

Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Radlović, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:199714>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-11**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)

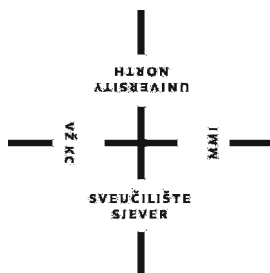


zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 293/PE/2020

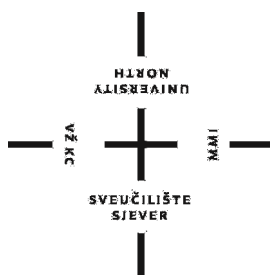
**RAZVOJ MALOG I SREDNJEG
PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Ivana Radlović

Varaždin, veljača 2020.

**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br. 293/PE/2020

**RAZVOJ MALOG I SREDNJEG
PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Studentica:
Ivana Radlović, 0671/336D

Mentorica:
izv.prof.dr.sc. Anica Hunjet

Varaždin, veljača 2020.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

PRISTUPNIK Ivana Radlović

MATIČNI BROJ 0671/336D

DATUM 29.01.2020.

KOLEGIJ Ekonomika poduzetništva

NASLOV RADA Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Development of small and medium entrepreneurship in the Republic of Croatia

MENTOR Anica Hunjet

ZVANJE izv.prof.dr.sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv. prof. dr. sc. Dinko Primorac, predsjednik
2. izv. prof. dr. sc. Ante Rončević, član
3. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, mentorica
4. doc. dr. sc. Darijo Čerepinko, zamjenski član
- 5.

Zadatak diplomskog rada

BROJ 293/PE/2020

OPIS

Poduzetništvo predstavlja proces stvaranja nove vrijednosti različitim aktivnostima u kojem poduzetnik prepoznaje novu poslovnu priliku, osniva poduzeće i upravlja njime, prikuplja sva potrebna sredstva za realizaciju poslovne prilike, realizira proizvod, osvaja tržište, prodaje proizvod, raspodjeljuje uvećanu (novostvorenu) vrijednost te prepoznaje novu poslovnu priliku. Za Hrvatsku je karakteristično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na spomenuto, iz godine u godinu raste broj poduzetnika. Zadatak diplomskog rada je:

- *definirati pojmove malog i srednjeg poduzetništva te odrediti njihov zakonski okvir;
- *prikazati povijesni razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj;
- *pojasniti izvore financiranja poduzetničkih pothvata;
- *provesti istraživanje s ciljem utvrđivanja najvećih prepreka prilikom pokretanja vlastitog poslovanja;
- *utvrditi da li Republika Hrvatska daje dovoljnu potporu potencijalnim i sadašnjim poduzetnicima;
- *definirati zaključak.

ZADATAK URUČEN

10. 02. 2020.



A. Hunjet

SAŽETAK

Poduzetništvo predstavlja generator gospodarskog razvoja i zapošljavanja u svim nacionalnim ekonomijama suvremenog svijeta. Glavni pokretač razvoja suvremenog poduzetništva su malo i srednje poduzetništvo koje u Republici Hrvatskoj predstavlja jedan od vodećih gospodarskih sektora koji pozitivno djeluje na sveukupno zapošljavanje i gospodarski razvoj. Globalna ekonomska kriza manifestirala se, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu, zaustavljanjem gospodarskog rasta i značajnim smanjenjem proizvodnje i potrošnje te padom bruto društvenog proizvoda. Razvijene poduzetničke kompetencije pojedinca i društva u cjelini, a u uvjetima globalne ekonomske krize predstavljaju temeljnu pretpostavku za uspješan rast i razvoj. Upravo sektor malog i srednjeg poduzetništva ima ključnu ulogu u rastu i razvoju gospodarstva sa svrhom konkurentnosti na tržištu zemalja regije i Europske unije. Svrha i cilj ovog rada jest prikazati položaj poduzetnika u Republici Hrvatskoj, identificirati probleme s kojima se susreću prilikom osnivanja tvrtki te prikazati tijek razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: poduzetništvo, malo gospodarstvo, Republika Hrvatska, gospodarski razvoj, Europska unija

SUMMARY

Entrepreneurship is a generator of economic development and employment in all national economies of the modern world. The main driver for the development of modern entrepreneurship are small and medium-sized enterprises, which in the Republic of Croatia represent one of the leading economic sectors that have a positive effect on overall employment and economic development. The global economic crisis has manifested itself, both in Croatia and in the world, by halting economic growth, showing a significant decline in production and consumption and a decline in gross domestic product. Developed entrepreneurial competences of the individual and society as a whole, in the conditions of the global economic crisis is a fundamental prerequisite for successful growth and development. The SME sector plays a key role in the growth and development of the economy in order to compete on the markets of the countries of the region and the European Union. The purpose and the goal of this paper is to show the position of entrepreneurs in Croatia, to identify the problems they come across when they are trying to start a company and to show the course of development of small and medium-sized enterprises in Croatia.

Keywords: entrepreneurship, small business, Republic of Croatia, economic development, European Union

UVOD.....	1
1. PODUZETNIŠTVO	3
1.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzetnika	3
1.2. Pojmovno određenje malog i srednjeg poduzetništva.....	4
1.2.1. Zakonski okvir malog i srednjeg poduzetništva	6
1.2.2. Definicija mikro, malih i srednjih poduzeća (SME)	7
1.2.3. Klasifikacija poduzetnika prema hrvatskom zakonu o računovodstvu	8
1.3. Povijesni razvoj poduzetništva.....	10
1.4. Osobine poduzetnika.....	13
1.5. Prednosti ulaska u poduzetništvo.....	14
1.6. Nedostaci ulaska u poduzetništvo.....	14
2. RAZVOJ PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ.....	16
2.1. Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj	16
2.1.1. Sustavni pristup poticanja malog gospodarstva u Hrvatskoj – Probni program poticanja malog gospodarstva 1997.	17
2.1.2. Elementi razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva i Program razvitka maloga gospodarstva 1999. godine.....	18
2.1.3. Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju 2001.-2004. godine	18
2.1.4. Program poticaja malog i srednjeg poduzetništva za razdoblje 2004.-2008. godine.....	19
2.1.5. Politika za malo gospodarstvo u Hrvatskoj.....	19
2.2. Nacionalne politike i programi relevantni za razvoj malih i srednjih poduzeća.....	21
2.3. Temeljne pretpostavke razvoja malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj	24
3. IZVORI FINANCIRANJA PODUZETNIČKIH POTHVATA	27
3.1. Vlastita sredstva i neformalni investitori	28
3.2. Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije.....	29
3.3. Financiranje zaduživanjem.....	30
3.4. Financiranje vlasničke glavnice	32
4. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.....	37
4.1. Mjerenje poduzetničkog duha	40
5. MALA I SREDNJA PODUZEĆA I PODUZETNIŠTVO: KLJUČ GOSPODARSKOG RASTA	41
6. ISTRAŽIVANJE	42
6.1. Ciljevi istraživanja.....	42
6.2. Metodologija istraživanja.....	42
6.3. Karakteristike uzorka	42
6.4. Rezultati istraživanja.....	46
POPIS TABLICA	64
POPIS GRAFIKONA	65
PRILOG.....	67

POPIS KORIŠTENIH KRATICA

BICRO Business Inovation Centar Croatia

CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

CF Kohezijski fond

CROATEH Povjerenstvo za odlučivanje o sukobu interesa

DZS Državni zavod za statistiku

EAFRD Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

EMFF Europski fond za pomorstvo i ribarstvo

ERDF Europski fond za regionalni razvoj

ESF Europski socijalni fond

ESI Europski strukturni i investicijski fondovi

FINA Financijska agencija

GEM Global Entrepreneurship Monitor

HAMAG Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije

HBOR Hrvatska banka za obnovu i razvitak

HZMO Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje

MINGORP Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva

MINPO Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta

MTP Multilateralna trgovinska platforma

SME/MSP Mikro, malo i srednje poduzetništvo

TEA Total Entrepreneurial Activity - indeks poduzetničke aktivnosti

UCITS Undertakings for Collective Investment in Transferable Securities - subjekt za zajednička ulaganja u prenosive vrijednosne papire

UVOD

U prvom dijelu rada, definira se pojam poduzetništva i poduzetnika, malog gospodarstva te se određuje njegov zakonski okvir. Prikazan je povijesni razvoj poduzetništva, navode se osobine koje bi svaki poduzetnik trebao imati te prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.

U drugom dijelu rada opisuje se razvoj poduzetništva u Hrvatskoj, navode se programi i strategije poticanja malog gospodarstva te temeljne pretpostavke razvoja malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj.

U trećem dijelu rada navode se izvori financiranja poduzetničkih pothvata a to su: vlastita sredstva i neformalni investitori, financiranje iz fondova Europske unije, financiranje zaduživanjem, financiranje vlasničke glavnice te financiranje putem poslovnih anđela.

U četvrtom dijelu rada opisuje se najveće svjetsko empirijsko istraživanje poduzetničke aktivnosti – Global Entrepreneurship Monitor (GEM) te mjerenje poduzetničkog duha TEA indeksom (Total Entrepreneurial Activity).

U petom dijelu rada navodi se da su mala i srednja poduzeća te poduzetništvo općenito ključ gospodarskog uspjeha te se prikazuje zastupljenost mikro, malih i srednjih poduzeća prema radnim mjestima te prema položaju u gospodarstvu.

U šestom dijelu rada provedeno je istraživanje kojemu je bilo za cilj utvrditi koliko pojedinaca razmišlja, odnosno ne razmišlja, o otvaranju vlastitog poslovanja te koliko je pojedinaca već pokrenulo vlastito poslovanje, utvrditi koji su najveći problemi prilikom otvaranja vlastitog poslovanja te da li ispitanici smatraju da Republika Hrvatska daje dovoljnu potporu potencijalnim i sadašnjim poduzetnicima.

U sedmom dijelu rada je zaključak, koji je ujedno i sami kraj rada te u kojemu su napisane zaključne riječi.

U osmom dijelu rada je popis literature.

U zadnjem dijelu rada naveden je popis tablica i grafikona.

1. PODUZETNIŠTVO

1.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzetnika

Pojam poduzetništvo dolazi od riječi poduzeti, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju.¹ Poduzetništvo predstavlja proces stvaranja nove vrijednosti različitim aktivnostima u kojem poduzetnik prepoznaje novu poslovnu priliku, osniva poduzeće i upravlja njime, prikuplja sva potrebna sredstva za realizaciju poslovne prilike, realizira proizvod, osvaja tržište, prodaje proizvod, raspodjeljuje uvećanu (novostvorenu) vrijednost te prepoznaje novu poslovnu priliku.²

Poduzetnik, prema definiciji iz hrvatskog rječnika je „Pojedinaac ili pravna osoba koja unosi inovacije ili unapređuje radni proces i preuzimanjem rizika nastoji ostvariti uspjeh na tržištu“³. Poduzetnik je osoba koja organizira i upravlja tvrtkom preuzimajući sav rizik s ciljem ostvarenja profita, to je osoba sa znanjima iz područja marketinga, financija, upravljanja, poslovnog odlučivanja, a sva ta znanja je stekao u školi. U poduzetničkom procesu sudjeluje nekoliko ključnih čimbenika i to: poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva. Poduzetnik preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, mora imati viziju, mora znati odrediti poslovne ciljeve, utvrditi poslovnu strategiju i znati koncipirati poslovni plan. Najvažniji je čimbenik poduzetničkog procesa poduzetnik, jer bez njega ne može doći do pokretanja poduzetničkog procesa. Poslovna ideja je svaka ideja o novom proizvodu ili usluzi, koja još nije poslovno provjerena, dok je poslovna prilika provjerena poslovna ideja koju je moguće realizirati. Proizvod može biti ideja, usluga, roba ili bilo koja kombinacija tih triju pojmova. Osnovna pretpostavka nastanka i razvoja poduzetništva jest postojanje takvih ekonomskih sloboda koje omogućuju premještanja fizičkih i ljudskih resursa iz starih, neprofitabilnih u nove, profitabilne grane djelatnosti. Sloboda premještanja resursa potrebna je za iskorištavanje poslovne prilike uvođenjem

¹ Hunjet, A.; Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Varaždin, 2014., str. 5

² Hunjet, A.; Kozina, G.; Milković, M.: Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, dostupno na poveznici: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=192415 (pristupljeno dana: 19.10.2019.)

³ Hrvatski enciklopedijski rječnik, Zagreb, 2004.

novih i kvalitetnijih proizvoda, uvođenjem novih proizvodnih i poslovnih postupaka, djelotvornijom proizvodnjom te približavanjem domaćim i inozemnim kupcima.⁴

1.2. Pojmovno određenje malog i srednjeg poduzetništva

Važnost poduzetništva za gospodarstva diljem svijeta proizlazi iz podatka da poduzetnici (s malim i srednjim poduzećima) zapošljavaju oko 60% svih zaposlenika, a da se njihov udio u dodanoj vrijednosti kreće između 50 i 60%. Tako oni svojom veličinom i značajem mogu utjecati na učinkovitost, rast i razvoj gospodarstava u cjelini, a mogu utjecati i na razne druge aspekte društva (primjerice, demografiju i sl).⁵

Malo gospodarstvo obuhvaća male i srednje poduzetnike te obrtnike, a definira se ovisno o broju zaposlenih, godišnjem prometu (ili ukupnoj aktivni) i prihodu, te je veoma bitno i u Hrvatskoj i u Europskoj uniji.⁶

Kategoriju mikro, malog i srednjeg poduzetništva (dalje u tekstu: SME) čine subjekti koji zapošljavaju manje od 250 radnika i koji imaju godišnji promet koji ne prelazi 50 milijuna eura, i/ili ukupnu godišnju bilancu koja ne prelazi 43 milijuna eura. U okviru kategorije SME, malo poduzetništvo je definirano kao subjekt koji zapošljava manje od 50 radnika i čiji godišnji promet i/ili ukupna godišnja bilanca ne prelazi 10 milijuna eura. U okviru kategorije SME, mikro poduzetništvo je definirano kao subjekt koji zapošljava manje od 10 radnika i čiji godišnji promet i/ili ukupna godišnja bilanca ne prelazi 2 milijuna eura.⁷

Hrvatska je na svome putu ka stvaranju moderne i suvremene države te efikasnih ekonomskih uvjeta relativno dugo zanemarivala potrebe malog i

⁴ Hunjet, A.; Kozina, G.; Milković, M.: Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, dostupno na poveznici: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=192415 (pristupljeno dana: 19.10.2019.)

⁵ Knežević, D.; Žiljak, N.: Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s izabranim zemljama svijeta, dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/213877> (pristupljeno dana: 29.12.2019.)

⁶ Kersan-Škabić, I.; Banković, M.: Malo gospodarstvo u Hrvatskoj i ulazak u Europsku Uniju, dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/26360> (pristupljeno dana: 29.12.2019.)

⁷ Izvor: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:n26026&from=EN> (pristupljeno dana: 29.12.2019.)

srednjeg poduzetništva. Mnoge moderne zemlje Europske Unije kao i ostale razvijene zemlje svijeta shvatile su i ukazale posebnost malog i srednjeg poduzetništva te je Hrvatska, vođena istim saznanjima, 2002. godine pristupila donošenju zakonske regulative za uporište malog i srednjeg poduzetništva. Jedan od značajnijih trenutaka je bio donošenje Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva kojim su se uredile osnove mjere za primjenu poticajnih gospodarskih mjera usmjerenih razvoju, restrukturiranju i tržišnom prilagođavanju malog gospodarstva te osnivanje Hrvatske agencije za malo gospodarstvo.

Malo gospodarstvo u Hrvatskoj uključuje više od 78.000 trgovačkih društava i time čini 99% registriranih poslovnih subjekata u Hrvatskoj. Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj polako postaje sektor koji je zadužen za pokretanje i poticanje nacionalne ekonomije u cijelosti te stalno generira ubrani i povećani rast u samom broju zaposlenih kao i broju poduzetnika.⁸

Malo i srednje poduzetništvo u današnjem ekonomskom sistemu definiraju se kao snaga koja može u najvećoj mjeri utjecati na poboljšanje određene nacionalne gospodarske strukture. Malo i srednje gospodarstvo u Hrvatskoj predstavlja jedan od mogućih generatora zapošljavanja i ekonomskog te gospodarskog razvoja. Europska unija predstavlja veliku šansu za Hrvatsko malo gospodarstvo budući da mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u ovome trenutno značajno zaostaju za ekonomskom efikasnošću malog gospodarstva Europske unije. Hrvatska mala i srednja poduzeća moraju smanjiti svoje troškove poslovanja, dodatno investirati u inovacije i razvoj novih proizvoda i usluga, pronalaziti nova atraktivna tržišta kao i kanale distribucije te povećati kvalitetu poslovanja.⁹

⁸ Ibid

⁹ Škrtić, M.; Mikić, M.: Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva, dostupno na poveznici: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=16844 (pristupljeno dana: 29.12.2019.)

1.2.1. Zakonski okvir malog i srednjeg poduzetništva

Prepoznajući značaj poduzetništva u Republici Hrvatskoj kao glavnog pokretača ukupnog gospodarskog razvoja i generatora zapošljavanja prilagodljivog trenutnim tržišnim zahtjevima donesen je Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva koji u sebi sadrži niz stimulativnih mjera za osnivanje, razvoj i poslovanje malog gospodarstva kao glavnog reprezentanta poduzetništva. Sektor malog gospodarstva nije homogena grupa, već se kvalificira prema različitim kriterijima¹⁰:

- Prema veličini (mikro, mala, srednja poduzeća)
- Životnoj fazi (poduzeća nedavno osnovana, zrelija poduzeća)
- Području/grupi (razvijena područja/bolje stojeće društvene grupe te nerazvijena područja/ slabije pozicionirane, marginalne društvene grupe)
- Sektor (tradicionalni sektor, sektor tehnološki baziranih tvrtki).

Poduzetnike u smislu Zakona o računovodstvu¹¹ razvrstavamo na mikro, male, srednje i velike poduzetnike ovisno o pokazateljima utvrđenim na zadnji dan poslovne godine koja prethodi poslovnoj godini za koju se sastavljaju financijski izvještaji.

