

Poduzetništvo u Hrvatskoj

Mirt, Barbara

Master's thesis / Diplomski rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:613903>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 209/PE/2018

PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

Barbara Mirt

Varaždin, ožujak 2018.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br. 209/PE/2018

PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

Student:

Barbara Mirt

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet

Varaždin, ožujak 2018.

Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Barbara Mirt	MATIČNI BROJ	0364/336D
NASLOV RADA	Poduzetništvo u Hrvatskoj		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Entrepreneurship in Croatia		
KOLEGIJ	Ekonomika poduzetništva		
MENTOR	izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet		
ČLANOVI POVIJERSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Goran Kozina, predsjednik		
	2. izv. prof. dr. sc. Ante Rončević, član		
	3. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, mentorica		
	4. doc. dr. sc. Damira Đukec, zamjenski član		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	209/PE/2018
OPIS	<p>Zadatak diplomskog rada je analiza stanja poduzetništva u Hrvatskoj. Poduzetništvo je pokretač gospodarske aktivnosti jer poduzetnici svojim radom stvaraju novu vrijednost, omogućuju otvaranje novih radnih mjesta i utječu na društvo u cjelini.</p> <p>U uvodnom dijelu rada definirat će se osnovni pojmovi – poduzetništvo, poduzetnik, rizik i ideja te razvoj poduzetništva. Zatim će se opisati razvoj poduzetništva i poduzetnička infrastruktura u Hrvatskoj.</p> <p>Analizirat će se porezna davanja i ostale obveze poduzetnika, te poduzetničke potpome institucije – ministarstva, državne i lokalne agencije te europski fondovi. Opisano će biti stanje poduzetništva žena i edukacija za poduzetništvo.</p> <p>U posljednjem dijelu rada prikazat će se na primjeru Zagorske razvojne agencije kako funkcionira i što sve ulazi u djelaznost agencije za potporu poduzetništvu.</p> <p>U zaključku rada bit će obrazložen stav o stanju poduzetništva u Hrvatskoj obzirom na prepreke, ali i na potporu poduzetnicima putem raznih institucija.</p>

U VARAŽDINU, DANA

07.03.2018



PODPIS MENTORA

DIR 01 PE

SAŽETAK

Poduzetnika se ne može opisati jednom riječju, čak ni definicijom. Kroz povijest razni autori su definirali poduzetnika i poduzetništvo različitim definicijama, ali postoje osobine koje su zajedničke većini poduzetnika. To su uporan rad, kreativnost, preuzimanje rizika, oni su inovatori i pozitivno djeluju na zajednicu. Poduzetništvo je u stalnom porastu i doprinosi ekonomskom razvoju društva u kojem djeluje. To je proces stvaranja nove vrijednosti kombinacijom i iskorištavanjem različitih resursa. U ovom radu napravljena je analiza stanja poduzetništva u Hrvatskoj. U tu svrhu prikazan je pregled poreza i ostalih obaveza poduzetnika te institucionalni okvir za podršku poduzetnicima i sektoru malog gospodarstva. Objašnjene su strategije institucija i načini potpore poduzetnicima. Također je dan pregled stanja malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. Neizostavno kod poduzetništva je obrazovanje za poduzetništvo na koje se danas sve više stavlja naglasak. Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja koja ima definiranu strategiju razvoja poduzetništva žena. Kao primjer rada institucije za podršku poduzetnicima izabrana je Zagorska razvojna agencija kao trenutno jedina takva institucije na području Krapinsko zagorske županije. U zaključnom dijelu rada obrazložen je stav o poduzetništvu uzimanjem u obzir svih negativnih strana, te nasuprot toga svega što poduzetnicima olakšava rad i omogućuje da i dalje sudjeluju u gospodarstvu zemlje svojim poduzetničkim pothvatom.

Ključne riječi: poduzetništvo, obveze poduzetnika, poduzetničke potporne institucije

ABSTRACT

An entrepreneur is not someone we can describe using a single word, and it is not even a single definition that would be sufficient enough. In the course of history, different authors have attempted to do so within the definitions of an entrepreneur and entrepreneurship, though there are traits which are common to most entrepreneurs. These traits are the following: hard work, creativity, assuming the risk, and the fact that they are innovators and make a positive impact on the community. Entrepreneurship has been constantly on the rise, and it contributes to the economic development of the society in which it operates. It participates in the process of creating extra value through a combination and exploitation of different resources. In this research paper an analysis of the current state of entrepreneurship in Croatia has been performed. For this purpose, an overview of taxes and other liabilities of the entrepreneurs has been provided, as well as the institutional frame for the support to entrepreneurs and the small enterprise sector. The strategies of the institutions have been elaborated, as well as the ways of providing support to entrepreneurs. An overview of the current state of the small and medium enterprises in Croatia has been provided, as well. An essential element related to entrepreneurship which is increasingly been emphasized is certainly education and training in the field. Croatia is one of the few countries having a defined strategy of the female entrepreneurship development. *Zagorska razvojna agencija Ltd.* (Zagorje Development Agency) has been taken as an example of the work of the institution providing support to entrepreneurs which is currently the only institution of this kind in the Krapina-Zagorje County. The final section of the research paper contains the general position on entrepreneurship, taking into consideration all the cons, as well as all the pros facilitating their work and enabling them to participate in the economic development of the country through their entrepreneurial ventures.

Key words: entrepreneurship, business taxation of entrepreneurs, institutions providing support to entrepreneurs

1. UVOD.....	8
2. PODUZETNIŠTVO	9
2.1 Definiranje pojmova poduzetništvo i poduzetnik	9
2.2 Definiranje pojma rizika	12
2.3 Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo	13
2.4 Poduzetnička ideja	14
2.5 Faze razvoja poduzetništva	14
2.6 Osnovne značajke malih poduzeća	15
2.7 Obiteljsko poduzetništvo	16
2.8 Korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo	17
2.9 Poduzetništvo u suvremenim tržišnim uvjetima.....	18
3. PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ.....	20
3.1 Razvoj poduzetništva u Hrvatskoj	20
3.2 Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj	20
3.3 Poduzetnička infrastruktura.....	21
3.4 Financiranje poduzetničkog pothvata.....	23
4. POREZI I OSTALE OBVEZE PODUZETNIKA U HRVATSKOJ.....	25
4.1 Porez na dohodak.....	25
4.2 Porez na dobit	25
4.3 Porez na dodanu vrijednost	26
4.4 Prirez porezu na dohodak	27
4.5 Porez na potrošnju	27
4.6 Porez na automate za zabavne igre	27
4.7 Porez na cestovna motorna vozila	28
4.8 Porez na plovila	28
4.9 Porez na promet nekretnina	28
4.10 Porez na nasljedstva i darove.....	28
4.11 Porez na kuće za odmor	29
4.12 Porez na korištenje javnih površina	29
4.13 Komunalna naknada.....	29
4.14 Naknada za uređenje voda.....	29
4.15 Spomenička renta.....	29
4.16 Naknada za općekorisne funkcije šuma	30
4.17 Članarine turističkim zajednicama	30

5. INSTITUCIJE ZA POTPORU PODUZETNIŠTVU	31
5.1 Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta	31
5.2 Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije – HAMAG BICRO	34
5.3 Hrvatska banka za obnovu i razvoj - HAVOR	35
5.4 Europski fond za regionalni razvoj	36
5.5 Hrvatska gospodarska komora -HGK.....	37
5.6 Hrvatska obrtnička komora - HOK.....	38
5.7 Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća - CEPOR.....	40
5.8 CEPOR izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj.....	40
5.9 Poslovni anđeli	51
5.10 Obrazovanje za poduzetništvo	51
5.11 Poduzetništvo žena	53
6. PRIMJER PODUZETNIČKE POTPORNE INSTITUCIJE.....	57
6.1 Zagorska razvojna agencija	57
7. ZAKLJUČAK	59
8. LITERATURA.....	60

1. UVOD

Poduzetništvo je pokretač svjetskih ekonomija, pojam je moguće definirati različitim definicijama. Međutim današnje poduzetništvo karakteriziraju brze promjene u okruženju kojima se poduzetnici trebaju čim prije i lakše prilagoditi, to je izazov, moglo bi se reći čak i način života jer poduzetnici nemaju radno vrijeme i nemoguće je posao odijeliti od privatnog života. Poduzetnici su inovatori, pozitivno utječu na zajednicu, kombinacijom različitih resursa ulaze u poslovne pothvate preuzimajući rizik s očekivanjem ostvarivanja profita.

Predmet rada je analiza stanja poduzetništva u Hrvatskoj. Suvremeni poduzetnik osim karakteristika koje opisuju većinu poduzetnika mora biti spreman i na kontinuirano obrazovanje jer razvoj i promjene nije moguće pratiti bez znanja iz različitih područja poslovanja. Na poduzetničko poslovanje djeluje poduzetnička kultura i tradicija zemlje, zatim porezni sustav te institucije za potporu poduzetništvu na državnoj i lokalnoj razini. Oni svojom djelatnošću promoviraju poduzetništvo, informiraju o ulasku u poduzetništvo, pomažu i pripremi razne dokumentacije, financiraju poduzetnike.

U radu su definirane i objašnjene strategije i planovi za podršku poduzetnicima institucija na nacionalnoj razini. Pregled stanja malog i srednjeg gospodarstva analiziran je kroz Izvješće koje je napravio CEPOR koje pokazuje stanje poduzetničke aktivnosti i razloge zbog kojih se pokreće poduzetnički pothvat, zatim inovativni potencijal poduzeća, izdatke za istraživanje i razvoj, financijsku efikasnost poduzeća i ostale pokazatelje stanja gospodarstva u Hrvatskoj.

Primjer poduzetničke potporne institucije na županijskoj razini odnosi se na Zagorsku razvojnu agenciju, trenutno jedinu takvu instituciju na području Krapinsko zagorske županije.

Na kraju rada objasniti će se stav o stanju poduzetništva u Hrvatskoj, koje su prednosti i nedostaci, tj. poteškoće i pomoći koje poduzetnici mogu očekivati kada ulaze u svoj poduzetnički pothvat.

„Neki su ekscentrični, drugi besprijekorni konformisti, neki su debeli, drugi mršavi; neki su zabrinuti, drugi opušteni; neki su teški pijanice, drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetna šarma i topline, drugi nemaju osobnost veću od smrznute skuše“¹ Peter Drucker

2. PODUZETNIŠTVO

2.1 Definiranje pojmova poduzetništvo i poduzetnik

Pojam poduzetništva dolazi od riječi poduzeti, znači ne čekati da se nešto dogodi nego krenuti u akciju. Poduzetnik poduzima određene pothvate i pri tome preuzima neizvjesnost i rizik.

„Poduzetništvo je proces u kojem se stvara nešto vrijedno skoro ni iz čega“² prof. Jeffry A. Timmons, SAD

Kroz povijest mnogi autori su u svojim djelima opisivali poduzetnika. John Stuart Mill je prvi u Engleskoj uveo pojam poduzetnika te je istaknuo da je preuzimanje rizika karakteristika koja poduzetnika razlikuje od menadžera. Začetnik modernog poduzetništva je Josef Schumpeter, on izdvaja poduzetnika od ostalih poslovnih ljudi i uvodi pojam inovacija u poduzetništvu. Kroz povijest uz pojam poduzetnik i poduzetništvo uglavnom su se vezali pojmovi rizik i inovacije.

„Poduzetništvo je proces prepoznavanja prilike, prikupljanje sredstava za njenu realizaciju, stvaranje i raspodjela novostvorene vrijednosti. U tom procesu poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.“³

Poduzetništvo je proces u kojem se kombinacijom proizvodnih faktora izvodi poduhvat koji će rezultirati profitom, a poduzetnik u tome riskira novac, vrijeme, zdravlje, društveni ugled, obitelj kako bi svojom kreativnošću i inovativnošću osmislio proizvod ili uslugu koja će mu donijeti profit. Danas mnoga svjetski poznata poduzeća započela su kao mala

¹ Hunjet, A., Kozina, G. (2014) Osnove poduzetništva, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 4]

² Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 14]

³ Hunjet, A., Kozina, G. (2014) Osnove poduzetništva, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 6]

poduzeća s poduzetničkom vizijom osnivača, to su npr. Ford Motor, BMW, Fiat, Microsoft, Michelin, Ikea, Benetton.

Unatoč svim negativnim stranama poduzetništva ono je u stalnom usponu te doprinosi ekonomskom razvoju društva u kojem djeluje.⁴

Kroz vrijeme promijenila su se sredstva, poslovna oruđa i običaji, opće okruženje ali bitna poduzetnička značajka je ostala spremnost da se kombiniranjem novih tehnologija, znanja i tržišnih prigoda uđe u poslovne pothvate koji donose profit.⁵ Ako poduzetnik ne uspije u svom poduzetničkom pothvatu, on mora znati i gubiti, ali ako uspije ne zadovoljava se postignutim već ide dalje, traži nove ideje i mogućnosti.

Poduzetnici su kreatori, inovatori i vođe koji imaju pozitivan utjecaj na zajednicu i pojedince u obliku mijenjanja radnih navika, učenja, vođenja. Oni pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge te na taj način pokreću ekonomiju. Oni stvaraju novu vrijednost s visokim potencijalom.⁶

Poduzetništvo uključuje inovacije, uporan rad, rizik, kreativnost, znanje, obrazovanje, planiranje, procjenu, predviđanje, motiv, moral, energiju i smjelost. Poduzetništvo i poduzetnika nikada nije moguće u cijelosti odrediti, nije moguće obuhvatiti, analizirati i ocijeniti sve attribute ovih pojmova jer je svaki poduzetnički pothvat specifičan, svaki poduzetnik je drugačiji kao osoba, svaki poslovni plan je individualan i svaka poduzetnička aktivnost se događa u drukčijem političkom, ekonomskom, pravnom i kulturnom okruženju.

