

Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj

Pantaler, Manuela

Master's thesis / Diplomski rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:572670>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-20**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br.198/PE/2018

**ZNAČAJ MALOG PODUZETNIŠTVA U
HRVATSKOJ**

Manuela Pantaler

Varaždin, ožujak 2018.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Poslovna ekonomija



DIPLOMSKI RAD br. 198/PE/2018

**ZNAČAJ MALOG PODUZETNIŠTVA U
HRVATSKOJ**

Student:

Manuela Pantaler,
mat.br. 0367/336D

Mentor:

Izv. prof. dr. sc. Goran Kozina

Varaždin, ožujak 2018.

Prijava diplomskog rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	MANUELA PANTALER	MATIČNI BROJ	0367/336D
NASLOV RADA	ZNAČAJ MALOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	THE IMPORTANCE OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN CROATIA		
KOLEGIJ	EKONOMIKA PODUZENIŠTVA		
MENTOR	izv. prof. dr. sc. GORAN KOZINA		
ČLANOVI POVIJERENSTVA	1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik 2. izv.prof.dr.sc. Anica Hunjet, član 3. izv.prof.dr.sc. Goran Kozina, mentor 4. doc.dr.sc. Damira Đukec, zamjenski član		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	198/PE/2018
OPIS	

U radu se istražuje sektor malog gospodarstva, odnosno malo poduzetništvo Republike Hrvatske. Poduzetništvo je razvojna snaga svakog gospodarstva i temelj uspješnosti pojedine države. Poduzetništvo stalno teži novom i nikad se ne miri s postojećim. U modernom poduzetništvu stoji mišljenje da ono što je danas dobro, da već sutra nije. I zato se poduzetništvo smatra dinamičnim i zahtjevnim procesom. Uspješan poduzetnik je onaj koji teži k bolje, koji ima ideje, ne miri se sa postojećim stanjem i traži rješenja za društveni napredak.

U radu pod nazivom Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj potrebno je:

- definirati pojam i modele poduzetništva;
- definirati pojam poduzetnika i pojasniti osobine i tipove poduzetnika;
- opisati temeljne funkcije poduzetništva;
- objasniti definiciju, karakteristike i iznijeti prednosti i nedostatke malog poduzeća;
- nabrojiti i obrazložiti pravne oblike poduzeća u Hrvatskoj, te izvore financiranja poduzetničkih pothvata;
- prikazati poduzetništvo u Hrvatskoj;
- provesti istraživanje putem ankete kako bi se dobio uvid u stavove i mišljenja pojedinaca o značaju malog poduzetništva u Hrvatskoj;
- definirati zaključak o malom gospodarstvu i značaju u Hrvatskoj.

U VARAŽDINU, DANA

06. 03. 2018.

POTPIS MENTORA

DIR 01 PE



ZAHVALA

Zahvaljujem se mentoru Izv. prof. dr. sc. Goranu Kozini na pomoći i vodstvu pri izradi ovog diplomskog rada.

Zahvaljujem se svim profesorima Sveučilišta Sjever.

Posebno hvala mojoj majci Ani koja me uvijek podupirala i poticala k ostvarenju ciljeva te bez njezine pomoći ne bi bila to što jesam.

Hvala Saši i Ivici na razumijevanju i toplini, te Mladenu što je uvijek bio uz mene.

Veliko hvala svima!

SAŽETAK

U radu se istražuje sektor malog gospodarstva, odnosno malo poduzetništvo Republike Hrvatske. Poduzetništvo je razvojna snaga svakog gospodarstva i temelj uspješnosti pojedine države. Poduzetništvo stalno teži novom i nikad se ne miri s postojećim. U modernom poduzetništvu stoji mišljenje da ono što je danas dobro, da već sutra nije. I zato se poduzetništvo smatra dinamičnim i zahtjevnim procesom. Uspješan poduzetnik je onaj koji teži k boljem, koji ima ideje, ne miri se s postojećim stanjem i traži rješenja za društveni napredak.

Ulaskom u poduzetništvo i započinjanjem bilo kakvog novog posla, preuzima se rizik. Poduzetnici pretvaraju male ideje u veliki posao i pri tome koriste vlastita, ali i tuđa, novčana i robna sredstva. Uspješan poduzetnik je onaj koji ideju provede u djelo. Mala i srednja poduzeća predstavljaju gotovo većinu svih registriranih poduzeća. Oni su pokretači razvoja i inovacija. Mali poduzetnici svoje snove ostvaruju kroz osnivanje vlastitih obrta ili trgovačkih društva. Zbog malih poduzeća se povećava zaposlenost, smanjuje nezaposlenost, pridonosi se povećanju konkurencije gospodarstva i zbog toga su od iznimne važnosti. Osnovni cilj poduzeća je ostvariti prihode koji će biti veći od ukupnih troškova poslovanja, tj. profit. Profit je poduzetniku osnovni motiv i cilj zbog kojeg se odlučio baviti riskantnim poduzetničkim aktivnostima. Iako su značajni za rast i razvoj ukupnog gospodarstva, susreću se s mnogobrojnim problemima, od kojih se posebno ističu problemi u financijskom sustavu zbog čega mnoga poduzeća bankrotiraju.

Ključne riječi: poduzetnik, poduzetništvo, malo gospodarstvo, razvoj, financije

SUMMARY

This paper explores the small business sector, i.e. small entrepreneurship of the Republic of Croatia. Entrepreneurship is a developing power of each economy and it is a foundation of the success of every individual country. The enterprise constantly seeks something new and it is never satisfied with the existing. There is an opinion in the modern entrepreneurship that what is good today- tomorrow is not. And that's why entrepreneurship is considered dynamic and demanding process. A successful entrepreneur is one who seeks better, who has ideas, who is not settling with an existing conditions and always searches for solutions to social progress.

When starting any new business and joining enterprise, there is always a risk. Entrepreneurs are turning a small idea into a big business, using their own, but also, other people's monetary and commodity funds. A successful entrepreneur is one who turns an idea into business. Small and medium-sized enterprises represent almost the majority of all registered enterprises. They are the engines of development and innovation. Small entrepreneurs make their dreams come true through the establishment of their own craft or trade societies. Because of small businesses the employment is increasing, unemployment is reducing, contributing to the increase of the competition of economy and, therefore, are of the utmost importance. The basic aim of the company is to achieve the revenues that will be larger than the total costs of the operations, i.e., profit. Profit is for an entrepreneur a basic motive and aim for which he decided to deal with risky entrepreneurial activities. Even though they are important for the growth and development of the overall economy, they are faced with numerous problems, among which the problems in the financial system stand out due to which many end up in bankruptcy.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, small business, development, finance

Sadržaj

1. UVOD.....	3
1.1. Predmet i ciljevi rada	3
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	4
1.3. Struktura i sadržaj rada	4
2. POJAM, TRENDOVI I MODELI PODUZETNIŠTVA.....	5
2.1. Definicija poduzetništva.....	5
2.2. Suvremeni trendovi u poduzetništvu.....	6
2.3. Modeli poduzetništva	7
2.3.1. Američki model	7
2.3.2. Europski model.....	7
2.3.3. Azijski model	8
3. PODUZETNIK.....	9
3.1. Definicija poduzetnika.....	9
3.2. Osobine poduzetnika	11
3.3. Tipovi poduzetnika	13
3.4. Korporativno poduzetništvo i intrapoduzetnici	15
4. FUNKCIJE PODUZETNIŠTVA	17
4.1. Strateška i planska funkcija poduzetništva	17
4.2. Organizacijska funkcija poduzetništva	19
4.3. Upravljačka funkcija poduzetništva	21
4.4. Kontrolna funkcija poduzetništva	25
5. VOĐENJE MALOG PODUZEĆA	26
5.1. Definicija malog poduzeća	26
5.2. Karakteristike malih poduzeća	28
5.3. Prednosti i nedostaci malih poduzeća	29
5.4. Pravni oblici poduzeća u poduzetničkoj ekonomiji.....	31
5.5. Pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj	35

5.6. Izvori financiranja poduzetničkih pothvata.....	37
5.7. Poduzetničke potporne institucije i poduzetnička infrastruktura	40
6. PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ.....	43
7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	45
7.1. Cilj istraživanja.....	45
7.2. Metodologija istraživanja	45
7.3. Rezultati istraživanja	46
8. ZAKLJUČAK	60
Literatura.....	62
Popis slika	64
Popis tablica	65
Popis grafikona.....	66
Prilozi.....	67

1. UVOD

Predmet istraživanja ovog rada je istražiti, analizirati i sustavno izložiti specifičnosti razvoja malog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Malo poduzetništvo, odnosno malo gospodarstvo je najvažniji segment poduzetništva i najveći „kotač“ gospodarskog razvoja. Na temelju istraživanja smatra se da Hrvatskoj ne nedostaje poduzetničke inicijative, međutim nemaju potporu koja im je potrebna od ideje do realizacije pothvata jer njihov uspjeh poslovanja ima veliki značaj i korist za cjelokupno društvo.

Cilj ovog diplomskog rada je naglasiti važnost i značaj malog gospodarstva Hrvatske. Upravo malo i srednje poduzeće otvara većinu radnih mjesta, a zbog svoje prilagodljivosti i brzog odgovora na promjene, malo poduzetništvo je dragocjeni segment gospodarstva. U radu se opisuju temeljni pojmovi poduzetništva i poduzetnika, definira malo poduzeće, njegove prednosti i nedostaci, te se definiraju pravni oblici malog poduzetništva i načini financiranja.

1.1. Predmet i ciljevi rada

Predmet istraživanja ovog rada je utvrditi značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj. Objasniti osnovne pojmove poduzetništva i poduzetnika. Naglasak se stavlja na definiranje malog poduzeća, isticanju prednosti i nedostataka. Cilj je i pojašnjenje pravnih oblika poduzeća te mogućnosti i financiranje istih. Svrha i cilj ovog rada je ispitati stajališta i mišljenja pojedinaca o poduzetništvu, bez obzira na spol, radni status i obrazovanje. Također istraživanjem se nastoje preispitati odluke o poticanju poduzetništva.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Za izradu rada i prikupljanje podataka korištena je stručna i znanstvena literatura iz područja ekonomije i poduzetništva, te razni članci objavljeni na internetu. Za utvrđivanje mišljenja i ciljeva istraživanja na temu *Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj* prikupljeni su primarni podaci putem anketnog upitnika. Anketa kao metoda prikupljanja podataka analizirana je u sedmom poglavlju.

1.3. Struktura i sadržaj rada

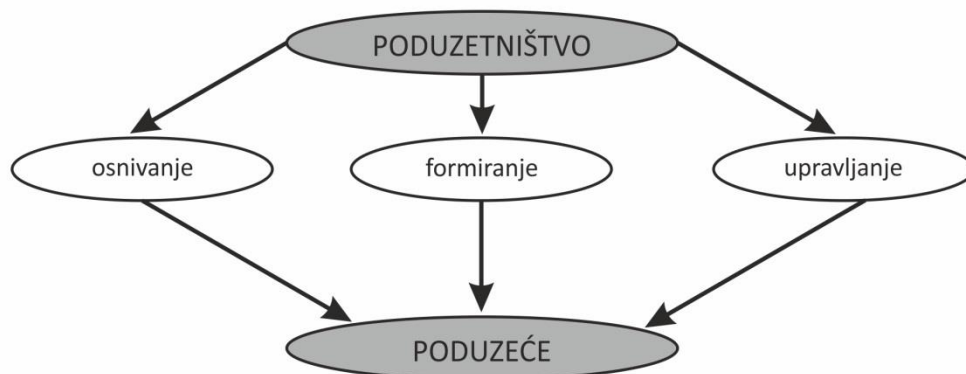
Struktura diplomskog rada *Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj* sastoji se od uvoda, sedam poglavlja i zaključka. Uvodni dio opisuje predmet i cilj rada, te izvore i metode prikupljanja podataka. U drugom poglavlju iznose se definicije, trendovi i modeli poduzetništva, te se opisuje svaki model pojedinačno. Treće poglavlje se odnosi na definiranje pojmova poduzetnika, isticanju njegovih osobina, te podjela tipova poduzetnika. U četvrtom poglavlju objašnjene su temeljne funkcije poduzetništva. Strateška i planska funkcija, organizacijska, upravljačka i kontrolna funkcija poduzetništva. Bit rada objašnjena je u petom poglavlju koje se odnosi na opisivanje malog poduzeća, karakteristika te definiranju prednosti i nedostataka. Opisuju se pravni oblici poduzeća, izvori financiranja i poduzetničke potporne institucije, te poduzetnička infrastruktura. Šesto poglavlje opisuje poduzetništvo u Hrvatskoj. Predzadnja cjelina se odnosi na rezultate istraživanja dobivenih putem anketnog upitnika. Rad završava zaključkom u kojem se iznose sve bitne činjenice diplomskog rada.

2. POJAM, TRENDOWI I MODELI PODUZETNIŠTVA

2.1. Definicija poduzetništva

Poduzetništvo (engl. *entrepreneurship*) dolazi od riječi *poduzeti* što znači da se treba nešto učiniti, pokrenuti. Poduzetništvo je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata s dostatnim kapitalom, a što je povezano s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom. To je i splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, a sve s ciljem ostvarenja profita.¹

Glavni cilj poduzetništva je stvoriti nove vrijednosti pokretanjem i razvojem novih poduzeća. Na taj način poduzetništvo povoljno djeluje na gospodarstvo jer otvaranjem novih poduzeća raste broj zaposlenih i smanjuje se nezaposlenost. Poduzetništvo je vrlo važan faktor proizvodnje, gospodarskog sustava i ekonomskog razvoja.



Slika 1. Sadržaj poduzetničkih aktivnosti

Izvor: Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006., str. 3.

¹ <https://hrcak.srce.hr/file/192156>

2.2. Suvremeni trendovi u poduzetništvu

David Birch kaže da se 81% novih radnih mjesta u SAD-u ostvaruje u poduzećima koji imaju manje od 100 zaposlenih. Prema snazi utjecaja poduzeća je podijelio na:

- Miševe
- Gazele
- Slonove²

Miševi su izrazito mala poduzeća s tek nekoliko zaposlenih. Važno je naglasiti da je za takva poduzeća karakteristično to što onoliko koliko ih se tokom jedne godine otvori, isto toliko ih se i zatvori. Gazele su poduzeća koja brzo rastu te time rastu i ukupni prihodi, broj zaposlenih, nova tržišta. Gazele se smatraju potencijalom svake ekonomije zbog toga što imaju pozitivan učinak na cjeloukupno gospodarstvo. Gazele se nazivaju i dinamičnim poduzećima zbog izuzetno brzog rasta i širenja te dinamike. Slonovi su, za razliku od miševa, velika poduzeća i dakako najbolja za ekonomiju. Birch kaže: „Kada gazela dotakne oblake, pretvara se u slona.“

Šest kompanija iz Hrvatske našlo se na Deloitteovoj ljestvici 500 najbrže rastućih tehnoloških tvrtki EMEA regije u 2017., na kojoj predvodi tvrtka Deliveroo iz Ujedinjenog Kraljevstva, priopćili su iz Deloittea. Tvrtkama koje su i prošle godine bile na listi - Rimac Automobili, Hangar 18 te Gauss - ove godine su se pridružile Infinum, Nanobit te Code Consulting iz Vukovara. Pritom, Rimac Automobili su zauzeli 101. mjesto, uz stopu rasta od 1059 posto, a Code Consulting se našao na 229. mjestu sa stopom rasta od 545 posto. Rast za Hangar 18 iznosio je 368 posto, pri čemu su se našli na 321. poziciji, a na 340. poziciji s rastom od 347 posto nalazi se Gauss. Rast od 315 posto tvrtke Infinum bio je dovoljan za 378. poziciju na listi, a rast od 288 posto smjestio je Nanobit na 401. mjesto.³

² Hunjet, A. Kozina, G.: *Osnove poduzetništva*, Sveučilište Sjever, Varaždin 2014, str. 17.