Pokazatelji na temelju kojih se razvrstavaju poduzetnici su:

- iznos ukupne aktive
- iznos prihoda
- prosječan broj radnika tijekom poslovne godine.

¹⁰ Vidučić, Lj.; Ramljak, B.; Ćurak, M.; Sorić, I.; Rimac, A.; Pervan, I.; Brčić, G. Baran, D.; Zorić, M.: Mala i srednja poduzeća, Split, 2005., str. 5

¹¹ Zakon o računovodstvu, NN 78/15 i 134/15

1.2.2. Definicija mikro, malih i srednjih poduzeća (SME)

SME su temelj našega gospodarstva. Definicijom SME razlikuju se tri kategorije poduzeća. Svaka ta kategorija odgovara vrsti odnosa koji može postojati među poduzećima. Ta je razlika važna kako bi se stvorila jasna slika o gospodarskoj situaciji poduzeća te kako bi se isključila poduzeća koja nisu pravi SME. Sukladno navedenom, SME mogu biti:

- Neovisna poduzeća - ako je poduzeće potpuno neovisno
- Partnerska poduzeća - ako udjeli u drugim poduzećima iznose najmanje 25%, ali ne više od 50%
- Povezana poduzeća - ako udjeli u drugim poduzećima premašuju prag od 50%.

Kategorijom mikro, malih i srednjih poduzeća obuhvaćaju se poduzeća koja imaju manje od 250 zaposlenih i čiji godišnji promet ne premašuje 50 milijuna eura i/ili čija ukupna godišnja bilanca ne premašuje 43 milijuna eura.”¹²

Tablica 1: Kriterij definiranja SME-a

Kategorija poduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji promet	Godišnja bilanca
Srednje	<250	≤ 50 milijuna EUR	≤ 2 milijuna EUR
Malo	<50	≤ 10 milijuna EUR	≤ 10 milijuna EUR
Mikro	<10	≤ 2 milijuna EUR	≤ 43 milijuna EUR

Izvor: https://pia-antunovac.hr/asistent/images/vodic_za_poduzetnike_online_00000002.pdf
(pristupljeno dana: 20.12.2019.)

¹² Vodič za poduzetnike, dostupno na poveznici: https://pia-antunovac.hr/asistent/images/vodic_za_poduzetnike_online-00000002.pdf (pristupljeno dana: 01.01.2020.)

1.2.3. Klasifikacija poduzetnika prema hrvatskom zakonu o računovodstvu

1.2.3.1. Mikro poduzetnici

Mikro poduzetnici su oni koji ne prelaze granične pokazatelje u 2 od 3 sljedeća uvjeta:

- ukupna aktiva 2.600.000,00 kuna
- prihod 5.200.000,00 kuna
- prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 10 radnika.

1.2.3.2. Mali poduzetnici

Mali poduzetnici su oni koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u 2 od sljedeća 3 uvjeta:

- ukupna aktiva 30.000.000,00 kuna
- prihod 60.000.000,00 kuna
- prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 50 radnika.

Mala trgovačka društva povećavaju konkurenciju, a time i učinkovitost gospodarenja, utječu na stabilnost cijena i prisiljavaju velika trgovačka društva na tržišne i proizvodne promjene. Postaju važnim pokretačem novog zapošljavanja i restrukturiranja gospodarstva te omogućuju lakše zadovoljavanje poduzetničkih pobuda, a povećavaju socijalnu i ekonomsku mobilnost stanovništva. To u uvjetima bržih promjena znači dragocjeni doprinos prilagodljivosti trgovačkih društava i gospodarstva u cjelini.¹³

¹³ Rajsman, M.; Petričević, N.; Marjanović, V: Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, 2013., dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/108210> (pristupljeno dana: 01.12.2019.)

1.2.3.3. Srednji poduzetnici

Srednji poduzetnici su oni koji nisu niti mikro ni mali i ne prelaze granične pokazatelje u 2 od 3 sljedeća uvjeta:

- ukupna aktiva 150.000.000,00 kuna
- prihod 300.000.000,00 kuna
- prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 250 radnika.

1.2.3.4. Veliki poduzetnici

Veliki poduzetnici su:

1. poduzetnici koji prelaze granične pokazatelje u najmanje 2 od 3 navedenih uvjeta:
 - ukupna aktiva 150.000.000,00 kuna
 - prihod 300.000.000,00 kuna
 - prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 250 radnika.
2. banke, štedne banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, društva za osiguranje, društva za reosiguranje, leasing-društva, društva za upravljanje UCITS fondovima, društva za upravljanje alternativnim investicijskim fondovima UCITS fondovi, alternativni investicijski fondovi, mirovinska društva koja upravljaju obveznim mirovinskim fondovima, mirovinska društva koja upravljaju dobrovoljnim mirovinskim fondovima, dobrovoljni mirovinski fondovi, obvezni mirovinski fondovi te mirovinska osiguravajuća društva, društva za dokup mirovine, faktoring-društva, investicijska društva, burze, operateri MTP-a, središnja klirinška depozitarna društva, operateri središnjeg registra, operateri sustava poravnavanja i/ili namire i operateri Fonda za zaštitu ulagatelja neovisno o tome ispunjavaju li prvi navedeni uvjet.

1.3. Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo kao djelatnost razvilo se između 12. i 15. stoljeća. U prvo vrijeme obuhvatilo je trgovinu, kreditne i mjenjačke poslove, brodarstvo, ali i osvajanje novih područja. Osnovni tipovi poduzetnika u to vrijeme bili su: gusari, feudalci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.

Prvi začeci trgovačkih poduzeća javljaju se u 12. stoljeću u Italiji, a od kraja 14. stoljeća javljaju se trajna udruženja koja su imala poslovni oblik sličan današnjim javnim trgovačkim društvima. Naime, poduzeće kao gospodarski subjekt nastalo je osamostaljivanjem privredne aktivnosti od poduzetnikova domaćinstva, tj. stvaranjem poduzeća kao samostalnog gospodarskog organizma. Kao tipičan masovni fenomen poduzeće se javlja tek u 15. stoljeću.¹⁴

Stvaralačko poduzetništvo razvilo se masovno tek u 17. stoljeću, pa do tog razdoblja govorimo o ranom trgovačkom tipu poduzetnika koji trguje robovima, krznima, životinjama i sl., i tipu ranokapitalističkog poduzetnika koji razmjenjuje europske proizvode za tropske i sutropske. U trenutku kada poduzetnik počinje stalno i trajno obavljati svoju poduzetničku funkciju, on stvara poduzeće kao gospodarski i organizacijski oblik izvršavanja gospodarske aktivnosti.

Specijalizacija na području trgovine i posebno odvajanje bankarskih poslova počelo je tek u 18. stoljeću.

U zrelijoj fazi industrijskog društva javljaju se mišljenja koja s jedne strane ukazuju na smanjivanje i zastarjelost uloge poduzetništva, a s druge strane na razdvajanje funkcije vlasništva od funkcije upravljanja u velikim korporacijama, pri čemu funkciju upravljanja preuzimaju manageri i tehnostrukture.

Tržišna konkurencija, razvoj znanosti, tehnike i tehnologije, kao i borba za ekonomsku prevlast, omogućava porast profita i dovodi do koncentracije

¹⁴ Gorupić, D.; Gorupić, D. jr.: Poduzeće – Postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća, Zagreb, 1990., str. 20

proizvodnje i kapitala, do stvaranja multinacionalnih kompanija, koncerna, trustova i drugih organizacijskih oblika koji postaju gospodarskim simbolima današnjeg kapitalizma. Stoga u poslovnim korporacijama suvremenog društva individualnog poduzetnika zamjenjuje u funkciji upravljanja korporativni manager.¹⁵

Poduzetništvo u današnjem vremenu podrazumijeva razvoj informatičkih i informacijskih tehnologija koje su omogućile malim poduzećima izvoz na globalna tržišta. U razvijenim zapadnim zemljama uočava se trend da potražnja kupaca seli od proizvoda priznatih proizvođača prema proizvodima koji ne figuriraju kao renomirani brandovi („no name“ proizvodi), što je značajna prilika manjim poduzećima.¹⁶

Tablica 2: Razvitak teorije poduzetništva i pojmovnog određenja poduzetnika

RAZDOBLJE	POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA
Srednji vijek	Poduzetnik je osoba zadužena za velike projekte koja nije preuzimala nikakav rizik (npr. svećenici zaduženi za vođenje projekata izgradnje dvoraca, katedrala i sl.).
17. stoljeće	Poduzetnik je osoba koja sklapa ugovor s državom o pružanju usluga ili o opskrbi određenim proizvodima po fiksnim cijenama i uz preuzimanje rizika dobiti ili gubitka.
1725. godina	Richard Cantillon – poduzetnik je osoba koja snosi rizik, i ne mora biti ista ona osoba koja opskrbljuje kapitalom.
1803. godina	Jean Baptiste Say-ovaja dobit poduzetnika od dobiti kapitala.
1876. godina	Francis Walker – odvaja one koji opskrbljuju sredstvima i primaju kamatu i one koji ostvaruju dobit od poduzetničkih

¹⁵ Škrtić, M.: Osnove poduzetništva, Zagreb, 2002., str. 26-28

¹⁶ Bobera, D.; Hunjet, A.; Kozina, G.: Poduzetništvo, Varaždin, 2015., str. 18

	aktivnosti.
1934. godina	Joseph Schumpeter – poduzetnik je inovator i razvija nove tehnologije.
1961. godina	David McClelland – poduzetnik je energičan i moderan preuzimatelj rizika.
1964. godina	Peter Drucker – poduzetnik maksimira prilike.
1975. godina	Albert Shapero – poduzetnik poduzima inicijativu, organizira socijalne i ekonomske mehanizme i preuzima rizik neuspjeha.
1980. godina	Karl Vesper – poduzetnika sasvim drugačije definiraju ekonomisti, psiholozi, poslovni ljudi i političari. To nije jednoznačan pojam.
1983. godina	Grifford Ponchot – uvodi pojam intrapoduzetnika – poduzetnika u već etabliranoj poslovnoj organizaciji (unutarnjeg poduzetnika).
1985. godina	Robert Hisrich – poduzetništvo je dinamički proces stvaranja nečega drugačijeg predviđajući (anticipirajući) financijske, fizičke i socijalne rizike, a primajući nagrade u obliku novčane i osobne satisfakcije.

Izvor: Hisrich, D.R.; Peters, P. M.: Entrepreneurship, New York, 2002., str. 7

1.4. Osobine poduzetnika

Pogled na poduzetnika kao „sjajnu osobu“ ima, pored ostalih, jedan nedostatak koji se očituje u nemogućnosti predviđanja, tj. ovo gledanje može dati odgovor na pitanje uspješnosti tek nakon provedenog poduhvata. Ako poduzetnik ostvari uspjeh on je „sjajna osoba“, u protivnom nije, i ne može se s ovog aspekta prosuditi je li netko poduzetnik ili to nije.

Društveno gledano poduzetnici su nespretni i neprilagodljivi ljudi. Oni se ne mogu uklopiti u postojeće, vladajuće, društvene situacije te u one prema kojima imaju negativan stav. Rezultat ovakvog gledanja je sklonost ka kreiranju novih okolnosti koje im omogućuju motivaciju za inoviranje postojećeg prihvaćenog stanja i kreiranje nove organizacije. Pristalice ovog koncepta potvrdu svojih stavova traže u anegdotskim, ali i psihološkim razlozima. Mnogi poduzetnici su uspjeli nakon uspoređivanja neuspješne karijere profesionalnog menadžera. Oni su vrlo često uspjeli zahvaljujući vlastitoj sposobnosti pa njihovo poduzeće postaje snaga za pokretanje novog poduhvata. Pojedini istraživači koji su se bavili porijeklom i obiteljskim karakteristikama poduzetnika pozornost su pridavali uvjetima u kojima su se pojedinci nalazili. To su vrlo često bili oskudica i težak život, a posljedica toga je bio nedostatak samopoštovanja, nesigurnost i potiskivanje osjećaja za kontrolom.

Premda se ideja o društvenoj neprilagođenosti može koristiti kod objašnjenja motivacijskog mehanizma pojedinih poduzetnika, svaka generalizacija ove vrste može biti opasna. Mnogi poduzetnici nisu imali sjajno djetinjstvo, a nasuprot tome su poduzetnici koji su živjeli vrlo ugodno i bili su sretni. Mnogi uspješni poduzetnici su bili nezadovoljni zbog toga jer im postojeća organizacija nije omogućila punu slobodu za realizaciju njihovih ambicija i sposobnosti. Ovo može biti demotivirajući faktor. Zato menadžerski posao u sklopu postojeće organizacije ne mora nužno biti stabilan indikator da netko bude uspješan poduzetnik, ako u budućnosti preuzme vlastiti poslovni pothvat.¹⁷

¹⁷ Bobera, D.; Hunjet, A.; Kozina, G.: Poduzetništvo, Varaždin, 2015., str. 101

1.5. Prednosti ulaska u poduzetništvo

Empirijska istraživanja pokazuju kako vlasnici malih poduzeća vjeruju da će napornim radom zaraditi više novca i da će biti sretniji nego u velikom poduzeću. Prednosti koje pri tome vide jesu:¹⁸

- preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom
- mogućnost mijenjanja stvari
- mogućnost iskorištavanja svojih potencijala
- ostvarivanje neograničenih profita
- priznatost u društvu
- radite stvari koje volite.

Jedna od prednosti ulaska u poduzetništvo je stjecanje kontrole nad vlastitom sudbinom budući da posjedovanje poduzeća pruža poduzetniku slobodu i mogućnost postizanja svojih ciljeva. Poduzetnici svoj posao ne smatraju istinskim poslom. Najuspješniji poduzetnici odabiru onu djelatnost koja ih najviše interesira i u kojoj najviše uživaju, odnosno slijede savjet Harveya McKaya: „Pronađite posao koji volite i nećete trebati raditi ni dana“.¹⁹

1.6. Nedostaci ulaska u poduzetništvo

Iako posjedovanje poduzeća pruža mnoge prednosti i mogućnosti, svi koji ulaze u poduzetništvo moraju biti svjesni potencijalnih nedostataka:²⁰

- nesigurnost dohotka
- rizik gubitka uloženoga kapitala

¹⁸ Scarbrough, N. M.; Zimmerer, T.W.: Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach, str. 9-11

¹⁹ Škrtić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011., str. 33

²⁰ Scarbrough, N. M.; Zimmerer, T.W.: Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach, str. 11-14

- nedefinirano radno vrijeme i naporan rad
- niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja
- visoka razina stresa
- neograničena odgovornost
- obeshrabrenje.

Vođenje vlastita poduzeća može biti vrlo pozitivno iskustvo, no istodobno i vrlo stresno. Većina poduzetnika u svoje poduzeće ulaže znatne količine kapitala, ostavljajući tako za sobom sigurnost redovite plaće. Kapital se često temelji na cjelokupnoj imovini poduzetnika, odnosno hipotekarnom kreditu. Propast poduzeća istodobno je financijski i psihološki slom, što u konačnici rezultira visokom razinom stresa i zabrinutosti. Većina poduzetnika se u poslovanju susreće s brojnim problemima za čije rješavanje nema dovoljno znanja. Istodobno, donesene odluke direktno utječu na uspjeh ili neuspjeh poduzeća, ali i sudbinu svih uključenih u poslovanje. Poduzetnici vrlo brzo uviđaju da su oni i poduzeće jedno te da pokretanje poslovanja zahtijeva posvećenost, disciplinu i upornost. No, jednako tako, svaki uspješni poduzetnik zna da ga prepreke ne smiju obeshrabriti već samo potaknuti da ono što radi, radi još bolje.²¹

²¹ Škrtić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011., str. 34-35

2. RAZVOJ PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Za Hrvatsku je karakteristično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na spomenuto, iz godine u godinu raste broj poduzetnika.

Proces pridruživanja EU ubrzava neke procese, ali svaki takav proces treba vrijeme. Pozitivni projekt je Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva, zatim poticanja projekta Hitro, Hitrorez, osnivanje Nacionalnog vijeća za konkurentnost i sl.

Vrijeme provedeno u socijalizmu negativno je djelovalo na razvoj poduzetništva i na privatnu inicijativu. Zadrugarstvo je znatno pridonijelo gospodarskom rastu u sjevernoj Italiji i Nizozemskoj, pa je tu i porast broja obrtnika u Hrvatskoj prije Drugog svjetskog rata.

U posljednjih petnaestak godina u Hrvatskoj je pokrenut sustavni pristup poticanja poduzetništva te je počela izgradnja sustava institucijske potpore. Tako dugo dok se ne provedu reforme u obrazovnom sustavu (osnovnom i srednjem) i dok se ne razvije civilni sektor, sporo će se dostizati karakteristike društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladavati poduzetničko upravljanje.²²

2.1. Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj

Prva inicijativa za pokretanje institucijske potpore, prema načelima suvremenog pristupa poticanju poduzetništva, nastala je u Sisku 1991. godine kada je unutar Željezare Sisak pokrenut poduzetnički inkubator ELICON. Nakon jednogodišnjeg rada poduzetnički inkubator prekinuo je rad zbog rata i zbog nekonzistentne potpore menadžmenta Željezare. U Rijeci je 1991. lokalna uprava pokrenula osnivanje poduzetničkog inkubatora, a koji je ostvaren tek 1996. godine. Tada je osnovan PORIN koji podupire poduzetnike koji pokreću vlastiti posao. Godine 1992. Vlada RH i Hrvatska gospodarska komora osnovali

²² Bobera, D.; Hunjet, A.; Kozina, G.: Poduzetništvo, Varaždin, 2015., str. 28

su Zagrebu CROATEH d.o.o. koji je zamišljen kao potpora tehnološkom razvitku malih tvrtki. U Zagrebu je 1993. počeo raditi prvi Centar za poduzetništvo d.o.o., i to kao privatna inicijativa. Centar je osnovan s ciljem provođenja rezultata postignutih u sklopu međunarodnog projekta „Menadžment i poduzetništvo - 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća“. U Zagrebu je 1994. godine u sklopu koncerna KONČAR osnovan tehnološki park. Ministarstvo znanosti i tehnologije uz pomoć SR Njemačke od 1996. godine osniva tehnološke centre za razvijanje visokotehnoloških i inovativnih projekata, koji sada djeluju u Rijeci, Splitu i Zagrebu. Ministarstvo znanosti i tehnologije uz pomoć Republike Italije 1997. godine osnovalo je Poslovno-inovacijski centar Hrvatska BICRO u Zagrebu.