„Pozdravite svaki problem kao priliku. Svaki trenutak je najveći izazov, najljepša stvar koja vam se dogodila. Što je problem teži, veći je izazov riješiti ga.“⁷ Grace Speare

Poduzetništvo je izazov, više od želje za uspjehom, više od inovativnosti, više od znanja i upornog rada, više od novog proizvoda, više od tržišta, više od novog potrošača...

Poduzetništvo je proces u kojem se stvaraju vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike.⁸ Poduzetnički projekt je stvaranje

⁴ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 11]

⁵ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 101]

⁶ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 102]

⁷ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 1]

⁸ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 1]

vrijednosti prihvaćanjem rizika i inovativnosti. Poduzetnici su pokretači gospodarstva, oni kroz svoju inicijativu, kreativnost i inovacije utječu na stvaranje novoga, drugačijeg i humanijeg društva. Poduzetnici se ne mire s postojećim stanjem, iz toga se rađaju nove ideje. Sve zajedno, cjelokupno djelovanje poduzetnika, rezultira društvenim napretkom.

„Poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, sve podrazumijevajući spremnost na borbu protiv prepreka, spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik.“⁹

U literaturi o poduzetništvu spominju se tri modela poduzetništva – američki, europski i azijski model.

Američki model poduzetništva ističe ekonomsku i socijalnu slobodu, pod ekonomskom slobodom se podrazumijevaju:¹⁰

- sposobnost stvaranja, zaključivanja i izvršenja ugovora bez prethodnog vladina odobrenja ili uključivanja,
- sposobnost stvaranja i samostalnog korištenja profita,
- sposobnost ulaženja u ekonomske aktivnosti, kao što su prodaja ili kupnja s minimumom vladine kontrole.

Vladino uključivanje u poduzetnički proces je minimalno, te se svodi samo na registraciju poduzeća, inspekcije pridržavanja zdravstvenih standarda i standarda zaštite na radu, inspekcije obračuna i uplate poreza.

U ovom modelu pojedinac je slobodan voditi se svojim osobnim interesom, štite se prava pojedinca, nastoji se uravnotežiti moć pojedinaca i poduzeća, te individualna i poslovna prava.

Europski model postavlja socijalne slobode ispred ekonomskih, u slučaju neslaganja između vlade i poduzetnika društveni ciljevi su u prednosti. Vlada kreira okvire za poduzetništvo, te pomoću zakona osigurava ostvarenje socijalnih ciljeva ravnopravnosti i kvalitete života. Moć pojedinca veća je od one koju ima poduzeće.¹¹

⁹ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 1]

¹⁰ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 60]

¹¹ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 61]

Azijski model postavlja ekonomske slobode ispred socijalnih sloboda, povezuje trgovce i vlade kako bi se izjednačili u društvenoj moći, dok pojedinci nemaju moć. Poduzeće se može baviti poslovima bez vladina miješanja, ali može imati i direktnu potporu vlade. Zakonodavstvo služi za zaštitu lokalne industrije od uvoza.¹²

2.2 Definiranje pojma rizika

Poduzetništvo znači ulaganje da bi se u budućnosti došlo do željenih rezultata, a što je poduzeće bolje upoznato s kretanjima na tržištu i uvjetima poslovanja to je vjerojatnost da će se postići cilj u pogledu ostvarene dobiti. Svaka prilika i svako ulaganje sa sobom donosi i određenu stopu rizika.

U području poslovne ekonomije rizik se definira kao:

- rizik kao opasnost gubitka – opasnost gubitka ili štete, mogućnost nepovoljnog budućeg razvoja,
- rizik kao varijabilnost ili disperzija – mogućnost drukčijeg ishoda od onog što se očekivalo,
- rizik u zakonskom smislu – opasnost u okviru poslovne aktivnosti.

Pojam rizik ima nekoliko značenja:

- općenito značenje je u smislu da upućuje na opasnost od nastupa nekog događaja koji se nije očekivao i od kojeg je nastala šteta ili gubitak,
- u poslovnom životu može biti uzrokovan lošim odlukama i zakazivanjem ljudskog faktora ili nekim nepredvidivim događajem,
- u području poslovnih financija opasnost da posao prouzroči gubitak u financijskom poslovanju,
- u smislu osiguranja od opasnosti koje obavlja određena osiguravajuća institucija.

Vrste rizika.¹³

- eksterni: pravni, zakonski, tehnološki, politički, prirodni, tržišni,
- interni: menadžerski, organizacijski, komunikacijski, personalni, kulturalni, rizici ponašanja,

¹² Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 61]

¹³ Škrčić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 190]

- operativni rizici: prodaje, proizvodnje, razvoja, informacijsko-tehnološki, rizici procesa, logistike,
- financijski: financijskog tržišta, potraživanja, likvidnosti, cjenovni, promjena tečaja.

Menadžment rizika je proces aktivnosti i pristup menadžmenta usmjeren na očuvanje imovine i dohodovne moći poduzeća i sprečavanje rizika gubitka. Upravljanje rizikom se ostvaruje pomoću analize rizika, mjere za povećanje sigurnosti i nadzora nad rizicima. Upravljanje rizicima znači prepoznavanje, procjenjivanje i klasificiranje rizika po važnosti, nakon čega slijedi racionalna uporaba resursa kako bi se minimalizirala, pratila i kontrolirala vjerojatnost i utjecaj nepoželjnih događaja. Upravljanje rizikom također uključuje poduzimanje svih aktivnosti u svrhu očuvanja imovine poduzeća i postizanja pozitivnog poslovnog rezultata. Svrha upravljanja rizicima je povećanje transparentnosti rizika radi pojednostavljenja upravljanja i odlučivanja, omogućuje jasniji pogled u budućnost menadžmentu.¹⁴

2.3 Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Kao prednosti ulaska u poduzetništvo navode se preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom, mogućnost mijenjanja stvari, mogućnost iskorištavanja svojih potencijala i ostvarivanje neograničenih profita.

Jedna od prednosti ulaska u poduzetništvo je stjecanje kontrole jer vlastito poduzeće pruža poduzetniku slobodu i mogućnost postizanja svojih ciljeva.

Nedostaci ulaska u poduzetništvo su nesigurnost dohotka, rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme i naporan rad, niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja i visoka razina stresa.

¹⁴ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 198]

2.4 Poduzetnička ideja

Poduzetnička ideja je zamisao poduzetnika, a na putu do realizacije mora proći razna preispitivanja dok se proglasi mogućom poslovnom prigodom. Poduzetnička ideja se stvara, za razliku od poslovne prigode koja se ukazuje zbog tržišnih okolnosti ili zbog promjena u društveno-gospodarskom okruženju.¹⁵ Svaka ideja nije i tržišna prigoda, poduzetnici imaju osjećaj za prepoznavanje isplative poslovne prigode. U tome je razlika između poduzetnika i ostalih što poduzetnik zna prepoznati pravu ideju i formirati ju u isplativu prigodu.

Najčešće poduzetnici dolaze do ideja iz hobija, talentiranosti, zbog svoje stručnosti, jer se pojavila prilika na tržištu ili su izumili nešto novo. Poželjno je da poduzetnik bude domišljat i da je sposoban iznalaziti nova rješenja.

Philip Kotler navodi sljedeće izvore kao potencijalno vrsne izvore stvarnih poduzetnika:¹⁶

- vodeće kupce, potrošače ili korisnike – poduzetnici traže od kupaca da opišu probleme koje imaju kod korištenja proizvoda, izvori ideja su u reklamacijama kupaca,
- znanstvenike – rezultati rada znanstvenika dobri su izvor ideja za kemijsku, elektroničku i farmaceutsku industriju,
- konkurente – poduzetnici u nedostatku vlastitih ideja podliježu kopiranju proizvoda konkurenata ukoliko ne postoji patentna zaštita,
- trgovačke predstavnike i trgovce na malo,
- upravu poduzeća.

2.5 Faze razvoja poduzetništva

1. faza razvoja: poduzetništvo u razdoblju od 50-ih do 60-ih godina 20. stoljeća
Dominacija velikih poduzeća usmjerena na masovnu proizvodnju i masovnu potrošnju, dok je uloga maloga privatnog poduzetništva neznatna.

2. faza razvoja: poduzetništvo u razdoblju od 60-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća

¹⁵ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 153]

¹⁶ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 155]

Naftna kriza i kriza velikih gospodarskih subjekata rezultirala je velikom nezaposlenošću te aktivnom politikom zapošljavanja i samozapošljavanja.

3. faza razvoja: poduzetništvo u razdoblju od druge polovice 70-ih godina do 90-ih godina 20. stoljeća

Fazu karakterizira intenzivan razvoj kompjutorske industrije, masmedije, franšizing i proizvodnja glazbeno-zabavnih sadržaja.

4. faza razvoja: poduzetništvo u 90-im godinama 20. stoljeća

90-te se nazivaju godine poduzetništva. Formira se velik broj novih poduzeća te poduzetničke grupe u svim gospodarskim djelatnostima.

5. faza razvoja: poduzetništvo danas

Razvoj tehnologije omogućuje malim poduzećima izvoz na globalna tržišta. Primjećuje se trend seljenja potražnje kupaca od proizvoda poznatih proizvođača prema proizvodima manje poznatih marki.¹⁷

2.6 Osnovne značajke malih poduzeća

Mala poduzeća su trend u razvoju suvremenog društva, ona obogaćuju raznovrsnost ponude i potražnje. Najvećim dijelom zadovoljavaju potražnju za dobrima i uslugama koja velika poduzeća teže podmiruju, odnosno, može se reći da popunjavaju prazne prostore koje velika poduzeća ne mogu popuniti. Mala poduzeća mogu se brže prilagoditi novim potrebama zbog relativno velikog stupnja rekonstrukcije sredstava rada i njihovog boljeg iskorištavanja. Tako omogućuju bržu primjenu novih tehnoloških rješenja.

Mala poduzeća uglavnom imaju linijsku strukturu te efikasniju i bržu komunikaciju što rezultira većom elastičnošću i većom produktivnosti rada. Kreativnost i inovativnost su značajke koje su bitne za uspješnost poslovanja, a to su karakteristike malih poduzeća. Mala poduzeća se brže prilagođavaju situaciji na tržištu, te je takvim poduzećem lakše upravljati.

Mala poduzeća imaju i slabosti kao npr. neodgovarajuće financiranje, nedovoljno razvijen menadžment, planiranje je često nerazvijeno i podcjenjuje se, nepostojanje istraživačko-

¹⁷ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 17-18]

razvojnih službi, nepotpunost informatičkih znanja poduzetnika i nedovoljna količina bitnih informacija o događajima u okruženju.¹⁸

2.7 Obiteljsko poduzetništvo

Obiteljska poduzeća su znatan dio poduzetništva, ona uključuju neki oblik obiteljskog sudjelovanja kod kontrole strateškog odlučivanja. Obiteljsko poduzetništvo je preklapanje posla, obitelji i vlasništva. Obiteljska povezanost, visok stupanj povjerenja i motiviranost su prednosti ovih poduzeća. Obiteljska poduzeća dijele se na:¹⁹

- aktivna obiteljska poduzeća – osobni nadzor poslovanja od strane članova obitelji,
- obiteljska poduzeća s odsutnošću vlasnika – poslovanje vode osobe koje nisu članovi obitelji, u ime i za račun obitelji,
- latentna obiteljska poduzeća – jedan član obitelji je uključen kao vlasnik ili predsjednik dok ostali članovi nisu uključeni, ali je moguće da budu uključeni u budućnosti.

Za uspješno poslovanje obiteljskog poslovanja potrebno je izgraditi način donošenja odluka u poduzeću i procesu upravljanja poduzećem, omogućiti članovima obitelji sudjelovanje u poslu te ih nagraditi i unaprijediti ovisno o ostvarenim učincima, pripremiti se na konflikte koji proizlaze iz preklapanja obiteljskog života i poslovnog, ugraditi obiteljske vrijednosti i kulturu u poslovanje poduzeća jer to omogućuje ostvarivanje prednosti u odnosu na konkurente.

Prednosti obiteljskog poduzetništva.²⁰

- obiteljska povezanost i želja da se očuva stečeno,
- spremnost obitelji na odricanje zbog posla,
- visoka razina brige za pojedince,
- usmjerenost na dugi rok,
- naglasak na tradiciju poduzeća,
- potiče zajedništvo obitelji,
- omogućuje razvoj pojedinačnih osobina članova obitelji,
- visoka transparentnost poslovanja glede prihoda, troškova, dobiti i raspodjele,

¹⁸ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 9]

¹⁹ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 11]

²⁰ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 13]

- jednostavnija i učinkovitija organizacija,
- izravan kontakt s dobavljačima i kupcima te stvaranje individualnih i prijateljskih veza.

U osnovne nedostatke se ubraja:²¹

- članovi obitelji su menadžeri i vlasnici što može dovesti do neprofesionalnosti i improvizacija,
- nedostatak stručnih, specijalističkih i upravljačkih znanja,
- miješanje obiteljskih i poslovnih odnosa,
- generacijski sukob između roditelja i djece, različite želje i ideje koje mogu imati,
- visoka rizičnost poslovanja, više članova obitelji u istom poslu, ukoliko dođe do problema u poslovanju to utječe na cijelu obitelj,
- ograničenost izvora financiranja,
- nedostatak vremena za obiteljski život.

Povezanost posla, obitelji i vlasništva su karakteristike ovog tipa poduzeća i u tome su njegove prednosti, ali isto tako i nedostaci. Unatoč nedostacima povezanost obitelji i njihova želja za uspjehom te odricanje u svrhu poduzeća obećava još veći uspjeh u budućnosti.