³ <https://www.vecernji.hr/biznis/deloitte-hrvatske-kompanije-lista-500-najbrze-rastucih-tehnoloskih-tvrtki-1212816>

2.3. Modeli poduzetništva

Iako je poduzetništvo veoma staro ono nije jednoobrazno u cijelom svijetu tako da se danas razlikuju tri socijalna modela poduzetništva – američki, europski i azijski.⁴

2.3.1. Američki model

Američki model poduzetništva naziva se i slobodnim poduzetništvom jer ističe ekonomsku i socijalnu slobodu.

Ekonomska sloboda je sposobnost stvaranja profita i korištenje istog. Podrazumijeva samostalan ulazak u ekonomske aktivnosti poput prodaje i kupnje, te sposobnost samostalnog stvaranja i izvršenja ugovora sa minimalnim ili bez vladinog uključivanja. U usporedbi sa drugim modelima ovaj model je karakterističan po minimalnom uplitanju vlade i svodi se na njezine aktivnosti kao što su registracija poduzeća, inspekciju pridržavanja zakona o zapošljavanju, inspekciju obračuna i uplate poreza i druge.

Socijalna sloboda uključuje slobodu izbora u vidu slobode izbora zaposlenja, pravo izbora kupca i dobavljača, slobodu govora, autonomiju pojedinca i poduzeća, mogućnost samostalnog odlučivanja u raspolaganju vlasništva. U ovom modelu pojedinac donosi odluke sam, prema svojim osobnim interesima bez vladinog utjecaja. Svrha američkog modela je zaštita pojedinca, njegovih prava, te uravnoteženje pojedinca i poduzeća.

2.3.2. Europski model

Europski model poduzetništva nastoji socijalne slobode staviti ispred ekonomskih. Međutim, u slučaju neslaganja između poduzetnika i vlade i donošenju odluka o tome što treba učiniti, socijalni ciljevi i ljudi dobivaju prednost. Zadatak vlade je da odredi pravila igre za poduzetništvo, te da osigura ostvarenje socijalnih ciljeva ravnopravnosti i kvalitete života. Europski model traži od vlade da savjetuje

⁴ Buble, M., Buble, M., *Poduzetništvo*, Aspira, Split, 2014. Str. 19.

poduzeća kako organizirati zaposlenike, kako i na koji način da proizvode, te kako i gdje se moraju prodavati.

2.3.3. Azijski model

Za razliku od europskog modela, azijski model poduzetništva postavlja ekonomske slobode ispred socijalnih sloboda. Azijski model ima svrhu izjednačiti trgovce i vladu, dok pojedince ostavlja sa strane, bez ikakve moći. Azijski model dopušta poduzeću pravo izbora. Ono može raditi poslove samostalno i svojevrijedno bez miješanja vlade, ili s druge strane može odabrati potpunu nazočnost vlade. Za razliku od američkog i europskog modela, pojedinci u azijskom modelu imaju puno manje prava.

Poznavanje navedenih modela od izuzetne je važnosti za poduzetnike, osobito za one koje se uključuju u širu međunarodnu konkurenciju. Sličnosti i razlike ovih modela gledaju se u sljedećem:

1. Klasični europski i azijski modeli postavljaju vrlo specifične standarde proizvoda, ali to čine iz različitih razloga – europski modeli to čine da zaštite potrošače, a azijski modeli da zaštite postojeću industriju.
2. Američki, europski i azijski modeli štite prava radnika u poduzetničkim tvrtkama, ali to čine na različite načine. Amerikanci imaju brojne zakone i presedane koji dopuštaju pojedincima da se parniče, po europskim modelima vjerojatnije je posredovanje za radnika koji nije u pravu, dok po azijskom modelu radnik mora često pobijati sam sebe.

Za poduzeće koje namjerava poslovati širom svijeta poznavanje različitih modela poduzetništva je esencijalno za uspješnu strategiju. Naime, poduzeće može imati superiornu tehnologiju u odnosu na svoju konkurenciju, ali da bi bilo uspješno ono mora prilagoditi svoje poslovanje navedenim modelima.⁵

⁵ Buble, M., Buble, M., *Poduzetništvo*, Aspira, Split, 2014. Str. 21.

3. PODUZETNIK

3.1. Definicija poduzetnika

U prošlosti je riječ poduzetnik imala mnogo preciznije značenje. Poduzetnikom su se nazivali samo oni koji su ulazili u novi posao i otvarali poduzeće, sami ga vodili i preuzimali rizik. Danas tu riječ upotrebljavamo za bilo koga tko vodi poduzeće. Poduzetnici su osobe koje pokreću nove poslove, imaju ideje i inovacije, odgovorni su i samouvjereni, natjecateljskog su duha, te nisu motivirani samo profitom već i željom stvaranja, ali isto tako spremni su preuzeti rizik. Poduzetnici su pokretač razvoja gospodarstva.

Poduzetnici su osobe koje stvaraju biznis kako bi ostvarili rast i profit koristeći pri tome planski pristup koji se temelji na tehnikama strateškog menadžmenta. Poduzetnici su inovativni jer stvaraju nove proizvode. Tri ključna elementa koja definiraju poduzetnika:

1. stvaranje povećanog bogatstva
2. namicanje vrijednosti
3. preuzimanje rizika⁶

Odlika poduzetnika jest prilagoditi se situaciji u kojoj se zemlja nalazi. Ovo je 5 mladih poduzetnika koji su u Hrvatskoj uspjeli:

Matija Kopic

Vlasnik tvrtke Farmeron, osnovane prije pet godina, poznat je po softveru koji poljoprivrednicima omogućava praćenje podataka o njihovoj stoci. Kaže da se nitko ne bi trebao osjećati hrabrim i sposobnim ako je odlučio otići izvan zemlje, jer svatko ima svoje razloge.

⁶ Buble, M., Buble, M., *Poduzetništvo*, Aspira, Split, 2014. Str. 29.

Damir Podhorski

Vlasnik tvrtke Escape kaže da je nazivati slijepcima one koji su ostali u zemlji pljuska svim poduzetnicima koji su uspjeli preživjeti 10-15 godina, pljuska svim kreativnim mladim ljudima i svima koji su dovoljno hrabri da pokušaju uspjeti u Hrvatskoj.

Martina Petrović

Rizici poslovanja u Hrvatskoj su veliki, a ni politika ni bilo kakve druge mjere ne idu u tom smjeru da navedu mladog čovjeka da ostane na selu. Strah me je, ali je moj izbor da ipak ostanem u Hrvatskoj – kaže nam najbolja mlada hrvatska poljoprivrednica u 2014. Martina Petrović.

Mate Rimac

A s obzirom na međunarodni uspjeh, imao je i puno primamljivih ponuda za preseljenje proizvodnje izvan Hrvatske, koje bi za sobom donijele i bolje poticaje. No, kaže, ostaje pri stajalištu da ostaje u zemlji te i dalje aktivno raste i širi poslovanje.

Matija Žulj

U svijetu je više od 832 milijuna gladnih, a u isto vrijeme iz različitih razloga propadne 50% hrane. Vizija Matije Žulja stoga je promijeniti način na koji se proizvodi hrana i s pomoću inteligentnog tehnološkog rješenja pristupačnog svima napraviti pozitivan utjecaj na više od milijardu ljudi.⁷

⁷ <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/ovo-je-5-mladih-poduzetnika-koji-su-uspjeli-u-hrvatskoj-291398>

3.2. Osobine poduzetnika

Iako je teško odrediti točne osobine poduzetnika, neka istraživanja su pokazala da su uspješni poduzetnici oni koji imaju sljedećih šest osobina:

1. inovativnost
2. razumno preuzimanje rizika
3. samouvjerenost
4. uporan rad
5. postavljanje ciljeva
6. odgovornost⁸

Inovativnost je najizrazitija osobina poduzetnika. Poduzetnik mora biti inovativan, da ga interesiraju nove i neistražene stvari ili da poznate stvari radi na novi i neočekivan način. Inovacija je primjena nove ideje, dobra, proizvoda, usluga i procesa koja donosi nove koristi. Inovacije donose poboljšanje u područjima organizacije rada ili poslovanja, obrazovanju, sportu, konstrukciji proizvoda (tehnološke inovacije), inovacije procesa, usluga i dr. U uvjetima konkurencije i zasićenosti tržišta, tvrtke koje ne inoviraju počinju stagnirati. Inovacija je proces kojim se smanjuju troškovi proizvodnje, a povećava se produktivnost, poboljšava se kvaliteta proizvoda ili usluge, smanjuje se škart. Inovacija vodi ka porastu konkurentnosti.

Rizik je mogućnost materijalnog ili nematerijalnog gubitka. U poslovanju je neizbježan. Poduzetnik nastoji ostvariti svoj cilj, međutim što je veći cilj veća je i opasnost od rizika cilja. Poduzetnici često izbjegavaju ono što je sigurno i teže nečemu novome gdje mogu pronaći svoju afirmaciju i upravo je to rizično. Zbog toga poduzetnici smjeraju prema poslovima visokog rizika. Rizikom se mora upravljati, što znači da mu se mora pristupiti upotrebom odgovarajućih metoda i

⁸ Buble, M., Buble, M., *Poduzetništvo*, Aspira, Split, 2014. Str. 30.

tehnika. Količina i dostupnost informacija smanjuju rizik. Moguće je razlikovati četiri područja rizika:

1. Financijski rizik – predstavlja rizik kod financijskih troškova financiranja (rizik da se ostvarenim profitom neće pokriti dugovi poduzeća) ili rizik koji proizlazi iz stupnja zaduženosti korporacije ili tvrtke (rizik da poduzeće neće moći vratiti dug). Poduzetnici često ulažu svoju uštedevinu ili imovinu i njome garantiraju zajam banci.
2. Rizik karijere – predstavlja oblik prijetnje da će poduzetnici koji propadnu teško pronaći zaposlenja.
3. Obiteljski rizik – obitelj poduzetnika može doživjeti emocionalni stres u slučaju neuspjeha.
4. Fizički rizik – identifikacija poduzetnika može u slučaju neuspjeha dovesti do sloma.

Samouvjerenost je vjerovanje u vlastite snage i mogućnosti. Poduzetnici traže promjenu i ne mire s postojećim stanjem nego ga žele promijeniti na bolje, žele stvoriti nove prilike, nova tržišta i potrošače.

Radoholičnost je važna osobina poduzetnika. Poduzetnici smatraju promjenu i razvoj svoj glavni zadatak, a da bi to uspjeli nije moguće bez mukotrpnog i upornog rada koji može biti i uspješan i neuspješan. Uporan rad je bitan u prvih pet godina poslovanja koje su kritične za opstanak poduzeća.

Cilj uspješnog poduzetnika je kako izvršiti kreativne ideje kojima će nadmašiti konkurenciju. Poduzetnik sam sebi postavlja ciljeve. Nakon ispunjenja svakog cilja stvara se temelj za složenije ciljeve. Mnogi kreću u poduzetničke aktivnosti kako vi iskoristili vlastitu poduzetničku sposobnost, neki zbog zarade, zbog nemogućnosti pronalaska posla, radi nastavljanja obiteljskog poslovanja.

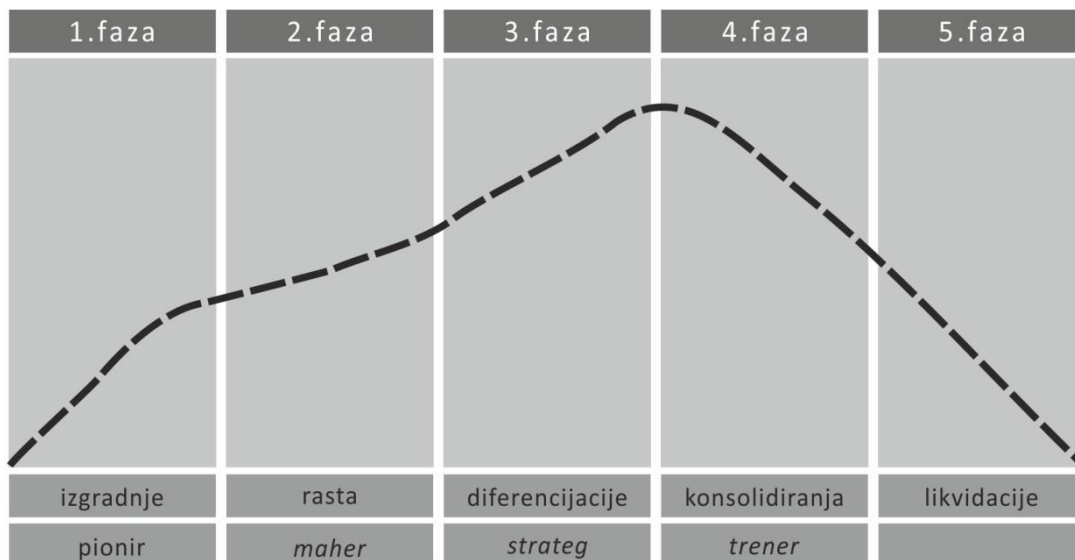
Poduzetnici su odgovorni za sve segmente u poduzeću. Žele priznanje za svoj uspjeh, ali i preuzimaju svu krivnju.

3.3. Tipovi poduzetnika

Prema Sikavici jedna od mogućih podjela poduzetnika je prema njihovom pojavnom obliku tijekom faza razvoja poduzeća. U svakoj od tih faza potrebna su drugačija specifična znanja i sposobnosti, tj. drugačiji tip poduzetnika.

Sikavica naglašava da, uza sva bitna obilježja poduzetnika, svaka od tih faza zahtijeva i neke specifične sposobnosti na temelju kojih se pojavljuju specifične vrste poduzetnika kao što su:

1. Pioniri – pojavljuju se u fazi izgradnje poduzeća i zapravo su to osnivači manjih poduzeća. Energični su i puni ideja. Odlikuje ih jaki karakter, egocentričnost i posvećenost svojem radu i poduzeću. Vrlo su zaokupljeni svojom idejom koju nastoje ostvariti.
2. Maheri – pojavljuju se u fazi rasta poduzeća. Ambiciozni su i autoritativni. Organizacija im je jača strane te uspješno i brzo vode svoje poduzeće k uspjehu. Međutim zbog prevelike zaokupljenosti općenitim poslom, manje pažnje posvećuju idejama i inovacijama.
3. Stratezi – mislioci, željni uspjeha i vrlo angažirani. Pojavljuju se u fazi diferencijacije proizvoda. Svjesni su velike opširnosti i složenosti posla, te da je nemoguće samostalno upravljati poduzećem pa su skloni decentralizaciji.
4. Treneri – su osobe koje su nužne u fazi zrelosti i stabilnosti poduzeća jer šire pozitivnu emocionalnu klimu, posjeduju leaderske karakteristike. Pojavljuju se u fazi konsolidacije poduzeća. Komuniciraju sa zaposlenicima, slušaju njihove primjedbe i savjete, motiviraju ih i na temelju svega ukupnog nastoje koordinirati i unaprijediti poslovanje poduzeća. Ne nedostaje im kreativnosti.