2.1.1. Sustavni pristup poticanja malog gospodarstva u Hrvatskoj – Probni program poticanja malog gospodarstva 1997.

Intenzivniji razvitak sustavnih poticajnih aktivnosti za razvitak malog gospodarstva počeo je 1997. godine osnivanjem Uprave za obrt, zadruga, mala i srednja poduzeća pri Ministarstvu gospodarstva, te provođenjem Probnog programa razvitka malog gospodarstva. U sklopu Programa, diljem Hrvatske osnovano je desetak poduzetničkih centara, inkubatora i zona za malo gospodarstvo, pokrenuto je kreditiranje poduzetnika s kamatama od 3% do 8% te je osnovana savjetodavna mreža za malo gospodarstvo s 270 članova.

Program predstavlja skup mjera i aktivnosti za uspostavu i izgradnju okruženja za razvoj poduzetništva.

Mjere i aktivnosti određene su na temelju rezultata istraživanja i obuhvaćaju:

- Promidžbu privatnog poduzetništva putem medija radi stvaranja pozitivnog odnosa prema poduzetništvu i informiranja poduzetnika o poticajima
- Bespovratnu potporu 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.

2.1.2. Elementi razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva i Program razvitka maloga gospodarstva 1999. godine

Vlada Republike Hrvatske je u svibnju 1999. godine usvojila Elemente razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva, te Program razvitka malog gospodarstva.

2.1.3. Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju 2001.-2004. godine

Na prijedlog Ministarstva za obrt, malo i srednje poduzetništvo, Vlada RH je u lipnju 2001. godine usvojila Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju 2001.-2004. godine.

Hrvatski sabor je 2002. godine usvojio Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva kojim se uređuju osnove za primjenu poticajnih mjera gospodarske politike te osnivanje Hrvatske agencije za malo gospodarstvo. Program se donosi na razdoblje od četiri godine. Ministarstvo donosi godišnji plan provedbe programa koji sadrži poticajne mjere i aktivnosti, potrebna sredstva, izvore i način njihova korištenja.

2.1.4. Program poticaja malog i srednjeg poduzetništva za razdoblje 2004.-2008. godine

Na prijedlog Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva, Vlada RH je usvojila Program poticaja malog i srednjeg poduzetništva za razdoblje 2004.-2008. godine za provedbu mjera i aktivnosti. Ministarstvo je izradilo godišnje planove u kojima su detaljnije razrađene provedbene aktivnosti, zadaci svakog nositelja, rokovi i iznos sredstava.²³

2.1.5. Politika za malo gospodarstvo u Hrvatskoj

Programi VRH za poticanje maloga gospodarstva provode se od 2001. (prvi program VRH pod nazivom „Program razvoja malog gospodarstva“ odobren je 14. lipnja 2001. godine).

U tom razdoblju potporu razvoju maloga gospodarstva pružalo je Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo (2001. - 2003.), a zatim Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2004. – 2012.). Prvi program za razvoj maloga gospodarstva (2001. – 2004.) sadržavao je tri glavna instrumenta:

- dodjelu nepovratnih sredstava,
- subvencioniranje kamatnih stopa,
- osnivanje kreditnih linija s određenim komercijalnim bankama, uz sudjelovanje lokalnih vlasti.

Izrađeni su programi za dodjelu nepovratnih sredstava kako bi se osigurala financijska sredstva poduzećima, lokalnim vlastima (za potporu razvoju poduzetničkih zona) te obrtima i strukovnim organizacijama (za potporu poduzetnicima te razvijanje kapaciteta obrtnika). Subvencioniranje kamatnih stopa na kredite koje su poduzetnicima odobravale komercijalne banke zajednički su financirali ministarstvo i županije. Uspostavljeni su regionalni

²³ Ibid, str. 29-30

jamstveni instrumenti za promicanje ulaganja u malom gospodarstvu u kojima su sudjelovali ministarstvo, županije, općine i neke komercijalne banke. Tim politikama u navedenom razdoblju dodana su i kreditna jamstva koja je osigurao HAMAG INVEST. Takva politika maloga gospodarstva nastavila se provoditi do 2011. kad je, uz navedeno, MINGORP financirao udjele za osnivanje i rad malog broja fondova rizičnoga kapitala. Poduzete su aktivnosti koje će uvesti promjene u oblikovanju politika i pružanju potpore malom gospodarstvu, kao što su razvoj kapaciteta za procjenu utjecaja politike, prikupljanje informacija o učinkovitosti politike za malo gospodarstvo te osnivanje i usvajanje pokazatelja politike radi praćenja i vrednovanja. Te se aktivnosti provode u sklopu „Poduzetničkog impulsa za 2013. godinu“, koji je ključna komponenta potpore koju će MINPO pružiti malom gospodarstvu ove godine. Također, pristupanjem Republike Hrvatske Europskoj uniji, 1. srpnja 2013., subjektima maloga gospodarstva bit će na raspolaganju i dodatna financijska sredstva zbog dostupnosti Strukturnih fondova EU. Radi veće informiranosti MINPO izradio je i predstavio Izvješće opservatorija maloga i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj, dokumenta koji nastaje na godišnjoj osnovi te koji objedinjuje i analizira na jednome mjestu sve relevantne, dostupne statističke podatke o sektoru maloga gospodarstva kako bi se osiguralo bolje razumijevanje promjenjive prirode problema koji se pojavljuju u sektoru maloga gospodarstva i kako bi se omogućilo donošenje novih razvojnih politika. Rad na izradi Izvješća opservatorija istaknuo je probleme koji se odnose na prikupljanje i analizu statistike maloga gospodarstva s različitim institucijama koje su nadležne za prikupljanje i pružanje informacija (DZS, FINA, MINPO za obrtni registar, Carinska uprava, Ministarstvo pravosuđa, HZMO, Porezna uprava). MINPO je, kao sredstvo za uspostavljanje bolje koordinacije i uravnoteženje sustava za pružanje statističkih podataka o subjektima maloga gospodarstva, uspostavilo mehanizam koji redovito okuplja te organizacije.

Taj će se dijalog nastaviti s ciljem razvoja koherentnijeg pristupa statistici maloga gospodarstva u Hrvatskoj.²⁴

2.2. Nacionalne politike i programi relevantni za razvoj malih i srednjih poduzeća

Razvoj sektora malih i srednjih poduzeća i poduzetništva u Hrvatskoj usmjeravan je kroz sljedeće nacionalne politike i programe:

1. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020., iz 2013. godine, čiji je cilj povećanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj kroz poboljšanje ekonomske uspješnosti, poboljšanje pristupa financijama, promociju poduzetništva, poboljšanje poduzetničkih vještina te poboljšanje poslovnog okruženja.
2. Strateški plan Ministarstva poduzetništva i obrta za razdoblje od 2016.-2018. godine, iz 2016. godine, temelji se na Strategiji razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020., a kojim se preciziraju programi za povećanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj.
3. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., iz 2014. godine, čiji je cilj postizanje usklađenosti i umreženosti javnih politika, poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena kroz cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu te promocija poduzetništva žena.
4. U svrhu provedbe Strategije definiran je Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., iz 2014. godine.
5. Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011.-2020., iz 2011. godine, čiji je cilj unapređenje upravljanja hrvatskom klasterskom politikom, jačanje klastera i klusterskih udruženja, poticanje inovacija i transfera novih tehnologija, osvajanje novih tržišta i internacionalizacija klastera, te jačanje znanja i vještina za razvoj klastera.

²⁴ Ministarstvo poduzetništva i obrta: Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020., dostupno na poveznici: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf> (pristupljeno dana: 01.01.2020.)

6. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, čiji je cilj stvoriti poticajno okruženje za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.
7. Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., u kojoj je, kao jedna od strateških aktivnosti navedeno i poticanje poduzetništva i samozapošljavanja te razvoj socijalnog poduzetništva. Ostvarenje ovih strateških aktivnosti planira se ostvariti, između ostalog, poticanjem obrazovanja za postizanje potrebnih kompetencija za zapošljavanje i samozapošljavanje, poticanjem poduzetničkih projekata, poticanjem socijalnih zadruga koje zapošljavaju osobe s umanjenom radnom sposobnošću i/ili pružaju pomoć osobama u nepovoljnim osobnim, gospodarskim, socijalnim i drugim okolnostima, te poticanjem projekata ženskog poduzetništva, poduzetništva mladih, Roma i invalidnih osoba.
8. CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva Strategija poticanja inovacija Republike Hrvatske 2014.-2020., iz 2014. godine, kojom se nastoji izgraditi učinkovit inovacijski sustav te unaprijediti zakonodavni i fiskalni okvir, utvrditi način komunikacije i modele suradnje između javnog, znanstveno-istraživačkog i poslovnog sektora u cilju razvoja novih proizvoda, usluga, poslovnih procesa i tehnologije, te način primjene rezultata znanstveno-istraživačkog rada u gospodarstvu i društvu u cjelini.
9. Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. koji predviđa potpore za poduzetništvo i stvaranje novih radnih mjesta u ruralnim područjima kao mjere koje mogu utjecati na zadržavanje mladih ljudi i aktivnog ruralnog stanovništva te dugoročno postići povratak onih koji su napustili ruralna područja.
10. Akcijski plan za administrativno rasterećenje gospodarstva, iz siječnja 2017. godine, kojim se planira administrativno rasteretiti gospodarstvo za 30% i ukloniti prepreke slobodi tržišta usluga do kraja 2017. godine. Akcijski plan nastavlja se na 34 mjere administrativnog rasterećenja gospodarstva koje su

provedene tijekom 2016. godine u području javne nabave, zaštite na radu, otvaranja obrta, trgovine, posredovanja u prometu nekretninama, poreznog savjetništva i računovodstva.

11. EUROPA 2020. - Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast koja je pokrenuta 2010. godine u cilju stvaranja uvjeta za pametan, održiv i uključiv rast. Europa 2020. predviđa ostvarivanje pet glavnih ciljeva Europske unije do kraja 2020. koji uključuju zapošljavanje, istraživanje i razvoj, klimatske promjene/energiju, obrazovanje, socijalnu uključenost i smanjenje siromaštva. U cilju ostvarenja ciljeva strategije Europa 2020. zemlje članice planiraju reforme na nacionalnoj razini, te definiraju vlastite nacionalne ciljeve u svakom od navedenih područja kroz Program stabilnosti/konvergenције i Nacionalni program reformi. Napredak u ostvarenju ciljeva strategije Europa 2020. potiče se i prati u okviru Europskog semestra, godišnjeg ciklusa koordinacije ekonomskih i proračunskih politika Europske unije.
12. Nacionalni program reformi 2017., predviđa, između ostalog, mjere od posebnog značaja za unaprjeđenje poduzetničke aktivnosti, kao što je uvođenje procjene gospodarskih učinaka propisa na sektor malih poduzeća kroz primjenu SME testa, te unaprjeđenje parničnog postupka kako bi se omogućilo učinkovitije pravosuđe što predstavlja važan element stimulativnog investicijskog i poslovnog okruženja.
13. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. temeljni je programski dokument kojim se provodi kohezijska politika Europske unije i doprinosi cilju Ulaganje za rast i radna mjesta kroz poticanje ulaganja u infrastrukturne investicije (u područjima prometa, energetike, zaštite okoliša, ICT-a) i pružanje potpore razvoju poduzetništva i istraživačkih djelatnosti. Kvalitetu i usklađenost nacionalnih politika i programa u Hrvatskoj sa smjernicama i dokumentima Europske unije, te njihovu djelotvornost u stvaranju stimulirajuće poslovne okoline za mala i srednja poduzeća moguće je analizirati kroz rezultate tri istraživanja: SBA Fact Sheet, GEM istraživanje i Doing Business. SBA Fact Sheet je godišnje izvješće Europske unije kojim se prati usklađenost nacionalnih programa i politika relevantnih za sektor

malih i srednjih poduzeća zemalja članica Unije sa smjernicama definiranim u Small Business Act of Europe²⁵. Small Business Act predstavlja sveobuhvatni okvir za definiranje politike Europske unije prema sektoru malih i srednjih poduzeća čiji je cilj uklanjanje regulatornih i političkih prepreka za nastajanje i razvoj poduzetničke aktivnosti u Europskoj uniji. Područja analize SBA Fact Sheet izvješća su: Poduzetništvo, Druga šansa, Prvo misliti o malima - Think Small First, Agilnost uprave, Državna pomoć i javna nabava, Pristup financijskim sredstvima, Jedinstveno tržište, Vještine i inovacije, Okoliš i Internacionalizacija.²⁶

2.3. Temeljne pretpostavke razvoja malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj

U razvijenim zemljama poduzetništvo je važan činitelj gospodarstva. Da bi Hrvatska dostigla razvijene zemlje, najprije se moraju shvatiti određeni preduvjeti za brži razvoj poduzetništva. Temeljne pretpostavke za brži razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj su pravne, financijske, obrazovne, znanstvene, savjetodavne, servisne i ostale pretpostavke.

Pravne pretpostavke su zakonski propisi koji reguliraju osnutak, registraciju i likvidaciju malih i srednjih trgovačkih društava i zakonski propisi o financiranju, računovodstvu i reviziji malih i srednjih poduzetničkih trgovačkih društava. Republika Hrvatska mora osigurati zakonsku potporu osnivanju i razvoju poduzetničkih trgovačkih društava. Danas registracija malih trgovačkih društava zahtijeva mnogo vremena i dokumenata. Uklanjanje administrativnih prepreka uspješno bi se trebala provoditi u dijelu registracije poslovnih subjekata kroz projekte e-Hrvatska, HITRO.HR i e-obrt. Smisao pokretanja ovih projekata je dobiti sve informacije i u najkraćem vremenu obaviti većinu potrebnih radnji za osnivanje društva i obrta. Ovakva informacijsko-komunikacijska mreža u kojoj su državna uprava i poslovni subjekti međusobno povezani u jedinstvenu komunikacijsku infrastrukturu olakšala je hrvatskim

²⁵ Izvor: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:PDF>, (pristupljeno dana: 01.01.2020.)

²⁶ Ceper, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018, Zagreb, 2018.

malim trgovačkim društvima osnivanje društava i obrta pružanjem specifične internetske potpore.

Financijske pretpostavke su nužne za razvoj poduzetništva jer bez kapitala nije moguće realizirati poduzetnički pothvat. Zbog toga su potrebne financijske institucije za financiranje malih trgovačkih društava. To mogu biti državne, regionalne i lokalne institucije za pružanje financijske potpore poduzetništvu, tj. pružanje mogućnosti dobivanja dugoročnih kredita. Sukladno tome, Hrvatska je osnovala Hrvatsku banku za obnovu i razvoj (HBOR), čiji je zadatak, pored ostalog, pružiti financijsku pomoć malim trgovačkim društvima. Druga nacionalna institucija je Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG).

Obrazovne pretpostavke podrazumijevaju opće, stručno i poslovno znanje poduzetnika koje se stječe školovanjem od srednjih preko viših do visokih škola, ali i putem raznih seminara, tečajeva i posebnih škola u okviru cjeloživotnog obrazovanja. Obrazovni sustav Republike Hrvatske još nije prilagođen potrebama poduzetnika i menadžera malih trgovačkih društava.

Znanstvene pretpostavke podrazumijevaju sveučilišta, fakultete, znanstveno-istraživačke institute i znanstvene parkove u okviru kojih se provode istraživanja problema iz područja poduzetništva. Potrebno je veće uključivanje znanstvenika u teorijska i primijenjena istraživanja u domeni malih trgovačkih društava. Kod nas postoje fakulteti koji uspješno surađuju s poslovnom zajednicom. Također, mnogi fakulteti u svojim kurikulumima imaju kolegije poduzetništvo, no to sve je još uvijek nedovoljno.

Savjetodavne pretpostavke uključuju: savjetništvo za osnutak i registraciju malih i srednjih trgovačkih društava, investicijsko i financijsko savjetništvo, savjetništvo za tekuće poslovanje i razvoj poduzetništva te savjetništvo za likvidaciju malih trgovačkih društava. Mnogim je poduzetnicima potrebna stručna pomoć i savjeti. U Hrvatskoj postoje različite potporne i savjetodavne institucije poput Centara za poduzetništvo, poduzetničkih inkubatora i sl.

Servisne usluge pružaju računovodstvene, financijske, marketinške i revizorske tvrtke.

Da bi mogla stvoriti povoljne pretpostavke razvoja poduzetništva, Hrvatska mora koristiti znanja i iskustva razvijenih zemalja te podržavati poduzetnički koncept i razvijati poduzetničku kulturu.²⁷

²⁷ Rajsman, M.; Petričević, N.; Marjanović, V: Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, 2013., dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/108210> (pristupljeno dana: 04.01.2020.)