2.8 Korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo

U velikim poduzećima u cilju unapređenja poslovanja javlja se potreba za inovativnošću i fleksibilnošću te se strategija poslovanja počinje fokusirati na koncept poduzetničkog razmišljanja. Uvođenje poduzetničkog razmišljanja u velika poduzeća poznato je pod pojmom korporativno poduzetništvo. To je proces u kojem velika poduzeća traže nove načine korištenja, održavanja ili zadržavanja inovacija i ostvarenja profita, te zaposleni formiraju poduzeća unutar postojeće velike organizacije. Korporativno poduzetništvo ima karakteristike tradicionalnog poduzetništva, usredotočenost na inovacije, kreiranje proizvoda koji imaju dodanu vrijednost, investiranje u različite aktivnosti. Razlika između tradicionalnog poduzetnika i korporativnog je u potpori koju korporativni ima od strane poduzeća, također oni moraju dobiti odobrenje za realizaciju ideje, dok su tradicionalni poduzetnici samostalni i odgovaraju sami sebi. U velikim organizacija dolazi do problema

²¹ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 14]

kontrole poslovanja, teško je znati točno tko što radi, otežana je komunikacija, a javlja se i interna konkurencija.

Velike korporacije potiču poduzetništvo zbog toga što tehnologija i globalizacija povećavaju konkurenciju s kojom se natječu, te je teže održati poziciju na tržištu, a i zaposlenici su više odani takvim kompanijama.²²

U velikim poduzećima dolazi i do gubljenja poduzetničkog duha, to se događa zbog prirode velikih organizacija (međuljudski odnosi, puno razina odlučivanja, korporativna kultura), te zbog potrebe za kratkoročnim profitima. Također i zbog nedostatka poduzetničkog talenta i neprikladnih metoda kompenzacije.²³

2.9 Poduzetništvo u suvremenim tržišnim uvjetima

Poduzetnikom u suvremenim tržišnim uvjetima smatra se osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, koji ima viziju, jasne ciljeve i strategiju za ostvarivanje istih te koji zna koncipirati poslovni plan.

Istraživanjima se došlo do tri razloga zašto se ljudi odlučuju na poduzetništvo, to su iskorištavanje prilike, samozapošljavanje i nastavljanje obiteljskog posla. Poduzetnici traže nove prilike, nova tržišta, razvijaju i nude nove proizvode, to je posljedica izuzetne volje, truda i napora za ostvarivanje ciljeva. Poduzetnike karakterizira veliko samopouzdanje koje ih potiče na rezultate, na isprobavanje nečeg novog, na ne odustajanje i važan je pokretač u životu i poslu poduzetnika, jer uglavnom su privatni i poslovni život poduzetnika povezani.

U svijetu u kojem su ideje pokretači ekonomije, gdje se inovacije i poduzetništvo doživljavaju kao jedna cjelina, sve se više povećava uloga znanja kod postizanja konkurentskih prednosti i generiranju ekonomskog rasta. Suvremeno poduzetništvo se navodi kao četvrti faktor proizvodnje, nakon radne snage, prirodnih resursa i kapitala.²⁴

²² Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 14]

²³ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 19]

²⁴ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 25]

Ekonomija bazirana na poduzetništvu je ona u kojoj poduzetnik djeluje pod utjecajem manjih rizika, gdje poduzetničke aktivnosti i privatne investicije rastu.

Bitne odrednice poduzetničkih društava su kulturološko prihvaćanje poduzetnika, umreženost poduzetničke infrastrukture, uspostavljanje financijskih tržišta, povećana ulaganja u istraživanje i razvoj, zaštita intelektualnog vlasništva, privrženost edukaciji i obrazovanju, otvorenost društva za nove poduzetničke inicijative.²⁵

Najvažniji zaključak iz povijesti ekonomskog razvoja je da nikada ne treba odustajati, ne postoje čudotvorna rješenja, nema savršenstva, nema zlatnog doba, nema apokalipse. Stavovi se neprekidno moraju preispitivati, treba se dobro slušati i promatrati, objašnjavati i definirati ciljevi.²⁶ Uspješan poduzetnik budućnosti posjedovati će karakteristike neophodne za uspjeh kao što su stvaranje značenja u onom što rade, znati će uskladiti talente i prihvatiti kaos, te ubrzati učenje i oboružati se znanjem.²⁷

Poduzetnik budućnosti je istraživač, svjestan je nepredvidivosti, kaotičnosti, neizvjesnosti, rizičnosti, ali unatoč tomu on nastoji unaprijediti staro i izmisliti novo za dobrobit svih. U suvremenom poduzetništvu mora se smći hrabrosti biti drugačiji.²⁸

²⁵ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 26]

²⁶ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 40]

²⁷ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 41]

²⁸ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 44]

3. PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

3.1 Razvoj poduzetništva u Hrvatskoj

Hrvatska kao zemlja gospodarske i društvene tranzicije s nedovoljnim poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem i iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu nema predispozicije za razvoj poduzetništva. Međutim, unatoč preprekama, broj poduzetnika raste. Pozitivne efekte na poduzetništvo imaju projekti i program poticanja putem državnih i lokalnih poduzetničkih potpornih institucija. Razvoj poduzetništva u Hrvatskoj koči neprovođenje reformi u obrazovnom sustavu te nepostojanje karakteristika društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladati poduzetničko upravljanje.

3.2 Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj

Prva inicijativa za poticanje poduzetništva nastala je u Sisku 1991. godine pokretanjem poduzetničkog inkubatora, ELICON, unutar Željezare Sisak. Iste godine u Rijeci osnovan je PORIN koji pruža potporu poduzetnicima koji pokreću vlastiti posao. Godinu dana kasnije Vlada RH i Hrvatska gospodarska komora osnivaju CROATEH d.o.o. kao potporu tehnološkom razvoju malih tvrtki.

Godine 1993. u Zagrebu počinje raditi Centar za poduzetništvo d.o.o. osnovan s ciljem provođenja rezultata postignutih u sklopu projekta „Menadžment i poduzetništvo – 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća.“

Godinu dana kasnije u sklopu koncerna KONČAR osnovan je tehnološki park koji danas djeluje kao Tehnološki park Zagreb. Poslovno-inovacijski centar – BICRO osnovalo je Ministarstvo znanosti i tehnologije 1997. godine.

Osnivanjem Uprave za obrt, zadruga, mala i srednja poduzeća te provođenjem Probnog programa razvitka malog gospodarstva 1997. godine počinje intenzivniji razvoj sustavnih poticajnih aktivnosti za razvitak malog gospodarstva. U sklopu Programa osnovano je desetak poduzetničkih centara, inkubatora i zona za malo gospodarstvo, pokrenuto je kreditiranje poduzetnika i osnovana savjetodavna mreža za malo gospodarstvo.

Mjere i aktivnosti Programa obuhvaćaju:²⁹

- promidžbu privatnog poduzetništva putem medija radi stvaranja pozitivnog odnosa prema poduzetništvu i informiranja poduzetnika o poticajima,
- bespovratne potpore poduzetnicima za korištenje usluga Hrvatske mreže,
- povoljne kredite koji se dodjeljuju na temelju županijskih kriterija i javno objavljenih natječaja,
- izgradnju institucionalne potpore,
- komercijalizaciju inovacija koja obuhvaća dodjelu potpora za tehničko-tehnološko vrednovanje i opremanje inovacija,
- izobrazbu za potrebe razvitka poduzetništva putem licenciranih učitelja poduzetništva, savjetnika i promotora.

Jedna od mjera poticanja poduzetništva bio je Poduzetnički impuls 2012. i 2013. Poduzetnički impuls za 2012. godinu proveden je putem 24 poticajna projekta bespovratnih potpora kroz mjere konkurentnost poduzetništva, unapređenje poduzetničke infrastrukture i obrazovanje za poduzetništvo i obrtništvo. Poduzetničkim impulsom 2013. su mjere poticanja poduzetništva definirane kroz područja gospodarski oporavak i razvoj poduzetništva, tehnološki razvoj i jačanje konkurentnosti, regionalni razvoj i korištenje fondova EU.

3.3 Poduzetnička infrastruktura

1. Razvojne agencije – mogu biti lokalne, županijske ili za određene djelatnosti. Zadužene su za provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva, poticanje i privlačenje investicija te realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva.
2. Poduzetnički centri – provode mjere za razvoj i poticanje poduzetništva i predstavljaju središta stručne i edukativne pomoći poduzetnicima
3. Poslovni inkubatori – pomažu poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata
4. Poduzetnički akceleratori – pružaju podršku poduzetnicima u fazi razvoja i širenja poslovanja
5. Poslovni parkovi – prostor za smještaj poduzetnika s ciljem privlačenja domaćih i inozemnih investicija

²⁹ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 29-30]

6. Znanstveno-tehnološki parkovi – osnovani su zbog komercijalizacije znanstvenih rezultata i poticanja suradnje između znanstvenika i poduzetnika
7. Centri kompetencije – provode istraživačke projekte razvojnog ili proizvodnog karaktera³⁰

Programi poduzetničke infrastrukture u RH uključuju poduzetničke centre, poduzetničke zone i poduzetničke inkubatore.

Poduzetnički centri su središta stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima, a razvijaju se u svim županijama. Njihova zadaća je promovirati poduzetništvo, informirati o ulasku u poduzetništvo, o poticajima, pomažu u pripremi poslovnih planova, dodatnog obrazovanja poduzetnika, ostali oblici pomoći, suradnja s lokalnom i područnom samoupravom te preuzimanje dijela stručnih poslova lokalne samouprave u razvoju gospodarstva.

Funkcije poduzetničkog centra:³¹

- pružanje besplatne savjetodavne i konzultantske pomoći,
- besplatne informacije o projektima i programima u poduzetništvu,
- organiziranje putem info točke,
- organiziranje informativnih aktivnosti u lokalnim medijima,
- organizacija seminara za poduzetnike, usluge Interneta i povezivanje poduzetnika,
- organizacija sajmova i sudjelovanja na sajmovima za poduzetnike,
- koordinacija poduzetničkih aktivnosti u lokalnoj sredini.

Poduzetničke zone omogućuju jednostavnije, brže i jeftinije pokretanje proizvodnih aktivnosti. Poduzetnička poslovna zona treba osigurati osnivanje i izgradnju proizvodnog objekta u najkraćem mogućem roku. Dio poduzetničke zone je centar za edukaciju i savjetovanje o mogućnostima financiranja, potrebnoj proizvodnji i načinu poslovanja.

Poduzetnički inkubatori su potpora novoosnovanim i mladim poduzećima koja su tek počela s poslovanjem ili su u fazi razvoja. Cilj inkubatora je proizvodnja uspješnih poduzeća koja će inkubaciju napustiti sa zadovoljavajućom financijskom moći i samostalnošću. Poduzetnički inkubatori nude usluge poslovnog vođenja, pomoć u marketingu, povezivanje s drugim poduzećima, edukacije, povezivanje s

³⁰ <https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842>, preuzeto 20.02.2018.

³¹ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 73]

investitorima/strateškim partnerima i tehnološku komercijalizaciju. Poduzetnički inkubatori imaju ulogu pomaganja novo formiranim poduzećima, stabilizacije poduzeća, širenja poduzeća i privlačenja poduzeća.

Usluge poduzetničkih inkubatora obuhvaćaju subvencioniran zakup prostora, administrativne usluge, pomoć kod planiranja i savjetodavne usluge, promocije, organizacija seminara, financijsko savjetovanje i podrška kod realizacije kreditnih programa.³²

Osim institucija na nacionalnoj razini, potporne institucije na lokalnim razinama uključene su u provedbu svih poticajnih mjera usmjerenih razvoju poduzetništva. Njihova uloga je osiguravanje pravovremenih informacija poduzetnicima potrebnih za poslovanje, pružanje stručne, financijske i savjetodavne pomoći te organizacija edukativnih seminara namijenjenih poduzetnicima.³³

Provedba strateških pravaca razvoja i aktivnosti u interesu malog gospodarstva RH ne bi bila moguća bez mreže potpornih institucija namijenjene podršci, promociji i razvoju malog gospodarstva.

3.4 Financiranje poduzetničkog pothvata

Poduzeća u Hrvatskoj se najčešće koriste unutarnjim izvorima financiranja što je osobito izraženo kod malih i velikih poduzeća. Od vanjskih izvora najzastupljeniji je bankarski kredit, a od nebankarskih najzastupljeniji je *leasing* posebno u srednjim poduzećima.

Najveći dio vlastitih sredstava poduzetnika dolazi od ušteđevine stečene tijekom godina. Prema istraživanjima većina poduzetnika na poduzetništvo se odlučuje iz nužde stoga vlastita sredstva čine značajan dio financiranja poduzetnika.

Državni programi financiranja obuhvaćaju davanje nepovratnih potpora, subvencioniranje kamata na kredite, davanje jamstava s ciljem poticanja novog zapošljavanja, povećanja

³² Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin [str. 165]

³³ Buble, M., Kružić, D. (2006) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb [str 199]

broja inovacija, unapređenja konkurencije i povećanja efikasnosti. Europska unija nastoji ostvariti osam temeljnih ciljeva:³⁴

- uklanjanje teškoća administrativnog, financijskog i pravnog karaktera,
- poticanje integriranja malih i srednjih tvrtki u jedinstveno tržište,
- pomoć malim i srednjim tvrtkama u svrhu korištenja programa EU, pri čemu se osobita pozornost usmjeruje manje razvijenim regijama,
- podrška svim oblicima usluga koje su u funkciji razvoja malih i srednjih tvrtki,
- promocija suradnje i partnerstva,
- pomoć u nabavi kapitala,
- unapređenje kvalitete menadžerskog djelovanja malih i srednjih tvrtki,
- korištenje iskustva malih i srednjih tvrtki pri donošenju novih normi.