Slika 2. Karakteristični poduzetnici za pojedinu fazu razvoja poduzeća

Izvor: Sikavica, P. i Novak, M.: *Poslovna organizacija*, Informator, Zagreb, 1999., str. 677.

Za petu fazu, odnosno fazu likvidacije, Sikavica ne imenuje vrstu poduzetnika jer smatra da je smisao poduzetništva i poduzetnika da svoje poduzeće ne dovede u tu fazu već da nakon konsolidacije pokrene novi poslovni ciklus. Međutim, danas ipak postoje mnoga poduzeća koja vrlo brzo dospiju pred likvidaciju ili u samu fazu likvidacije. U SAD-u zbog toga postoje manje specijalizirane tvrtke koje u tim trenucima pomažu poduzeću u vidu pružanja posebne usluge kako bi izbjegli zatvaranje poduzeća ili barem izvlačenje najveće moguće koristi, tj. minimiziranja gubitka. Stručnjaci koji pokušavaju izvući „sve što se može spasiti“ iz takvih situacija, izdvajaju se u posebnu vrstu poduzetnika. U Hrvatskoj slične karakteristike mogu se pronaći u stečajnim upraviteljima.

3.4. Korporativno poduzetništvo i intrapoduzetnici

Korporativno poduzetništvo predstavlja oblik poduzetništva koje se odvija unutar poduzeća zbog čega se naziva i unutarnjim poduzetništvom. Korporativno poduzetništvo zahtjeva vještine i alate koji su potrebni da se iskoriste prilike koje se ukažu u velikim organizacijama kako bi se ostvario odličan poslovni rezultat i održiva konkurentska prednost u sve promjenjivijim tržišnim uvjetima.

Korporacijsko poduzetništvo zahtjeva:

- poduzetničko razmišljanje suvremenih korporativnih menadžera
- poduzetništvo u velikim poduzećima
- novi način korištenja, održavanja i zadržavanja inovacija i ostvarivanja profita.

Rezultati:

1. Stvaranje “poduzeća” unutar postojećih organizacija
2. Stvaranje novih proizvoda, usluga, procesa
3. Kontinuirano obnavljanje strategije konkurentske pozicije⁹

Kako bi poduzeća uspjela u svojim naumima i inovacijama moraju razviti poduzetnike unutar poduzeća, tzv. intrapoduzetnici. Intrapoduzetnicima se smatraju najkvalitetniji ljudi koji pretvaraju ideje u dodanu vrijednost za poduzeće. Uspješni poduzetnik razumije trendove; on vidi gdje tvrtka treba ići prije nego itko drugi. Bilo koja uspješna tvrtka mora imati nekoliko inicijativa kako bi vidjela buduće trendove i zadovoljiti ih prije nego što njihovi konkurenti to urade. U tom smislu, dobri poduzetnici su najvažnija imovina koju tvrtka posjeduje. Tvrtka mora biti svjesna svojih najuspješnijih poduzetnika, mora ih prepoznati i promovirati što je prije moguće i time će tvrtka uspjeti i rasti.

⁹ <http://recupero.com.hr/blog-objava/poduzetnistvo/>

Poduzetnik je najvažnija komponenta inovativne i rastuće tvrtke. Za razliku od zaposlenika koji jednostavno imaju tvrtku za dobivanje plaće, intrapoduzetnici bi se trebali promatrati kao dio tvrtke. Intrapoduzetnici vide sposobnost kako osobno rasti zajedno s tvrtkom i u tom smislu se trebaju smatrati ulagačima u tvrtki, a ne samo zaposlenicima. Poduzetnik je netko tko raste s tvrtkom; to je simbiotski odnos, kako tvrtka pomaže njima, a oni, zauzvrat, pomažu tvrtki.¹⁰

¹⁰ <https://www.inc.com/murray-newlands/10-things-entrepreneurs-need-to-know-about-intrapreneurship.html>

4. FUNKCIJE PODUZETNIŠTVA

Funkcije poduzetništva čine skup zadaća koje se pojavljuju u poslovanju poduzetnika. Za razliku od velikih poduzeća gdje je potrebno više osoba, odnosno menadžera za održavanje i funkcioniranje svakog segmenta, odnosno specijalizaciju svake funkcije pojedinačno, u malim poduzećima sve funkcije obavlja sam poduzetnik. Da bi se funkcijama ispravno upravljalo potrebno je znanje i iskustvo za upravljanje. Putem razvoja poduzetničke djelatnosti razvile su se postupno i poduzetničke funkcije. Najvažnije funkcije u suvremenom poduzetništvu su:

- Strateška i planska funkcija
- Organizacijska funkcija
- Upravljačka funkcija
- Kontrolna funkcija

4.1. Strateška i planska funkcija poduzetništva

Razvoj malog poduzeća, utvrđivanje strategije rasta, donošenje strateških planova i izrada planova čine glavne smjernice suvremenog poduzetništva. Zbog međusobne povezanosti, strateška i planska funkcija se povezuju u jednu jedinstvenu funkciju.

Zadaća strateške funkcije poduzetništva je definirati strategiju razvoja malog poduzeća. Stratešku funkciju provodi poduzetnik samostalno ili u suradnji s menadžmentom.

Strategija je plan akcija koje poduzetnik treba napraviti kako bi ostvario svoje vizije, definirao misiju i postavio strateške ciljeve. Strategija čini ukupni plan koji obuhvaća sve pojedinačne planove poduzeća koji sinergijski ostvaruju zacrtani cilj. Taj cilj može biti porast produktivnosti i profitabilnosti, rast i razvoj poduzeća, porast tržišnog udjela, osvajanje nekog specifičnog tržišta ili tržišne niše, i dr. Temeljno načelo svake dobre strategije je ostvariti sinergiju. Sinergija je pojava kada

dva ili više elementa nekog sustava djelujući zajedno, ostvaruju veće učinke od onih koje bi ostvarili zbrojenim pojedinačnim djelovanjem. Strateške akcije su oni poslovni zahvati i aktivnosti koje poduzetnici poduzimaju kako bi iskoristili i iscrpili svoje postojeće konkurentske prednosti, ali također i da bi iskoristili poduzetničke prilike za pokretanje i razvoj novih poduzetničkih akcija na osnovi kojih će se ostvarivati konkurentske prednosti u poduzeću. Poduzetničke prilike čine određene promjene na tržištu kada poduzetnici imaju informacije koje im pružaju mogućnost plasiranja nekog novog proizvoda ili usluge, bolji pristup izvoru kvalitetnijih ili povoljnijih sirovina i sl.¹¹

Zadaća planske funkcije poduzetništva je donošenje strateškog plana razvoja malog poduzeća. Rezultat planske funkcije je strateški plan, a to je dugoročni plan koji se radi u svrhu usmjeravanja svih zaposlenika u poduzeću, povećanju prodaje proizvoda i usluga s ciljem određivanja jasnih smjernica razvoja poduzeća. Planiranje je temelj za uspješno poslovanje. Svako perspektivno poduzeće treba imati plan. Planiranje je najvažniji zadatak poduzetnika i menadžerskog tima, zbog toga je važno da dobro poznaju sadržaj i proces planiranja.

Poduzetnik općenito treba provoditi dva tipa planiranja:

- a) pokretačko planiranje koje se odnosi na početak poslovanja poduzeća, i
- b) tekuće planiranje koje se provodi nakon toga.

S obzirom na vrijeme poslovni planovi se mogu podijeliti na četiri vrste:

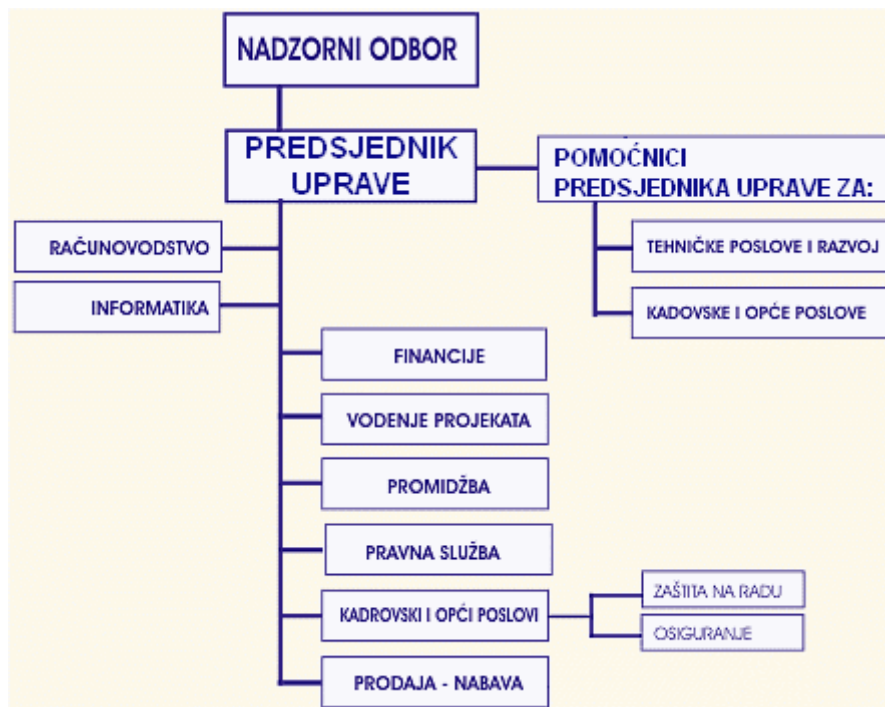
1. dugoročni planovi – pokrivaju plansko razdoblje dulje od pet godina,
2. srednjoročni planovi – pokrivaju plansko razdoblje dulje od jedne godine, a kraće od pet godina,
3. kratkoročni planovi – pokrivaju razdoblje od jedne poslovne godine
4. tekući planovi – pokrivaju plansko razdoblje od jednog dana, tjedna, mjeseca, tromjesečja ili polugodišta.¹²

¹¹ Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb 2006., str 28-39.

¹² Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb 2006., str 39.

4.2. Organizacijska funkcija poduzetništva

Organizacijska funkcija je jedna od temeljnih funkcija poduzetništva. Bit uspješnog poslovanja podrazumijeva međusobnu povezanost, organizaciju i usklađenost između svih dijelova u poduzeću. Organizacijska struktura je proces uspostavljanja odnosa između svih elemenata u poduzeću. Osnovna zadaća ove funkcije je razvitak strukture poduzeća koja je osmišljena sa poslovnom strategijom i strateškim planom poduzeća. Kroz ovu funkciju postavljaju se ciljevi koje organizacija mora ispuniti u zadanom vremenu.



Slika 3. Shematski prikazi organizacijskih struktura

Izvor:

<http://autopoiesis.foi.hr/wiki.php?name=KM%20%20Tim%2003&parent=NULL&page=Organizacijska%20struktura>

Organizacijsku strukturu određuju tri ključne dimenzije, a to su:

- a) formalizacija,
- b) složenost (kompleksnost), i
- c) centralizacija.

One utječu na izbor organizacijske strukture svakog poduzeća.¹³

Formalizacija organizacije čini „kralježnicu i kostur“ svakog poduzeća. Formalna organizacija prikazuje sustav hijerarhije, raspored odvijanja poslova, pravila i norme u poduzeću. Što je poduzeće složenije i veće to je i formalizacija zahtjevnija. Za razliku od formalne organizacijske strukture, postoji i neformalna organizacija koja se odnosi na ljude i na njihovu međusobnu povezanost u poduzeću. Poduzetnik ima formalnu organizaciju sa menadžerima ili voditeljima pojedinih sektora, npr. nabava, prodaja, dok neformalnu organizaciju ima s ljudima kojima nije formalno povezan, npr. sa kupcima i prodavačima.

Prema složenosti organizacije postoje horizontalne i vertikalne diferencijacije. Horizontalna diferencijacija je način kako je poduzeće podijeljeno u organizacijske jedinice. Može biti uska i široka. Neke organizacije su male sa manjim brojem zaposlenih, dok neke organizacije imaju veliki broj zaposlenih i kao takve ih je teže organizirati. Organizacija sama sebi bira raspon upravljanja. Raspon upravljanja je broj ljudi koje nadređeni nadgleda u određenoj situaciji. Optimalan raspon upravljanja je najčešće obrnuto proporcionalan s visinom razine upravljanja.

Centralizacija, odnosno decentralizacija se odnosi na stupanj ovlasti koje ima vodeća osoba u poduzeću. Odluke koje su povezane sa strategijom poduzeća su najčešće centralizirane (veliki kapitalni izdaci, izlazak na strana tržišta, razvojni ciljevi i sl.) dok operativne odluke vezane uz proizvodnju mogu biti decentralizirane.

¹³ Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb 2006., str 41.

Vrste poduzetničkih organizacijskih struktura:

1. funkcijska organizacijska struktura,
2. divizijska organizacijska struktura (proizvodna, teritorijalna, organizacijska struktura orijentirana prema kupcima),
3. matrična organizacijska struktura.

4.3. Upravljačka funkcija poduzetništva

Nakon što poduzetnik pokrene vlastiti posao, definira strategiju poslovanja. Upravljačka funkcija je za razliku od ostalih, trajna zadaća poduzetnika. Upravljačka funkcija je proces upravljanja oskudnim resursima i njihovom transformacijom, putem poduzetničke aktivnosti, u proizvode i usluge. Upravljanje resursima obuhvaća:

- upravljanje materijalnom imovinom (upravljanje korištenja strojeva i opreme, upravljanje lancem nabave, upravljanje zalihama i sl.)
- upravljanje nematerijalnom imovinom, tj. ljudskim resursima (vođenje, motiviranje i stimuliranje zaposlenih u poduzeću)

Upravljačka funkcija sastoji se od nekoliko aktivnosti:

- motiviranje zaposlenika
- vođenje
- kadrovska politika
- poslovno komuniciranje¹⁴

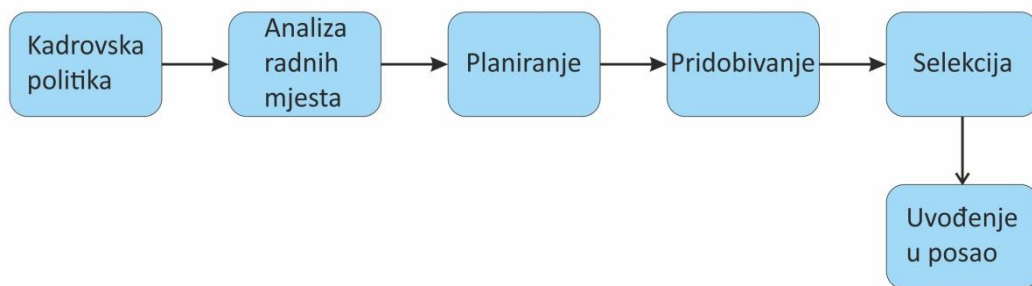
¹⁴ Hunjet, A. Kozina, G.: *Osnove poduzetništva*, Sveučilište Sjever, Varaždin 2014, str. 71.