3. IZVORI FINANCIRANJA PODUZETNIČKIH POTHVATA

Sam izraz projekt dolazi od latinske riječi *projectum*, izveden iz riječi *projicire*, što znači baciti nešto naprijed, pri čemu prefiks *pro* označava da nešto prethodi akciji. U prijevodu bi riječ projekt značila doslovno nešto što dolazi prije što je bilo što drugo načinjeno.²⁸

Projekt je konačni proces izvođenja određenih radova, aktivnosti, koje su međusobno logički povezane za postizanje ciljeva projekta, a daljnjim povezivanjem aktivnosti putem ciljeva, postupno realizira konačni cilj.²⁹ Drugim riječima, kreativni proces kroz koji prolazi poduzetnik završit će elaboriranjem ideje, inovacije, novog proizvoda ili usluge u formi projekta koji prethodi izvođenju ili komercijalizaciji, a mora opisati aktivnosti koje će omogućiti ostvarivanje ciljeva.³⁰

U skladu sa prethodnim poduzetnički projekt moguće je definirati kao sustavno strukturiran elaborat iz kojega se mogu iščitati odgovori na pitanja glede planiranja, pokretanja, financiranja, organiziranja, vođenja, razvijanja i nadzora konkretnog poduzetničkog pothvata tijekom njegovog životnog vijeka.³¹

Sastavni je dio svakoga poduzetničkog pothvata rizik. U poslovnim aktivnostima rizik znači, prije svega postojanje mogućnosti novčanih gubitaka, odnosno neizvjesnog povrata novca uloženog u neki poslovni pothvat.³²

Prvi izvor financiranja malog poduzeća jest osnivački ulog. Upisani i uplaćeni temeljni kapital u novcu u "start up" fazi malog poduzeća predstavlja prvi raspoloživi novac na žiro-računu kojim poduzeće podmiruje svoje prve obveze. Troškove osnivanja poduzeća koji prethode početnoj fazi, nadoknađuju poduzetnici iz posebnih izvora. Kako je vlasnik malog poduzeća najčešće osnivač i poduzetnik, pored osnivačkoga kapitala potrebna mu je izvjesna količina novca za pokriće troškova osnivanja poduzeća. U načelu je riječ o

²⁸ Omazić, M.: *Projektni menadžment*, Zagreb, 2005.

²⁹ Hauc, A.: *Projektni menadžment & Projektno poslovanje*, Zagreb, 2007.

³⁰ Garača, N.; Marjanović, I.: *Uloga poslovnih anđela u poduzetništvu*, dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/67845> (pristupljeno dana: 18.12.2019.)

³¹ Kuvačić, N.: *Poduzetnički projekt*, Split, 2001.

³² Lacković, Z.: *Management malog poduzeća*, Osijek, 2004., str. 206.

minimalnom početnom kapitalu, koji poduzetnik planira reproducirati i uvećavati. Temeljni kapital ne mora biti u cijelosti upisan i uplaćen u novcu, već može biti unesen u poduzeće u drugim nenovčanim oblicima, kao što su stvari, prava i sl.³³ Stoga je najveći problem u stvaranju malih i srednjih poduzeća zasigurno posjedovanje ili osiguravanje kapitala u dovoljnoj količini koja je potrebna za samo pokretanje i stvaranje poduzeća. Ono je i najveći problem pri samom osnivanju poduzeća iz razloga što ukoliko poduzetnik nema sam dovoljnu količinu kapitala, mora se obratiti drugim izvorima financiranja. Mala i srednja poduzeća prikupljaju izvore sredstava na različite načine: interno, kroz izdavanje vlastitog kapitala, ili eksterno putem banaka ili drugih sličnih institucija. U tim je situacijama najčešće rješenje bankarski kredit koji poduzetnik podiže u određenoj banci pod određenim uvjetima i financijskom kamatom koju plaća za korištenje kredita. Kod bankarskih kredita poduzetnik može izabrati između nekoliko vrsta i oblika kredita, a to su: trgovački kredit, leasing i faktoring.³⁴

3.1. Vlastita sredstva i neformalni investitori

Pri pokretanju poduzetničkog pothvata svaki poduzetnik će najprije zaviriti u svoj džep. Iako bi poduzetnici radije investirali samo tuđi kapital, kako bi smanjili svoj rizik, banke i ostali investitori zahtijevaju ulaganje kapitala od strane poduzetnika kao znak vjere u poduzetnički pothvat.

Najveći dio vlastitih sredstava poduzetnici pronalaze u ušteđevini koju su stekli tijekom godina rada.³⁵ Istraživanja pokazuju da se većina poduzetnika u Hrvatskoj na poduzetništvo odlučuje iz nužde, pa tako znatan izvor vlastitoga financiranja čine i otpremnine koje mogu dosegnuti vrlo visoke iznose. Zadnju opciju vlastita financiranja čine osobno zaduživanje koje se najčešće očituje zaduživanjem putem minusa na tekućem računu ili kreditiranjem od strane kartičnih kuća.

³³ Vukičević, M.: *Financiranje malih poduzeća*, Zagreb, 2000., str. 34.

³⁴ Pešić, M.: *Financiranje malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj*, dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/76195> (pristupljeno dana: 02.12.2019.)

³⁵ Poduzetnici su najčešće osobe u dobi 45-55 godina.

Ako govorimo o financiranju postojećeg poduzeća, trebamo spomenuti još jedan oblik vlastita financiranja, koji je u tom slučaju i najzastupljeniji, a to je financiranje iz zadržane dobiti poduzeća. Pri tome trebamo imati na umu da ako je poduzetnik u postupku pokretanja poslovanja ili njegovu razvoju rabio financijska sredstva formalnih investitora, tada dobit koju poduzeće ostvari (što je definirano ugovorom) ne pripada ni samo poduzeću, ni samo poduzetniku već i investitorima koji su financirali projekt.³⁶

3.2. Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije

Ulaskom Hrvatske u EU značajna financijska sredstva iz europskih fondova postala su dostupna za korištenje. Načelno, EU financira projekte sredstvima iz centraliziranih i decentraliziranih programa. Centraliziranim programima upravlja se izravno u Bruxellesu, a služe za financiranje prioriteta od značaja za cijelu EU, dok su decentralizirani programi zasebni programi pojedine države članice, koji financiraju prioritete od značaja za državu članicu u skladu sa strateškim ciljevima na razini EU-a. Primjerice, sredstvima strukturnih fondova financira se kohezijska politika EU-a kao glavna investicijska politika usmjerena na poticanje otvaranja radnih mjesta, poslovne konkurentnosti, gospodarskog rasta, održivog razvoja i poboljšanja kvalitete života građana.

Ciljevi kohezijske politike su konvergencija, regionalna konkurentnost te europska međunarodna suradnja.

Instrumenti kohezijske politike su fondovi:

1. Europski fond za regionalni razvoj (European Regional Development Fund – ERDF), pomaže jačanju ekonomske i socijalne kohezije, služi za ulaganja u SME-ove, proizvodnju, turizam, informatičko društvo, regionalnu i lokalnu infrastrukturu,
2. Europski socijalni fond (European Social Fund – ESF), teži uspostavljanju gospodarske i socijalne ujednačenosti, služi ostvarivanju strateških ciljeva

³⁶ Škrčić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011., str. 255-256

politike zapošljavanja u regijama koje su pogođene visokom stopom nezaposlenosti.

3. Kohezijski fond (Cohesion Fund – CF), nastoji smanjiti ekonomske i socijalne razlike među državama članicama, namijenjen je državama čiji je BDP po stanovniku manji od 90% prosjeka EU-a, služi financiranju velikih projekata u sektoru okoliša i prometa. Navedeni fondovi, zajedno s Europskim poljoprivrednim fondom za ruralni razvoj (EAFRD) i Europskim fondom za pomorstvo i ribarstvo (EMFF), čine Europske strukturne i investicijske (ESI) fondove. Višegodišnjim financijskim okvirom za razdoblje 2014.-2020. Hrvatskoj je dodijeljeno 10,68 mlrd. eura, alociranih po pojedinim ESI fondovima.³⁷

3.3. Financiranje zaduživanjem

Najčešći oblik financiranja zaduživanjem je podizanje kredita od banaka. Takvo financiranje može biti kratkoročno ili dugoročno, a obilježava ga davanjem kolaterala koje služe bankama kao osiguranje naplate potraživanja od poduzetnika. Upravo iz navedenog razloga taj oblik financiranja je teško primjenjiv na poduzeća koja se nalaze na samom početku životnog ciklusa. Uz davanje kolaterala prilikom razmatranja kreditiranja poduzetničkih projekata koji nisu u ranoj fazi razvijanja, banka želi dokaze o uspješnu poslovanju poduzeća, odnosno realne dokaze o stabilnoj prodaji i sposobnosti proizvoda ili usluge da generira adekvatni novčani tok koji će osigurati otplatu kredita. Prilikom procjenjivanja zahtjeva za kreditiranje banke se usredotočuju na sposobnost proizvoda ili usluge da generira adekvatni novčani tok koji će osigurati otplatu kredita. Prilikom procjenjivanja zahtjeva za kreditiranje banke se usredotočuju na sposobnost generiranja novčanog toka od strane poduzeća budući da će upravo on služiti za servisiranje kredita. Najčešći problemi s kojima se susreću poduzetnici pri dobivanju kredita od strane banaka prikazani su u tablici 3.

³⁷ Stojanović, S.: Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170949> (pristupljeno: 02.12.2019.)

Tablica 3: Najčešći razlozi odbijanja zahtjeva za kreditima od strane banaka

Razlog odbijanja zahtjeva	Broj zaposlenih		
	0-9	10-49	50-249
Nedovoljno garancijskih kolaterala	23	34	3
Nezadovoljstvo poslovanjem poduzeća	7	4	17
Nezadovoljstvo dobivenim informacijama	5	10	20
Drugi razlozi	55	38	47
Nije odgovorilo	11	14	12

Izvor: *European Commission*

Kratkoročni krediti (do godinu dana) najčešće se rabe za obrtni kapital, a isplaćuju se temeljem ostvarenih prihoda poduzeća. Ta se sredstva najčešće upotrebljavaju za obnavljanje obrtnih sredstava, kupnju inventara, povećanje outputa, financiranje prodaje na kredit, itd. Jedna od prednosti kratkoročnog financiranja je lakoća odobravanja kredita, odnosno analiza kreditne sposobnosti dužnika površinske je naravi.

Dugoročni krediti (više od jedne godine) rabe se za kupnju imovine i strojeva, pokretanje poslovanja, izgradnju postrojenja i ostale dugoročne investicije, a često predmet kupnje služi i kao kolaterala za kredit. Otplata navedenog kredita uobičajeno je mjesečna ili kvartalna. U uobičajenim podjelama kredita često se susreću i srednjoročni krediti, koji su onda bankarski krediti na period dulji od jedne godine, najčešće tri do pet godina.³⁸

³⁸ Škrtić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011, str. 256-257

3.4. Financiranje vlasničke glavnice

Svim oblicima financiranja vlasničke glavnice zajedničko je da investitori za dana sredstva od poduzetnika traže vlasnički udio u poduzeću.

3.4.1. Fondovi rizičnoga kapitala

Fondovi rizičnoga kapitala su oblik financiranja vlasničke glavnice, a u suštini označuju fondove nekog društva koje upravlja znatnim kapitalom namijenjenim prvenstveno srednjoročnom i dugoročnom investiranju u poduzeća koja po pravilu ne kotiraju na burzi i imaju visok potencijal rasta.³⁹ Navedeni fondovi sredstava prikupljaju privlačeći kvalificirane ulagače, npr. bogate pojedince i/ili institucionalne ulagače poput specijaliziranih fondova, mirovinskih fondova, osiguravajućih društava, Europske banke za obnovu i razvoj, itd., s obvezom vraćanja uloženi sredstava uvećanih za određenu stopu povrata. Fondovi rizičnoga kapitala pružaju sljedeće usluge poduzetnicima:⁴⁰

- Kapital za početak i razvoj poduzeća
- Istraživanje tržišta i poslovne strategije za poduzeća koja nemaju vlastite odjele za marketing
- Menadžment konzalting
- Kontaktiranje s potrošačima, dobavljačima, itd.
- Pomoć u pregovaranju
- Pomoć pri zapošljavanju radne snage, itd.

Fondovi rizičnoga kapitala najčešće ulažu u poduzeća koja se bave visokotehnološkim djelatnostima kao što su Internet, komunikacije, informatika, biotehnologije, itd. Da bi poduzeće privuklo kapital navedenih fondova, mora

³⁹ Cvijanović, V.; Marović, M.; Sruk, B.: Financiranja malih i srednjih poduzeća, str. 89

⁴⁰ Kuratko, D.; Hodgetts, R. M.: Entrepreneurship: Theory, process, practice, 2007.

prvenstveno imati potencijal brzog rasta. Sam proces dobivanja kapitala je rigorozan i od poduzetnika zahtijeva profesionalnu pripremu projektne dokumentacije s dugoročnim planom poslovanja u budućnosti. Kada fond rizičnoga kapitala prihvati poduzetnički projekt, slijedi dogovor o svim relevantnim poslovnim pitanjima s posebnim naglaskom na menadžerski tim.

Fondovi rizičnoga kapitala ne kupuju više od dvadeset do četrdeset posto vlasništva poduzeća, jer bi se kupnjom većega vlasničkog udjela smanjio entuzijazam poduzetnika za upravljanje poduzećem. Dinamika investiranja fonda u poduzetnički projekt nije uvijek jednokratna, već se, ako je riječ o velikim iznosima, može realizirati u nekoliko faza. Prihvaćanje tog oblika financiranja od poduzetnika zahtijeva odricanje od dijela vlasništva, a ponekad i gubitak kontrole nad poslovanjem.⁴¹

3.4.2. Poslovni anđeli

„Poslovni anđeli (eng. business angels) su bogati pojedinci koji traže poduzetničke pothvate u koji žele uložiti svoja sredstva u zamjenu za stjecanje vlasničkog udjela u poduzeću. To je tip neformalnog rizičnog kapitala čija se priroda još nije dovoljno shvatila. Nositelji ovog tržišta kapitala su visokoobrazovani poslovni ljudi, često i s doktoratom znanosti“. Poslovni anđeli su privatne osobe koje investiraju svoj osobni novac u poslove sa visokim potencijalom koji se nalaze u početnoj (start up) fazi u zamjenu za udio u kompaniji. Oni također doprinose svojim znanjima upravljanja poslom kao i osobnim vezama unutar mreže.⁴² Poslovni anđeli su (bivši) uspješni poduzetnici te (bivši) uspješni lideri tvrtki/korporacija koji financiraju start-up projekte visokog rizika na način da ulaze u vlasnički udio i pružaju pomoć u daljnjem razvoju i komercijalizaciji projekta. To su neformalni individualni investitori koji svojim poslovnim iskustvom savjetuju mlade tvrtke i poduzetnike i pomažu njihovom budućem rastu. Najveća vrijednost poslovnih anđela jest „pametno financiranje“ – pružanje ekspertize, vještina i poslovnih kontakata. Poslovni

⁴¹ Škrtić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011, str. 261-262

⁴² Garača, N.; Marjanović, I.: Uloga poslovnih anđela u poduzetništvu, dostupno na poveznici: <https://hrcak.srce.hr/67845> (pristupljeno dana: 18.12.2019.)

anđeli prvenstveno ulažu u sektore koje razumiju i regiju koju poznaju. Najčešći razlozi zašto anđeli ulažu su profit, poticanje poduzetništva, poslovna aktivnost, ali i zabava u stvaranju nove vrijednosti.

Na temelju prethodnog može se prepoznati da se poslovni anđeli razlikuju od ostalih izvora financiranja po tome jer:

- su pojedinci, individualci, a ne institucije,
- predstavljaju tip neformalnog rizičnog kapitala,
- ulažu u poslove sa visokim potencijalom, a koji se
- nalaze u početnoj fazi,
- profit ostvaruju prodajom vlasničkog udjela, a time dijele rizik projekta zajedno sa poduzetnikom,
- posjeduju poslovno iskustvo, vještinu i poslovne kontakte kojima također pridonose razvoju i rastu posla,
- nisu motivirani samo profitom, već i radošću stvaranja novog.

S obzirom na njihove karakteristike, razlikuju se četiri skupine poslovnih anđela:

1. Anđeli čuvari (eng. guardian angels) donose i poduzetničko iskustvo i poznavanje određene industrije. To su osobe koje su bile uspješni poduzetnici u istom sektoru u koji ponovno žele ulagati.
2. Anđeli poduzetnici (eng. entrepreneur angels) imaju iskustvo poduzetničkog pothvata, ali u nekom drugom sektoru različitog od onog u koji ulažu.
3. Operativni anđeli (eng. operational angels) imaju iskustva i znanja stečena u određenoj industriji, ali radeći u velikim poduzećima. Možda im nedostaju iskustva u malim, tek osnovanim poduzećima.
4. Financijski anđeli (eng. financial angels) investiraju isključivo radi ostvarivanja povrata na uložena financijska sredstva.

Da bi našao svojega poslovnog anđela, prvi korak koji poduzetnik mora napraviti je da pažljivo izradi poslovni plan ili poduzetnički projekt. U projektu je

potrebno opisati svoj poslovni model koji mora biti valjano dokumentiran, odnosno mora sadržavati kalkulacije i objašnjenja koje izvore prihoda planira. Ulagačima je vrlo bitno da poduzetnik ima jasnu ideju na koji način će se njegova ideja unovčiti i otkud će stizati prihodi. Četiri petine poslovnih planova odbije anđele već u početku jer su loše napisani ili iznose neozbiljne tvrdnje poput „mi nemamo ozbiljnu konkurenciju“. U potrazi za sredstvima treba razmišljati tržišno i nikako podcjenjivati konkurenciju. Važno je biti na zemlji i biti svjestan svojeg položaja na tržištu. Pokazalo se da anđeli radije daju novac osobama koje su već razradile ne samo razvoj posla nego i planove izlaza iz moguće krize. Ozbiljnost pristupa vrlo je važna, a poslovni anđeli će u pravilu biti više zainteresirani za biznis koji ima veći izvozni potencijal.