³⁴ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb [str 270]

4. POREZI I OSTALE OBVEZE PODUZETNIKA U HRVATSKOJ

4.1 Porez na dohodak

Dohodak se utvrđuje kao razlika između poslovnih primitaka i poslovnih izdataka koji su nastali u istom poreznom razdoblju. Porezno razdoblje je kalendarska godina. Od 1. siječnja 2016. godine obveznici poreza na dohodak od djelatnosti obrta plaćaju prema godišnjoj prijavi poreza u prethodnoj godini. Obveznik je dužan plaćati predujmove najkasnije do kraja mjeseca za prethodni mjesec. Porezne stope za obračunavanje predujma poreza na dohodak: ³⁵

1. do 2.200,00 kn stopa od 12%
2. od 2.200,00 kn – 13.200,00 kn stopa od 25%
3. iznad 13.200,00 kn stopa od 40%

Dohodak od samostalne djelatnosti može se umanjiti za iznos isplaćenih plaća i uplaćenih doprinosa na plaću novozaposlenim radnicima. To pravo obrtnik može koristiti godinu dana od dana zaposlenja, odnosno tri godine za radnike s invaliditetom.

4.2 Porez na dobit

Porezni obveznik je trgovačko društvo, druga pravna ili fizička osoba (obrtnik) koja obavlja gospodarsku djelatnost samostalno, trajno i radi ostvarivanja dobiti; tuzemna poslovna jedinica inozemnog poduzetnika; fizička osoba koja ostvaruje dohodak od obrta ako je u prethodnom poreznom razdoblju ostvario ukupni primitak veći od 3.000.000,00 kn ili ako ispunjava dva od slijedeća tri uvjeta: ³⁶

1. u prethodnom razdoblju ostvario dohodak veći od 4000.000,00 kn
2. ima dugotrajnu imovinu u vrijednosti od 2.000.000,00 kn
3. u prethodnom razdoblju zapošljava više od 15 radnika

Porezno razdoblje je jedna godina, a porezna osnovica je dobit koja se računovodstveno utvrđuje kao razlika prihoda i rashoda prije obračuna poreza na dobit, uvećana i umanjena prema odredbama Zakona o porezu na dobit. Porez na dobit obračunava se i plaća po stopi

³⁵ https://www.porezna-uprava.hr/HR_publicacije/Prirucnici_brosure/Obrtnici_2012.pdf, preuzeto 20.02.2018.

³⁶ https://www.porezna-uprava.hr/HR_porezni_sustav/Stranice/porez_na_dobit.aspx, preuzeto 20.02.2018.

od 20%. Kao i kod poreza na dohodak i porez na dobit se plaća kao predujam prema godišnjoj prijavi za prethodnu godinu.

4.3 Porez na dodanu vrijednost

Obveznik plaćanja PDV-a je svaka osoba koja samostalno obavlja bilo koju gospodarsku djelatnost bez obzira na svrhu i rezultat obavljanja te djelatnosti; svaka osoba koja povremeno isporučuje nova prijevozna sredstva; obveznik koji na području Republike Hrvatske nema sjedište, poslovnu jedinicu, prebivalište ili boravište, ali u tuzemstvu obavlja isporuke dobara ili usluga.

PDV-om se oporezuju:³⁷

1. isporuke dobara ili obavljanje usluga u tuzemstvu uz naknadu,
2. neovlašteno izdavanje računa s iskazanim PDV-om,
3. stjecanje dobara unutar EU uz naknadu,
4. stjecanje novih prijevoznih sredstava i trošarinskih proizvoda,
5. uvoz dobara, kad su ispunjeni propisani uvjeti.

Razdoblje oporezivanja je od prvog do posljednjeg dana u mjesecu, iznimno za obveznike kojima je vrijednost isporučenih dobara i usluga u prethodnoj kalendarskoj godini manja od 800.000,00 kn razdoblje oporezivanja je od prvog do posljednjeg dana tromjesečja. Obveza obračuna PDV-a nastaje kada su dobra isporučena ili usluge obavljene. Obveza obračuna PDV-a nastaje na dan primitka plaćanja, a pravo na odbitak pretporeza u trenutku kada je obveznik platio račun za isporučena dobra ili obavljene usluge. Porezne stope PDV-a su 25%, 13% ili 5%.

Stopa od 5% primjenjuje se na sve vrste kruha, sve vrste mlijeka, knjige, lijekove izdane na liječnički recept, medicinsku opremu i pomagala, kino ulaznice, novine, znanstvene časopise.

³⁷ https://www.porezna-uprava.hr/HR_porezni_sustav/Stranice/porez_na_dodanu_vrijednost.aspx, preuzeto 20.02.2018.

Stopa od 13% primjenjuje se na usluge smještaja, usluge pripremanja hrane i usluživanje pića, novine i časopise, jestiva ulja i masti, dječju hranu, isporuku vode, bijeli šećer, ulaznice na koncerte.

Stopa od 25% primjenjuje se na oporezive isporuke dobara i usluga u svim slučajevima kada se ne primjenjuju stope od 5% i 13%.

4.4 Prirez porezu na dohodak

Prirez porezu na dohodak plaća se ako je gradskom ili općinskom odlukom propisana obveza plaćanja prireza. Porezna osnovica je svota poreza na dohodak. Porezne stope: ³⁸

1. općina po stopi do 10%,
2. grad ispod 30.000 stanovnika po stopi do 12%,
3. grad iznad 30.000 stanovnika po stopi do 15%,
4. grad Zagreb po stopi do 18%.

Porezni obveznik je dužan platiti prirez istodobno s plaćanjem poreza na dohodak.

4.5 Porez na potrošnju

Porezni obveznik je obrtnik koji pruža ugostiteljske usluge, a osnovica je prodajna cijena pića što se proda u ugostiteljskim objektima. Stopa koja se primjenjuje najviše do 3% prema odluci grada ili općine.

4.6 Porez na automate za zabavne igre

Obveznik plaćanja je obrtnik koji automate za zabavne igre stavlja u uporabu u zabavnim klubovima, ugostiteljskim objektima, javnim objektima i drugim javnim prostorima. Svota poreza je 100,00 kn mjesečno po aparatu. Obveznik je dužan platiti svotu poreza do kraja tekućeg mjeseca za naredni mjesec.

³⁸ https://www.porezna-uprava.hr/HR_publicacije/Prirucnici_brosure/Obrtnici_2012.pdf, preuzeto 20.02.2018

4.7 Porez na cestovna motorna vozila

Obveznik je vlasnik registriranog osobnog automobila i motocikla. Predmet oporezivanja je osobni automobil do 10 godina starosti i motocikl. Porez se plaća prema snazi motora iskazanoj u kW i godinama starosti vozila. Plaća se u roku 15 dana od dostave rješenja o utvrđivanju tog poreza.

4.8 Porez na plovila

Obveznik je obrtnik vlasnik plovila, a predmet oporezivanja je plovilo prema dužini u metrima, s kabinom ili bez, te snazi motora iskazanoj u kW. Rok plaćanja poreza je 15 dana od dostave rješenja o utvrđivanju tog poreza.

4.9 Porez na promet nekretnina

Obveznik plaćanja poreza je obrtnik stjecatelj nekretnine kada se na to stjecanje ne plaća PDV. Osnovica za utvrđivanje i plaćanje poreza je tržišna vrijednost nekretnine u trenutku nastanka porezne obveze. Plaća se po stopi od 5% u roku 15 dana od dana dostave rješenja o utvrđivanju poreza na promet nekretninama.

4.10 Porez na nasljedstva i darove

Obrtnik koji naslijedi ili primi kao dar ili stekne po drugoj osnovi bez naknade imovinu na koju se plaća porez na nasljedstva i darove. Porezna obveza nastaje u trenutku pravomoćnosti rješenja o nasljeđivanju, pravomoćnosti odluke državnog tijela ili suda, trenutku sklapanja ugovora o darovanju, u trenutku primitka dara u slučaju kad ugovor nije zaključen. Osnovica je iznos gotovine te tržišna vrijednost financijske i druge imovine na dan utvrđivanja porezne obveze, nakon odbitka dugova i troškova što se odnose na imovinu na koju se plaća taj porez. Stopa se propisuje županijskom odlukom, a može biti do 5%. Rok za plaćanje je 15 dana od dostave rješenja o utvrđivanju tog poreza.

4.11 Porez na kuće za odmor

Obveznik je obrtnik vlasnik kuće za odmor. Kuća za odmor je svaka zgrada ili dio zgrade ili stan koji se koriste povremeno ili sezonski. Predmet oporezivanja je četvorni metar površine kuće. Iznos poreza od 5,00 do 15,00 kn po četvornom metru korisne površine. Utvrđena svota plaća se u roku 15 dana od dostave rješenja o utvrđivanju tog poreza.

4.12 Porez na korištenje javnih površina

Obveznik je obrtnik koji koristi javnu površinu, a predmet oporezivanja je javna površina koju je takvom odredio grad ili općina.

4.13 Komunalna naknada

Komunalna naknada je prihod proračuna jedinice lokalne samouprave, a plaćaju je vlasnici, odnosno korisnici stambenog prostora, poslovnog prostora, garažnog prostora, građevinskog zemljišta koje služi u svrhu obavljanja poslovne djelatnosti, neizgrađenog građevnog zemljišta. Naknada se plaća mjesečno, najkasnije do 15. u mjesecu za protekli mjesec.

4.14 Naknada za uređenje voda

Naknada za uređenje voda koristi se za provedbu obrane od poplava, gradnju građevina za odvodnju te ostale slične namjene. Naknadu plaćaju vlasnici, odnosno korisnici zemljišta i drugih nekretnina na slivnom području. Plaća se prema jedinici površine, a visina naknade utvrđuje se Uredbom o visini naknade za uređenje voda.

4.15 Spomenička renta

Spomenička renta plaća se po četvornom metru korisne površine poslovnog prostora. Obveznici plaćanja su fizičke osobe i pravne osobe koje su obveznici poreza na dohodak ili poreza na dobit, a koje obavljaju gospodarsku djelatnost u objektima koja su kulturno dobro ili na području kulturno povijesne cjeline.

4.16 Naknada za općekorisne funkcije šuma

Prema Zakonu o šumama, pravne i fizičke osobe koje obavljaju gospodarsku djelatnost u RH obveznici su plaćanja naknade za korištenje općekorisne funkcije šuma. Naknada se plaća u visini 0,0265% od ukupnih prihoda ostvarenih u zemlji i inozemstvu bez PDV-a.³⁹

4.17 Članarine turističkim zajednicama

Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama uređuje se obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici. Članarina je prihod turističkih zajednica. Obveznici plaćanja su pravne i fizičke osobe koje u turističkoj općini ili gradu imaju svoje sjedište ili podružnicu, a koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem djelatnosti povezanih s turizmom.⁴⁰

³⁹ https://www.hok.hr/press/novosti/naknada_za_opcekorisne_funkcije_suma, preuzeto 20.02.2018.

⁴⁰ <https://www.zakon.hr/z/341/Zakon-o-%C4%8Dlanarinama-u-turisti%C4%8Dkim-zajednicama>, preuzeto 20.02.2018

5. INSTITUCIJE ZA POTPORU PODUZETNIŠTVU

Institucionalni okvir za podršku poduzetnicima i sektoru malog gospodarstva na nacionalnoj razini:

1. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta,
2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije – HAMAG BICRO,
3. Hrvatska banka za obnovu i razvoj - HAVOR,
4. Europski fond za regionalni razvoj,
5. Hrvatska gospodarska komora - HGK,
6. Hrvatska obrtnička komora - HOK,
7. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR.

5.1 Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta

Aktualne strategije i akcijski planovi Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta: ⁴¹

1. Akcijski plan za provedbu strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.- 2020.
2. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020.
3. Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020.
4. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020.

Akcijski plan za provedbu strategije razvoja poduzetništva žena ima 4 strateška cilja: ⁴²

- poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika,
- poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena,
- uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu infrastrukturu,
- i promocija poduzetništva žena

koji se provode kroz 12 mjera. ⁴³

Unutar cilja poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika provode se mjere:

⁴¹ <https://www.mingo.hr/page/kategorija/dokumenti>, preuzeto 20.02.2018.

⁴² https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, preuzeto 20.02.2018

⁴³ https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, preuzeto 20.02.2018

- međuresorna radna skupina i koordinacija,
- statistička osnovica i povezivanje izvora informacija,
- i stvaranje poticajnog okruženja.

Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena provodi se kroz mjere:

- potpora poduzetnosti žena,
- poslovno umrežavanje,
- obrazovanje i osposobljavanje,
- i povoljno financiranje.

Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu infrastrukturu provodi se kroz:

- savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini,
- podrška poduzetništvu žena kroz potpurnu infrastrukturu,
- i pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena.

I promocija poduzetništva žena provodi se kroz:

- komunikacijske aktivnosti i promidžbu Strategije
- i promociju mreže i razvoja poduzetništva žena.

Akcijski plan obuhvaća šestogodišnje razdoblje, te će se praćenje provedbe odvijati na polugodišnjoj, godišnjoj i trogodišnjoj osnovi. Izvješća sadržavaju informacije o provedenim aktivnostima sa nositeljima provedbe, angažiranim financijskim sredstvima i ostvarenim rezultatima.

Strategija razvoja poduzetništva žena definira razdoblje od 2014. – 2020. godine i nastavak je Strategije koja se provodila od 2010. – 2013. godine. Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja koja ima strategija razvoja žena i obvezna je primijeniti politike EU kojima se promiče ravnopravnost između muškaraca i žena, jednake mogućnosti i nediskriminacija.

Sustavna podrška razvoju poduzetništva žena vodi do jačanja poduzetničkog kapaciteta žena. Strategija treba doprinijeti smanjenju rodne neuravnoteženosti u različitim područjima javnog života. Za izradu Strategije korištena je znanstvena studija koju je napravio CEPOR.