Motiviranje je temeljna poduzetnička aktivnost upravljačke funkcije. Ona obuhvaća različite načine utjecanja na zaposlenike kako bi oni voljno ostvarili zadane strateške ciljeve, dakle motivacija je proces usmjerenja vještina i aktivnost sa svrhom ostvarivanja ciljeva. Najveći uspjeh motivacijske aktivnosti je kada poduzetnik uspije zaposlenike zainteresirati i približiti ih potrebama poduzeća da oni počinju posao doživljavati kao način za ostvarivanje vlastitih interesa. Motiviranje poduzetnika ostvaruje se preko novčanih, robnih ili uslužnih naknada koje zaposlenici dobivaju na temelju svojeg rada i doprinosa. Te stimulacije se nazivaju još i kompenzacije. Dije se na izravne materijalne kompenzacije (plaće, bonusi i poticaji, udio u profitu, udio u vlasništvu – distribucija dionica) i neizravne materijalne kompenzacije (stipendije i školarine, studijska putovanja, specijalizacije, plaćeni slobodni dani, životna i druga osiguranja, božićnica, godišnji odmori, skrb o djeci i starijima).

Vođenje se kao funkcija menadžmenta pokazala jednom od ključnih i najvažnijih funkcija. Iako se podrazumijeva da su sve funkcije jednako važne, bez dobrog vodstva ostale bi bile neostvarive. Svaki poduzetnik treba imati karakteristike vođe (lidera). One uključuju sposobnost rješavanja konflikta, entuzijazam, ostvarivanje strateških ciljeva, stvaranje pozitivne emocionalne klime, sposobnost moći utjecaja na druge. Jedna od najvažnijih karakteristika vođa je da su oni vizionari.

Kadrovska politika je aktivnost od iznimnog značenja za uspješno ostvarenje poduzetničkih aktivnosti i za uspješno funkcioniranje poduzeća. Prema Marušiću, kadrovska politika se dijeli na četiri grupe: zapošljavanje, profesionalni razvoj, poticanje uspješnosti na radu i otkrivanje rukovodnih pozicija u poduzeću.¹⁵

¹⁵ Marušić, S: *Upravljanje ljudskim potencijalima*, ADECO, Zagreb, 2006., str. 129.



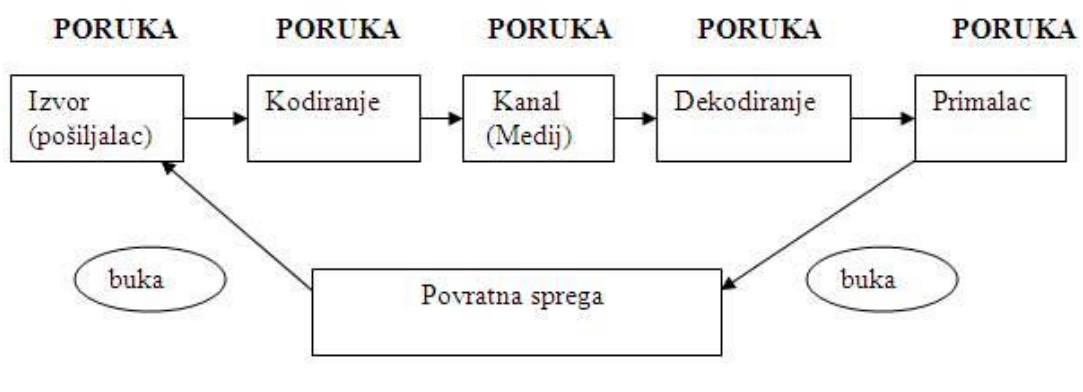
Slika 4. Funkcija zapošljavanja

Izvor: Marušić, S.: *Upravljanje ljudskim potencijalima*, IV izdanje, ADECO, Zagreb, 2006., str.129.

Bez komunikacije ne mogu postojati organizacije. Svaki ljudski čin predstavlja na određeni način komunikaciju, stoga i „nekomuniciranje“ predstavlja oblik komuniciranja. Učinkovita komunikacija je osnova za razvoj interne organizacije, ali i ključan faktor za postojanje u neizvjesnoj okolini, stoga je komunikacija važan čimbenik kako u ponašanju menadžera, tako i u funkcioniranju cijeloga organizacijskog sustava. U organizacijama se poslovna komunikacija realizira unutar i izvan nje same. Komunikacijski događaj unutar organizacije može imati dva tijeka: formalni i neformalni.¹⁶ U internoj komunikaciji se komunikacija odvija unutar poduzeća i u njoj sudjeluju svi zaposlenici. Istraživanja pokazuju da menadžeri danas potroše više vremena na komunikaciju nego na bilo koju djelatnost. Pod eksternom komunikacijom se podrazumijeva komunikacija izvan poduzeća i u njoj sudjeluju samo neki radnici iz organizacije. To je komunikacija sa dobavljačima i potrošačima.

¹⁶ <https://hrcak.srce.hr/file/139713>

Proces komunikacije čini pet elemenata i pet procesa. Elementi komunikacijskog procesa su pošiljalac, primatelj, poruka, kanal komuniciranja i buka. Procesi su odašiljanje, primanje i dekodiranje, te povratna veza.

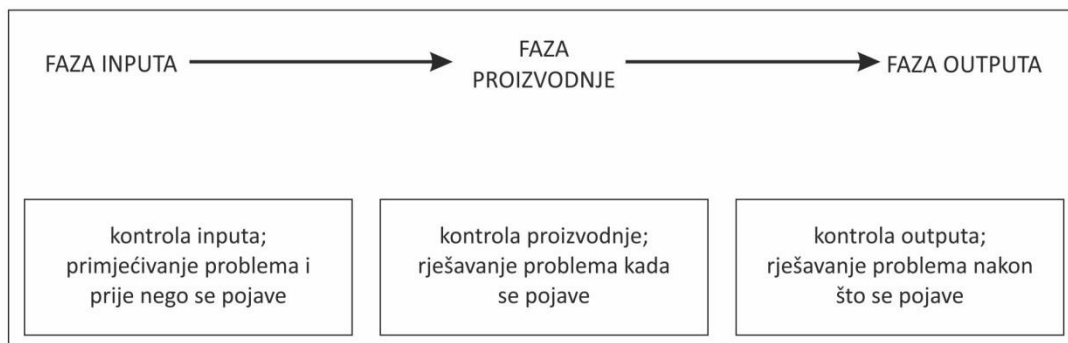


Slika 5. Proces komunikacije

Izvor: <http://www.maturski.org/Komunikologija/Modeli-komuniciranja.html>

4.4. Kontrolna funkcija poduzetništva

Kontrolna funkcija poduzetništva usmjerena je na praćenje tijekom aktivnosti i rada zaposlenika gdje poduzetnik nadgleda zaposlenike koliko su efikasni.



Slika 6. Vrste kontrole prema objektu kontrole

Izvor: Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006., str. 61.

Kontrolna funkcija poduzetništva je povezana sa ostalim funkcijama poduzetništva i koje bi bez kontrolne kontrole mogle dovesti do propasti misije poduzeća. Kontrolna funkcija je postala toliko važna da se je ne može promatrati kao završnu, nego kao prvu i početnu u reorganiziranju poduzeća s ciljem prilagođavanja novim tržišnim prilikama. Mjerenje uspješnosti čini najvažniji korak u procesu kontrole poslovanja. Taj korak je od velikog značaja za vlasnika poduzeća. Mjerenjem se utvrđuje jesu li, i u kojoj mjeri, ostvareni planirani strateški ciljevi. Mjerenje uspješnosti je sumiranje ključnih odnosa i rezultata koji govore o financijskim performansama poduzeća. Za mjerenje uspješnosti poslovanja poduzetničkih poduzeća najzanimljivije od njih su mjere profitabilnosti, mjere obrtaja aktive (imovine) i mjere vezane za analizu dodatne vrijednosti.

5. VOĐENJE MALOG PODUZEĆA

5.1. Definicija malog poduzeća

Mala poduzeća obogaćuju raznovrsnost ponude i potražnje. Struktura malog poduzeća je uglavnom linijska, što znači da ima manje razina, ali je zbog toga komunikacija unutar poduzeća puno brža. Kada bi se dogodio sukob, on bi se zbog brže komunikacije mogao efikasnije riješiti pa se zbog toga može reći da su mala poduzeća elastičnija i u radu produktivnija. Danas je za uspješno poslovanje važna kreativnost i inovativnost, a upravo su to karakteristike malih poduzeća. Za otvaranje malog poduzeća nisu potrebna velika financijska sredstva, pa su prilikom osnivanja ili tijekom poslovanja rizici manji. U malim poduzećima vlasnik je ujedno i poduzetnik i menadžer pa se njima lakše upravlja nego velikim poduzećima. Za mala poduzeća je karakterističan relativno velik stupanj rekonstrukcije sredstava rada i njihovo bolje iskorištavanje. To znači da se ona brže prilagode novim potrebama rada. Mala poduzeća omogućuju brzu primjenu novih tehnoloških rješenja.

Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva Republike Hrvatske Malo gospodarstvo čine subjekti koji:

- 1) zapošljavaju prosječno godišnje manje od 250 radnika
- 2) u poslovanju su neovisni
- 3) ostvaruju ukupni godišnji promet do 60.000.000,00 kuna, ili imaju zbroj bilance ako su obveznici poreza na dobit, odnosno imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak, u vrijednosti do 30.000.000,00 kuna.

Subjekti malog gospodarstva su fizičke i pravne osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarivanja dobiti odnosno dohotka na tržištu. Prema veličini razlikuju se mikro, mali i srednji subjekti malog gospodarstva. Mikro subjekti malog gospodarstva su fizičke i pravne osobe, koje prosječno godišnje imaju zaposleno manje od 10 radnika. Mali subjekti malog gospodarstva su fizičke i pravne koje:

- 1) prosječno godišnje imaju zaposleno manje od 50 radnika,
- 2) ostvaruju ukupni godišnji promet do 16.000.000,00 kuna, ili imaju zbroj bilance ako su obveznici poreza na dobit, odnosno imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak, u vrijednosti do 8.000.000,00 kuna.

Srednji subjekti malog gospodarstva su fizičke i pravne osobe čiji je godišnji prosječni broj radnika manji od 250, ukupni godišnji promet do 60.000.000,00 kuna ili zbroj bilance, odnosno dugotrajna imovina u vrijednosti do 30.000.000,00 kuna.¹⁷

Tablica 1. Kategorije malog gospodarstva u RH

Poduzeće	Godišnji broj zaposlenih	Ukupni godišnji prihod	Zbroj bilance
Mikro	<10	≤ 2 mil. €	≤ 2 mil. €
Malo	<50	≤ 10 mil. €	≤ 10 mil. €
Srednje	<250	≤ 50 mil. €	≤ 43 mil. €

Izvor: <http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/>

Ciljevi razvoja malog gospodarstva su:

- 1) povećanje zapošljavanja,
- 2) povećanje izvoza i prilagodba svjetskom tržištu,
- 3) povećanje učinkovitosti, kvalitete i konkurentnosti malog gospodarstva,
- 4) istraživanje, razvoj i primjena suvremenih tehnologija i inovacija,
- 5) povećanje broja subjekata u malom gospodarstvu,
- 6) poticanje djelatnosti koje ne zagađuju okoliš.¹⁸

¹⁷ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2002_03_29_630.html

¹⁸ NN 29/2002 (22.3.2002.), Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva

5.2. Karakteristike malih poduzeća

Među važnijim karakteristikama malih poduzeća najvažnije su:

- mala poduzeća zadovoljavaju onaj dio potražnje za robom i uslugama koji velika poduzeća teško mogu podmiriti
- zbog svoje veličine mala poduzeća su fleksibilnija, što im omogućava elastičnu ponudu i prilagodbu kretanjima potražnje na tržištu
- mala poduzeća u pravilu traže univerzalni tip radnika i opreme koji mogu obavljati razne poslove
- mala poduzeća pokazuju veću spremnost na zamjenu stare tehnologije novom i tu zamjenu brže obavljaju
- pružaju šire mogućnosti inovativnosti i bržu primjenu novih znanja i poslovnih modela
- ekonomska samostalnost i spremnost na snošenje rizika u poslovanju potiče mala poduzeća da se elastično povezuju i umrežavaju radi ostvarivanja uspješnijeg zajedničkog poslovanja, ali i lakšeg snošenja rizika.¹⁹

¹⁹ Bebek S., Santini G., *Vodič za razumijevanje poduzetništva*, Rifin, Zagreb, 2009., str 13.

5.3. Prednosti i nedostaci malih poduzeća

Kao prednosti malih poduzeća mogu se izdvojiti:

- neovisnost – pokretanje malog poduzeća poduzetnicima omogućuje u potpunosti autonomno djelovanje. Odgovornost za uspjeh preuzima utemeljitelj malog poduzeća odnosno poduzetnik.
- tržišna prilagodljivost – mala su poduzeća, za razliku od srednjih i velikih, zbog svoje veličine u mogućnosti brzo se prilagoditi tržišnim promjenama i novonastalim prilikama, te bez većih potresa mogu svoju djelatnost preorijentirati sukladno zahtjevima potrošača glede kvalitete, količine, dizajna i sl.
- mogućnost ostvarenja financijskog uspjeha – jedan od važnijih razloga osnivanja malog poduzeća je mogućnost ostvarenja bitno veće zarade u samostalnom poslu od one koju bi poduzetnik mogao ostvariti kao zaposlenik u nekoj kompaniji.
- sigurnost posla – kad poduzetnik osnuje malo poduzeće, sigurnost posla mu je zajamčena sve dok se pozitivno posluje. Prednost je i u tome što je vlasnik, odnosno poduzetnik, istodobno i menadžer koji sam odlučuje kada će, koliko i do kada raditi.
- obiteljsko zapošljavanje jedna od prednosti je mogućnost zapošljavanja članova vlastite obitelji. Pojedina mala poduzeća imaju tradiciju dulju od stotinu godina jer se prenose s koljena na koljeno. Suradnja članova obitelji pozitivno djeluje na moral zaposlenika jer vlada veliko međusobno razumijevanje i poštivanje.
- izazov – u vlasnika/poduzetnika snažno je razvijena potreba za samoaktualizacijom, odnosno svijest o mogućnosti stvaranja velikog uspjeha, ali su svjesni i rizika pri izgradnji samostalne poslovne karijere. Uživaju u osjećaju samostalnog razvoja te smatraju kako su sami odgovorni za uspjeh

ili neuspjeh. Ta spoznaja pruža im veliko stimulatívno i psihološko zadovoljstvo.²⁰

Neke od slabosti malog poduzeća su:

- neodgovarajuće financiranje – glavni uzroci su neodgovarajuća kreditna podrška od strane države te bankarsko-financijskog sustava. Osim toga, poduzetnici često nemaju dovoljno znanja iz poslovne ekonomije pa s povećanjem poduzeća ne povećavaju tekuća sredstva i vode pogrešnu politiku potraživanja od kupca.
- nedovoljno razvijen menadžment – uzrokovan neodgovarajućom pripravom kadrova, kao i nepravodobnim razvojem menadžmenta na određenom stupnju rasta novog poduzeća. Briga o sposobnom i uspješnom menadžmentu trebala bi se voditi već od samog osnivanja poduzeća, dok bi razvoj menadžmenta trebao pratiti rast i razvoj samog poduzeća. Ta pogreška može dovesti malo poduzeće do velikih teškoća iz kojih se ono vrlo često ne uspije izvući i propada.
- planiranje je vrlo često nerazvijeno podcjenjuje se – to može dovesti do donošenja pogrešnih odluka što ima kudikamo teže posljedice nego što bi bile u većem poduzeću.
- nepostojanje istraživačko-razvojnih službi – također je jedan od većih nedostataka malih poduzeća koji rezultira težim spoznavanjem potreba tržišta i prisiljenosti na traženje pomoći stručnjaka ili institucija izvan poduzeća.
- nepotpunost informatičkih znanja poduzetnika i nedovoljna količina potrebnih bitnih informacija o događajima u okruženju mogu dovesti do iznenađenja i neočekivanog neuspjeha malog poduzeća.²¹

Osnivanje poduzeća i uspostavljanje poslovanja često iziskuje rad po 10-12 sati na dan, šest ili sedam dana u tjednu što je vrlo iscrpljujuće. Mnogu poduzetnici prilikom osnivanja poduzeća misle kako posjeduju poduzeće, međutim poduzeće posjeduje njih. Za vrijeme pokretanja posla, poduzetniku je

²⁰ Marušić, S: *Upravljanje ljudskim potencijalima*, ADECO, Zagreb, 2006., str. 85.

