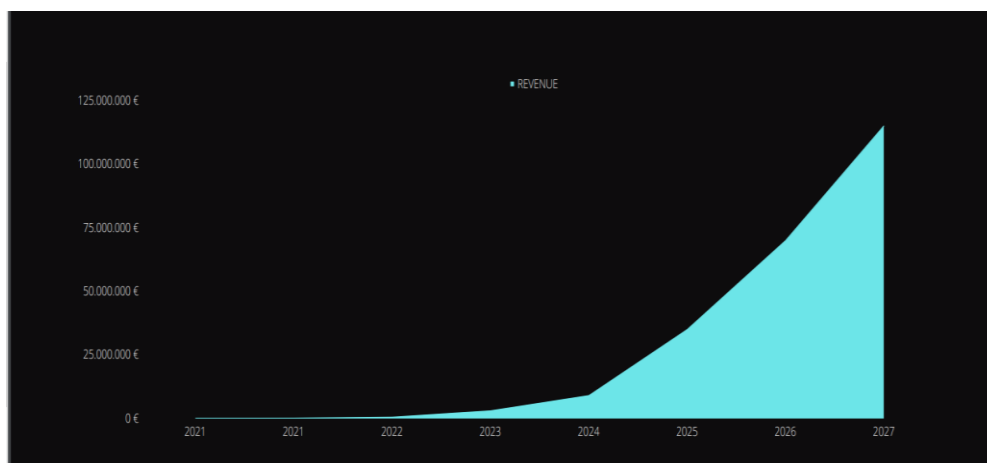
Grafikon 11. Rast i rentabilnost Talent Class-a



Izvor: Talent Class (interni dokument)

Na grafikonu 12. se vidi plan poslovanja Talent Class-a koji ukazuje na rast prihoda do 100.000 € do 2026. godine. S pretpostavkom na rast e-učenja, Talent Class se procjenjuje kao lider za profesionalnu online edukaciju u ugostiteljstvu.

Grafikon 12. Procjena prihoda Talent Class-a



Izvor: Talent Class (interni dokument)

5.5. Predviđanja na temelju poslovnog plana startupa Talent Class

Na temelju poslovnog plana Talent Class-a može se zaključiti kako će poslovanje napredovati, kako će se povećavati prodaja i neto dobit u svakoj sljedećoj godini te će se troškovi mijenjati te povećavati zbog potrebe za razvojem. Prema poslovnom planu ukupni prihodi 2021. godine iznosili bi 98.676 € te je fokus na tečajevima kuhanja. 2022. godine rastu zbog prodaje Magisterija profesionalnog kuhanja te iznose 412.006 €. Procjenjuje se da će 2023. godine iznositi 1.726,978 € zbog znatne pojačane prodaje Magisterija profesionalnog kuhanja i B2B poslovanja. Troškovi za 2021. godinu iznosili bi 735.010 €. Najzastupljeniji su troškovi proizvodnje sadržaja koji iznose 274.503,12 €, zatim troškovi plaća od 205.029,00 € te troškovi prodaje i marketinga koji iznose 156.830,88 €. U 2022. godini dolazi do preokreta, troškovi se smanjuju na 486.546 € jer troškovi proizvodnje sadržaja padaju na 20.507,89 € znači da se smanjio za 92,53%, to jest 13,39 puta. Troškovi koji su najzastupljeniji su trošak plaća koji iznosi 189.383,33 € i trošak prodaje i marketinga koji iznosi 174.552,41 €. Provizija profesorima povećala se s 4.933,81 eura na 15.543,39 € s 2021. na 2022. godinu. Procjenjuje se da će se troškovi 2023. godine povećati na 1.403.441 što je skoro tri puta više nego prethodne 2022. godine. Raspodjela glavna dva troška odnosi