Kada ste pronašli svojeg poslovnog anđela i kada se desi „kemija“, prije investiranja potrebno je ugovorom definirati međusobne odnose: koje će vrijednosti poslovni anđeo unijeti u poduzeće, na koje vrijeme i kako će „izaći“ iz posla. Kao što je već rečeno, najčešći oblik ulaganja poslovnih anđela je tzv. equity deal, odnosno udio (najčešće manjinski) u vlasništvu tvrtke. Koliki će udio u tvrtki uzeti poslovni anđeo ovisi u kojoj se fazi nalazi projekt. Što je ranija faza u kojoj ulagač ulazi u tvrtku, to je njegov udio u pravilu veći, a što se više odmaklo za razvojem posla, naravno udio u ukupnom vlasništvu je manji. Ipak, poslovni anđeli dijele rizik projekta, znanjima i iskustvom koje posjeduju sudjeluju i u vođenju te operativnom radu poduzeća, u pravilu bez ikakve posebne naknade, kao „besplatni djelatnik“. Osim financijskog, ovo ulaganje vlastitog rada i znanja, pogotovo kad je riječ o projektima u sasvim ranoj fazi, kad poduzetnik ne posjeduje ništa osim ideje, izuzetno je važno za pokretanje i razvoj posla. Poslovni anđeli u pravilu ulažu iznose u rasponu od 20.000 do 100.000 eura, iako su moguća i veća ulaganja kada se u projekt uključi više anđela. Jedini način da poslovni anđeo ostvari profit jest da proda svoj udio u tvrtki, odnosno da izađe iz posla, za što se koristi engleski naziv exit. Izaći se može na jedan od sljedećih načina:

- ponudom osnivača da otkupi njegov udjel,
- da se udio proda nekom drugom ulagaču,

– da tvrtka izađe na javnu burzu dionica.

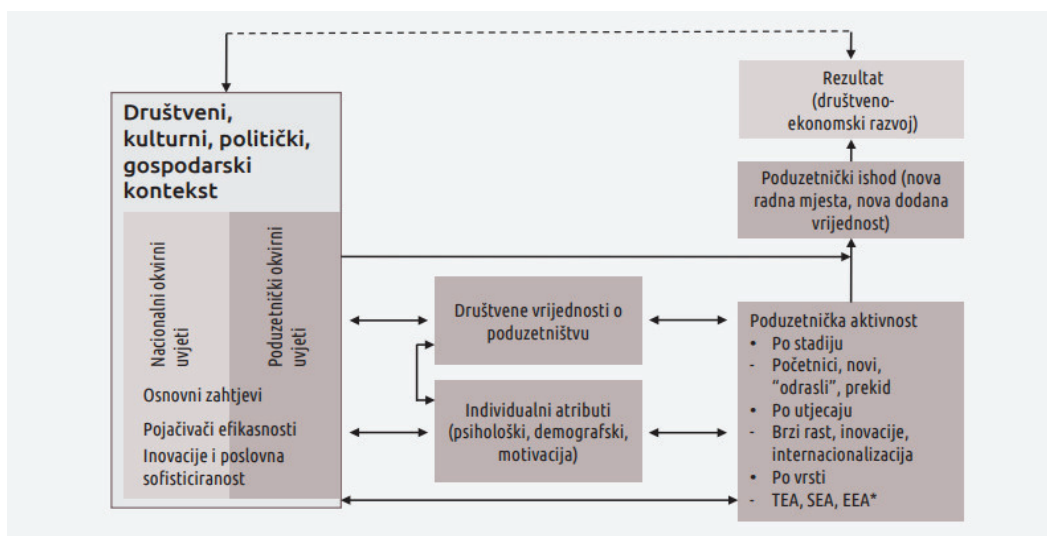
Ulagač može prodati samo svoj udio, ali je moguće da neka tvrtka ili fond kupe cijelu firmu i preuzme udjele svih vlasnika u cijelosti.⁴³

⁴³ Ibid

4. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Global Entrepreneurship Monitor (dalje u tekstu: GEM) najveće je svjetsko empirijsko istraživanje poduzetničke aktivnosti. Inicijativom istraživača sa London Business School i Babson College istraživanje je pokrenuto 1999. godine. Iste godine u istraživanju sudjelovalo je deset najrazvijenijih zemalja (G-7 zemlje: Francuska, Italija, Japan, Kanada, Njemačka, SAD, Ujedinjena Kraljevina te Danska, Finska i Izrael), koje su željele dobiti odgovor zašto je poduzetnički kapacitet SAD-a veći nego u drugim razvijenim zemljama.

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru koji polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkih okvirnih uvjeta i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju novih vrijednosti. Intenzitet povezanosti između komplementarnih mehanizama stvaranja nove vrijednosti (ljudi s intencijama pokretanja poslovnog pothvata, pokretanje poslovnih pothvata, rast postojećih poduzeća) i okoline prati se u GEM istraživanju iz perspektive pojedinca koji djeluje proaktivno, inovativno i odgovorno za svoje izbore (Slika 1).



Slika 1: Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničke okoline

Izvor: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (pristupljeno dana: 21.12.2019.)

Holistički pristup na kojem je utemeljen GEM konceptualni okvir omogućava istraživanje poduzetništva, kao multidimenzionalnog fenomena interakcije pojedinca i okoline, koji je prisutan u svim društvenim organizacijama, ne samo u gospodarstvu, nego i u obrazovanju, istraživanju, kulturi, vladinim institucijama te lokalnoj upravi. Za sada GEM prati poduzetničko djelovanje vlasnika/menadžera samo u sferi poslovnih pothvata, koji mogu biti profitno ili ne-profitno orijentirani, a od 2011. godine prati i poduzetničko ponašanje zaposlenika.

Unutar ovakvog konceptualnog okvira oblikovani su temeljni ciljevi istraživanja:

- Otkrivanje faktora koji utječu (stimulirajuće ili ograničavajuće) na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti neke zemlje
- Mjerenje razlika u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima te kvalitete poduzetničke okoline unutar koje se obavlja poduzetnička aktivnost

- Otkrivanje implikacija vladinih politika na kapacitet poduzetništva i utjecaja poduzetništva na razvojne procese te izgradnja platforme spoznaja za oblikovanje politika temeljenih na činjenicama koje mogu poboljšavati razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji.

U trokutu ovih ciljeva, rezultati GEM istraživanja imaju značajan teorijski i aplikativni utjecaj u odgovaranju na dva važna pitanja:

- Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ukupnim društveno-ekonomskim rastom neke zemlje?
- Što vlade mogu činiti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja u zemlji, posebno kroz djelovanje na pojedine komponente poduzetničke okoline, kao što su obrazovanje, inovativna aktivnost, regulatorni okvir, porezna politika?

Teoretski utemeljeni konceptualni okvir i snažna empirijska komponenta istraživanja omogućavaju izgradnju konzistentne podloge za policy intervencije u cilju poboljšanja poduzetničke okoline unutar koje (i u interakciji s kojom) se ostvaruje poduzetnička aktivnost pojedinaca. GEM istraživanje omogućava izgrađivanje osnove za vertikalno i horizontalno uspoređivanje poduzetničke aktivnosti neke zemlje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora. Vertikalno uspoređivanje omogućava pojedinoj zemlji praćenje promjena poduzetničke aktivnosti i kvalitete poduzetničkog okruženja tijekom godina, te analizu efekata primijenjenih politika i instrumenata (za Hrvatsku je to od 2002-2018. godine). Horizontalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji međunarodno uspoređivanje u istom vremenu, odnosno izbor odgovarajućeg standarda (benchmark-a).⁴⁴

⁴⁴ Singer, S.; Šarlija, N.; Pfeifer, S.; Oberman Peterka, S.: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, Zagreb, 2019.

4.1. Mjerenje poduzetničkog duha

Poduzetnički duh mjerimo TEA indeksom – Total Entrepreneurial Activity. TEA indeks utvrđuje odnos broja poduzetnika čija je poduzetnička aktivnost kraća od 42 mjeseca, na 100 stanovnika, a sastoji se od dva podindeksa:

- TEA prilika (broj poduzetnika na 100 odraslih stanovnika, u dobi od 18 do 64 godine, koji su se odlučili za poduzetničku aktivnost jer su uočili poslovnu priliku),
- TEA nužnost (broj poduzetnika na 100 odraslih stanovnika, u dobi od 18 do 64 godine, koji su se odlučili za poduzetničku aktivnost natjerani situacijom u kojoj su se našli, npr. nezaposlenost, nemogućnost pronalaska zaposlenja).⁴⁵

Visok TEA indeks u nerazvijenim zemljama predstavlja odraz povećane poduzetničke aktivnosti osoba koje često nemaju drugog izbora nego da se bave poduzetništvom i rizičnim poduhvatima. Zbog same prirode poduzetništva kao i vanjskih ograničenja (nerazvijenost institucija i tržišta), visok TEA i visoka sklonost riziku ne predstavljaju pokazatelj razvijenosti i ne utječu na rast BDP-a.

U razvijenim zemljama, u prosjeku, imamo niže vrijednosti TEA indeksa. One oslikavaju veći oprez prilikom osnivanja i poslovanja poduzeća, odnosno dominaciju poduzetnika iz prilike. Poduzetništvo iz prilike udruženo sa pozitivnim, poduzetništvu naklonjenim okruženjem, ne rezultira nužno rastom indeksa TEA ali rezultira rastom BDP-a. No, svakako, od same prirode osobe, njenog iskustva i percipiranja prilika i ograničenja iz okruženja će ovisiti konačna sklonost riziku kao i spremnost ulaska u poduzetničke vode.⁴⁶

⁴⁵ Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Varaždin, 2012., dostupno na poveznici: <http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno dana: 04.01.2020.)

⁴⁶ Martinović, D.; Veselinović, Lj.: Da li nivo poduzetničke aktivnosti i indeks TEA predstavljaju pokazatelje ekonomskog rasta?, Ekonomski fakultet univerziteta u Zenici, BH Ekonomski forum, str. 18

5. MALA I SREDNJA PODUZEĆA I PODUZETNIŠTVO: KLJUČ GOSPODARSKOG RASTA

Posebna je pažnja posvećena potrebama malih i srednjih poduzeća. Potpora SME-u i promicanje poduzetništva ključni su za gospodarski oporavak. Dvadeset tri milijuna europskih SME-a čine 98% poduzeća, osiguravaju 67% radnih mjesta i otvaraju 85% svih novih radnih mjesta. Uspostavljen je niz instrumenata kako bi se tim poduzećima pomoglo s administrativnim i regulatornim uvjetima i formalnostima te poduprlo njihovo prekogranično poslovanje, pristup financiranju i druge poslovne mogućnosti.

Djelovanje na razini EU-a potrebno je kako bi jedinstveno tržište robe i usluga ostalo otvoreno i nepristrano. Komisija zastupa europske interese na međunarodnoj razini i omogućuje poduzećima EU-a pravedno natjecanje na svjetskom tržištu pomoću otvaranja tržišta i daljnje liberalizacije trgovinske razmjene. Nadalje, Komisija nadzire konkurentnost 40 industrijskih sektora te industrije EU-a u cjelini, a svoje zaključke objavljuje godišnje u izvješću o konkurentnosti odnosno svake druge godine u izvješću o industrijskoj strukturi. Kako bismo zaštitili buduće izgleda zapošljavanja i rasta, od najveće je važnosti dodatno poboljšati uvjete poslovanja u EU-u, što zahtijeva koordinirano djelovanje na razini EU-a i država članica.⁴⁷

⁴⁷ Europska komisija: Poduzetništvo, Europska unija, 2014.

6. ISTRAŽIVANJE

6.1. Ciljevi istraživanja

Ciljevi ovog istraživanja su utvrditi:

- Koliko pojedinaca razmišlja/ne razmišlja o otvaranju vlastitog poslovanja odnosno koliko pojedinaca je već pokrenulo vlastito poslovanje,
- Koji su najveći problemi prilikom pokretanja vlastitog poslovanja,
- Daje li Republika Hrvatska dovoljnu potporu potencijalnim i sadašnjim poduzetnicima

6.2. Metodologija istraživanja

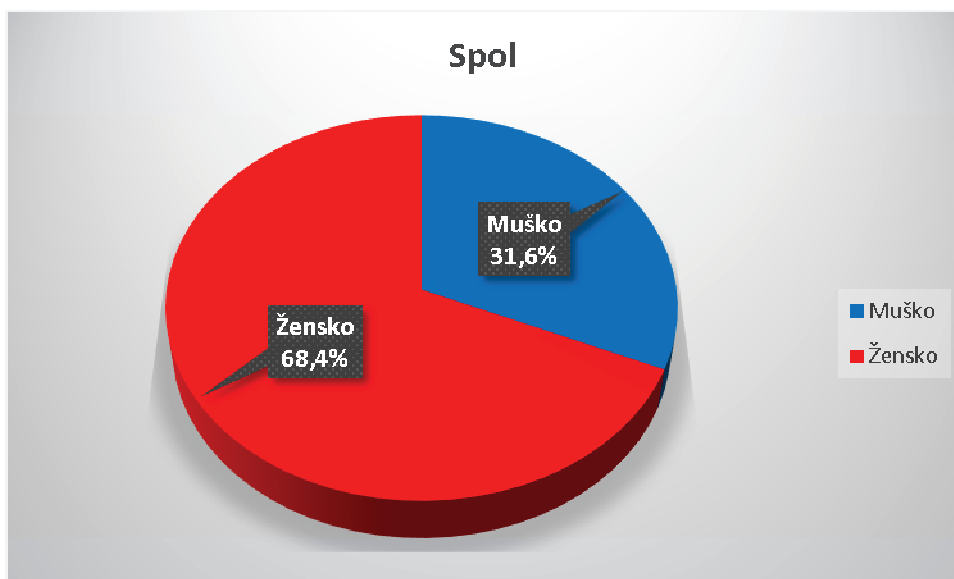
Nakon definiranja ciljeva kao način prikupljanja podataka izabran je anketni upitnik. Istraživanje je provedeno na uzorku od 155 ispitanika tijekom listopada 2019. godine.

Anketni upitnik na temelju kojega je provedeno istraživanje izrađen je pomoću platforme Google obrazac (Google Form). Ispitanici su anketu mogli riješiti putem računala, pametnih telefona te tableta. Anketni upitnik sastojao se od 22 pitanja, od kojih 12 pitanja sa ponuđenim odgovorima, 7 pitanja na kojima ispitanici odgovaraju na Likertovoj skali⁴⁸ te 3 pitanja na kojima ispitanik izabire odgovor da ili ne. Prvih 5 postavljenih pitanja su opća pitanja kojima su se prikupile osnovne informacije o ispitanicima.

6.3. Karakteristike uzorka

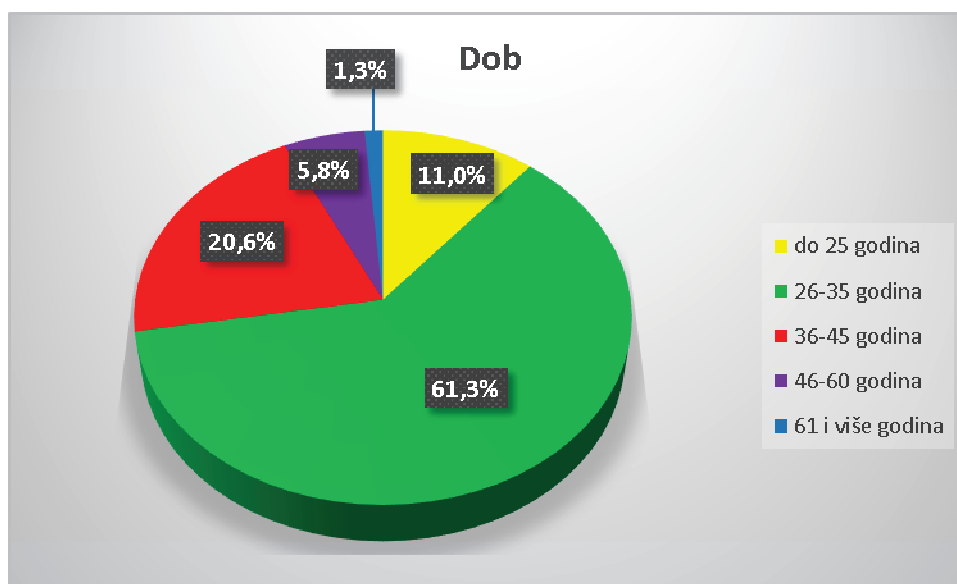
Uzorkom su izabrane osobe različitog spola, dobi, stupnja obrazovanja, statusa zaposlenja te socijalnog statusa, kako bi se osigurala što veća reprezentativnost samog uzroka prema svim ključnim obilježjima.

⁴⁸ Likertova ljestvica, vrsta najčešće primjenjivane ljestvice za mjerenje stavova. Likertova ljestvica sastoji se od tvrdnji, koje izražavaju pozitivan ili negativan stav prema nekom objektu stava. Svaku tvrdnju prati najčešće pet mogućih odgovora. Njima se izražava stupanj slaganja, odn. neslaganja sa stavom izraženim u tvrdnji (potpuno slaganje, slaganje, neodlučnost/neutralnost, neslaganje, potpuno neslaganje).



Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu
Izvor: vlastita izrada autora

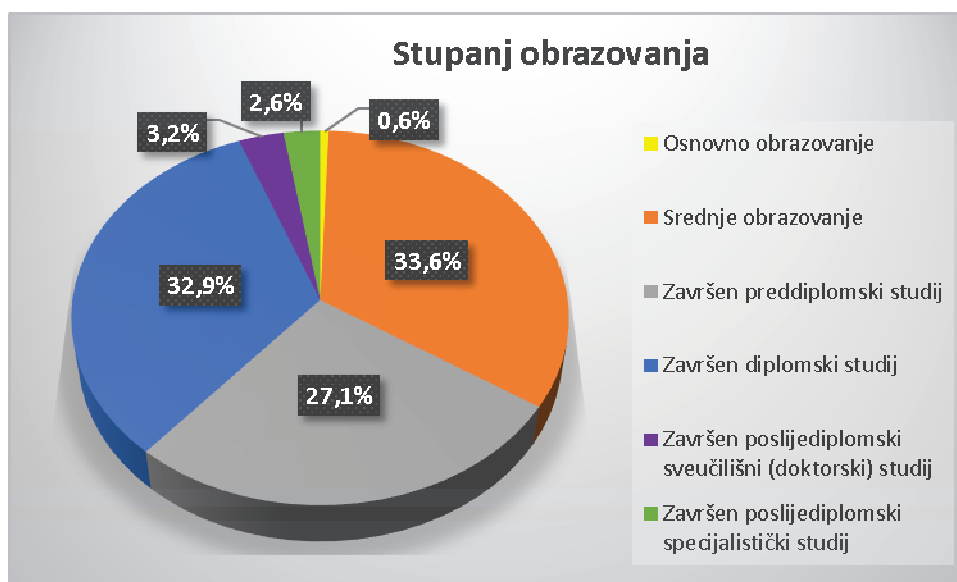
Struktura ispitanika prema spolu pokazuje da je u istraživanju sudjelovalo više žena nego muškaraca. Anketni upitnik ispunilo je 106 žena (68,4%) i 49 muškaraca (31,6%).