²¹ Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 9.

posao i karijera na prvom mjestu zbog čega zanemaruje obitelj, prijateljstvo i društveni život jer većina poduzetnika ulazi u poduzetničke aktivnosti u dobi između 25. i 34. godine.

5.4. Pravni oblici poduzeća u poduzetničkoj ekonomiji

Jedna od najvažnijih podjela poduzeća je prema veličini. Najučestaliji pravni oblici u tržišnoj ekonomiji su:

- Inokosna (individualna) poduzeća
- Partnerstva (ortaštva)
- Korporacije (dionička društva)

Inokosno poduzeće je poduzeće koje je u vlasništvu jednog individualnog vlasnika. To su uglavnom mala obiteljska poduzeća koja su orijentirana na uže, lokalno tržište. Najčešće proizvode jedan proizvod ili nekoliko srodnih ili sličnih proizvoda. Inokosno poduzeće je relativno lako osnivati jer zahtjeva samo nekoliko dozvola. Jedini preduvjet koji treba poštivati jesu obveze prema društvenim propisima i ograničenja u financijskim resursima. Postoje dva glavna motiva za osnivanje inokosnog poduzeća: osiguravanje egzistencije svoje obitelji i osnivanje zarade, tj. profita što je ujedno i osnovni cilj. U inokosnom poduzeću vlasnik je odgovoran za cjelokupni posao jer istodobno upravlja i rukovodi svojim poduzećem. Najveća odgovornost je prema potencijalnim kupcima i vjerovnicima jer ako vlasnik ne podmiruje na vrijeme svoje dugove, poduzeće može propasti. Mnoga, danas velika poduzeća, svoj su rast i razvoj započela upravo kao mala poduzeća, međutim i mnoga mala poduzeća nisu uspjela opstati.

Tablica 2. Prednosti i nedostaci inokosnog poduzeća

Prednosti	Nedostaci
sloboda	neograničena odgovornost
lakoća osnivanja	pomanjkanje kontinuiteta
mali troškovi pokretanja	teškoća dobivanja kredita
porezne pogodnosti	predodžbe nestabilnosti

Izvor: Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 131.

Partnerstvo ili ortaštvo je ugovorom zasnovano udruživanje dviju ili više pravnih osoba koje osnivaju partnersko poduzeće i obvezuju se uložiti svoj trud i rad i/ili svoju imovinu djelomično ili u cijelosti zbog postizanja zajedničkog cilja, interesa ili profita. Partnerstva su na neki način najkompliciraniji organizacijski oblik poduzeća, ali su najpogodnija. Jedno od glavnih pravila kako uspjeti u vođenju partnerstva je dobar stav prema osobama s kojima se posluje. Ujedno je vrlo važno odmah na početku dogovoriti se o tome tko obavlja što u poslu, tko je odgovoran za donošenje konačne odluke ako se partneri ne slažu i sl. O pitanju vlasništva odlučuju sami partneri, ovisno o tome koliko je tko uložio u posao. Partnerstva se jednako kao i inokosna poduzeća lako osnivaju, odnosno mnogo lakše od korporacije. Dovoljno je zatražiti potrebne dozvole od mjerodavnih državnih institucija te sklopiti ugovor o partnerstvu. Za ljude koji žele višu fleksibilnost kompanije i koji ulažu svoju stručnost, ideje, znanje, odgovornost, imovinu, rizik i zaradu, osnivanje partnerskog oblika poduzeća je odličan izbor.

Tablica 3. Prednosti i nedostaci partnerstva

Prednosti	Nedostaci
veći izbor talenata	neograničena odgovornost
veći ulog novca	pomanjkanje kontinuiteta
lakoća osnivanja	teškoća prijenosa vlasništva
moгуće porezne pogodnosti	moгуćnost prisilne likvidacije

Izvor: Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 133.

Korporacija je najsloženiji i najrazvijeniji oblik poduzeća u tržišnoj ekonomiji. Korporacije mogu biti u vlasništvu od jednog pa do stotinu, tisuću ili nekoliko stotina tisuća vlasnika (dioničara). Korporacija je oblik trgovačkih društva koja posjeduju poseban pravni identitet i posluju kao pravna osoba koja u svoje ime i za svoj račun kupuje, prodaje i pozajmljuje novac, proizvodi dobra i usluge te sklapa ugovore. Osnovni cilj osnivanja korporacija je prikupljanje slobodnog kapitala na tržištu. Često se inokosna poduzeća ili partnerstva – kako rastu u veličini i kako se njihova struktura mijenja – odlučuju inkorporirati. To je uglavnom mudar potez vlasnika. Korporacije plaćaju dodatan porez na profit. Kapital se prikupljuje prodajom dionica na tržištu ili uključivanjem drugih investitora kao privatna korporacija. Korporaciju vodi nadzorni odbor. Pri osnivanju korporacije potrebno je ispuniti ispravu o inkorporiranju, koju mora odobriti država. Nakon odobrenja, sljedeći korak je usvajanje statuta. Statut društva je najvažniji akt kojim se uređuju

norme kojima se moraju podvrgavati dioničari i tijelo društva. Kada je status usvojen, mora se odrediti početak tekuće godine, te usvojiti bankovna načela kako bi se moglo krenuti s poslovanjem.

Tablica 4. Prednosti i nedostaci korporacije

Prednosti	Nedostaci
ograničena odgovornost	visoki početni zakonski troškovi
kontinuitet	naglašena reguliranost
lakoća prijenosa vlasništva	ekstenzivno izvještavanje
lakoća dobivanja kredita	dvostruko oporezivanje

Izvor: Cingula, M., Grabovac, D. i Miletić, N.: *Poduzetništvo*; Školska knjiga, Zagreb, 2002., str. 124.

Tablica 5. Utjecaji vlasništva na pojedine događaje

	SAMOSTALNO (INOKOSNO) VLASNIŠTVO	PARTNERSTVO ILI ORTAŠTVO	KORPORACIJA
pravni oblik	trgovac pojedinac ili d.o.o.	komanditno društvo ili d.o.o.	dioničko društvo
osnivanje	jedan osnivač	dva ili više ugovaratelja	tri ili više potpisnika osnivačkog akta
prikupljanje sredstava	sredstva i krediti osnivača	sredstva i krediti ortaka	prodaja dionica
podjela profita	sve osnivaču	ortacima prema ugovoru	dioničarima
ovlasti	osnivaču	prema ugovoru	upravnom odboru
životni vijek	ovisi o vlasniku	ovisi o glavnom ortaku	ovisi o kretanju na burzi
odgovornost	neograničena za t.p. a ograničena za d.o.o.	neograničena odgovornost glavnog ortaka, a ograničena za d.o.o.	ograničena visinom uloga
zakonska ograničenja	nema	Nema	ima

Izvor: Cingula, M., Grabovac, D. i Miletić, N.: *Poduzetništvo*; Školska knjiga, Zagreb, 2002., str. 124.

5.5. Pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj

Osnovni pravno organizacijski oblici poduzetništva su:

1. Trgovačka društva: Jednostavno društvo sa ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.), Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.), Dionička društva (d.d.), Komanditno društvo (k.d.)
2. Obrti i slobodna zanimanja
3. Zadruge, Ortaštva Registar poreznih obveznika (RPO), Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG), Udruge, Ustanove, Zaklade, Fondacije²²

Komanditno društvo je trgovačko društvo koje čine dvije ili više osoba s ciljem zajedničkog obavljanja poslovnih aktivnosti pod zajedničkom tvrtkom. Komanditno društvo može imati dvije vrste članova:

- komplementari koji odgovaraju za obveze društva neograničeno cjelokupno svojom imovinom
- komanditori koji odgovaraju samo do visine uloga koji su unijeli u društvo.²³

Zbog te razlike postoji i razlika u pravima. Komplementari upravljaju društvom, a komanditori imaju pravo uvida u poslovne knjige i u godišnja izvješća o rezultatima poslovanja, ali nemaju pravo odlučivanja. Imovina društva formira se ulogom članova s različitim stupnjem odgovornosti za obveze društva.

Dioničko društvo trgovačko je društvo kapitala u kojemu članovi (dioničari) sudjeluju s ulozima u temeljnom kapitalu podijeljenom na dionice. Temeljni kapital kod dioničkog društva iznosi najmanje 200.000,00 kn, a podijeljen je na dionice. Najmanji iznos dionice u Hrvatskoj je 10 kn. Dionice su vrijednosni papiri koji čine dio vlasništva u dioničkom društvu, te mogu koji glasiti na ime i na donosioca. S obzirom na prava koji nose, dionice mogu biti:

- redovite (obične) – su one koje imatelju daju pravo glasa na glavnoj skupštini, pravo na isplatu dijela dobitka (dividende).
- povlaštene (prioritetne) – daju imatelju neka posebna prava u usporedbi s imateljem redovitih dionica.

Dioničko društvo može osnovati i samo jedna osoba, odnosno društvo može imati i samo jednog dioničara. Osnivači društva su dioničari koji usvoje Statut.

²² <http://www.ekonos.hr/porezi/pravni-oblici-poduzetnistva-i-dio/>

²³ Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb 2006., str. 80.

Pravnu osobnost dioničko društvo stječe upisom u sudski registar. Društvo odgovara za svoje obveze svom svojom imovinom. Tijela dioničkog društva su uprava, nadzorni odbor i glavna skupština. Pravo sudjelovanja u glavnoj skupštini imaju svi dioničari društva. Dioničko društvo je najrazvijeniji oblik poduzeća u tržišnoj ekonomiji. To je najrazvijeniji oblik prikupljanja kapitala, te se prednost očituje u sigurnom načinu ulaganja jer se rizik svodi samo na ono što ulagač uloži u dionice, a ne i na osobnu imovinu.

Društvo s ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo kapitala u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulaže temeljne uloge do visine unaprijed dogovorenog temeljnog kapitala. Ulozi tih ulagača zajednički tvore glavnica društva. Ako je osnivač jedna osoba (fizička ili pravna), društvo se osniva na temelju izjave osnivača, a ako društvo osniva više osoba, tada osnivači sklapaju ugovor o osnivanju društva. Pravne osobe kao osnivači mogu biti trgovačka društva, država, ustanove, pa i visoka učilišta. Organi upravljanja u društvu sa ograničenom odgovornošću su skupština i nadzorni odbor, dok poslovnu funkciju izvršava uprava. Društvo s ograničenom odgovornošću najčešći je oblik trgovačkog društva u Republici Hrvatskoj općenito, no i najčešći oblik trgovačkog društva koje osnivaju udruge zbog jednostavnog i brzog postupka registracije, te niskom iznosu temeljnog kapitala kojeg je potrebno položiti pri osnivanju.

Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću je oblik trgovačkog društva koji se od d.o.o.-a najznačajnije razlikuje u visini najnižeg propisanog iznosa temeljnog kapitala, a koji kod j.d.o.o.-a iznosi 10,00 kuna. Taj temeljni kapital, isto kao i kod d.o.o.-a, mora biti uplaćen isključivo u novcu te nije dopušteno osnivanje društva unosom temeljnog kapitala u stvarima ili pravima. J.d.o.o. može imati jednog do najviše tri osnivača, ali samo jedan osnivač može biti član uprave te za poslovanje tvrtke odgovara isključivo direktor.²⁴

Udruge se mogu baviti prihodovnom djelatnošću, u skladu sa zakonom, i bez osnivanja posebnog trgovačkog društva, a s ciljem pribavljanja financijskih sredstava za ostvarivanje samoodrživosti. Ipak, neke se udruge odlučuju na osnivanje trgovačkih društava što je također dopušteno zakonom.

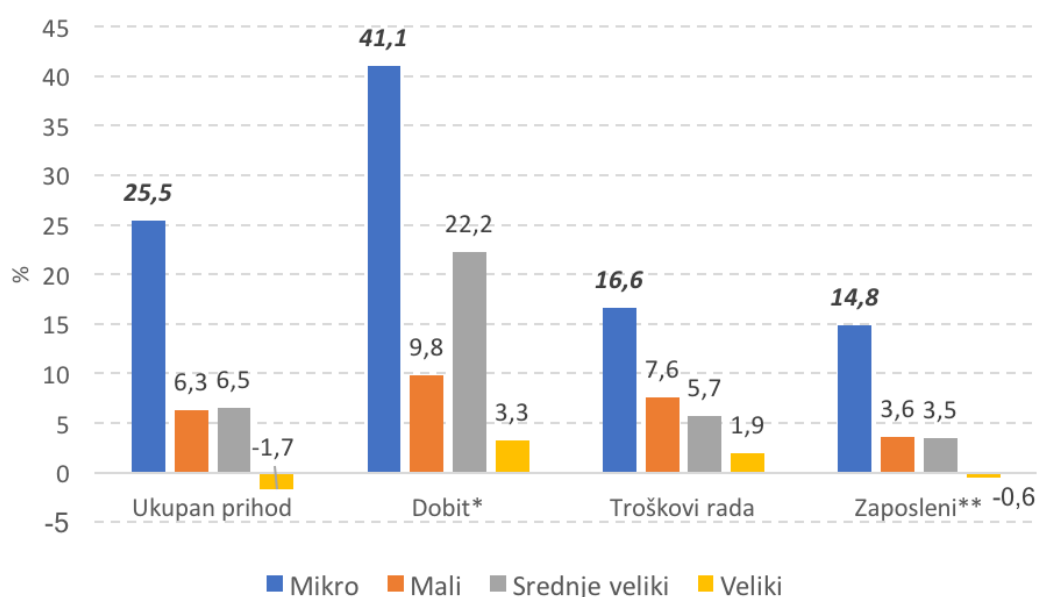
Obrt je definiran kao samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba sa svrhom postizanja dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu Obrtom se može baviti i pravna osoba ukoliko to ne radi na industrijski način (dakle, ukoliko obavlja djelatnost koristeći ručni rad.