Strategija se temelji na aktima EU i države članice imaju zadatak izrade i realizacije nacionalne strategije koje imaju za cilj povećanje udjela žena na vodećim pozicijama poduzeća, prikupljanje statističkih podataka prema rodnom kriteriju i pripremanje izvješća o poduzetništvu žena na nacionalnoj razini, širenje mreže mentorica poduzetništva žena te provoditi politike koje će ženama omogućiti usklađivanje poslovnog i obiteljskog života.⁴⁴

Strategijom razvoja klastera žele se ojačati regionalne prednosti, konkurentnost i inovacije. Kao prednost povezivanja u klastere navode se jačanje konkurentnosti poduzeća, jačanje konkurentnosti regija, poboljšanje strukture gospodarskih aktivnosti, umrežavanje javnog, poslovnog i znanstveno-istraživačkog sektora i razumijevanje vlastitog gospodarstva.

Strategija na jednom mjestu okuplja sve koji se bave razvojem klastera i pružanjem potpore klasterima. Nacionalne strategije razvoja klastera usmjerene su prema gospodarskom rastu, većoj konkurentnosti i transferu tehnologije i naprednim inovacijama. Veliku ulogu u promicanju klastera imaju lokalna i regionalna razina kao ključne u stvaranju i povezivanju klastera inovativnih poduzeća i stvaranju novih klastera.

Cilj klusterskih organizacija je povećanje izvoza i pristup novim tržištima, transfer i uvođenje novih tehnologija, poboljšanje okvirnih uvjeta za inovacije, povezivanje komplementarnih sektora i posredničkih organizacija, uvođenje i poboljšavanje normi kvalitete i procesa u klasterima.

Unapređenje upravljanja razvoja klastera uključuje specijalizaciju regija, mapiranje klastera, uspostavu središnjeg registra klastera, mapiranje institucija, klaster organizacija i analizu međusobnih odnosa klastera.⁴⁵

Strategija razvoja poduzetništva donosi se s ciljem jačanja poduzetničkog potencijala i unapređenje kulture poduzetništva. Strategijom se želi ostvariti konkurentno i ravnomjerno razvijeno malo gospodarstvo temeljeno na rastućem broju uspješnih poslovnih subjekata, povećanju izvoza, visokom stupnju inovacija, obrazovanom i fleksibilnom menadžmentu, inovativnom proizvodnom procesu, povoljnom poslovnom okruženju i olakšanom pristupu financijskim instrumentima.

⁴⁴ https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Strategija_razvoja_poduzetništva_zena_RH12117.pdf, preuzeto 20.02.2018.

⁴⁵ https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Strategija_razvoja_klastera_RH12117.pdf, preuzeto 20.02.2018.

Stopa rasta malog gospodarstva u Hrvatskoj manja je od prosjeka EU te ima višu stopu zatvaranja poduzeća. Problem hrvatskog gospodarstva je niska razina ulaganja u istraživanje i razvoj, a samo trećina subjekata malog gospodarstva se bavi inovacijama. Podaci pokazuju da poduzetnici nemaju dovoljnu razinu obrazovanja i stručnih sposobnosti. Poduzetnici, posebno oni koji tek počinju svoj poduzetnički pothvat, imaju teškoće i kod osiguravanja financijskih sredstava.

Strategija se realizira kroz pet strateških ciljeva:⁴⁶

1. poboljšanje ekonomske uspješnosti,
2. poboljšani pristup financiranju,
3. promocija poduzetništva,
4. poboljšanje poduzetničkih vještina,
5. poboljšano poslovno okruženje.

5.2 Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije – HAMAG BICRO

HAMAG-BICRO, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije nastala je 2014. godine spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske. HAMAG-BICRO je osnovan s ciljem kreiranja jedinstvenog sustava koji će poduzetnicima pružiti podršku kroz sve razvojne faze poslovanja. Djelovanje Agencije obuhvaća poticanje osnivanja, razvoja i ulaganja u mala poduzeća, financiranje poslovanja i razvoja malih i srednjih poduzeća te davanje potpora za istraživanje, razvoj i primjenu suvremenih tehnologija. Cilj HAMAG-BICRO-a je osiguravanje financijske potpore inovativnim i tehnološkim usmjerenim malim i srednjim poduzećima, razvijanje i koordinacija mjera nacionalne politike vezane uz inovacije i osiguravanje potrebnih financijskim instrumenata za ulaganje u istraživanje i razvoj. Jedno od najvažnijih područja djelovanja HAMAG-BICRO-a je davanje jamstava.

⁴⁶ https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Strategija_razvoja_poduzetnistva_RH_2013_2020.pdf, preuzeto 20.02.2018.

Tablica 1: Odobrena i izdana jamstva HAMAG-BICRO-a po programima u 2014. i 2015. godini

Program jamstva	Broj odobrenih jamstava po programima		Broj izdanih jamstava po programima		Iznos izdanih jamstava po programima (tisuće kn)	
	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.
Rastimo zajedno	126	229	131	217	182.098,00	161.145,00
EU početnik	94	107	73	85	53.697,00	97.431,00
Poljoprivrednici	54	46	54	50	67.319,00	86.522,00
UKUPNO	274	382	258	352	303.114,00	345.098,00

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesje-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Program davanja jamstava provodi se kroz tri programa: Rastimo zajedno, EU početnik i Poljoprivrednici. U godinama 2014. i 2015. raste broj odobrenih i izdanih jamstava za programe Rastimo zajedno i EU početnik, a smanjuje se za program Poljoprivrednici, ali iznos izdanih jamstava raste po svim programima.

5.3 Hrvatska banka za obnovu i razvoj - HBOR

Hrvatska banka za obnovu i razvitak osnovana 12. lipnja 1992. godine kao razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva kroz kreditiranje, osiguranjem izvoza, izdavanjem garancija i poslovnim savjetovanjem.

Djelatnosti HBOR-a: ⁴⁷

1. Financiranje obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva,
2. Financiranje infrastrukture,
3. Poticanje izvoza,
4. Potpora razvitku malog i srednjeg poduzetništva,
5. Poticanje zaštite okoliša,
6. Osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika.

⁴⁷ <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/>, preuzeto 20.02.2018

Hrvatska banka kroz niz kreditnih programa potiče pokretanje novih i razvoj postojećih malih i srednjih poduzeća. Ciljevi HBOR-a su jačanje konkurentnosti obrta, malih i srednjih poduzeća, ravnomjeran regionalni razvoj, otvaranje novih radnih mjesta te izlazak poduzeća na nova inozemna tržišta. Tijekom 2015. godine HBOR je podržao 2589 projekata u kupnom iznosu od 12,4 milijarde kuna, što je povećanje od 127% u odnosu na broj projekata odobrenih 2014. godine, s dvostruko većim iznosom. Sredstvima HBOR-a podržani su projekti sektora turizma, proizvodnje prehrambenih proizvoda i pića, poljoprivrede i ribarstva, metaloprerađivačke industrije, proizvodnje kemikalija i kemijskih proizvoda, drvoprerađivačke i papirne industrije, tekstilne i kožarske industrije te elektroindustrije.⁴⁸

HBOR u okviru svog poslovanja odobrava kredite poduzetnicima (*start-up*, poduzetništvo žena, mladi poduzetnici). Preko FGS fondova financiraju trgovačka društva koja imaju:⁴⁹

- proizvode i usluge s visokim potencijalom rasta,
- prednost nad konkurencijom,
- dobar menadžment,
- uredno i transparentno poslovanje i dobar poslovni plan i
- prihvatljivu stopu povrata na uložena sredstva od strane FGS-a.

ESIF (Europski strukturni i investicijski fondovi) krediti za rast i razvoj su dugoročni investicijski krediti za male i srednje poduzetnike koji posluju duže od jedne godine te planiraju ulaganja u prerađivačkoj industriji, turizmu, kreativnoj industriji i uslugama temeljenim na znanju.⁵⁰

5.4 Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj jedan od fondova Europskih strukturnih i investicijskih fondova ima cilj jačanje gospodarske i socijalne kohezije te smanjivanje razlika između regija EU. Taj cilj ostvaruje se kroz podršku u razvoju i strukturnim prilagodbama

⁴⁸ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

⁴⁹ <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/fondovi-gospodarsku-suradnju-fgs/>, preuzeto 20.02.2018

⁵⁰ <https://www.hbor.hr/esif-financijski-instrumenti/>, preuzeto 20.02.2018

nacionalnih gospodarstva, kao i podršku suradnje između zemalja i regija. Usmjeren je na proizvodne investicije u cilju otvaranja radnih mjesta, infrastrukturne investicije i na lokalni razvoj i razvoj malog i srednjeg poduzetništva.

Fond je usvojen od Europske komisije 2014. godine, a korisnici fonda mogu biti istraživački centri, lokalne i regionalne vlasti, škole, korporacije, trening centri, državna uprava, mala i srednja poduzeća, sveučilišta.

Aktivnosti fonda: ⁵¹

- ulaganja u mala i srednja poduzeća koja doprinose stvaranju i očuvanju održivih radnih mjesta,
- infrastrukturna ulaganja u području energetike, okoliša, prometa te informacijskih i komunikacijskih tehnologija,
- ulaganja u socijalnu, zdravstvenu i obrazovnu infrastrukturu,
- razvoj unutarnjeg potencijala podržavanjem lokalnih i regionalnih razvoja i istraživanja te inovacija i
- tehnička pomoć.

U okviru operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.“ Hrvatskoj je na raspolaganju 6,881 milijarda eura, od čega 4,321 milijarda iz Europskog fonda za regionalni razvoj.

5.5 Hrvatska gospodarska komora -HGK

Hrvatska gospodarska komora nudi poduzetnicima informacije, baze podataka, poduzetničke edukacije, pravno savjetovanje, pomaže u spajanju poslovnih partnera, sufinancira nastupe na sajmovima i obavještava o natječajima. Komora može biti potpora kod lokalnih razvojnih agencija, banaka ili drugih državnih institucija. Također poznaje uvjete poslovanja na svim stranim tržištima i povezana je sa gospodarskim udruženjima ostalih zemalja.

U rješavanju sukoba poduzetnici se mogu obratiti sudovima pri HGK: ⁵²

- Centar za mirenje pri HGK,

⁵¹ <http://europski-fondovi.eu/program/europski-fond-za-regionalni-razvoj>, preuzeto 20.02.2018.

⁵² <https://www.hgk.hr/sudovi>, preuzeto 20.02.2018

- Stalno arbitražno sudište pri HGK i
- Sud časti pri HGK.

Djelovanje HGK organizirano je prema podjeli na djelatnosti, a sama organizacija podijeljena je prema sektorima i odjelima: ⁵³

- Sektor za međunarodne poslove i EU,
- Sektor za graditeljstvo i komunalno gospodarstvo,
- Centar za industrijski razvoj,
- Odjel za odnose s javnošću,
- Odjel za makroekonomske analize,
- Sektor za poljoprivredu, prehrambenu industriju i šumarstvo,
- Sektor za industriju i IT,
- Sektor za trgovinu,
- Sektor za financijske institucije, poslovne informacije i ekonomske analize,
- Sektor za energetiku i zaštitu okoliša,
- Odjel za poslovne informacije,
- Sektor za turizam,
- Sektor za promet i veze,
- ICC Hrvatska,
- Odjel za upravljanje kvalitetom.

5.6 Hrvatska obrtnička komora - HOK

Hrvatska obrtnička komora je samostalna stručno poslovna organizacija obrtnika osnovana radi promicanja, usklađivanja i zastupanja zajedničkih interesa obrtništva. Članovi su obrtnici koji obavljaju obrt na području Republike Hrvatske, a članstvo je obavezno.

Zadaci HOK: ⁵⁴

- promicanje obrta i obrtništva,

⁵³ <https://www.hgk.hr/sektori-i-odjeli>, preuzeto 20.02.2018.

⁵⁴ https://www.hok.hr/o_hok_u/ustroj, preuzeto 20.02.2018

- zastupanje interesa obrtnika pred državnim tijelima,
- davanje mišljenja i prijedloga kod donošenja zakona u području obrtništva,
- osnivanje povjerenstva za polaganje pomoćničkih i majstorskih ispita,
- djelovanje obrtnika,
- osnivanje arbitražnog vijeća,
- vođenje knjige obrtnika,
- pružanje pomoći obrtnicima prilikom osnutka i poslovanja obrta i
- ostali zadaci koji su određeni zakonom i statutom Hrvatske obrtničke komore.

Na području RH djeluje 20 područnih obrtničkih komora na razini županija te 115 udruženja obrtnika na razini općina i gradova.

Članovi HOK imaju razne pogodnosti: ⁵⁵

- pogodnosti kod dobavljača koji su potpisnici ugovora o suradnji projekta HOK Zajednička nabava,
- informiranje o novostima u poslovanju,
- besplatni savjeti o poslovanju,
- usluge rješavanja sporova,
- informacije i savjeti vezani uz redovno strukovno obrazovanje za obrtništvo,
- licenciranje radionica,
- provedba majstorskih ispita i ispita o stručnoj osposobljenosti,
- povoljniji nastup na sajmovima,
- besplatna objava web stranice,
- organizacija poslovnih razgovora s mogućim stranim partnerima,
- seminari i edukacije,
- zastupanje interesa kod donošenja propisa i
- upis u bazu obrta, burza ponude i potražnje.

⁵⁵ https://www.hok.hr/o_hok_u/nase_usluge, preuzeto 20.02.2018

5.7 Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća - CEPOR

Neprofitna organizacija osnovana 2001. godine, prvi think-tank⁵⁶ u Hrvatskoj koji se bavi problematikom malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.

Svojim djelovanjem želi utjecati na javno-političko okruženje s naglaskom na poduzetništvo, te mala i srednja poduzeća kao pokretače gospodarstva. Misija CEPOR-a je oblikovanje poduzetničke kulture te stimulativnog okvira za poduzetničko djelovanje.