Grafikon 2: Struktura ispitanika prema dobi
Izvor: vlastita izrada autora

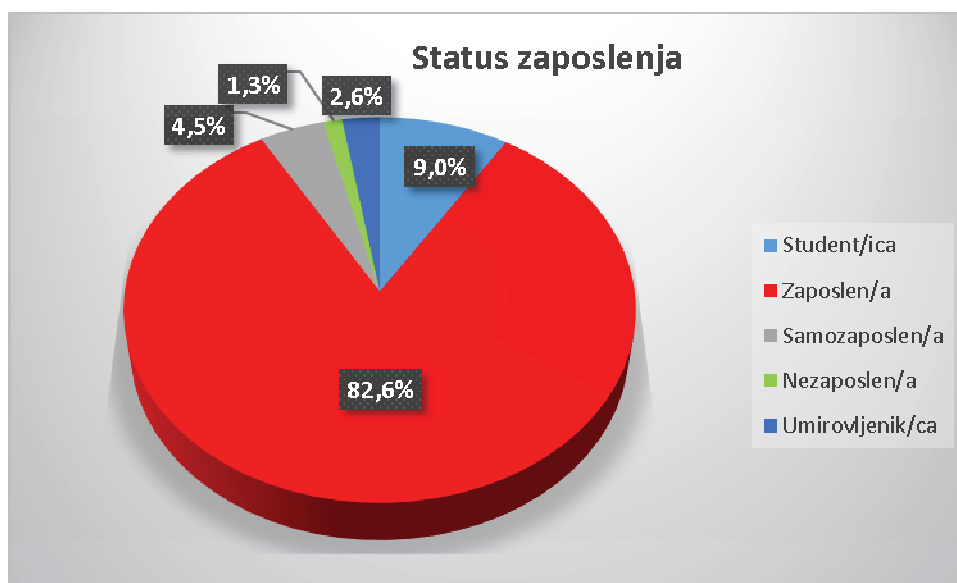
Struktura ispitanika prema dobi pokazuje da najviše ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, njih čak 61,3% ima između 26-35 godina, 20,6% ispitanika ima

između 36-45 godina, 11% ispitanika ima do 25 godina, 5,8% ispitanika ima između 46-60 godina, a 1,3% ispitanika je starije od 60 godina.



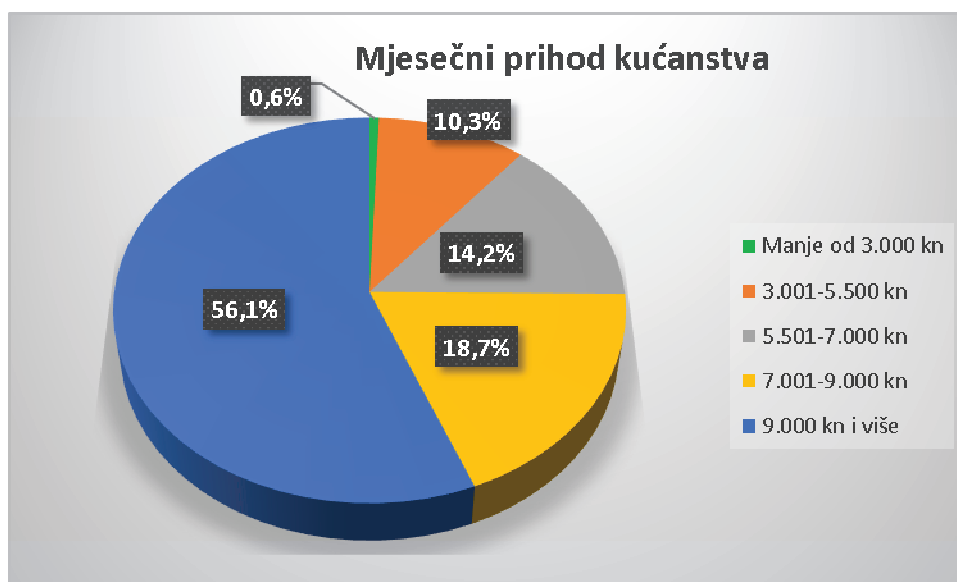
Grafikon 3: Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja
Izvor: vlastita izrada autora

Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja pokazuje da je najviše ispitanika sa završenom srednjom školom, njih 33,6%, 32,9% završilo je diplomski studij, 27,1% završilo je preddiplomski studij, 3,2% završilo je poslijediplomski sveučilišni (doktorski) studij, 2,6% ima završen poslijediplomski specijalistički studij te 0,6% ispitanika ima završeno osnovno obrazovanje.



Grafikon 4: Struktura ispitanika prema statusu zaposlenja
Izvor: vlastita izrada autora

Struktura ispitanika prema statusu zaposlenja pokazuje da je najviše ispitanika zaposleno, njih 82,6%. 9% ispitanika studira, 4,5% je samozaposlenih, 2,6% ispitanika je u mirovini, 1,3% ispitanika je nezaposleno.



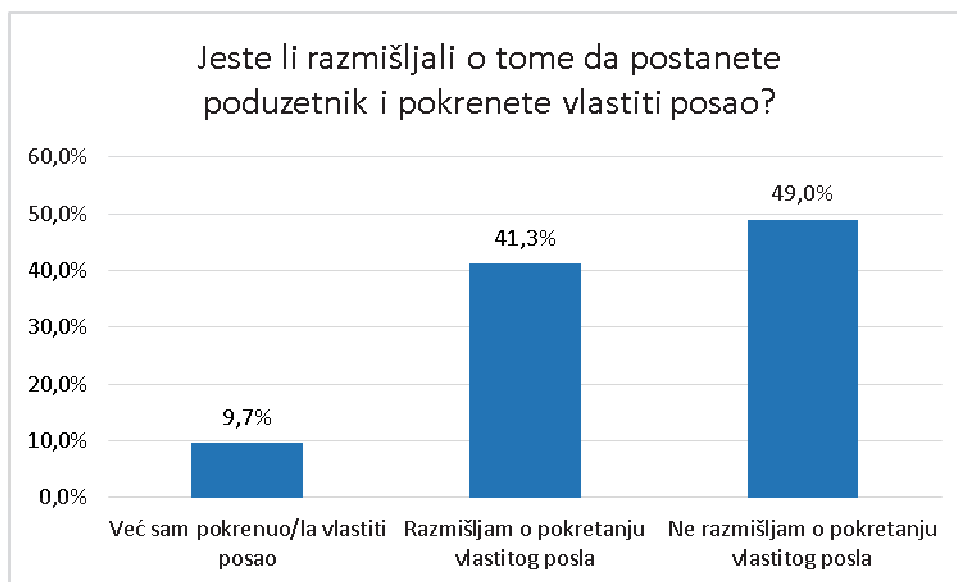
Grafikon 5: Struktura ispitanika prema mjesečnom prihodu kućanstva
Izvor: vlastita izrada autora

Struktura ispitanika prema mjesečnom prihodu kućanstva pokazuje da najviše ispitanika, 56%, ima mjesečni prihod kućanstva 9.000 kn i više. 19% ispitanika ima mjesečni prihod kućanstva od 7.001-9.000 kn, 14% ispitanika 5.501-7.000

kn, 10% 3.001-5.500 dok 1% ispitanika ima mjesečni prihod kućanstva manje od 3.000 kn.

6.4. Rezultati istraživanja

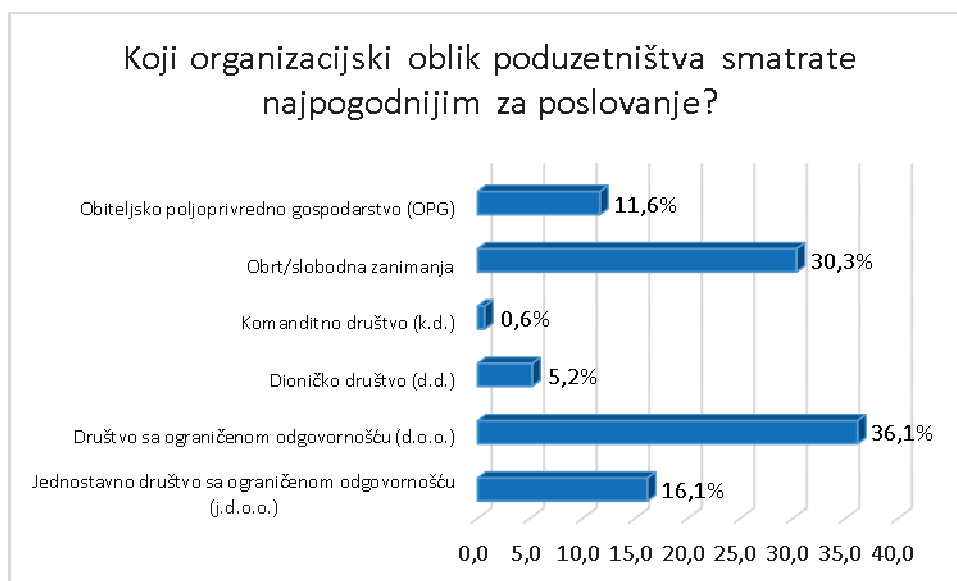
Nakon utvrđivanja temeljnih karakteristika uzorka, ispitanicima su postavljena pitanja o temama vezanim uz poduzetništvo te preprekama prilikom pokretanja vlastitog poslovanja. Na početku istraživanja željelo se utvrditi da li ispitanici razmišljaju o tome da postanu poduzetnici i pokrenu vlastiti posao.



Grafikon 6: Jeste li razmišljali o tome da postanete poduzetnik i pokrenete vlastiti posao?

Izvor: vlastita izrada autora

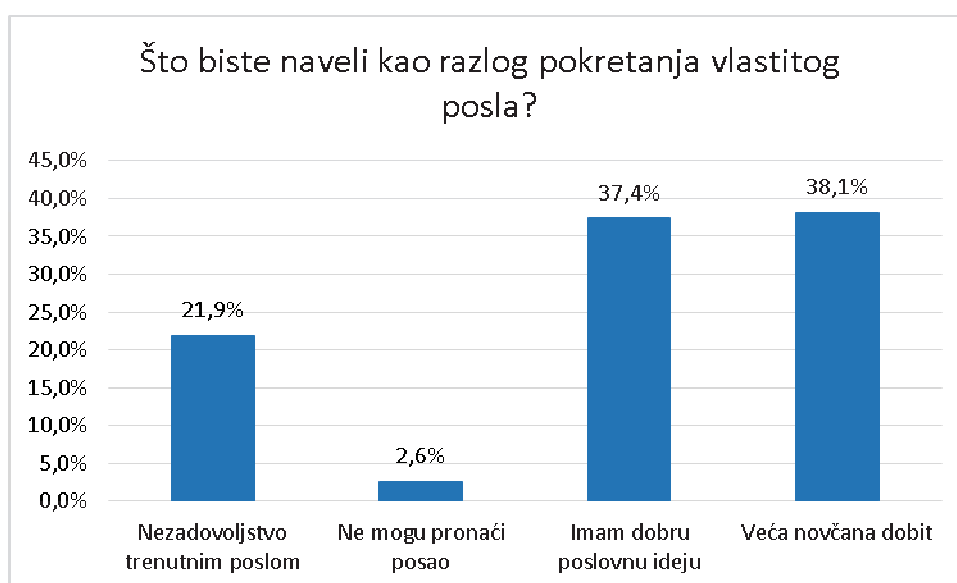
O pokretanju vlastitog posla razmišlja 41,3% ispitanika, 9,7% ispitanika je već pokrenulo vlastito poslovanje, dok 49% ne razmišlja o pokretanju vlastitog posla. Analizirajući dobivene rezultate, najmanji broj ispitanika je pokrenuo vlastiti posao, dok najveći broj ispitanika uopće ne razmišlja o pokretanju vlastitog posla. Smatra se da je poslovna klima u Republici Hrvatskoj i dalje nepovoljna usprkos brojnim reformama.



Grafikon 7: Koji organizacijski oblik poduzetništva smatrate najpogodnijim za poslovanje?

Izvor: vlastita izrada autora

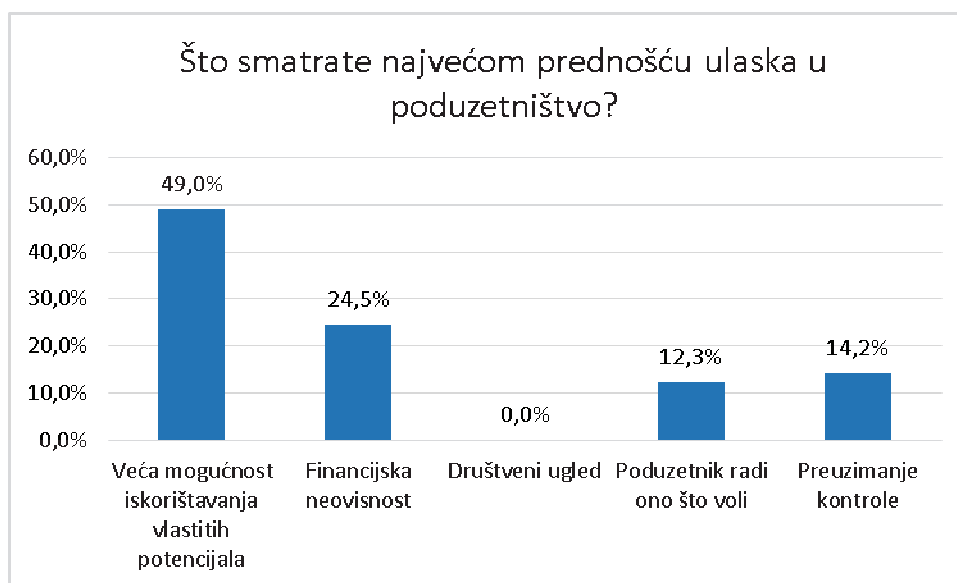
Ispitanici najpogodnijim organizacijskim oblikom poduzetništva za poslovanje smatraju društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) njih 36,1%, slijede obrt/slobodna zanimanja 30,3%, jednostavno društvo sa ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.) 16,1%, obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) 11,6%, dioničko društvo (d.d.) 5,2% te komanditno društvo (k.d.) 0,6%.



Grafikon 8: Što biste naveli kao razlog pokretanja vlastitog posla?

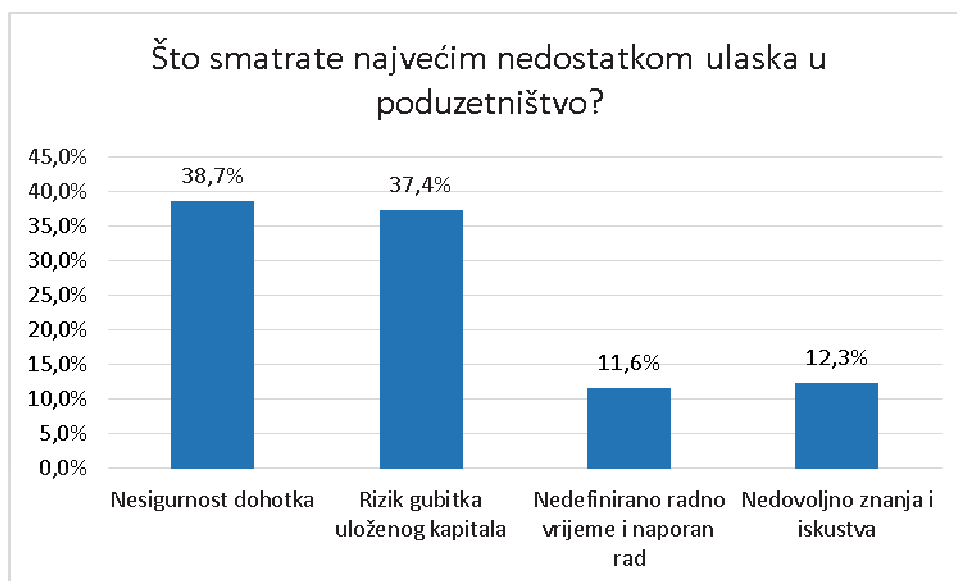
Izvor: vlastita izrada autora

Kao razlog pokretanja vlastitog posla najveći broj ispitanika su kao razlog naveli veću novčanu dobit 38,1%, njih 37,4% smatra da ima dobru poslovnu ideju, 21,9% ispitanika nezadovoljno je trenutnim poslom dok 2,6% ispitanika ne može pronaći posao te bi iz tog razloga pokrenuli vlastiti posao.