se na prodaju i marketing (877.937,81 €) i trošak plaća (319.800,00 €). Trošak proizvodnje sadržaja ne postoji, a raste provizija profesorima na 86.348,91 €. EBITDA je financijski pokazatelj koji pokazuje dobit prije oduzimanja kamata, poreza, deprecijacije i amortizacije. 2021. godine iznosila je -636.334 €, 2022. godine -74.558, a 2023. godine je pozitivna, što znači poslovanje u dobitku i iznosi 323.538 €. Ukupni porezi 2021. godine iznose -154.972,03 €, 2022. godine -18.639,49 € i 2023. 80.884,42 €. 2021. godine ostvaruje se gubitak od 509.041,09 €, 2022. godine gubitak od 98.660,25 € te 2023. potencijalna neto dobit od 197.371,28 €. Stanje gotovine na početku 2021. iznosi 466.005,91 € što uz financiranja od 295.000,00 iznosi 251.964,82 €. 2022. godine početno stanje je 92.881,32 € uz financiranje od 90.000,00 € iznosi na kraju 2022. 84.221,07 €. 2023. godine na kraju iznosilo bi 422.560,22 €.

6. ZAKLJUČAK

U ovom diplomskom radu prikazano je financiranje razvoja startupa Talent Class kroz njegovo poslovanje i obilježja. Prvotno je pobliže opisano poslovanje startupa kroz razvoj proizvoda od godine osnutka (2019.) do danas. Zatim su navedene ključne značajke i povijest razvoja startupa te je prikazan Business Model Canvas. Prikazani su financijski izvještaji te izvori financiranja startupa. Na temelju rada može se donijeti zaključak da do snažnog rasta startupa Talent Class ne bi moglo doći bez odgovarajućih financijskih sredstava. Želja za poboljšanjem i razvojem online obrazovanja u svijetu kuhanja navela je osnivače na poduzetničku ideju o osnivanju online platforme kuhanja koja bi mogla služiti gurmanima, ali i profesionalnim kuharima u rastu i razvoju uz profesore koji imaju puno iskustva pred sobom i njihovi restorani ili oni sami imaju Michelinove zvjezdice. Ideja, inovativnost uz trud i rad stručnjaka nije dovoljna kako bi se realizirala sama od sebe stoga je potraga za financijskim sredstvima bila nužna. Osnivači prvotno kreću u financiranje startupa Talent Class putem *bootstrapping-a*, zatim se financiraju putem poslovnih anđela od kojih je najznačajniji Sixto Arias, trenutni generalni direktor. *Crowdfunding* odvija se putem platforme StartupXplore koja uspješno napreduje i 2022. dolazi do zatvaranja runde od 500.000 €. Financira se putem *venture capitala* koji vjeruju da Talent Class ima snažni potencijal za rast i velike stope povrata. Putem financijskih izvještaja bilance i računa dobiti i gubitka može se pratiti financijsko stanje startupa Talent Class, ali oni ne prikazuju snagu, inovativnost, potencijal i brzi rast startupa Talent Class-a koji investitori sa znanjem i iskustvom promatraju uz analizu ključnih pokazatelja uspješnosti. Investitori prepoznaju rast dvaju tržišta, a to su gastronomija te e-učenje koja uključuje Talent Class stoga investicije sve više rastu i poslovanje se razvija. Također, ključan resurs u ovom startupu su zaposlenici, snažan, dinamičan i prije svega tim koji funkcionira na visokoj razini te svatko ima inovativne, nove ideje koje se dijele i o kojima se raspravlja. Može se zaključiti da do uspjeha dolazi zbog kvalitetne suradnje između dva mlada osnivača José Manuel de Arias Alastrué i Ignacio Carrera Rodríguez koji imaju poduzetničke ideje, snagu i volju za dokazivanjem s višestrukim poslovnim anđelom Sixto Ariasom bogatim iskustvom, praktičnim znanjem i kapitalom. Uz navedene stručnjake, kvalitetan marketing koji prati trendove i tehnologiju, kapital je jedan od ključnih resursa za daljnji rast i razvoj startupa. Procjenjuje se da će određeni investitori biti zainteresirani za ulaganje u Španjolsku kao zemlju s velikim mogućnostima za napredak te da će stručnjaci biti zainteresirani doći živjeti u Španjolsku zbog pogodnosti koje posjeduju.