²⁴ <http://tilio.hr/otvaranje-j-d-o-o/>

Zadruga se pojavljuju u različitim oblicima i s različitim posebnostima – kao poljoprivredne, ribarske, obrtničke, stambene, graditeljske, radničke, štednokreditne i sl. Jedan od tih oblika su i socijalne zadruge kojima je glavni cilj omogućiti ravnopravan položaj na tržištu rada onima koji ga ne mogu ostvariti.²⁵

5.6. Izvori financiranja poduzetničkih pothvata

Sektor poduzeća u cjelini ostvario je izvrstan rezultat 2016. godine (npr. rast prihoda za 5,1% i rast broja zaposlenih za oko 42 tisuće). No, mikro i mali poduzetnici bilježe izvrstan rezultat. Prihod mikro poduzetnika (do 10 zaposlenih i 15 milijuna kuna prihoda) 2016. godine je povećan za gotovo 26%. Dobit mikro poduzetnika koji ostvaruju dobit rasla je oko 41%, troškovi rada oko 17%, a broj zaposlenih oko 15%. Kad se brojkama o zapošljavanju kod mikro poduzetnika pribroji rast broja radnih mjesta kod malih poduzetnika, dolazi se do fascinantnog podatka: približno devet od deset radnih mjesta u smislu njihovoga rasta odnosi na povećanje zaposlenosti kod mikro i malih poduzetnika.²⁶



Slika 7. Rezultati poduzetnika 2015./2016. prema veličini

**samo za poduzeća koja su ostvarila dobit; **zaposleni na bazi sati rada*

Izvor: <https://arhivanalitika.hr/blog/2016-bila-je-katapult-za-mikro-i-mala-poduzeca/>

²⁵ <http://www.dp-generator.org/drustveno-poduzetnistvo-u-rh/moguci-pravni-oblici>

²⁶ <https://arhivanalitika.hr/blog/2016-bila-je-katapult-za-mikro-i-mala-poduzeca/>

Vrste financiranja:

1. Prema roku raspoloživosti izvora: kratkoročno, srednjoročno, dugoročno
2. Prema porijeklu: unutarnji (interni) i vanjski (eksterni) izvori
3. Prema vlasništvu: vlastiti (neročni) i tuđi (ročni) izvori

Vlastita sredstva – pri pokretanju poduzetničkog pothvata većina poduzetnika će se financirati iz vlastitih sredstava (vlastita ušteđevina koju su stekli tijekom godina rada, otpremninama i osobnom zaduživanju. Kada se iscrpe vlastiti izvori financiranja, poduzetnik se okreće svojim neformalnim investitorima, obitelji i prijateljima. Za razliku od ostalih investitora, članovi obitelji i prijatelja su susretljivi i razumljivi, te strpljivi i vjeruju poduzetniku zbog čega se između njih i poduzetnika ne sklapaju formalni ugovori. Poduzetnik na posuđena sredstva ne plaća kamate ili ako one i postoje često su beznačajne. Rok povrata je često fleksibilan i poduzetnik vraća dio posuđenog novca prema svojim mogućnostima i prema dogovoru.

Financiranje zaduživanjem:

Bankarski krediti – to je jedan od najčešćih oblika zaduživanja. Financiranje u smislu podizanja kredita od banaka može biti kratkoročno i dugoročno, a obilježava ga davanje kolaterala. Kolateral (pokriće) je instrument, koji može biti u novčanom ili nenovčanom obliku, koje banke koriste pri kreditnim poslovima kao sredstvo obezbjeđenja.²⁷

Kratkoročni krediti (do godinu dana) najčešće se rabe za obrtni kapital, kupnju inventara i dr., a isplaćuju se temeljem ostvarenih prihoda poduzeća.

Srednjoročni krediti su krediti na period dulji od jedne godine, najčešće tri do pet godina.

Dugoročni krediti (više od jedne godine) se rabe za kupnju imovine i strojeva, pokretanje poslovanja, izgradnju postrojenja i ostale dugoročne investicije, a često

²⁷ <http://www.kliker.ba/pojmovnik/kolateral-pokrice->

predmet kupnje služi i kao kolateralna za kredit. Otplata navedenog kredita uobičajeno je mjesečna ili kvartalna.

Trgovački kredit je kreditiranje poduzetnika od strane dobavljača; a realizira se putem odobravanja kredita prema ugovoru o isporuci robe uz odgođeno plaćanje, najčešće 30 do 90 dana. Budući da se uz navedene kredite često ne veže plaćanje kamata, poduzetnici se njima često i rado koriste u svom poslovanju.

Lizing (eng. Leasing) označuje oblik financiranja koji se zasniva na ideji da je objekt lizinga bolje koristiti nego kupiti. On omogućuje korisniku da neku opremu ili nekretninu dobije na korištenje za vrijeme koliko mu je potrebna, umjesto da ju kupi. Lizingom, mala ili srednje velika poduzeća mogu pribaviti proizvodna i druga dobra bez trošenja vlastitih fondova i bez uzimanja kredita.²⁸

Faktoring (eng. Factoring) je oblik kratkoročnog financiranja preko faktora kao posebne organizacije. Prodavaoci, odnosno kupci mogu se financirati posredstvom faktora pod uvjetom da kupac sve narudžbe prije izvršenja isporuke od strane poslodavca mora dati faktoru na odobrenje, te da faktor stalno ispituje kreditnu sposobnost kupaca, prije nego što preuzme bilo kakvo potraživanje.²⁹

Svim oblicima financiranja vlasničke glavnice zajedničko je da investitori za dana sredstva od poduzetnika traže vlasnički udio u poduzetništvu, a u njih ubrajamo: fondove rizičnog kapitala i poslovne anđele.

Fondovi rizičnog kapitala su oblik financiranja vlasničke glavnice (kapitala poduzeća). Fondovi rizičnog kapitala pogodni su za financiranje određenih projekata ili tvrtki kad se oni nalaze u fazi rasta ili u kasnijoj fazi.

Poslovni anđeli 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 anđeli prvenstveno ulažu u

²⁸ Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Singerija, Zagreb, 2011., str.258-259.

²⁹ <http://www.poslovni.hr/leksikon/factoring-403>.

sektore koje razumiju i u regiju koju poznaju. Najčešći razlozi zašto poslovni anđeli ulažu su profit, poticanje poduzetništva, poslovna aktivnost, ali i zabava u stvaranju nove vrijednosti.³⁰

Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE) je neprofitna udruga koja okuplja privatne investitore koji su zainteresirani za ulaganja u inovativne tvrtke u ranom stadiju razvoja. CRANE je krovna organizacija poslovnih anđela u Hrvatskoj i jedna od najuspješnijih organizacija u Europi. Udruga je pokrenuta 2008. godine zajedničkom inicijativom partner institucija Agencije za promicanje izvoza i ulaganja, Poteza Ventures, Hrvatske Private Equity i Venture Capital Asocijacije, Udruge za poticanje softverskog i online poduzetništva Initium i uspješnih poduzetnika Damira Sabola i Hrvoja Prpića. Do 2015. godine, članovi Crane-a u hrvatske tvrtke uložili su preko 23 milijuna kuna.³¹

Državni oblici financiranja: davanje nepovratnih potpora, subvencioniranje kamata na kredite, davanje garancije i dr.

5.7. Poduzetničke potporne institucije i poduzetnička infrastruktura

Institucije koje daju potporu i potiču razvoj poduzetništva su:

- Ministarstvo,
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, (HAMAG)
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak, (HBOR)
- Hrvatska gospodarska komora, (HGK)
- Hrvatska obrtnička komora, (HOK)
- Hrvatski zavod za zapošljavanje, (HZZ)
- Državni zavod za statistiku, (DZS)
- Hrvatski savez zadruga.

³⁰ <http://www.raza.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poslovni-andeli>

³¹ <http://www.crane.hr/o-nama/>

Poduzetnička infrastruktura predstavlja sustav:

- poduzetničkih zona, odnosno
- poduzetničkih potpornih institucija unutar Republike Hrvatske.

PODUZETNIČKE ZONE – infrastrukturno opremljena područja definirana prostornim planovima, namijenjena obavljanju određenih vrsta poduzetničkih, odnosno gospodarskih aktivnosti. Osnovna karakteristika poduzetničkih zona je zajedničko korištenje infrastrukturno opremljenog i organiziranog prostora od strane poduzetnika kojima se poslovanjem unutar poduzetničke zone omogućuje racionalizacija poslovanja i korištenje raspoloživih resursa poduzetničke zone zajedno s ostalim korisnicima poduzetničke zone.

RAZVOJNE AGENCIJE – registrirane pravne osobe zadužene za operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva na lokalnoj (regionalnoj) i nacionalnoj razini, poticanje i privlačenje investicija te iniciranje i realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva, objedinjavajući rad gospodarskih subjekata, lokalnih i regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja.

PODUZETNIČKI CENTRI – registrirane pravne osobe zadužene za operativno provođenje mjera za razvoj i poticanje poduzetništva na lokalnom i/ili širem području (županija, regija), koji predstavljaju središta stručne i edukativne pomoći poduzetnicima radi razvoja poduzetništva u sredinama u kojima su osnovani.

POSLOVNI INKUBATORI – registrirane pravne osobe zadužene za pomoć i podršku poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata.

PODUZETNIČKI INKUBATORI – pružaju podršku uspješnom razvoju poduzetništva kroz niz poslovnih usluga i resursa, uključujući poslovne (radne) prostore po povoljnijim uvjetima za poduzetnike početnike od prve do treće godine poslovanja.

INKUBATORI ZA NOVE TEHNOLOGIJE – predstavljaju specijalizirane poslovne subjekte s tematskim fokusom i usmjerenjem na područja nove (visoke) tehnologije koji podržavaju pokretanje i rast inovativnog poduzetništva kroz inkubacijske programe, te koji novoosnovanim inovativnim poduzećima sličnog profila i interesa pružaju resurse i profesionalne usluge potrebne za rast i razvoj.

PODUZETNIČKI AKCELERATORI – registrirane pravne osobe, odnosno specijalizirani poslovni subjekti zaduženi za pružanje usluga podrške poduzetnicima u fazi razvoja i širenja poslovanja na domaćem i stranom tržištu.

POSLOVNI PARKOVI – registrirane pravne osobe s fizičkim prostorima, zemljištem i resursima za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika na komercijalnoj osnovi s posebnim fokusom na privlačenje domaćih i inozemnih investicija.

ZNANSTVENO-TEHNOLOŠKI parkovi su trgovačka društva koja se osnivaju radi komercijalizacije znanstvenih rezultata, poticanja suradnje znanstvenika i gospodarstvenika.

CENTRI KOMPETENCIJE predstavljaju specijalizirane poslovne subjekte koji provode istraživačke projekte razvojnog ili proizvodnog karaktera i razvijaju kompetencije u pojedinim područjima te s kojim drugi poslovni subjekti mogu ugovoriti usluge istraživanja i razvoja u svrhu jačanja pojedinih industrijskih grana. Usmjereni su na razvojna i primijenjena istraživanja i njihovu komercijalizaciju te potporu i jačanje intelektualnog vlasništva unutar specifičnih tematskih područja i grana kompetencije.³²

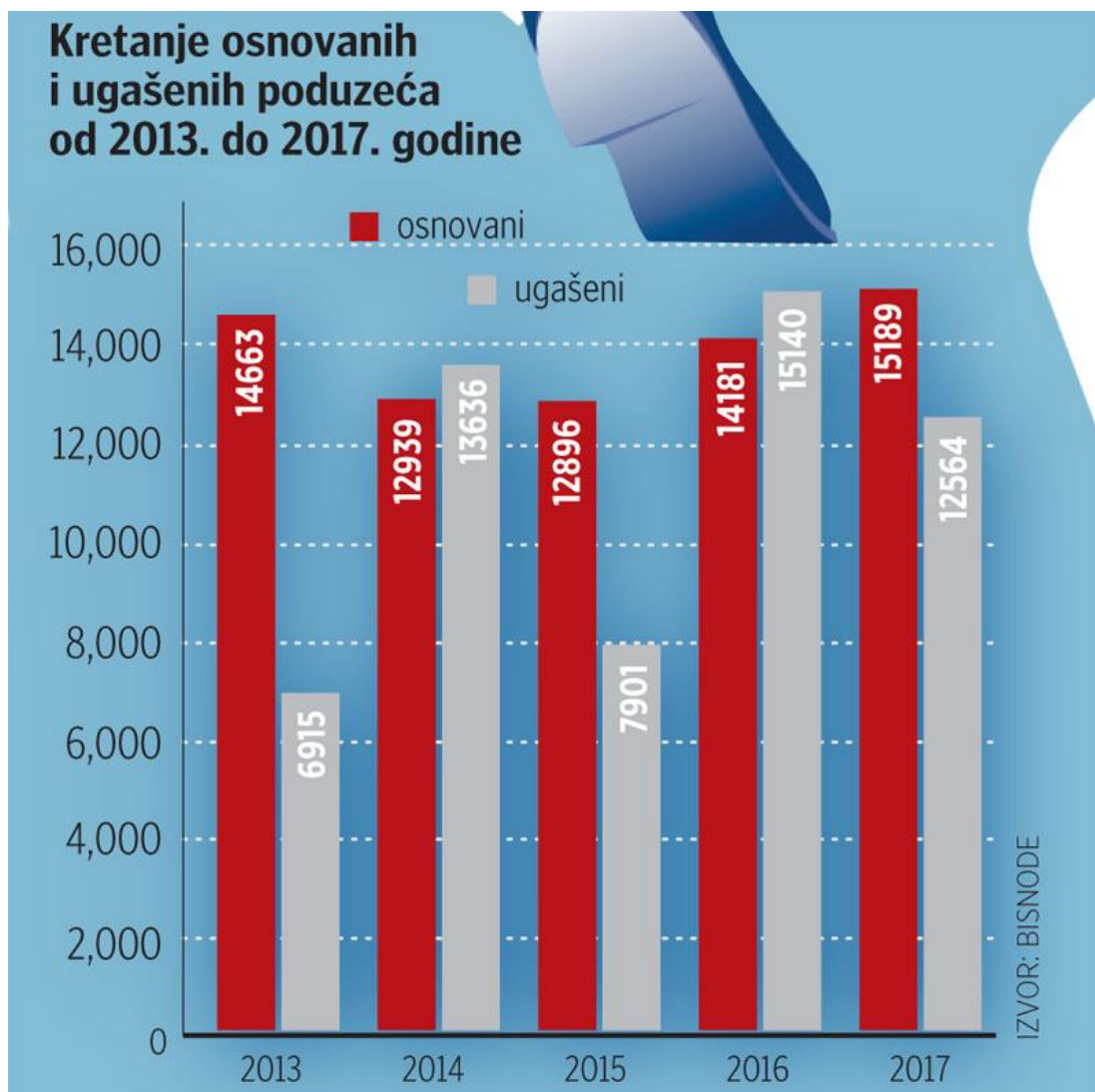
³² Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Narodne novine, Zagreb, 93/13, čl. 2.,3.,4.

6. PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

Gospodarski rast u prošloj godini pratile su i brojke novih poduzeća na poslovnoj sceni. 2017. godine je u Hrvatskoj dosegnut rekordan broj novoosnovanih tvrtki i premašena je dotad vodeća 2013. godina.