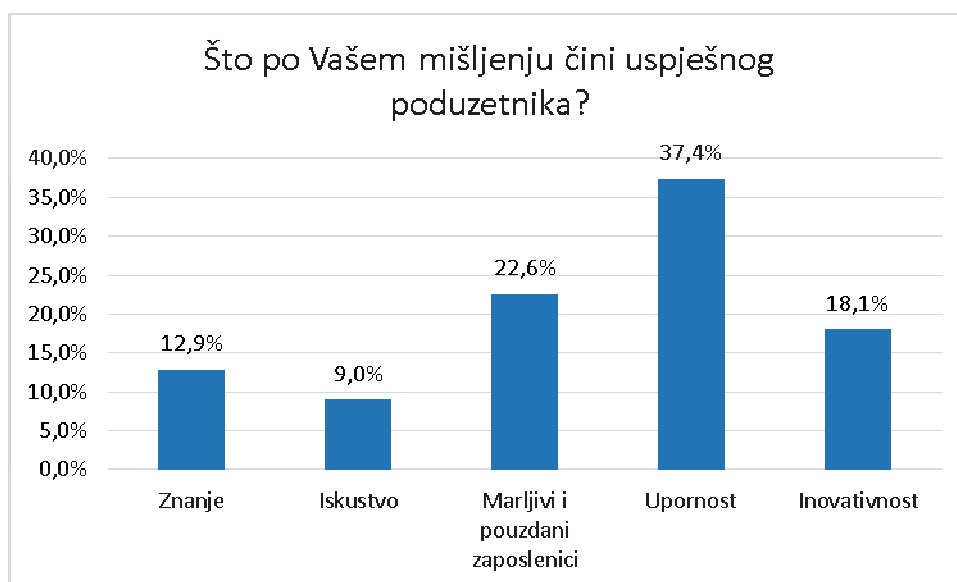
Grafikon 9: Što smatrate najvećom prednošću ulaska u poduzetništvo?
Izvor: vlastita izrada autora

Najvećom prednošću ulaska u poduzetništvo najveći broj ispitanika smatra da je veća mogućnost iskorištavanja vlastitih potencijala 49%, financijska neovisnost 24,5%, preuzimanje kontrole 14,2%, 12,3% ispitanika smatra da poduzetnik radi ono što voli.



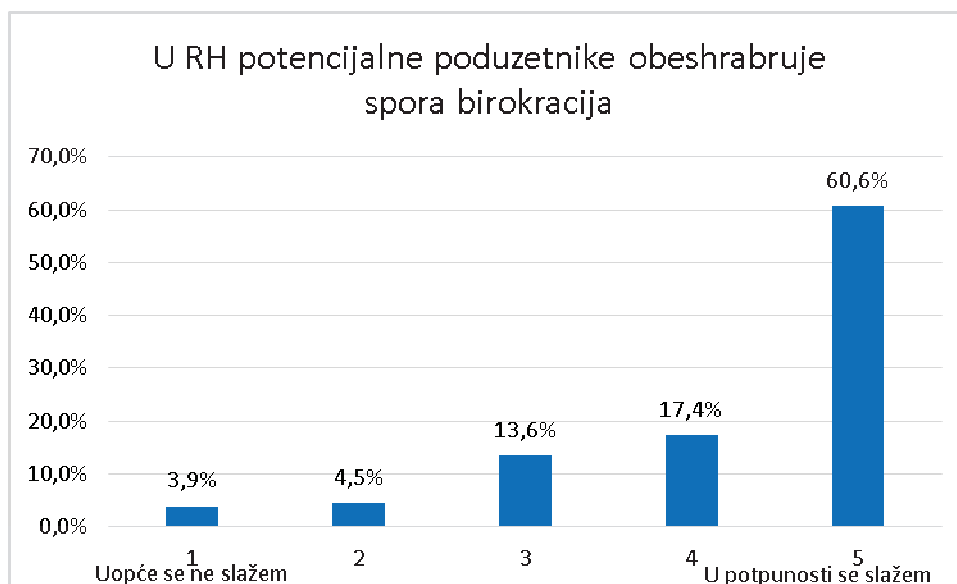
Grafikon 10: Što smatrate najvećim nedostatkom ulaska u poduzetništvo?
Izvor: vlastita izrada autora

Najvećim nedostatkom ulaska u poduzetništvo 38,7% ispitanika smatra da je nesigurnost dohotka, 37,4% rizik gubitka uloženog kapitala, 12,3% nedovoljno znanja i iskustva, 11,6% nedefinirano radno vrijeme i naporan rad.



Grafikon 11: Što prema Vašem mišljenju čini uspješnog poduzetnika?
Izvor: vlastita izrada autora

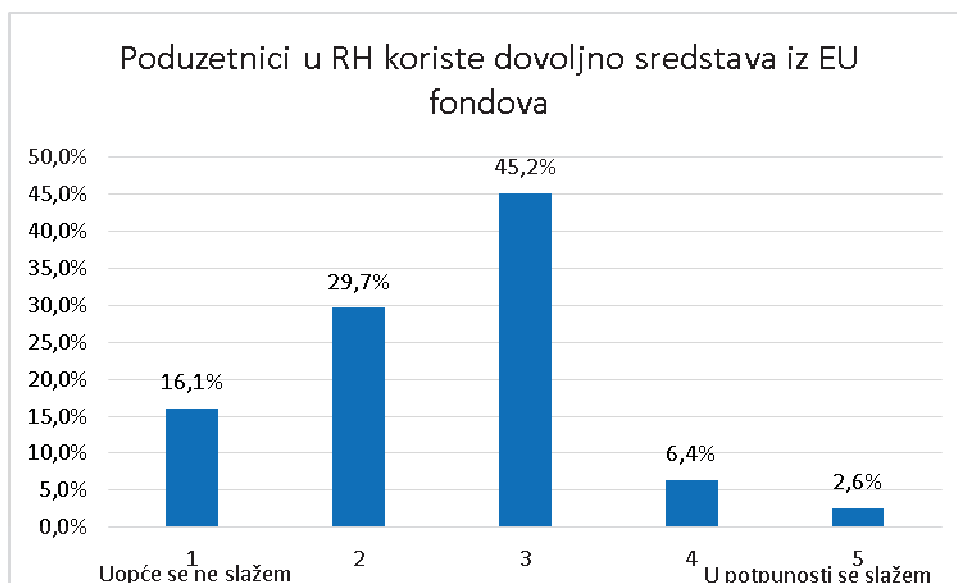
Najveći broj ispitanika smatra da upornost čini uspješnog poduzetnika 37,4%, marljivi i pouzdani zaposlenici 22,6%, 18,1% inovativnost, 12,9% znanje te iskustvo 9,0%.



Grafikon 12: U RH potencijalne poduzetnike obeshrabruje spora birokracija. (Likertova skala)

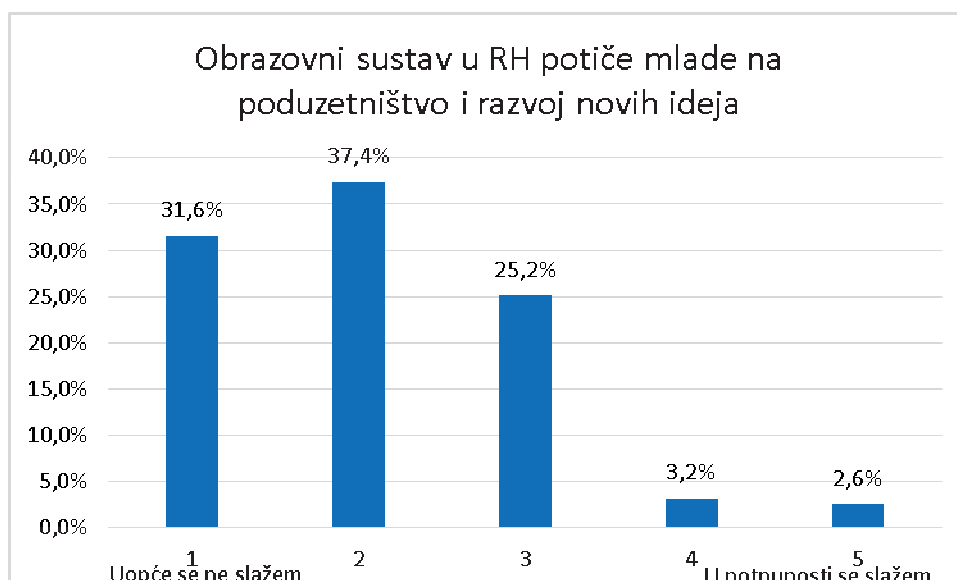
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „U RH potencijalne poduzetnike obeshrabruje spora birokracija“. 60,6% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok samo 3,9% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



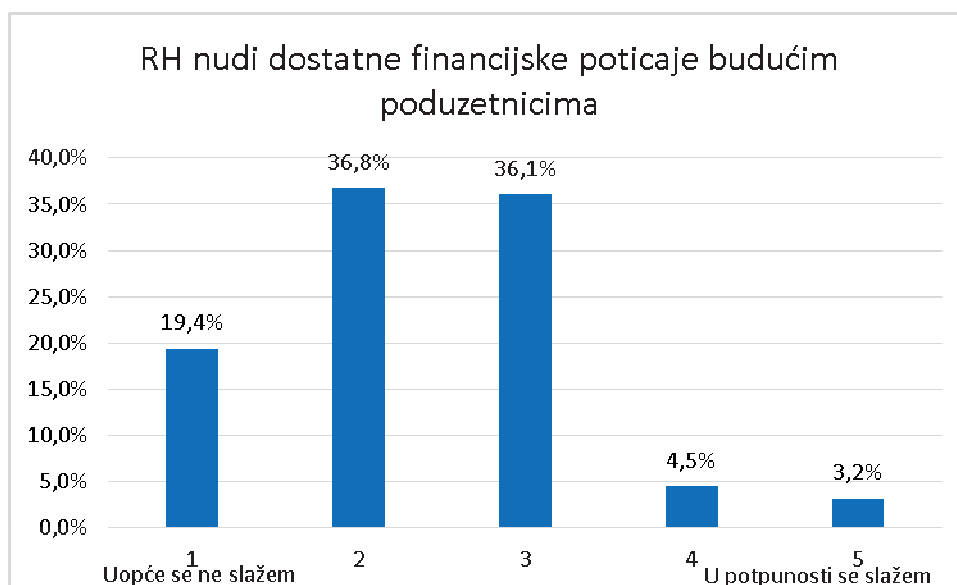
Grafikon 13: Poduzetnici u RH koriste dovoljno sredstava iz EU fondova. (Likertova skala)
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „Poduzetnici u RH koriste dovoljno sredstava iz EU fondova“. 2,6% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 16,1% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



Grafikon 14: Obrazovni sustav u RH potiče mlade na poduzetništvo i razvoj novih ideja. (Likertova skala)
Izvor: vlastita izrada autora

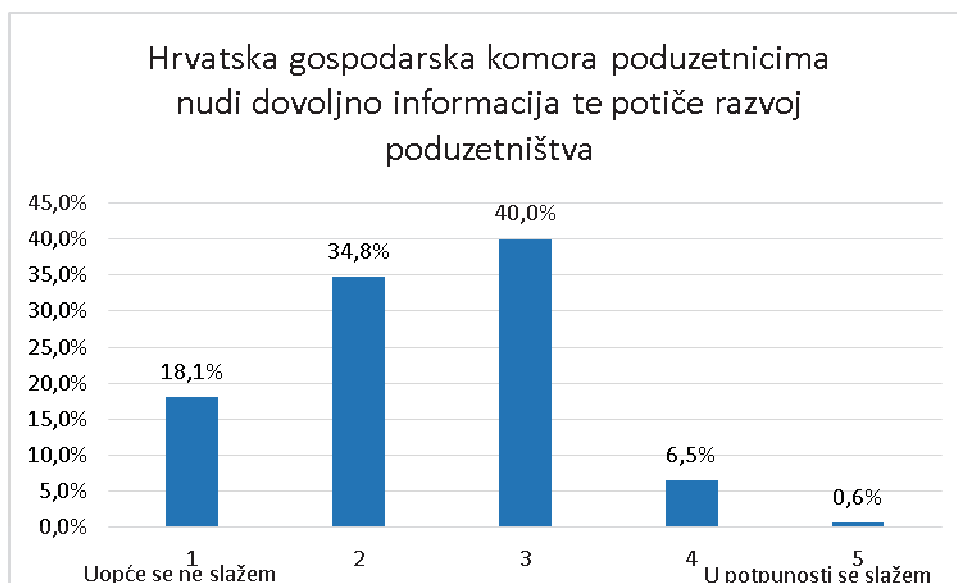
Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „Obrazovni sustav u RH potiče mlade na poduzetništvo i razvoj novih ideja“. 2,6% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 31,6% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



Grafikon 15: RH nudi dostatne financijske poticaje budućim poduzetnicima.
(Likertova skala)

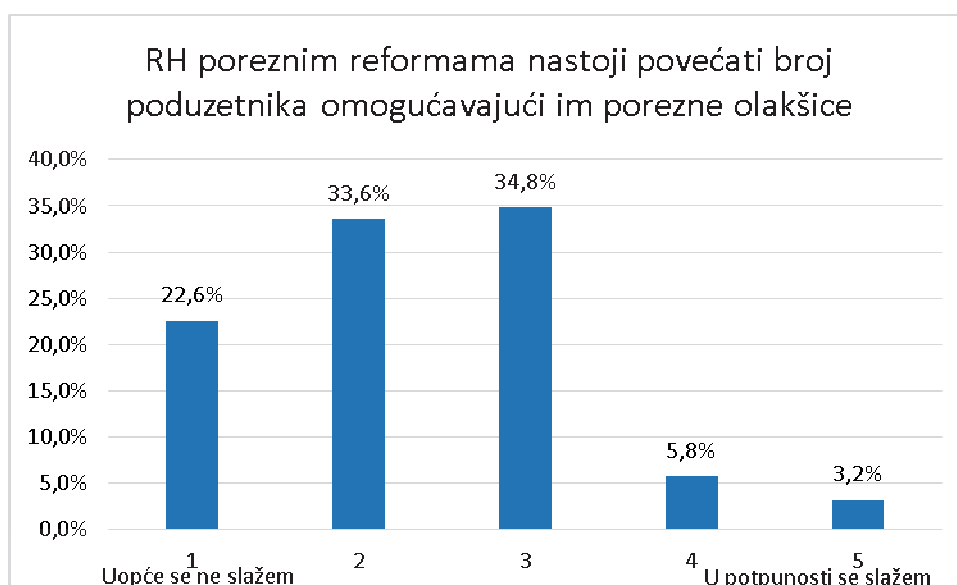
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „RH nudi dostatne financijske poticaje budućim poduzetnicima“. 3,2% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 19,4% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



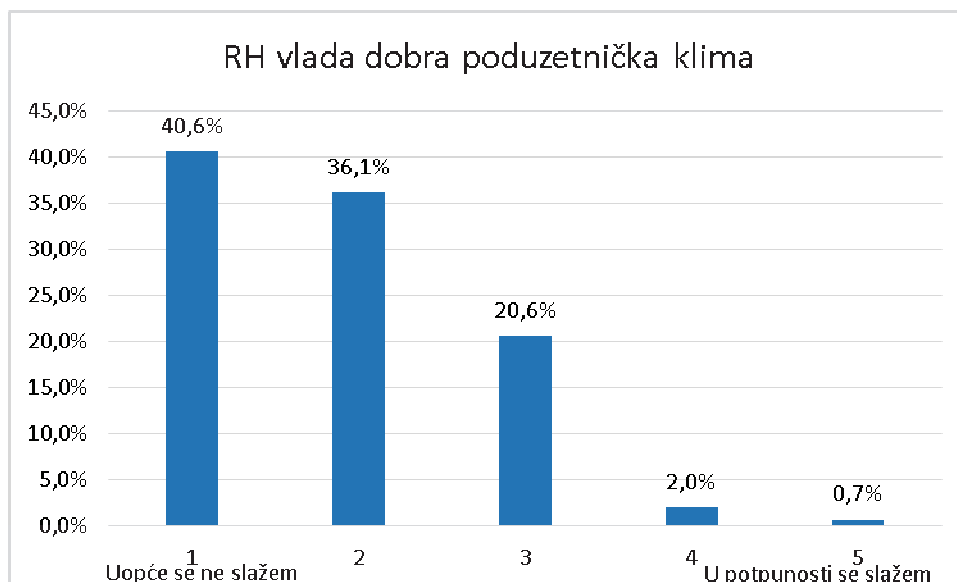
Grafikon 16: Hrvatska gospodarska komora poduzetnicima nudi dovoljno informacija te potiče razvoj poduzetništva.
(Likertova skala)
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „Hrvatska gospodarska komora nudi dovoljno informacija te potiče razvoj poduzetništva“. 0,6% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 18,1% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



Grafikon 17: RH poreznim reformama nastoji povećati broj poduzetnika omogućavajući im porezne olakšice.
(Likertova skala)
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „RH poreznim reformama nastoji povećati broj poduzetnika omogućavajući im porezne olakšice“. 3,2% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 22,6% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



Grafikon 18: U RH vlada dobra poduzetnička klima.
(Likertova skala)

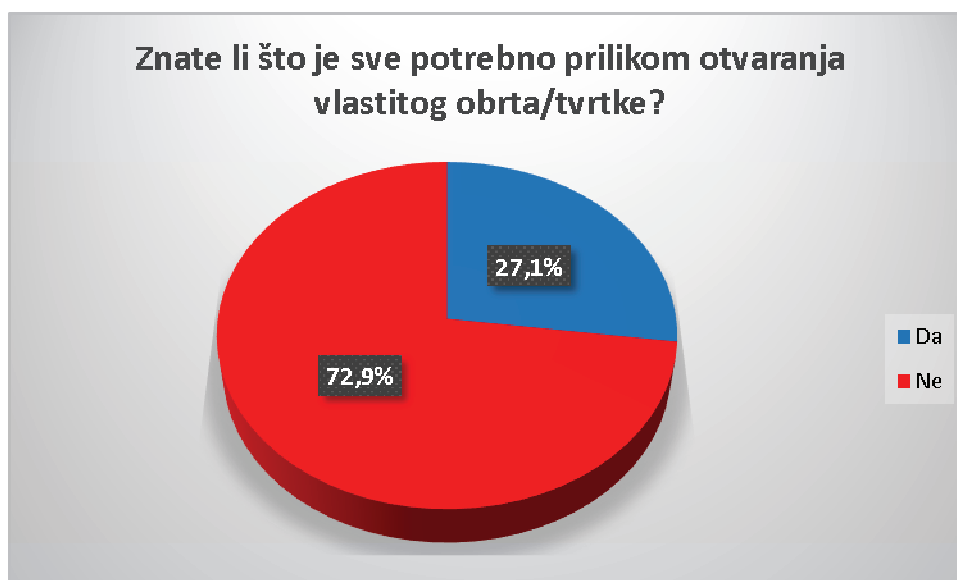
Izvor: vlastita izrada autora

Ispitanici su ocjenom od 1-5 ocijenili tvrdnju da „U RH vlada dobra poduzetnička klima“. 0,7% ispitanika se u potpunosti slaže sa tom tvrdnjom, dok 40,6% ispitanika uopće se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



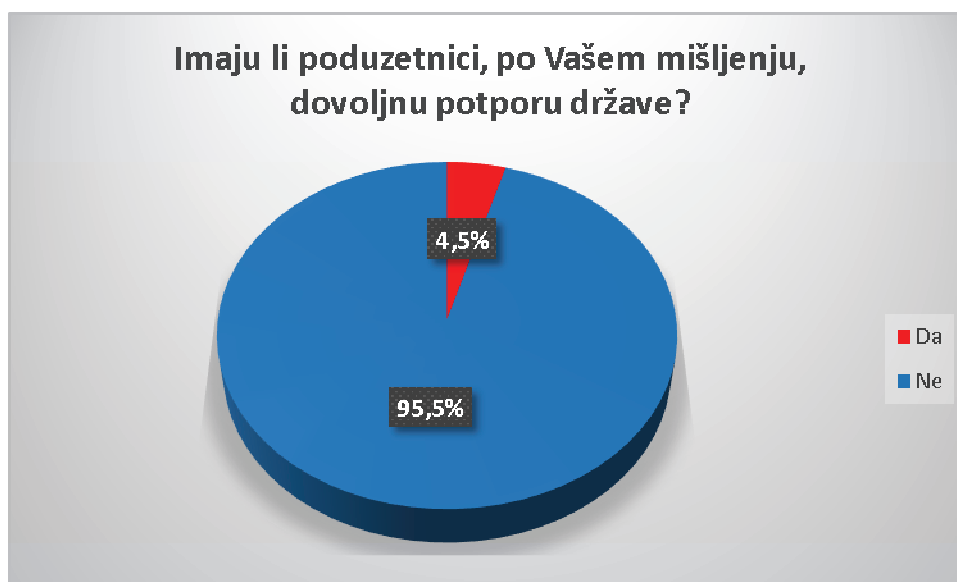
Grafikon 19: Smatrate li da su građani RH dovoljno informirani o načinu pokretanja novih poslovnih pothvata?
 Izvor: vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika, 94,2%, smatra da građani RH nisu dovoljno informirani o načinu pokretanja novih poslovnih pothvata, dok samo 5,8% smatra da građani imaju dovoljno dostupnih informacija.