POPIS LITERATURE

1. 3D Poslovne financije, Zašto volimo i podržavamo Startup poduzetničke ideje?, dostupno na: <https://poslovne.3dfinancije.hr/poslovni-savjeti/zasto-volimo-i-podrzavamo-start-up-poduzetnicke-ideje/>, [17. svibanj 2022.]
2. 4 Founders Capital, <https://www.4founderscapital.com/>, [18. lipnja 2022.]
3. Aestus Group, Kako financirati startup?, dostupno na: <https://aestus.hr/kako-financirati-startup/>, [20. lipnja 2022.]
4. BBVA, dostupno na: <https://www.bbvaresearch.com/buscador/?searchbbvaresearch=startups> [17. svibanj 2022.]
5. BMI, dostupno na: <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>, [18. lipnja 2022.]
6. Centre of planning and economic research, A START-UP INNOVATION DEVELOPMENT FRAMEWORK: THE BUSINESS MODEL CANVAS AND BLUE OCEAN STRATEGY, dostupno na: https://www.researchgate.net/profile/Vlassis-Missos/publication/357449369_Missos_V_Prodromidis_P_and_Reziti_I_eds_2021_Special_issues_on_regional_entrepreneurship_and_innovation_planning/links/61ced91cd4500608167cb8a7/Missos-V-Prodromidis-P-and-Reziti-I-eds-2021-Special-issues-on-regional-entrepreneurship-and-innovation-planning.pdf#page=253, [18. lipnja 2022.]
7. Dealflow, dostupno na: <https://dealflow.es/>, [18. svibanj 2022.]
8. Economy pedia, Poduzetnički sustav u Španjolskoj, dostupno na: <https://hr.economy-pedia.com/11030266-this-is-the-entrepreneurial-ecosystem-in-spain> [15. svibanj 2022..]
9. El Referente, dostupno na: <https://elreferente.es/> [18. svibanj 2022.]
10. Emprenderalia magazine, Business Model Canvas, dostupno na: <https://www.emprenderalia.com/aprende-a-crear-modelos-de-negocio-con-business-model-canvas/> [15. lipanj 2022.]
11. Encomenda, dostupno na: <https://encomenda.com/>, [18. lipnja 2022.]
12. European Commission, 24 EU Member States commit at Digital Day to take action to support growth of EU Startups, dostupno na: [72](https://digital-</div><div data-bbox=)

- strategy.ec.europa.eu/en/news/24-eu-member-states-commit-digital-day-take-action-support-growth-eu-startups, [12. lipnja 2022.]
13. European Commission, DECLARATION on the EU Startup Nations Standard of Excellence, dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/digital_day_2021_eu_startups_nations_standard_E5ABE041-D7B1-AB1C-0A9E441F36C5FBCD_74944%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/digital_day_2021_eu_startups_nations_standard_E5ABE041-D7B1-AB1C-0A9E441F36C5FBCD_74944%20(2).pdf), [18. lipnja 2022.]
14. Full Scale, SWOT ANALYSIS FOR STARTUPS, dostupno na: <https://fullscale.io/blog/swot-analysis-for-startups/>, [19. lipnja 2022.]
15. Grčić Fabić M., Oštarić M., Poduzetnički ekosustav i institucionalna potpora startup poduzetništvu u Republici Hrvatskoj [online], 1(1):79-96., dostupno na: <file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/MonografijaSTABILNOSTINSTITUCIONALNIRastiperspektiverazvoja..2022.pdf>, [17. svibanj 2022.]
16. Guía didáctica - Master de Cocina profesional, dostupno na: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGpFzsrsqLSQQkkRWQPMGPxZqSC?projector=1> [15. svibanj 2022.]
17. Instituto Nacional de Estadística, dostupno na: https://www.ine.es/buscar/searchResults.do?Menu_botonBuscador=&searchType=DEF_SEARCH&startat=0&L=0&searchString=startup, [17. svibanj 2022.]
18. Investments, Atomico, dostupno na: <https://2020.stateofeuropeantech.com/chapter/investments/article/investments-geo-industry/>, [12. lipnja 2022.]
19. Itning - Youtube, dostupno na: <https://www.youtube.com/channel/UCCbCxpkzNKxWXYf0AtZDsZw> [12. svibanj 2022.]
20. Izvori financiranja start up poduzeća, dostupno na: http://bic-vukovar.hr/web/ink/images/BIC/dokumenti/BIC_2_Izvori_financiranja_start_up_poduzeca.pdf, [17. svibanj 2022.]
21. KPMG, Cuantos puntos a valorar antes de invertir en startups, dostupno na: <https://www.kpmgimpulsa.es/blog/invertir-en-startups-criterios-de-evaluacion> [14. svibnja 2022.]
22. Lider Media, Analiza: Što se značajno dogodilo za domaći startup ekosustav u 2021. godini?, dostupno na: <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/analiza-sto-se->