Područja djelovanja su istraživanja vezana uz razvoj poduzetništva i malih i srednjih poduzeća kako bi se definirali problemi i predložila optimalna rješenja, zatim savjetovanje vladinih institucija kod dizajniranja i implementiranja politika koje su poticajne za razvoj poduzetništva i organiziranje aktivnosti koje omogućuju da se problemi malih i srednjih poduzeća raspravljaju i da se postignu rješenja istih.⁵⁷

CEPOR u suradnji sa istraživačkim timom Ekonomskog fakulteta u Osijeku od 2002. godine provodi Global Entrepreneurship Monitor (GEM), najveće svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti. GEM za Hrvatsku prati poduzetničku aktivnost na razini 2000 ispitanika i poduzetničku okolinu kroz faze poduzetničkog ponašanja (prepoznavanje poslovnih prilika, namjere pokretanja posla, izlazak iz poduzetničke aktivnosti) i obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od pogreške, društveni status).⁵⁸

Razina aktivnosti u pokretanju poslovnih pothvata mjeri se TEA indeksom koji predstavlja broj poduzetnički aktivnih ljudi od 100 ispitanika između 18 i 64 godina starosti.

5.8 CEPOR izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj

U 2015. godini pokrenut je Program poticanja ulaganja u vlasnički kapital inovativnih subjekata malog gospodarstva.⁵⁹

⁵⁶ Moderan tip neprofitne organizacije koja se bavi istraživanjem i edukacijom određenog problema s ciljem utjecanja na javnu raspravu i donošenje odluka, generator je novih ideja i politika

⁵⁷ <https://www.cepor.hr/o-ceporu/sto-je-cepor/>, preuzeto 20.02.2018

⁵⁸ <https://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>, preuzeto 20.02.2018

⁵⁹ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Mala i srednja poduzeća su okosnica gospodarstva, njihov značaj se prepoznaje kroz udio u zaposlenosti, ukupno ostvarenom prihodu i izvozu. U 2015. godini u Hrvatskoj posluje 106.221 mikro, malih i srednjih poduzeća koja ostvaruju udio od 54% u ukupnom prihodu, 69,2% u zaposlenosti i 50,3% u izvozu.

Prema izvještaju Europskog semestra o stanju gospodarstva u Hrvatskoj iz 2016. godine pokazuje da je Hrvatska izašla iz krize. Oporavak gospodarstva najviše je pridonio rast domaće potrošnje te investicije potaknute novcem iz fondova Europske unije.

Izvjješće navodi koji problemi su prioritetni za rješavanje: ⁶⁰

- visoka stopa nezaposlenosti mladih i niskokvalificiranih radnika,
- strukturne slabosti obrazovnog sustava i sustava socijalne zaštite,
- nedostatak financiranja i usklađenosti politike za istraživanje i razvoj,
- administrativne barijere, komplicirana i često promjenjiva zakonska regulativa, spora i neučinkovita državna administracija,
- nefunkcionalna javna uprava i
- omogućavanje drugih izvora financiranja osim bankarskog sektora.

Hrvatsko gospodarstvo, uglavnom razvoj malih i srednjih poduzeća ovisiti će o rješavanju navedenih slabosti.

⁶⁰ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Tablica 2: Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2011. – 2015. godine

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
	Broj subjekata	Broj subjekata	Broj subjekata	Broj subjekata	Broj subjekata
Mala poduzeća	89539	95597	99573	102895	105029
Srednja poduzeća	1292	1309	1268	1221	1192
Velika poduzeća	359	348	350	354	348
UKUPNO	91190	97254	101191	104470	106569

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

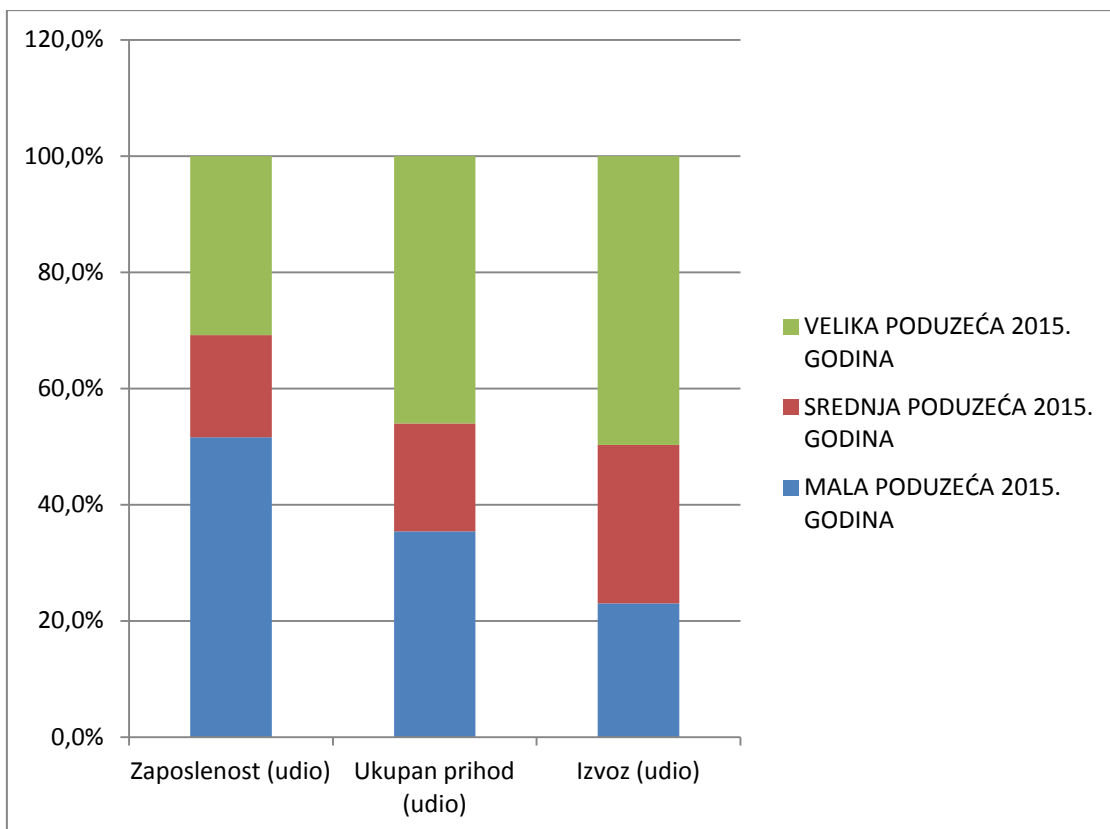
U Hrvatskoj je u godinama od 2011. do 2015. godine rast malih poduzeća, dok broj srednjih i velikih poduzeća opada.

Tablica 3: Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2014. i 2015. godini

EKONOMSKI KRITERIJI VALORIZACIJE SEKTORA	VELIČINA PODUZEĆA					
	MALA		SREDNJA		VELIKA	
	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.
Broj zaposlenih	422238	432934	145246	147250	262632	258400
Zaposlenost (udio)	50,9%	51,6%	17,5%	17,6%	31,6%	30,8%
Ukupan prihod (mil. kn)	215807	226110	112320	119100	290663	294438
Ukupan prihod (udio)	34,9%	35,4%	18,1%	18,6%	47,0%	46,0%
Izvoz (tis. kn)	24780905	26446403	27858437	31526196	53450269	57341701
Izvoz (udio)	25,2%	23,0%	23,3%	27,3%	51,5%	49,7%

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Mala poduzeća imaju najveći udio u zaposlenosti (51,6%), a najmanji u izvozu (23%) dok je situacija kod velikih poduzeća obrnuta (30,8% u zaposlenosti i 49,7% u izvozu. U ukupnom prihodu mala poduzeća imaju manji udio (35,4%) nego velika poduzeća (46%), dok srednja poduzeća u zaposlenosti (17,6%) i ukupnom prihodu (18,6%) sudjeluju s manjim postotkom nego velika i mala poduzeća, a u izvozu udio im je malo veći (27,3%) nego malih poduzeća.



Grafikon 1: Prikaz udjela malih, srednjih i velikih poduzeća u zaposlenosti, ukupnom prihodu i izvozu u 2015. Godini

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018.

Tablica 4: Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj od 2011. – 2015. godine, prema TEA indeksu

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
TEA indeks (%), Hrvatska	7,3	8,3	8,3	8	7,7
TEA indeks (%), GEM prosjek	14	12,4	14,4	14	14,5
TEA indeks (%), EU prosjek	5,3	7,8	8	7,8	8

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

TEA indeks za Hrvatsku pokazuje pad poduzetničke aktivnosti u 2015. godini u odnosu na prethodne tri godine. Po ovom pokazatelju neznatno zaostajemo za prosjekom Europske unije, ali značajno zaostajemo za indeksom zemalja čija su gospodarstva temeljena na efikasnosti, a koja su uključena u GEM istraživanje.

Kod analize poduzetničkog kapaciteta zemlje važno je razlikovati razloge zbog kojih osoba kreće u poduzetnički pothvat. Tako se pokretanje poduzetničkih pothvata mjeri indeksima TEA Prilika, TEA Nužnost i motivacijskim indeksom. Ako je motivacijski indeks veći znači da su ljudi bolje pripremljeni za pokretanje poslovnog pothvata te da su optimističniji. Hrvatska ima najniži motivacijski indeks od svih zemalja Europske unije koje su uključene u GEM istraživanje, te značajno viši TEA Nužnost indeks od prosjeka Europske unije. Viši TEA Nužnost indeks povezuje se s dugogodišnjom stopom nezaposlenosti (16,3% u 2015. godini, dok je stopa nezaposlenosti mladih iznosila 43% što je treća najviša u EU). U situaciji visoke nezaposlenosti samozapošljavanje je jedan način rješavanja problema, a Hrvatski zavod za zapošljavanje provodi mjere aktivne politike zapošljavanja koje su namijenjene osobama s poduzetničkom idejom, a prijavljene su u evidenciju nezaposlenih. Iznos od 35.000,00 kn dodjeljuje se za sufinanciranje troškova otvaranja i rada poslovnog subjekta. U 2015. godini 4885 osoba je koristilo potporu za samozapošljavanje.⁶¹

Tablica 5: Inovativni kapacitet poduzeća u Hrvatskoj prema kriteriju razvoja novih proizvoda u razdoblju 2011. – 2015. godine

Kriteriji za kategorizaciju rastućih poduzeća	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Poduzeća koja imaju nove proizvode koji su novi svima (%)	12,6	9	8,1	8,2	8,8
Poduzeća koja imaju nove proizvode koji su novi nekima (%)	25,2	21,1	21,9	19,1	19,4
Poduzeća koja imaju nove proizvode koji nisu novi nikome (%)	62,2	69,9	70,1	72,7	71,8

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Za smanjenje nezaposlenosti, osim novopokrenutih poduzetničkih pothvata, bitna su i rastuća poduzeća. Rastuća poduzeća prepoznaju se po aktivnostima koje su fokusirane na

⁶¹ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

jačanje konkurentnosti i na razvoj novih proizvoda, tehnološko osuvremenjivanje, internacionalizaciju. Kapacitet rasta poduzeća mjereno kriterijem novih proizvoda je niska. U 2015. godini bio je pad broj poduzeća čiji proizvodi su novi svima i rast poduzeća čiji proizvodi nisu nikome novi. Usporedbom s prosjekom Europske unije, Hrvatska zaostaje s udjelom poduzeća koji imaju proizvode koji su novi svima ili nekima, a značajno ima veći udio od prosjeka poduzeća s proizvodima koji nisu novi nikome.

Tablica 6: Bruto domaći izdaci za istraživanje i razvoj – Hrvatska, 2011. – 2015. godina

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Poslovni sektor	1.118.722,00	1.137.971,00	1.346.810,00	1.251.944,00	1.461.802,00
Državni sektor	685.170,00	682.141,00	686.275,00	676.146,00	700.106,00
Neprofitni sektor	3.768,00	3.471,00			
Visoko obrazovanje	694.616,00	658.574,00	654.919,00	666.514,00	691.771,00
UKUPNO	2.502.276,00	2.482.157,00	2.688.004,00	2.594.604,00	2.853.679,00

*podaci u tisućama kuna

*podaci za državni i neprofitni sektor se od 2013. godine objavljuju objedinjeni

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Za povećanje inovativnosti i konkurentnosti gospodarstva iznimno je važno ulaganje u istraživanje i razvoj. Izdaci za istraživanje i razvoj u 2015. godini bili su za 10% veći u odnosu na 2014. godinu. Za istraživanje i razvoj najviše izdvaja poslovni sektor, u 2015. godini se povećao za 16,7% u odnosu na prethodnu godinu. Prema Globalnom indeksu inovativnosti⁶² Hrvatska je u 2015. godini bila na 40. mjestu od ukupno 141 zemlje obuhvaćene ovim istraživanjem.⁶³

⁶² Globalni indeks inovativnosti mjeri razinu inovativnosti zemlje

⁶³ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Tablica 7: Financijska efikasnost poduzeća u 2014. i 2015. godini

Poduzeća	2014.	2015.
Mala		
Dobit	14.139,00	14.542,00
Gubitak	11.978,00	11.421,00
Rezultat	2.161,00	3.121,00
Srednja		
Dobit	5.369,00	5.870,00
Gubitak	8.347,00	2.329,00
Rezultat	-2.978,00	3.541,00
Velika		
Dobit	15.397,00	15.513,00
Gubitak	4.825,00	5.036,00
Rezultat	10.572,00	10.477,00
Ukupno		
Dobit	34.905,00	35.925,00
Gubitak	25.150,00	18.786,00
Rezultat	9.755,00	17.139,00

*podaci u milijunima
kuna

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Mala poduzeća su u 2015. godini ostvarila 3,1 milijardu kuna neto dobiti, što je porast od 44,5% u odnosu na 2014. godinu.⁶⁴

Tablica 8: Broj osnovanih pravnih osoba u 2014. i 2015. godini

	2014.	2015.	Razlika u broju novoosnovanih poduzeća
Trgovačka društva	12852	12429	-3,30%
Ostali	2589	1854	-28,40%
UKUPNO	15441	14283	-7,50%

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

⁶⁴ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

U 2015. godini osnovano je 7,5% manje pravnih osoba u odnosu na 2014. godinu. Prema rezultatima GEM istraživanja stopa prestanka poduzetničkog djelovanja iznosila je 1,7% što je na razini prosjeka Europske unije. Najčešći uzroci prekida poslovne aktivnosti u Hrvatskoj tijekom 2015. godine bili su porezna politika, administrativna opterećenja, problemi u pristupu financijskim resursima, te osobni ili obiteljski razlozi.