Grafikon 20: Znate li što je sve potrebno prilikom otvaranja vlastitog obrta/tvrtke?
 Izvor: vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika, 72,9%, ne zna što je sve potrebno prilikom pokretanja vlastitog obrta/tvrtke, dok 27,1% ispitanika zna sve potrebne informacije.



Grafikon 21: Imaju li poduzetnici, po Vašem mišljenju, dovoljnu potporu države?
Izvor: vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika, 95,5%, smatra da poduzetnici nemaju dovoljnu potporu države, dok 4,5% ispitanika smatra da poduzetnici imaju dovoljnu potporu države.



Grafikon 22: Što mislite da je najveća prepreka mladim poduzetnicima u RH?
Izvor: vlastita izrada autora

Najvećom preprekom mladim poduzetnicima u RH, prema mišljenju ispitanika je korupcija 36,1%, česte izmjene zakona 27,1%, manjak kapitala 26,5%, neloyalna konkurencija 5,2%, carinske procedure 1,9%, birokracija 0,6%, sve navedeno 1,3% te porezi 0,6%.

Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika ne razmišlja o pokretanju vlastitog posla, gotovo 50% ispitanika, dok ostali ispitanici razmišljaju o pokretanju vlastitog posla ili su ga već pokrenuli. Organizacijskim oblikom najpogodnijim za poslovanje ispitanici smatraju društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.), dok je najmanje ispitanika odabralo komanditno društvo (k.d.). Kao razlog pokretanja vlastitog posla ispitanici su kao razlog naveli veću novčanu dobit, te posjedovanje dobre poslovne ideje. Najvećom prednošću ulaska u poduzetništvo ispitanici smatraju veću mogućnost iskorištavanja vlastitih potencijala, dok najvećim nedostatkom ulaska u poduzetništvo ispitanici smatraju nesigurnost dohotka te rizik gubitka uloženog kapitala. Prema mišljenju ispitanika uspješnog poduzetnika čini upornost. U Republici Hrvatskoj poduzetnike, prema mišljenju ispitanika, najviše obeshrabruje spora birokracija. Većina ispitanika smatra da u Republici Hrvatskoj poduzetnici osrednje koriste sredstava iz EU fondova. Obrazovni sustav, smatraju, ne potiče mlade na poduzetništvo i razvoj novih ideja. Republika Hrvatska, prema mišljenju ispitanika, ne nudi dostatne financijske poticaje budućim poduzetnicima. Hrvatska gospodarska komora poduzetnicima nudi osrednju razinu informacija te osrednje potiče razvoj poduzetništva. Ispitanici se osrednje slažu sa tvrdnjom da Republika Hrvatska nastoji povećati broj poduzetnika omogućavajući im porezne olakšice. Većina ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom da u Republici Hrvatskoj vlada dobra poduzetnička klima. Većina ispitanika smatra da građani Republike Hrvatske nisu dovoljno informirani o načinu pokretanja novih poslovnih pothvata te da ne raspolažu dostatnim informacijama o tome što je sve potrebno prilikom otvaranja vlastitog obrta/tvrtke. Većina ispitanika smatra da poduzetnici nemaju dovoljnu potporu države te da je najveća prepreka mladim poduzetnicima korupcija, manjak kapitala te česte izmjene zakona.

Rezultati istraživanja koji su prikazani i interpretirani ukazuju nam da većina ispitanika ne razmišlja o pokretanju vlastitog posla, što se smatra izrazito nepovoljnim. Poduzetništvo ima pozitivan utjecaj na stupanj zaposlenosti, povećava efektivnost, kvalitetu i konkurentnost te prilagođava ekonomski sustav modernom svjetskom tržištu. Smatra se da bi Republika Hrvatska mogla kroz reforme u obrazovanju postići razvijanje poduzetničke sposobnosti te podići svijest o ulozi poduzetništva u društvu, što bi u konačnici moglo smanjiti stopu nezaposlenosti.

ZAKLJUČAK

Malo i srednje poduzetništvo predstavlja potencijal za ekonomski razvoj što proizlazi iz činjenice da poduzetnici malih i srednjih poduzeća, diljem svijeta, zapošljavaju oko 60% svih zaposlenih. Poduzetništvo je sektor koji je zadužen za pokretanje i poticanje nacionalne ekonomije u cijelosti.

U Republici Hrvatskoj malo gospodarstvo uključuje više od 78.000 trgovačkih društava i time čini 99% registriranih poslovnih subjekata u Hrvatskoj. Važnost malog gospodarstva prepoznali su i kreatori gospodarskih politika zemalja Europske unije te jasno stavili u centar pozornosti upravo malo gospodarstvo. Što se tiče malog gospodarstva Hrvatska nije dovoljno konkurentna. Hrvatsko poduzetništvo karakteriziraju određeni problemi poput čestih promjena zakona, spore birokracije, nedovoljne institucionalne potpore nadležnih institucija koji sprječavaju njegov daljnji razvoj.

Smatra se da bi Republika Hrvatska trebala prvenstveno temeljite obrazovne reforme kojima bi prilagodila zahtjeve tržišta sa zahtjevima tržišta rada, potrebne su mjere poticanja poduzetništva, smanjenje poreznog tereta za poduzetnike koje bi doprinijele povećanju ekonomske snage i konkurentne sposobnosti hrvatskog malog gospodarstva na nacionalnom i globalnom planu.

Zaključno na istraživanje provedeno u radu može se reći da je potrebna informatizacija sustava državnih institucija čime bi se riješio problem spore birokracije. Potrebna je reforma poreznog sustava kojom bi se smanjila davanja poduzetnika te edukacija građana u cilju poticanja produktivnosti i samozapošljavanja koja bi u konačnici dovela do smanjenja stope nezaposlenosti.

U Varaždinu, 24.02.2020.

Kudlanić Nana

LITERATURA

KNJIGE/PRIRUČNICI

1. Bobera, D.; Hunjet, A.; Kozina, G.: Poduzetništvo, Varaždin, 2015.
2. Cepor, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018, Zagreb, 2018.
3. Cvijanović, V.; Marović, M.; Sruk, B.: Financiranja malih i srednjih poduzeća, Zagreb, 2008.
4. Europska komisija: Poduzetništvo, Nova industrijska revolucija, Europska unija, 2014.
5. Gorupić, D., Gorupić, D. jr.: Poduzeće – Postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća, Zagreb, 1990.
6. Hauc, A.: Projektni menadžment & Projektno poslovanje, Zagreb, 2007.
7. Hrvatski enciklopedijski rječnik, Zagreb, 2004.
8. Hunjet, A.; Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Varaždin, 2014.
9. Kuratko, D.; Hodgetts, R. M.: Entrepreneurship: Theory, process, practice, 2007.
10. Kuvačić, N.: Poduzetnički projekt, Split, 2001.
11. Lacković, Z.: Management malog poduzeća, Osijek, 2004.
12. Omazić, M.: Projektni menadžment, Zagreb, 2005.
13. Scarbrough, N. M.; Zimmerer, T.W.: Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach, 2009.
14. Singer, S.; Šarlija, N.; Pfeifer, S.; Oberman Peterka, S.: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, Zagreb, 2019.
15. Škrtić, M.: Osnove poduzetništva, Zagreb, 2002.
16. Škrtić, M.; Mikić, M.: Poduzetništvo, Zagreb, 2011.

17. Vidučić, Lj.; Ramljak, B.; Ćurak, M.; Sorić, I.; Rimac, A.; Pervan, I.; Brčić, G. Baran, D.; Zorić, M.: Mala i srednja poduzeća, Split, 2005.
18. Vodič za poduzetnike, Agencija za održivi razvoj Općine Antunovac RODA d.o.o. za gospodarski i ruralni razvoj i poticanje poduzetništva, Poduzetnički inkubator i akcelerator
19. Vukičević, M.: Financiranje malih poduzeća, Zagreb, 2000.

ČASOPISI

1. Garača, N.; Marjanović, I.: Uloga poslovnih anđela u poduzetništvu, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 1 No. 1, 2010., str. 75-80
2. Hunjet, A.; Kozina, G.; Milković, M.: Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, Učenje za poduzetništvo, Vol. 2 No. 2, 2012., str. 103-115
3. Kersan-Škabić, I.; Banković, M.: Malo gospodarstvo u Hrvatskoj i ulazak u Europsku Uniju, Ekonomska misao i praksa, No. 1, 2008., str. 57-75
4. Knežević, D.; Žiljak, N.: Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s izabranim zemljama svijeta, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 8 No. 2, 2018., str. 179-189
5. Martinović, D.; Veselinović, Lj.: Da li nivo poduzetničke aktivnosti i indeks TEA predstavljaju pokazatelje ekonomskog rasta?, Ekonomski fakultet univerziteta u Zenici, BH Ekonomski forum, str. 18
6. Ministarstvo poduzetništva i obrta: Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020., Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2015.
7. Pešić, M.: Financiranje malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues, Vol. XXIV No 2, 2011., str. 430-435
8. Rajsman, M.; Petričević, N.; Marjanović, V.: Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues, Vol. XXVI No 1, 2013., str. 250-262
9. Stojanović, S.: Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 6 No. 2, 2016.

10. Škrtić, M.; Mikić, M.: Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 4 No. 1, 2006.

PROPISI

1. Zakon o računovodstvu, NN 78/15 i 134/15

POVEZNICE

1. www.ec.europa.eu
2. www.eur-lex.europa.eu
3. www.hzz.hr
4. www.mingo.hr
5. www.porezna-uprava.hr

POPIS SLIKA

1. Slika 1: Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničke okoline

POPIS TABLICA

1. Tablica 1: Kriterij definiranja SME-a
2. Tablica 2: Razvitak teorije poduzetništva i pojmovnog određenja poduzetnika
3. Tablica 3: Najčešći razlozi odbijanja zahtjeva za kreditima od strane banaka

POPIS GRAFIKONA

1. Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu
2. Grafikon 2: Struktura ispitanika prema dobi
3. Grafikon 3: Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja
4. Grafikon 4: Struktura ispitanika prema statusu zaposlenja
5. Grafikon 5: Struktura ispitanika prema mjesečnom prihodu kućanstva
6. Grafikon 6: Jeste li razmišljali o tome da postanete poduzetnik i pokrenete vlastiti posao?
7. Grafikon 7: Koji organizacijski oblik poduzetništva smatrate najpogodnijim za poslovanje?
8. Grafikon 8: Što biste naveli kao razlog pokretanja vlastitog posla?
9. Grafikon 9: Što smatrate najvećom prednošću ulaska u poduzetništvo?
10. Grafikon 10: Što smatrate najvećim nedostatkom ulaska u poduzetništvo?
11. Grafikon 11: Što prema Vašem mišljenju čini uspješnog poduzetnika?
12. Grafikon 12: U RH potencijalne poduzetnike obeshrabruje spora birokracija.
13. Grafikon 13: Poduzetnici u RH koriste dovoljno sredstava iz EU fondova.
14. Grafikon 14: Obrazovni sustav u RH potiče mlade na poduzetništvo i razvoj novih ideja.
15. Grafikon 15: RH nudi dostatne financijske poticaje budućim poduzetnicima.
16. Grafikon 16: Hrvatska gospodarska komora poduzetnicima nudi dovoljno informacija te potiče razvoj poduzetništva.
17. Grafikon 17: RH poreznim reformama nastoji povećati broj poduzetnika omogućavajući im porezne olakšice.
18. Grafikon 18: U RH vlada dobra poduzetnička klima.
19. Grafikon 19: Smatrate li da su građani RH dovoljno informirani o načinu pokretanja novih poslovnih pothvata?

20. Grafikon 20: Znete li što je sve potrebno prilikom otvaranja vlastitog obrta/tvrtke?
21. Grafikon 21: Imaju li poduzetnici, po Vašem mišljenju, dovoljnu potporu države?
22. Grafikon 22: Što mislite da je najveća prepreka mladim poduzetnicima u RH?

PRILOG

Anketni upitnik

1. Spol
 - Muško
 - Žensko

2. Dob
 - do 25 godina
 - 26-35 godina
 - 36-45 godina
 - 46-60 godina
 - 61 i više godina

3. Stupanj obrazovanja
 - Osnovno obrazovanje
 - Srednje obrazovanje
 - Završen preddiplomski studij
 - Završen diplomski studij
 - Završen poslijediplomski sveučilišni studij (doktorski studij)
 - Završen poslijediplomski specijalistički studij

4. Status zaposlenja:
 - Student/ica
 - Zaposlen/a
 - Samozaposlen/a
 - Nezaposlen/a
 - Umirovljenik/ca

5. Mjesečni prihod kućanstva:
 - Manje od 3.000 kn
 - 3.001-5.500 kn
 - 5.501-7.000 kn
 - 7.001-9.000 kn
 - 9.001 kn i više

6. Jeste li razmišljali o tome da postanete poduzetnik i sami pokrenete vlastiti posao?
 - Već sam pokrenuo/la vlastiti posao
 - Razmišljam o pokretanju vlastitog posla
 - Ne razmišljam o pokretanju vlastitog posla

7. Koji organizacijski oblik poduzetništva smatrate najpogodnijim za poslovanje?
- Jednostavno društvo sa ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.)
 - Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.)
 - Dioničko društvo (d.d.)
 - Komanditno društvo (k.d.)
 - Obrt/slobodna zanimanja
 - Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG)
8. Što biste naveli kao razlog pokretanja vlastitog posla?
- Nezadovoljstvo trenutnim poslom.
 - Ne mogu pronaći posao.
 - Imam dobru poslovnu ideju.
 - Veća novčana dobit.
9. Što smatrate najvećom prednošću ulaska u poduzetništvo?
- Veća mogućnost iskorištavanja vlastitih potencijala.
 - Financijska neovisnost.
 - Društveni ugled.
 - Poduzetnik radi ono što voli.
 - Preuzimanje kontrole.
10. Što smatrate najvećim nedostatkom ulaska u poduzetništvo?
- Nesigurnost dohotka
 - Rizik gubitka uloženog kapitala
 - Nedefinirano radno vrijeme i naporan rad
 - Nedovoljno znanja i iskustva
11. Što po Vašem mišljenju čini uspješnog poduzetnika?
- Znanje
 - Iskustvo
 - Marljivi i pouzdani zaposlenici
 - Upornost
 - Inovativnost
12. U RH potencijalne poduzetnike obeshrabruje spora birokracija.
- 1 2 3 4 5
- Uopće se ne slažem. U potpunosti se slažem.

13. Poduzetnici u RH koriste dovoljno sredstava iz EU fondova.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

14. Obrazovni sustav u RH potiče mlade na poduzetništvo i razvoj novih ideja.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

15. RH nudi dostatne financijske poticaje budućim poduzetnicima.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

16. Hrvatska gospodarska komora poduzetnicima nudi dovoljno informacija te potiče razvoj poduzetništva.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

17. RH poreznim reformama nastoji povećati broj poduzetnika omogućavajući im porezne olakšice.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

18. U RH vlada dobra poduzetnička klima.

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem.

U potpunosti se slažem.

19. Smatrate li da su građani RH dovoljno informirani o načinu pokretanja novih poslovnih pothvata?

- Da
- Ne

20. Zna li što je sve potrebno prilikom otvaranja vlastitog obrta/tvrtke?

- Da
- Ne

21. Imaju li poduzetnici po Vašem mišljenju dovoljnu potporu države?

- Da
- Ne

22. Što mislite da je najveća prepreka mladim poduzetnicima u RH?

- Manjak kapitala
- Česte izmjene zakona
- Korupcija
- Nelojalna konkurencija
- Carine i carinske procedure
- Ostalo _____

**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, IVANA RADLOVIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog~~/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom RAZVOJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Ivana Radlović

(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, IVANA RADLOVIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog~~/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom RAZVOJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Ivana Radlović

(vlastoručni potpis)