- [znacajno-dogodilo-za-domaci-startup-ekosustav-u-2021-godini-140412](#) , [14. svibnja 2022.]
23. Lider, Hrvatska je jedna od tri članice EU koje nisu potpisale deklaraciju o startupima, dostupno na: <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/hrvatska-je-jedna-od-tri-clanice-eu-koje-nisu-potpisale-deklaraciju-o-startupima-135895>, [15. lipnja 2022.]
24. Poduzetnik.biz, Savjeti za maksimiziranje bogatstva ekosustava startupa, dostupno na: <https://poduzetnik.biz/produktivnost/savjeti-za-maksimiziranje-ekosustava-startupa/> , [13. svibanj 2022.]
25. Recopilación de Información., Cliente Talent Class, dostupno na: https://docs.google.com/document/d/1qxuO8wRXiS_NmnXNkGDdy1Xr8-aTrL1CPPng1Ec3WgM/edit [16. svibanj 2022.]
26. S. Shead, CNBC, EU proposes new rules to boost start-ups and catch up with the U.S. and China on tech (2021.) dostupno na: <https://www.cnbc.com/2021/03/19/eu-startup-nations-standard-aims-to-help-europe-catch-us-and-china-.html?fbclid=IwAR2TLSXF8Jy-9yoKXV8XaxkmaOegeExJ0rOOgKXDENNb6t8HUumQN7QOzU8>, [18. lipnja 2022.]
27. Salwin, Golda, Kraslawski, Waszkiewicz, Sustainability (2022.), The Use of Business Model Canvas in the Design and Classification of Product-Service Systems Design Methods, dostupno na: <file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/sustainability-14-04283-v2.pdf>, [19. lipnja 2022.]
28. Startups, ICEX, dostupno na: <https://www.investinspain.org/content/icex-invest/en/startups.html>, [25. lipnja 2022.]
29. Startups, TechCrunch, dostupno na: <https://techcrunch.com/category/startups/>, dostupno na:, [18. svibanj 2022.]
30. Sve o poduzetništvu, dostupno na: <http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=213> [14. svibanj 2022.]
31. Talent Class, dostupno na: https://www.talent-class.com/master-de-cocina-profesional?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=master4_pdf&gclid=Cj0KCQjw1ZeUBhDyARIsAOzAqQL8RMgXqMHw6ejul-1KBgUPnu3Vsy96b3WMysg9ti1D8Oxe_gXPJf8aAu6kEALw_wcB [14. svibanj 2022.]

32. The World Bank, Rast, konkurentnost i inovacije, 8(3,4):117-121, dostupno na: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/489961604613850152-0080022020/original/6Rastkonkurentnostiinovacije.pdf> , [17. svibanj 2022.]
33. Tintor Ž (2020.), ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA U FUNKCIJI DONOŠENJA KVALITETNIJIH UPRAVLJAČKIH ODLUKA, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/347946>
34. Točka na I, Kako prikupiti sjemenski kapital i osnažiti svoj startup, dostupno na: <https://tockanai.hr/poduzetnik/edukacija/kako-prikupiti-sjemenski-kapital-i-osnaziti-svoj-startup-44511/> , [25. lipnja 2022.]