Tablica 9: Regionalne razlike u pokretanju poslovnog pothvata od 2011. – 2015. godine

Regija	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Istra, Primorje i Gorski kotar	8,7	12,2	9,6	6,8	11,8
Zagreb i okolica	9,1	9,2	10	9,5	8,2
Dalmacija	8,6	12,6	10,7	9,2	9
Sjeverna Hrvatska	5,2	5,2	3,8	8,8	7,7
Lika i Banovina	7,2	3,5	7,5	4,4	4,4
Slavonija i Baranja	4,7	5,2	6,8	5,8	3,9

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

U 2015. godini zabilježen je rast poduzetničke aktivnosti mjerene TEA indeksom u regiji Istra, Primorje i Gorski kotar. Dalmacija, Zagreb i okolica i Sjeverna Hrvatska imale su lošiji rezultat u odnosu na 2014. godinu. Poduzetnički kapacitet najniži je u regijama Lika i Banovina te Slavonija i Baranja.

Tablica 10: Regionalne razlike u stavovima o poduzetništvu 2014. i 2015. godine, GEM, % od anketirane populacije

	Namjera pokretanja poslovnog pothvata u iduće 3 godine		Vide priliku za pokretanje poslovnog pothvata u idućih 6 mjeseci		Imaju potrebno znanje, vještine i iskustvo za pokretanje poslovnog pothvata		Većina ljudi poduzetništvu smatraju dobrim izborom karijere		Mediji utječu pozitivno na razvoj poduzetničke kulture	
	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.
Istra, Primorje i Gorski kotar	30,7	24,4	23,7	25,3	49,9	47,2	68	56,6	39,4	46,1
Zagreb i okolica	21,7	22,4	21,4	25,3	49	49,1	58,3	56,3	39,6	48,2
Dalmacija	26,1	26,5	23,5	26,1	47,8	55,5	62,8	65,4	38,1	45,9
Sjeverna Hrvatska	17,3	15,7	13,9	21,9	41,9	40,8	62,1	64,2	43,9	51,2
Lika i Banovina	19,6	18	13,8	20,5	42,5	51,9	67,2	64,2	52,2	51
Slavonija i Baranja	23	16,1	11,5	12,5	41,9	40,4	67,8	64,1	36,3	43,7

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Prema istraživanju o regionalnim razlikama o stavovima u poduzetništvu u 2015. godini manje je ispitanika koji namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat u slijedeće tri godine, jedino Zagreb i okolica i Dalmacija imaju istu razinu od prethodne godine. U svim regijama raste broj onih koji vide priliku u pokretanju poslovnog pothvata u slijedećih 6 mjeseci, s tim da ih je najviše u Sjevernoj Hrvatskoj.

Tablica 11: Broj aktivnih obrta i zaposlenih u obrtima u Hrvatskoj, stanje u prosincu 2011. – 2015. godine

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Broj aktivnih obrta	86424	83714	80407	78070	76222
Broj zaposlenih u obrtima	197680	188871	181503	176973	175942

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

U 2015. godini broj obrta je bio 76222 što je smanjenje od 2,4% u odnosu na 2014. godinu i smanjenje od 11,8% u odnosu na 2011. godinu.⁶⁵

Doing Business, istraživanje Svjetske banke, prati kvalitetu regulatorne okoline i njen utjecaj na poslovanje. Rezultati istraživanja za 2016. godinu stavljaju Hrvatsku na 40. mjesto od ukupno 189 zemalja obuhvaćenih ovim istraživanjem.⁶⁶

Prema istraživanjima prepreke za razvoj sektora malih i srednjih poduzeća su:⁶⁷

- administrativne prepreke, dugotrajne i skupe procedure za pokretanje i likvidaciju poduzeća,
- neefikasnost pravosuđa,
- dugotrajne procedure registracije vlasništva,
- nedostatnost obrazovnih sadržaja za izgradnju poduzetničkih kompetencija i
- nerazvijenost neformalnih oblika financiranja pokretanja i rasta poslovnih pothvata.

Rezultati GEM istraživanja kao najveće prepreke za razvoj poduzetničke aktivnosti identificiraju vladine politike prema regulatornom okviru, poduzetničko obrazovanje i prijenos rezultata istraživanja u sektor malih i srednjih poduzeća.

U Hrvatskoj je ograničen pristup različitim vrstama izvora financiranja pokretanja, rasta i razvoja poduzetničke aktivnosti. U financiranju još uvijek su dominantni krediti banaka i kreditnih unija. Financiranje malih i srednjih poduzeća preko fondova rizičnog kapitala i neformalnih oblika financiranja koji više odgovaraju rizičnijim poduzetničkim pothvatima još uvijek nije dovoljno razvijeno. Prema GEM istraživanju u Hrvatskoj je konzistentna

⁶⁵ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

⁶⁶ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

⁶⁷ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

slaba i ograničena dostupnost financijskih sredstava netradicionalnih izvora financiranja, ali i mjere koje su poduzimale vlade u svim periodima od kad se provodi GEM istraživanje (2002. godina) bile su neučinkovite u pogledu toga.

5.9 Poslovni anđeli

Poslovni anđeli su uspješni poduzetnici i vođe kompanija, a osiguravaju početni kapital za financiranje poduzetničkih projekata visokog rizika. Oni ulaze u vlasničku strukturu i pružaju pomoć u daljnjem razvoju i poslovanju. Poslovni anđeli prenose iskustvo, znanje, vještine i kontakte za mlade poduzetnike. Interes poslovni anđeli vide u ostvarenju profita, razvoju poduzetničkih inicijativa te entuzijazmu u sudjelovanju u stvaranju nečeg novog. Poslovni anđeli su najčešće pojedinci, ali je moguće i više ulagača koji zajednički ulažu. Najčešći model ulaganja je onaj gdje poslovni anđeli za ulog dobivaju vlasništvo u tvrtki. Neke države potiču takva ulaganja uvođenjem poreznih olakšica.

CRANE (CRoatian Business Angels NEtwork) je hrvatsko udruženje poslovnih anđela koje okuplja privatne investitore koji su zainteresirani za ulaganje u inovativne tvrtke u fazi razvoja. Udruga je pokrenuta 2008. godine kao inicijativa više partnerskih institucija. Od osnivanja Udruge do kraja 2015. godine ukupno je investirano više od 23 milijuna kuna što pokazuje slabu razvijenost ovog oblika financiranja. Preduvjet za veća ulaganja je stvaranje poticajnog poslovnog okruženja i poreznih olakšica za takvu vrstu ulaganja.⁶⁸

5.10 Obrazovanje za poduzetništvo

Brzina kojom promjene utječu na društvo dovodi do mijenjanja učenja i znanja, dok programi cjeloživotnog učenja trebaju biti dostupni zainteresiranim osobama. Poduzetničko obrazovanje djeluje na stvaranje organizacija i pojedinaca koji su se sposobni prilagoditi promjenama okruženja u kojem djeluju. Poduzetničko obrazovanje kod pojedinaca razvija inovativnost i odgovornost, spremni su preuzeti rizik kod donošenja odluka.

⁶⁸ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Ciljevi poduzetničkog obrazovanja odnose se na razvoj shvaćanja uloge poduzetništva u gospodarstvu, zatim na osposobljavanje pojedinaca za preuzimanje odgovornosti na svim životnim poljima i pripremanje pojedinaca da vode i upravljaju poduzećem. Znanstveno priznavanje poduzetništva dovelo je do pozicioniranja poduzetništva kao obrazovnog područja na visokim učilištima. Povećanjem broja obrtnika, malih i srednjih poduzeća raste i potreba za poduzetničkim obrazovanjem. Takvom vrstom obrazovanja ne stječu se samo znanja za vođenjem vlastitog poduzeća već se znanja mogu primijeniti u svim područjima posla, ali i privatnog života. Vještine koje to omogućavaju su snalaženje u novim situacijama, okruženju koje je podložno čestim promjenama, brza prilagodba situaciji te komunikacijske vještine.⁶⁹

Znanja o poduzetništvu koja studenti stječu ne bi se trebala bazirati samo na teoriji već bi trebalo uključivati praktična znanja primjenjiva kod pokretanja poduzetničkog pothvata. Važno je shvaćanje ulaganja u visoko obrazovanje i prednosti koje to donosi. Poduzetničke karakteristike nameću i poduzetničko razmišljanje i efikasniju upotrebu znanja i vještina. Europska komisija inovativnost i poduzetnost prepoznaje kao ključne kompetencije koje je potrebno razvijati kroz sve razine obrazovanja.⁷⁰

U modernom društvu stjecanje i prijenos znanja odvija se kroz mreže znanja pomoću informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Znanje poduzetnika iz više područja, financija, strateškog planiranja, menadžmenta i marketinga, doprinosi bržoj i lakšoj prilagodbi na situaciju u okruženju.⁷¹

Promocija i izgradnja sustava poduzetničkog obrazovanja je jedan od glavnih ciljeva politika Europske unije. Naglasak je na važnosti razvoja poduzetničkih kompetencija kroz nove kreativne načine poučavanja na svim razinama obrazovanja te promociji poduzetništva kao odabira karijere. Ističe se da je potrebno iskustva iz stvarnog života i poslovne okoline potrebno ugraditi u obrazovanje mladih.

Godine 2010. u Hrvatskoj je usvojena nacionalna Strategija učenja za poduzetništvo 2010. – 2014. koja definira razloge učenja za poduzetništvo, te prijedlog uključivanja programa

⁶⁹ Hunjet, A. (2013) Poduzetničko obrazovanje temeljeno na društvenoj odgovornosti, „Učenje za poduzetništvo“, Znanstveni časopis ICEL3 konferencije 1/2013

⁷⁰ Hunjet, A., Kozina, G., Kurečić, P. (2015) The Role of Higher Education Institutions in the Development of Entrepreneurship Competences on the Study Programs Other than Economy, 9th Economic and Social Development Conference Proceedings, Koprivnica

⁷¹ Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M. (2012) Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, „Učenje za poduzetništvo“

učenja za poduzetništvo u obrazovni sustav. Izrada programa obrazovanja još uvijek nije dovršeno.

GEM istraživanje prati percepciju o kvaliteti obrazovanja za poduzetničko djelovanje na svim razinama obrazovanja te, unatrag nekoliko godina pokazuje pad percepcije kvalitete razine obrazovanja i kontinuirano zaostajanje u odnosu na prosjek zemalja uključenih u GEM istraživanje. Pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri upućuje na spremnost pojedinca na poduzimanje poduzetničkog pothvata, ali stav o niskoj razini društvenog statusa poduzetnika je ozbiljno ograničenje tome.

5.11 Poduzetništvo žena

Poduzetništvo žena najviše raste u najsiromašnijim zemljama te u zemljama u kojima žene nemaju socijalne potpore. U tim situacijama posao se pokreće iz nužde. Najveći udio žena u poduzetništvu u gospodarstvu je u SAD-u i Australiji gdje nema plaćenog porodiljog dopusta.

U Europi porodiljni dopust je većinom plaćen, te žene imaju sigurnost i fleksibilnost tako da tu nužda nije razlog pokretanja posla nego poduzetnički duh i prepoznata prilika. Poduzetništvo žena je većinom mikro poduzetništvo.⁷²

Prema istraživanjima, poduzetnicama, kao i onima koje planiraju biti poduzetnice velika je prepreka izrada poslovnog plana, te procjena isplativosti i održivosti poslovne ideje. Iako obrazovanije od muškaraca, žene nisu u tolikoj mjeri sklone preuzimanju rizika zbog nedostatka samopouzdanja. Kada se posao pokrene zbog nedostatka vizije većinom njihova poduzeća ostaju manja i ne ostvaruju svoj puni potencijal. U svrhu poticanja žena na poduzetništvo i kako u tome uspjeti potrebno je provoditi treninge prezentacija, pregovaranja, prodaje... jer se time dobiva na samopuzdanju žena i u jednom dijelu maknu se „kočnice“.

Problemi žena u poduzetništvu u RH:⁷³

- značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima,
- značajna podzastupljenost u zaposlenosti,

⁷² <http://www.womeninadria.com/zensko-poduzetnistvo/>, preuzeto 20.02.2018

⁷³ <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, preuzeto 20.02.2018

- niže plaće od muškaraca u obavljanju sličnih poslova,
- znatno manje žena u upravljačkim funkcijama,
- znatno manje žena u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta,
- ženama je dodijeljena manja financijska vrijednost odobrenih potpora i
- nepovezanost aktivnosti za jačanje žena u poduzetništvu.

Glavne prepreke koje otežavaju rješavanje problema u poduzetništvu žena su dominacija žena u nezaposlenosti, postojani jaz u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena, te izrazita nezastupljenost žena u upravljačkim aktivnostima.

Prema GEM istraživanju žene imaju nižu percepciju o prilikama, veći strah od pogreške i nižu razinu samopouzdanja u pokretanju posla.⁷⁴

Poduzetništvo žena je u Hrvatskoj još uvijek nedovoljno razvijeno. Prema podacima FINA-e u 2015. godini udio poduzeća u kojima su žene bile većinske vlasnice ili suvlasnice bio je 18,3%. U razdoblju od 2011.- 2015. godine broj poduzeća u vlasništvu žena lagano raste, dok je u 2015. godini zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu.