Ukupno je u sudski registar upisano 15.189 poslovnih subjekata, 7,1 posto više nego prethode godine, a 3,6 posto više nego "zlatne" 2013. Pozitivna vijest lanjske statistike je i da broj pokrenutih tvrtki premašuje za 20 posto broj onih koje su u isto vrijeme bile ugašene (12.564). Broj ugašenih posljednjih godina viši je nakon što se stečajnim zakonom ubrzalo automatsko gašenje tvrtki koje su u blokadi duže od 120 dana. Trećina novoosnovanih tvrtki bila je iz grada Zagreba (5059), a po broju novih tvrtki slijede Splitsko-dalmatinska (1573), Primorsko-goranska (1394), Istarska (1203), Zagrebačka (1006), te Osječko-baranjska (824). U svim županijama pozitivan je trend pokretanja novih tvrtki u odnosu na prethodnu godinu, a gotovo identičan poredak županija je i po broju ugašenih, jedino je Zagrebačka županija za dlaku pretekla Primorje i Istrijane i imala 892 ugašena subjekta, a najviše ih je brisano u Zagrebu, 4566. Analiza Bisnodea pokazuje i da je najbolji omjer osnovanih i ugašenih poduzeća imala Varaždinska županija u kojoj je u prosjeku na jedno ugašeno bilo osnovano 1,6 poduzeća. Slijede Primorsko-goranska (1,57), Osječko-baranjska (1,54), Šibensko-kninska (1,52) i Ličko-senjska (1,52), u kojoj je ujedno zabilježeno i najmanje aktivnosti u apsolutnim brojkama. Što se oblika tvrtke tiče, jdo-i su dominirali s udjelom od gotovo 52 posto. No, ovo je već treća godina u kojoj pada udio jdo-a u ukupnom broju novih tvrtki, pri čemu se, može zaključiti kako pomalo opada popularnost najjeftinijeg načina za osnivanje poslovnog subjekta. S druge strane, osnovana su tek četiri dionička društva, a istodobno ih je ugašeno čak 50. Za jdo-om se lani inače najviše posezalo u ugostiteljstvu, za razliku od prethodnih godina kada je ih najviše osnovano u djelatnosti trgovine. Ukupno inače u Hrvatskoj posluje 36.367 jdo-a, dok je ukupno registrirano 234.967 poslovnih subjekata koja imaju komercijalne aktivnosti (s udrugama, strankama, vjerskim i drugim ustanovama 327.121), a od čega su 150.687 poduzeća, a 84.280 obrti.³³

³³ <http://www.poslovni.hr/tag/malo-i-srednje-poduzetnistvo-u-rh-2722>



Slika 8. Kretanje osnovanih i ugašenih poduzeća od 2013. do 2017. godine

Izvor: <http://www.poslovnih.hr/tag/malo-i-srednje-poduzetnistvo-u-rh-2722>

7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

7.1. Cilj istraživanja

Svrha istraživanja jest dobiti empirijski uvid u stavove i mišljenja pojedinaca o značaju malog poduzetništva u Hrvatskoj.

7.2. Metodologija istraživanja

Tijekom istraživanja primjenjivala se metoda prikupljanja primarnih podataka putem anketnog upitnika. Rezultati su dobiveni on-line prikupljanjem podataka. Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom u vremenskom periodu od 16. listopada 2017. do 20. siječnja 2018. godine.

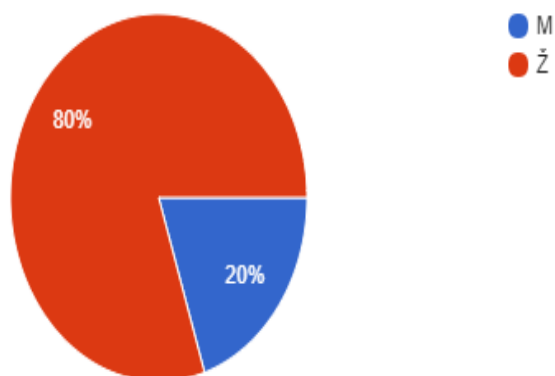
Anketni upitnik se sastojao od 15 pitanja. U uvodnom dijelu traže se podaci o spolu, dobnoj skupini, obrazovanju, radnom statusu, te županije. Drugi dio ankete se odnosi na pitanja vezana uz otvaranje poduzeća, prednostima i nedostacima ulaska u poduzetništvo, te stavovima i mišljenja općenito u poduzetništvu. Ispitanici su na neka pitanja odgovarali zaokruživanjem odgovora na Likertovoj ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 znači slabo ili uopće se ne slažem, a 5 odlično ili u potpunosti se slažem.

7.3. Rezultati istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 375 ispitanika. Od toga 80% žena i 20% muškaraca.

Spol

375 odgovora



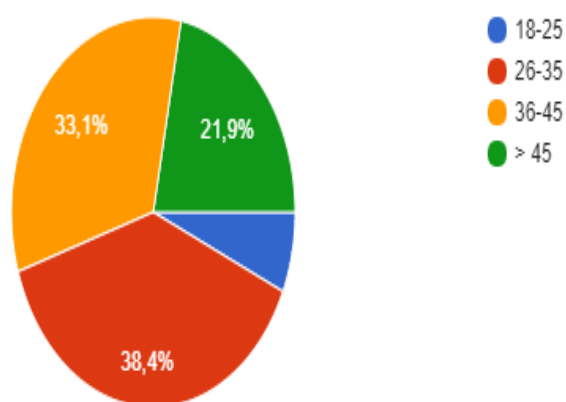
Grafikon 1. Spol ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika, 38,4% bio je u dobi od 26 do 35 godina, zatim sa 33,1 % u dobi od 36 do 45. Najmanji broj ispitanika 6,6 je u dobi od 18 do 25 godina.

Dobna skupina

375 odgovora



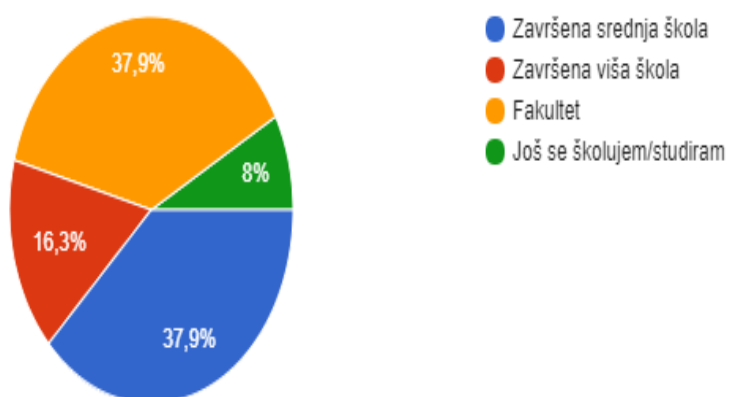
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora

Prema obrazovanju, podjednak broj ispitanika 37,9 % je fakultetskog obrazovanja i završenom srednjom stručnom spremom. Tek 8% ispitanika se još školuje.

Obrazovanje

375 odgovora



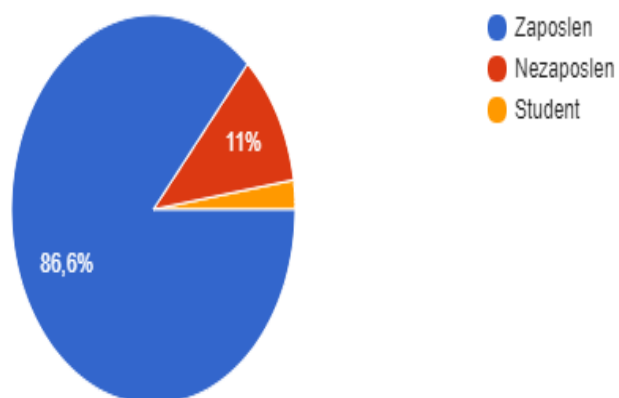
Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika 86,9 % je zaposleno, dok je 11% nezaposleno, a 2.1% ispitanika studira.

Radni status

372 odgovora



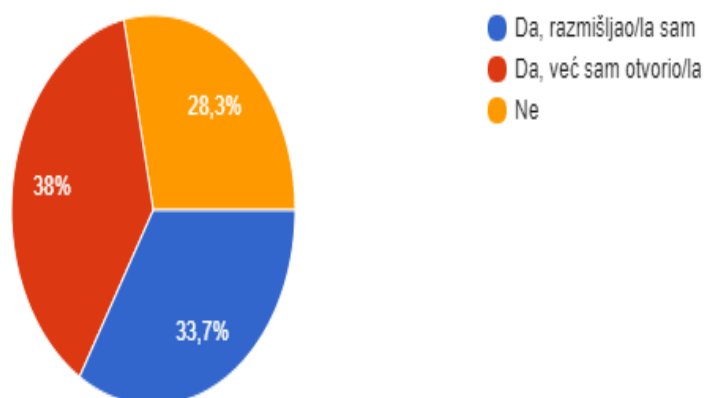
Grafikon 4. Radni status ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora

Na pitanje vezano uz otvaranje obrta ili poduzeća najveći broj ispitanika, njih 38% je odgovorilo da već posjeduju obrt ili tvrtku. 33,7 % ispitanika razmišlja o otvaranju, dok 28,3% ne razmišlja o tome. Na temelju ovih odgovora zaključuje se da je veliki broj ispitanika u poduzetničkom krugu.

Razmišljate li o tome da otvorite obrt ili tvrtku?

374 odgovora



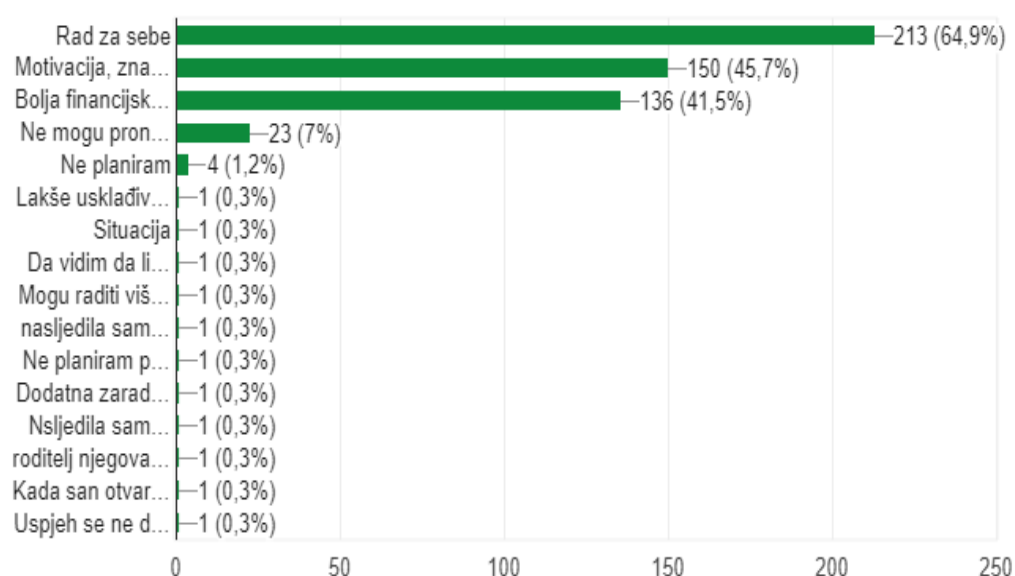
Grafikon 5. Stavovi ispitanika o otvaranju obrta ili tvrtke

Izvor: vlastita izrada autora

Pitanje vezano uz razloge zbog postojanja poduzetnika/poduzetnice, njih 64,9% je odgovorilo da je razlog rad za sebe. 45,7 % je odabralo odgovor motivacija, znanje i sposobnost za rad, 41,5% odgovora za bolju financijsku zaradu, 7% zbog toga što ne može pronaći posao, dok se po 0,3% odnosi na ostale razloge.

Ako planirate postati ili već jeste poduzetnik/poduzetnica, koji je glavni razlog za to? (moguće više odgovora)

328 odgovora



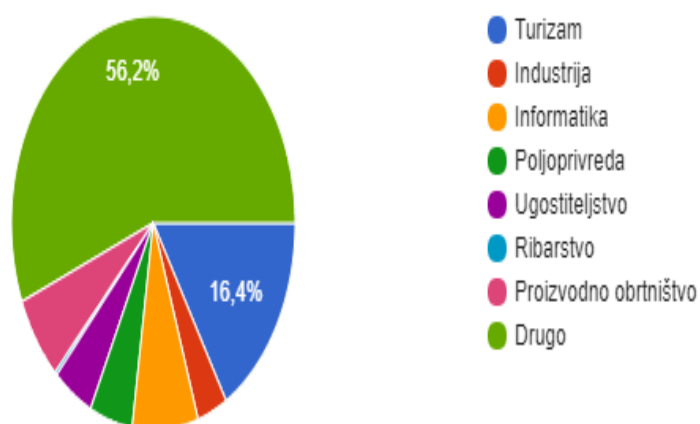
Grafikon 6. Razlozi zbog postojanja poduzetnika/poduzetnice

Izvor: vlastita izrada autora

Više od polovice ispitanika, 56,2% je odabralo neke druge djelatnosti od ponuđenih. 16,4 % bi krenuli u djelatnosti u turizmu.

U kojoj djelatnosti biste krenuli u poduzetništvo?

347 odgovora



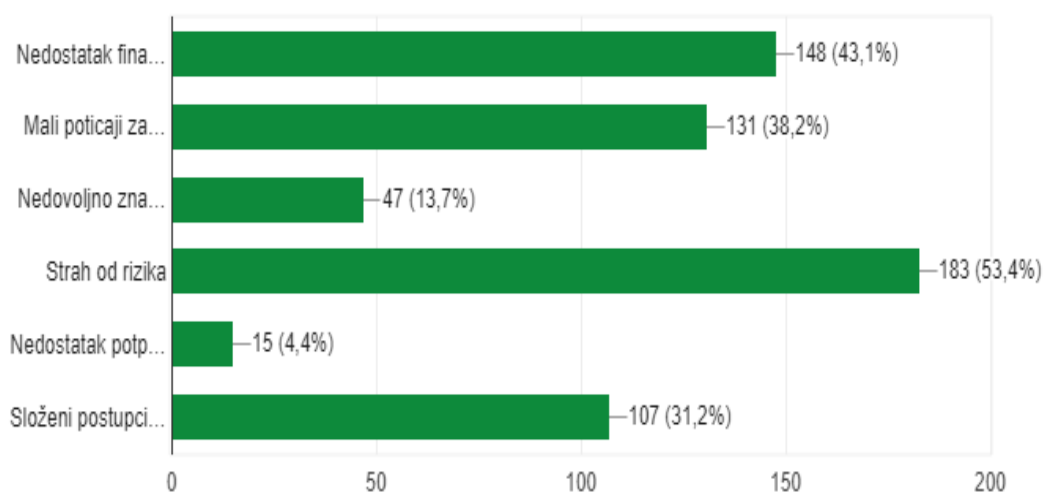
Grafikon 7. Djelatnosti u kojima bi ispitanici krenuli u poduzetništvo

Izvor: vlastita izrada autora

Razlozi odbijanja najvećeg broja ispitanika 53,4% je strah od rizika, zatim 43,1% navode razlog nedostatak financija, 38,2% navode male poticaje za poduzetnike, 31,2% navodi razlog složene postupke za otvaranje poduzeća, 13,7 % nema dovoljno znanja i iskustva, dok 4,4% navodi nedostatak potpore obitelji.