POPIS SLIKA

Slika 1. Ponuda startupa Talent Class.....	4
Slika 2. Profesori majstorskih tečajeva Talent Class-a.....	6
Slika 3. Aurelio Morales, šef restorana CEBO.....	9
Slika 4. Životni ciklus startupa.....	10
Slika 5. Tim startupa Talent Class.....	12
Slika 6. Prikaz Business Model Canvas.....	18
Slika 7. Facebook stranica Talent Class-a.....	24
Slika 8. Instagram stranica Talent Class-a.....	24

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Starost kupaca proizvoda startupa Talent Class	20
Grafikon 2. Razlog odabira proizvoda startupa Talent Class	20
Grafikon 3. Preferencije kupaca startupa Talent Class	20
Grafikon 4. Rast startupa diljem Europe 2020. godine.....	31
Grafikon 5. Pad uloženog kapitala u Španjolskoj u 2020. godine	32
Grafikon 6. Uloženi kapital u Španjolskoj 2020. godine.....	33
Grafikon 7. Pad uloženog kapitala u obrazovanju 2020. po mjesecima.....	34
Grafikon 8. Porast ulaganja u Španjolskoj u 2021.....	37
Grafikon 9. Dotok internacionalnih i europskih stručnjaka 2021.....	39
Grafikon 10. Prihodi u Latinskoj Americi od učenja.....	66
Grafikon 11. Rast i rentabilnost Talent Class-a	68
Grafikon 12. Procjena prihoda Talent Class-a	69

POPIS TABLICA

Tablica 1. Bilanca na dan 31.12.2021. u eurima.....	43
Tablica 2. Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 01.01.2021. do 31.12.2021 u eurima	46
Tablica 3. Početne faze financiranja startupa Talent Class.....	52
Tablica 4. Faze financiranja 18.08.2020.....	55
Tablica 5. Faza financiranja u rujnu 2021.	57
Tablica 6. Faza financiranja u prosincu 2021.	58

ŽIVOTOPIS

Rođena sam 06. srpnja 1997. godine u Zagrebu u Hrvatskoj. Pohađala sam II. gimnaziju u Zagrebu koju sam upisala 2012. godine. 2016. godine upisujem Integrirani preddiplomski i diplomski studij Poslovne ekonomije na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu te na diplomskom studiju odabirem smjer Financije. Za vrijeme studiranja bila sam aktivna članica dvije studentske udruge, a to su Hrvatska Studentska Asocijacija i Tourism Lab gdje sam sudjelovala na brojnim projektima. Za vrijeme članstva u HSA bila sam voditelj projekta Osposobljavanje mladih u kriznim situacijama (2020.). Sudjelovala sam na projektu INVESTO konferencija u sklopu odabranog smjera Financije. Prisustvovala sam brojim konferencijama, kako na fakultetu tako i izvan. Završila sam tečaj komunikacije i odnosa. Za vrijeme studiranja radila sam u Gradskom stambenom komunalnom gospodarstvu kao asistent u računovodstveno-financijskom sektoru (srpanj, 2016.), u Zagrebačkom holdingu na Autobusnom kolodvoru u Zagrebu (srpanj, 2017.), u Amadria parku kao recepcionar i Guest experience (srpanj i kolovoz 2021.) te u T-Comm-u kao in-agent (studeni i prosinac 2021.). Bila sam demonstrator na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu na katedri za Makroekonomiji i gospodarski razvoj (2018. i 2019.). U siječnju 2022. odlazim na Erasmus stručnu praksu u Madrid, u Španjolsku, gdje radim na španjolskom jeziku kao marketing&business asistent u startupu Talent Class koji je u fokusu ovog diplomskog rada. Najizazovniji zadatak bio je vođenje B2B suradnje s poduzećem Interaceituna. Od stranih jezika govorim španjolski jezik (C1), engleski jezik (B2) i njemački jezik (B1). Od računalnih vještina, samostalni sam korisnik Microsoft Office-a (Word, Excel, Power Point). Od ostalih vještina posjedujem upornost, marljivost, timski rad, liderstvo, dobre komunikacijske i prezentacijske vještine, poštivnost, inovativnost, poduzetnički duh.