Analizom poduzetničke aktivnosti žena po županijama na prvo mjesto dolazi Bjelovarsko-bilogorska županija. Na drugom mjestu je grad Zagreb, dok najnižu poduzetničku aktivnost ima Požeško-slavonska županija.

GEM istraživanjem dolazi se do razlika u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata između žena i muškaraca. U 2015. godini pokazatelj ukazuje na 1,7 puta veću aktivnost muškaraca u pokretanju poslovnog pothvata u odnosu na žene. Kako bi se povećao udio žena u aktivnostima pokretanja poslovnih pothvata u Hrvatskoj potrebno je provesti ocjenjivanje učinkovitosti provedbe Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020.

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca su zbog stereotipa o ženama u znanosti i tehnologiji, tradicionalno mišljenje o ulozi žena u društvu, te nedostatak podrške ženama. Osim toga postoje i prepreke kao što su otežan pristup financiranju, nedostatak savjeta, mentorstva, nemogućnost pristupa mrežama poduzetnika, treninga i programa obrazovanja, te nedostatak samopouzdanja za preuzimanje rizika. U 2014. godini Hrvatska

⁷⁴ <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, preuzeto 20.02.2018

je usvojila Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020. koja se temelji na četiri strateška cilja:⁷⁵

- poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika,
- poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena,
- uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu i
- promocija poduzetništva žena.

Tijekom 2015. godine Ministarstvo poduzetništva i obrta provodi projekt „Poduzetnički impuls 2015“. To su mjere i instrumenti za poticanje razvoja sektora malih i srednjih poduzeća. U okviru tog programa poduzetnicama je dodijeljeno 769 potpora u vrijednosti 16 milijuna kuna. Žene su u okviru primjene Poduzetničkog impulsa u razdoblju 2011. – 2015. godine u ukupnom broj potpora sudjelovale s 40%, dok su u ukupnom iznosu sudjelovale sa samo 22%. Ta razlika nastala je zbog prosječne vrijednosti koja je u petogodišnjem razdoblju bila dodijeljena muškarcima (61.284,00 kn) u odnosu na prosječnu vrijednost koja je bila dodijeljena ženama (26.434,00 kn)!

Hrvatska banka za obnovu i razvoj provodi program kreditiranja ženskog poduzetništva „Žene poduzetnice“. Cilj programa je poticanje osnivanja i razvoja malih i srednjih poduzeća u većinskom vlasništvu žena. Tijekom 2015. godine poduzetnicama je bilo odobreno 69 kredita u iznosu od 29,5 milijuna kuna što je pad u odnosu na 2014. godinu u broju odobrenih kredita (15%) i u ukupno odobrenim sredstvima (11,5%). Od 2011. – 2015. ukupno je dodijeljeno 373 kredita ukupne vrijednosti više od 169,1 milijun kuna.

⁷⁵ <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

Tablica 12: Odobreni krediti po programu „Žene poduzetnice“, HBOR, 2011. – 2015. godina

	Broj odobrenih kredita	Iznos odobrenih kredita, kn	Prosječni iznos odobrenog kredita, kn
2011.	32	15.269.215,94	477.162,99
2012.	86	40.694.803,11	473.195,39
2013.	105	50.348.419,52	479.508,76
2014.	81	33.350.272,95	411.731,76
2015.	69	29.481.854,00	427.273,25
UKUPNO	373	169.144.565,52	453.470,69

Izvor: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, preuzeto 20.02.2018

CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje sudjeluje u osnaživanju i unapređenju provedbe programa i pružanja usluga edukacije, umrežavanja i promocije. Vezano uz ovaj projekt je edukacija Savjetovanje i trening za poduzetnice koja uključuje edukativne radionice i mentorsku podršku za dugotrajno nezaposlene žene koje žele pokrenuti vlastiti posao ili aktivnije pristupiti traženju posla. CESI je u 2015. godini pokrenuo projekt Ruralne žene i poduzetništvo kojem je cilj podrška ženama iz ruralnog područja koje žele pokrenuti vlastito poduzeće kao i stručna pomoć ženama koje su već vlasnice poduzeća. Projekt osim Hrvatske uključuje i Island, Veliku Britaniju, Litvu i Bugarsku. Aktivnosti projekta rezultirale su pokretanjem dviju Mreža žena čija je zadaća međusobna suradnja i umrežavanje s ciljem razmjene iskustava i proširenja prodajnih kanala.

Mreža poslovnih žena „Women in Adria“ pokrenuta je 2012. godine s ciljem umrežavanja i razmjene iskustava poslovnih žena, a želi se ženama pružiti podrška i utjecati na poboljšanje položaja žena u poslovnom svijetu.

6. PRIMJER PODUZETNIČKE POTPORNE INSTITUCIJE

6.1 Zagorska razvojna agencija

Zagorska razvojna agencija d.o.o. (ZARA) osnovana 2006. godine kao potporna institucija za razvoj obrta te malog i srednjeg poduzetništva. Aktivnosti ZARA-e odnose se na Krapinsko zagorsku županiju na sektore poduzetništva, ruralnog i regionalnog razvoja, turizma i upravljanje fondovima Europske unije.

ZARA pruža poduzetnicima usluge praćenja natječaja za financiranje projekata raspisanih od strane ministarstava i fondova Republike Hrvatske, fondova Europske unije i usluge savjetničke podrške.⁷⁶

Ciljevi ZARE-e:⁷⁷

- biti glavni izvor informacija o poslovnim prilikama,
- usuglašavati potrebe poduzetnika sa novim mogućnostima na tržištu,
- postati podrška privlačenju stranih ulaganja,
- identificirati zapreke daljnjeg razvoja i ponuditi efektivna rješenja i
- profilirati Krapinsko zagorsku županiju kao odredište koje spaja posao i užitek.

Glavne aktivnosti Zagorske razvojne agencije usmjerene na poduzetništvo:⁷⁸

1. Poticanje razvoja obrta, malog i srednjeg poduzetništva,
2. Upravljanje lokalnim jamstvenim fondom,
3. Organiziranje edukativnih seminara i radionica za poduzetništvo,
4. Pomoć kod povezivanja poduzetnika u klastere, asistencija i savjetovanje,
5. Upravljanje razvojnim programima na regionalnoj, nacionalnoj i razini Europske unije,
6. Poslovno informiranje i promocija ulaganja, poslovno i razvojno savjetovanje i
7. Upravljanje One Stop Service Centrom za privlačenje ulaganja.

Aktivnosti predviđene u 2018. godini u području potpore poduzetništvu odnose se na izgradnju Poduzetničko-tehnološkog inkubatora Krapinsko zagorske županije. Nositelj projekta je Krapinsko zagorska županija, a partneri na projektu su Zagorska razvojna

⁷⁶ <http://www.zara.hr/hr/o-nama/o-agenciji/>, preuzeto 20.02.2018

⁷⁷ <http://www.zara.hr/hr/o-nama/o-agenciji/>, preuzeto 20.02.2018

⁷⁸ <http://www.zara.hr/hr/o-nama/cime-se-bavimo/>, preuzeto 20.02.2018

agencija, Grad Krapina i Regionalna energetska agencija sjeverozapadne Hrvatske (REGEA). Projekt je financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj. Ovaj projekt provodi se sa ciljem jačanja konkurentnosti i razvoj tehnoloških usmjerenih i na znanju temeljenih malih i srednjih poduzetnika, rasta i razvoja sektora malog gospodarstva i podizanja razine poduzetničkog znanja.

Poduzetničko-tehnološki inkubator biti će na površini od 2.040,49 m² sa 28 opremljenih funkcionalno-prostornih jedinica. Inkubator će raspolagati sa 13 inkubacijskih prostora, višenamjenskom dvoranom, edukacijsko-tehnološkim prostorom i inovativnim laboratorijem. U planu je i razvitak virtualnog inkubatora kao virtualne poduzetničke mreže. Inkubator će biti integrirani sustav za potporu rasta i razvoja poduzetništva, potencijalnih i postojećih poduzetnika kroz izgradnju i opremanje potrebne infrastrukture. Orijehtacija će biti na povezanost s postojećim temeljima gospodarstva i obrazovnog sustava Krapinsko zagorske županije. Također će se pomagati malim poduzetnicima i obrtnicima u realizaciji njihovih poslovno-tehnoloških inicijativa u početnoj fazi rasta i razvoja.⁷⁹

Odjel za malo i srednje poduzetništvo pruža usluge poduzetnicima usmjerene na povećanje konkurentnosti s ciljem postizanja većeg stupnja gospodarskog razvoja.

Usluge koje Odjel pruža:⁸⁰

- savjetovanje i informiranje,
- izrada poslovnih planova i investicijskih studija,
- izrada Cost-benefit analiza i studija izvodljivosti,
- edukacije,
- priprema prijava na regionalne, nacionalne i EU programe i
- izdavanje jamstava u sklopu Lokalnog jamstvenog fonda i Programa jamstvenog fonda za prerađivačku industriju i inovacije u prerađivačkoj industriji.

⁷⁹ <http://www.zara.hr/hr/o-nama/planovi-i-izvjesca/>, preuzeto 20.02.2018

⁸⁰ <http://www.zara.hr/hr/poduzetnistvo/usluge/>, preuzeto 20.02.2018

7. ZAKLJUČAK

U vrijeme kada je svijet jedno tržište na kojem opstaju najveći, najjači, najsposobniji potrebno je osim vlastitog truda, znanja, rada i ostalog imati i podršku na nacionalnoj razini. Hrvatska svojim poreznim sustavom s visokim stopama poreza koji je podložan čestim promjenama te ostalim obvezama ne djeluje poticajno. Prvenstveno se to odnosi na najveću stopu PDV-a koja se primjenjuje na području Europske unije.

U vrijeme krize mnoga poduzeća su bila prisiljena prekinuti svoje poslovanje. Unatoč tome posljednjih godina raste broj novoosnovanih malih poduzeća koja zauzimaju vodeće mjesto u udjelu zaposlenosti. Poticanje ulaganja u inovacije, istraživanje i razvoj i obrazovanje poduzetnika karakteristike su poduzetničkog društva. Takvo društvo omogućuje razvoj poduzetništva i rast gospodarstva.

Strategije koje se provode na nacionalnoj razini djeluju pozitivno na razvoj, ali ostaje još problema koje je potrebno riješiti kako bi se u što većoj mjeri rasteretilo poduzetnike.

Na području Krapinsko zagorske županije provode se aktivnosti potpore poduzetništvu od 2006. godine osnivanjem Zagorske razvojne agencije. Agencija potiče razvoj poduzetništva u županiji, organizira seminare i edukacije, upravlja razvojnim programima te informira i savjetuje poduzetnike.

Zaključno na istraživanje provedeno u radu može se reći da je potrebno rasteretiti poduzetnike reformom poreznog sustava i javne uprave te kontinuirano raditi na obrazovanju poduzetnika i provoditi strategije razvoja poduzetništva.

8. LITERATURA

Knjige:

1. Hunjet, A., Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2014.
2. Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G.: Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2015.
3. Buble, M., Kružić, D.: Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb, 2006.
4. Škrtić, M., Mikić, M. Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011.

Članci:

1. Hunjet, A. (2013) Poduzetničko obrazovanje temeljeno na društvenoj odgovornosti, „Učenje za poduzetništvo“, Znanstveni časopis ICEL3 konferencije 1/2013
2. Hunjet, A., Kozina, G., Kurečić, P. (2015) The Role of Higher Education Institutions in the Development of Entrepreneurship Competences on the Study Programs Other than Economy, 9th Economic and Social Development Conference Proceedings, Koprivnica
3. Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M. (2012) Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, „Učenje za poduzetništvo“

Internetski izvori:

1. www.gov.hr
2. www.porezna-uprava.hr
3. www.hok.hr
4. www.zakon.hr
5. www.mingo.hr
6. www.cepor.hr
7. www.hbor.hr
8. www.europski-fondovi.eu
9. www.hgk.hr
10. www.womeninadria.com
11. www.zara.hr

Popis tablica i grafikona:

Tablica 1: Odobrena i izdana jamstva HAMAG-BICRO-a po programima u 2014. i 2015. godini

Tablica 2: Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2011. – 2015. godine

Tablica 3: Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2014. i 2015. godini

Tablica 4: Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj od 2011. – 2015. godine, prema TEA indeksu

Tablica 5: Inovativni kapacitet poduzeća u Hrvatskoj prema kriteriju razvoja novih proizvoda u razdoblju 2011. – 2015. godine

Tablica 6: Bruto domaći izdaci za istraživanje i razvoj – Hrvatska, 2011. – 2015. godina

Tablica 7: Financijska efikasnost poduzeća u 2014. i 2015. godini

Tablica 8: Broj osnovanih pravnih osoba u 2014. i 2015. godini

Tablica 9: Regionalne razlike u pokretanju poslovnog pothvata od 2011. – 2015. godine

Tablica 10: Regionalne razlike u stavovima o poduzetništvu 2014. i 2015. godine, GEM, % od anketirane populacije

Tablica 11: Broj aktivnih obrta i zaposlenih u obrtima u Hrvatskoj, stanje u prosincu 2011. – 2015. godine

Tablica 12: Odobreni krediti po programu „Žene poduzetnice“, HBOR, 2011. – 2015. godina

Grafikon 1: Prikaz udjela malih, srednjih i velikih poduzeća u zaposlenosti, ukupnom prihodu i izvozu u 2015. Godini



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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

Ja, BROJKA MIET (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ROVJETNIŠTVO U KENJESKOS (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Brojka Miet
(vlastoručni potpis)

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

Ja, BROJKA MIET (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ROVJETNIŠTVO U KENJESKOS (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Brojka Miet
(vlastoručni potpis)