Razlozi koji Vas odbijaju u poduzetništvu? (moguće više odgovora)

343 odgovora



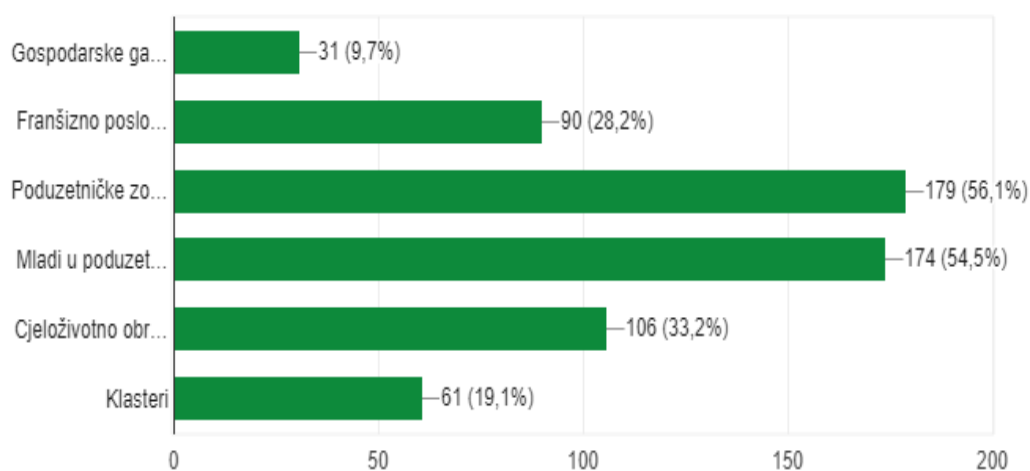
Grafikon 8. Razlozi odbijanja u poduzetništvu

Izvor: Vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 56,1% je upoznato sa poduzetničkim zonama. 54,5% ih je upoznato sa projektom mladi u poduzetništvu, 33,2% sa projektom cjeloživotnog obrazovanja, 28,2 franšiznim poslovanjem, 19,1 je odabralo klasterne kao projekt za financiranje, a 9,7 % je odabralo gospodarske gazele.

S kojim projektima za financiranje ste upoznati? (moguće više odgovora)

319 odgovora



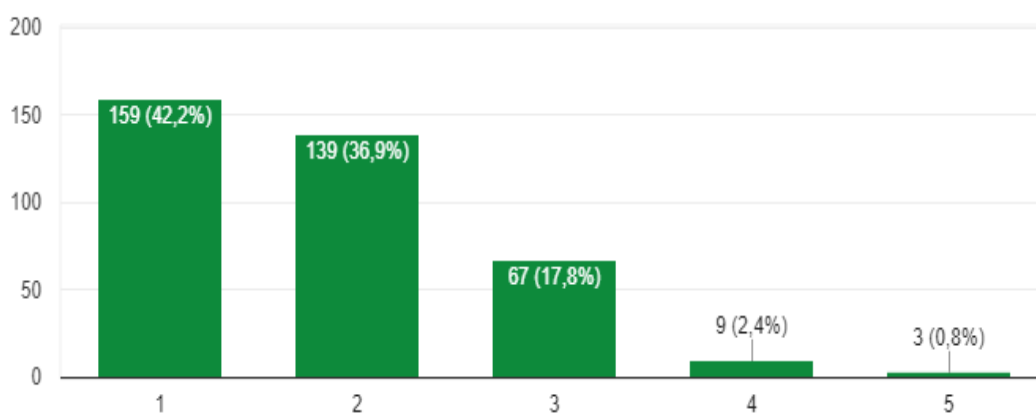
Grafikon 9. Projekti za financiranje u poduzetništvu s kojima su ispitanici upoznati

Izvor: vlastita izrada autora

Na pitanje vezano uz mišljenje pomoći vlade i države za razvitak poduzetništva u Hrvatskoj 42,2 % ispitanika dalo je ocjenu 1 (slabo), dok je 0,8 % dalo ocjenu 5 (odlično).

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite da li vlada i država dovoljno pomažu u financiranju za razvitak poduzetništva u Hrvatskoj?

377 odgovora



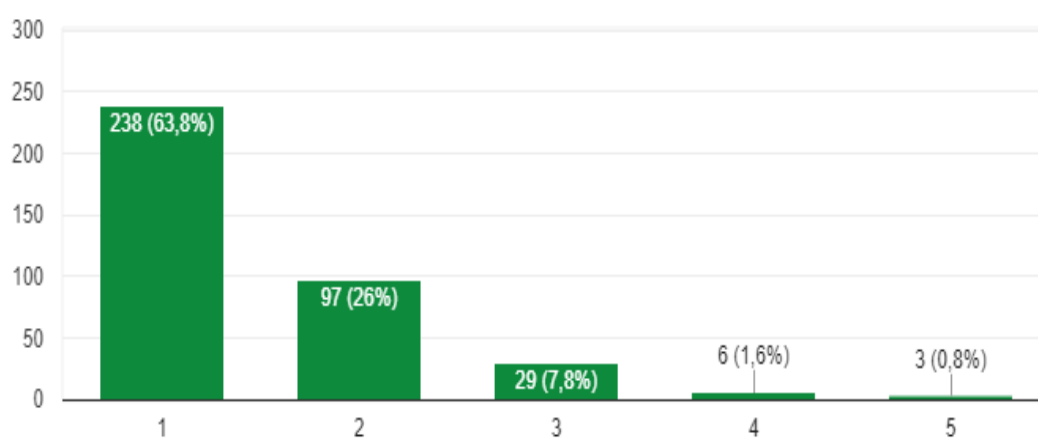
Grafikon 10. Stajalište ispitanika o financiranju vlade i države za razvitak poduzetništva

Izvor: vlastita izrada autora

Na pitanje vezano uz suradnju između institucija i poduzetnika prilikom donošenja novih mjera i zakona, više od polovice ispitanika, njih 63.8% je ocijenilo ocjenom 1 (slabo).

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite da li se prilikom donošenja novih mjera i zakona pita poduzetnike za mišljenje?

373 odgovora



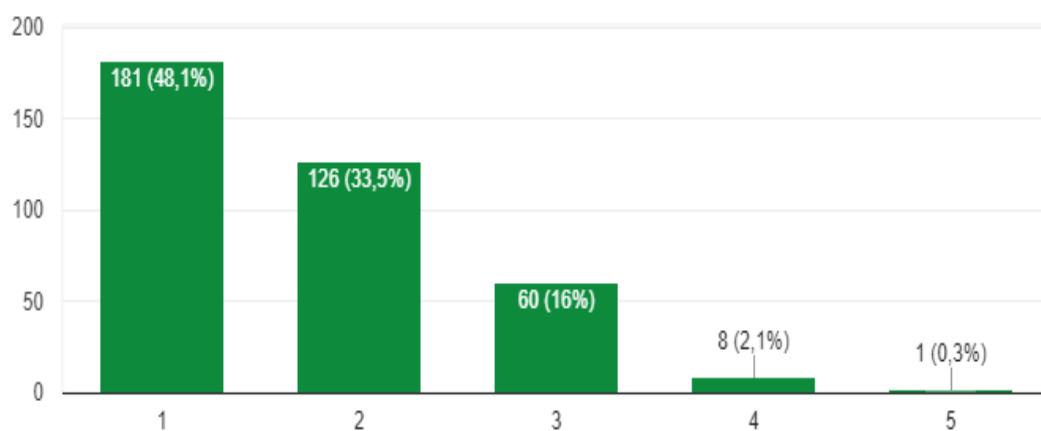
Grafikon 11. Poduzetnici uključeni prilikom donošenja novih mjera i zakona

Izvor: Vlastita izrada autora

Utjecaj obrazovnog sustava na mlade 44, 1% je ocijenilo ocjenom 1 (slabo), dok je samo 0,3% ocijenilo ocjenom 5 (odlično).

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite kako obrazovni sustav u Hrvatskoj potiče mlade na kreativnost i poduzetništvo?

376 odgovora



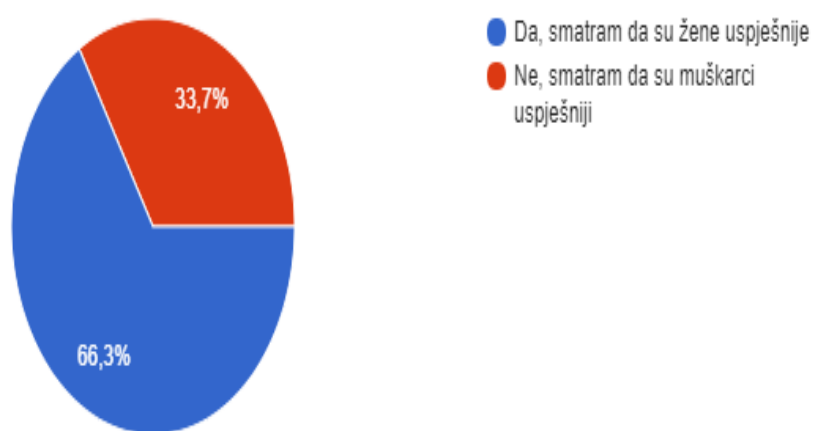
Grafikon 12. Utjecaj obrazovanja na mlade

Izvor: Vlastita izrada autora

Pozitivno mišljenje da su žene poduzetnice uspješnije u poslovanju od poduzetnika iznijelo je 66,3%, dok se 33,7% izjasnilo da su muškarci uspješniji.

Smatrate li da su žene poduzetnice uspješnije u poslovanju od poduzetnika?

350 odgovora



Grafikon 13. Odnos žene i muškarca u poduzetništvu

Izvor: vlastita izrada autora

Na posljednje pitanje koje se odnosi na poznanstvo poduzetnika/poduzetnice iz ispitanikove sredine, 66,6 % ispitanika je odgovorilo da ga/ju poznaje osobno dok je 28,6 % ispitanika odgovorilo da ima poduzetnika u obitelji.

Poznajete li kojeg poduzetnika/poduzetnicu u Vašoj blizini?

374 odgovora



Grafikon 14. Poznanstva poduzetnika

Izvor: vlastita izrada autora

8. ZAKLJUČAK

Malo gospodarstvo je ključni element za povećanje konkurentnosti, rast i razvoj, te porast zaposlenosti. Razvojem malog gospodarstva jača se i ukupna snaga gospodarstva. Razvoj Republike Hrvatske, otvaranje novih radnih mjesta i prosperitet je upravo u malom gospodarstvu.

Malo gospodarstvo se može osnovati u različitim pravnim oblicima od kojih svako od njih ima i prednosti i nedostatke. U Hrvatskoj najčešći oblik poduzetništva su obrti i trgovačka društva. Međutim, Hrvatska nije povoljna za poduzetnike. Mnogi poduzetnici bore s poteškoćama, od komplicirane procedure i mnogobrojne potrebne dokumentacije pri otvaranju, do poteškoća u financijskom sektoru. Mala poduzeća su često prepuštena sama sebi. Institucije koje se bave malim i srednjim gospodarstvom, međusobno nisu povezane. Vlada i Ministarstvo ističu kako su mala gospodarstva glavni pokretač, ali istodobno im ne olakšavaju poslovanje.

Zaključno, može se istaknuti kako prostora za razvoj i poticanje poduzetništva i poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj ima, te je potrebno ulagati i poticati razvoj mjerama ekonomske politike.

U Varaždinu, 20.03.2018.

Manuela Pantaler

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, Manuela Pantaler pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključiva autorica diplomskog rada pod naslovom Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Studentica:
Manuela Pantaler

Manuela Pantaler

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, Manuela Pantaler neopozivo izjavljujem da sam suglasana s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj čija sam autorica.

Studentica:
Manuela Pantaler

Manuela Pantaler

Literatura

Knjige:

1. Bebek, S., Santini, G., *Vodič za razumijevanje poduzetništva*, Rifin d.o.o., Zagreb, 2009.
2. Buble, M., Buble, M., *Poduzetništvo*, Aspira, Split, 2014.
3. Cingula, M., Grabovac, D., Miletić, N., *Poduzetništvo*, Školska knjiga, Zagreb, 2002.
4. Hunjet, A., Kozina, G., *Osnove poduzetništva*, Sveučilište sjever, Varaždin, 2014.
5. Kolaković, M., *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006.
6. Marušić, S., *Upravljanje ljudskim potencijalima*, Adeco, Zagreb, 2006.
7. Sikavica, P., Novak, M., *Informator*, Zagreb, 1999.
8. Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, 2011.

Internetski članci i izvor

1. <https://hrcak.srce.hr/file/192156>
2. <https://www.vecernji.hr/biznis/deloitte-hrvatske-kompanije-lista-500-najbrze-rastucih-tehnoloskih-tvrtki-1212816>
3. <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/ovo-je-5-mladih-poduzetnika-koji-su-uspjeli-u-hrvatskoj-291398>
4. <http://recupero.com.hr/blog-objava/poduzetnistvo/>
5. <https://www.inc.com/murray-newlands/10-things-entrepreneurs-need-to-know-about-intrapreneurship.html>
6. http://autopoiesis.foi.hr/wiki.php?name=KM%20%20Tim%2003&parent=NU_LL&page=Organizacijska%20struktura
7. <https://hrcak.srce.hr/file/139713>

8. <http://www.maturski.org/Komunikologija/Modeli-komuniciranja.html>
9. <http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/>
10. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2002_03_29_630.html
11. NN 29/2002 (22.3.2002.), Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva
12. <http://www.ekonos.hr/porezi/pravni-oblici-poduzetnistva-i-dio/>
13. <http://tilio.hr/otvaranje-j-d-o-o/>
14. <http://www.dp-generator.org/drustveno-poduzetnistvo-u-rh/moguci-pravni-oblici>
15. <https://arhivanalitika.hr/blog/2016-bila-je-katapult-za-mikro-i-mala-poduzeca/>
16. <http://www.kliker.ba/pojmovnik/kolateral-pokrice->
17. <http://www.poslovni.hr/leksikon/factoring-403>
18. <http://www.raza.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poslovni-andeli>
19. <http://www.crane.hr/o-nama/>
20. Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Narodne novine, Zagreb, 93/13, čl. 2.,3.,4.
21. <http://www.poslovni.hr/tag/malo-i-srednje-poduzetnistvo-u-rh-2722>

Popis slika

Slika 1. Sadržaj poduzetničkih aktivnosti	3
Slika 2. Karakteristični poduzetnici za pojedinu fazu razvoja poduzeća	12
Slika 3. Shematski prikazi organizacijskih struktura	17
Slika 4. Funkcija zapošljavanja	21
Slika 5. Proces komunikacije	22
Slika 6. Vrste kontrole prema objektu kontrole	23
Slika 7. Rezultati poduzetnika 2015./2016. prema veličini	35
Slika 8. Kretanje osnovanih i ugašenih poduzeća od 2013. do 2017. godine	42

Popis tablica

Tablica 1. Kategorije malog gospodarstva u RH	25
Tablica 2. Prednosti i nedostaci inokosnog poduzeća.....	30
Tablica 3. Prednosti i nedostaci partnerstva	31
Tablica 4. Prednosti i nedostaci korporacije	32
Tablica 5. Utjecaji vlasništva na pojedine događaje	32

Popis grafikona
(%)

Grafikon 1. Spol ispitanika	43
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika	44
Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika	45
Grafikon 4. Radni status ispitanika	46
Grafikon 5. Stavovi ispitanika o otvaranju obrta ili tvrtke	47
Grafikon 6. Razlozi zbog postojanja poduzetnika/poduzetnice	48
Grafikon 7. Djelatnosti u kojima bi ispitanici krenuli u poduzetništvo	49
Grafikon 8. Razlozi odbijanja u poduzetništvu	50
Grafikon 9. Projekti za financiranje u poduzetništvu s kojima su ispitanici upoznati.....	51
Grafikon 10. Stajalište ispitanika o financiranju vlade i države za razvitak poduzetništva	52
Grafikon 11. Poduzetnici uključeni prilikom donošenja novih mjera i zakona	53
Grafikon 12. Utjecaj obrazovanja na mlade	54
Grafikon 13. Odnos žene i muškarca u poduzetništvu	55
Grafikon 14. Poznanstva poduzetnika	56

Prilozi

ANKETNI UPITNIK

SVEUČILIŠTE SJEVER



Diplomski rad

Kolegij: Poduzetništvo

ZNAČAJ MALOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Poštovani/a,

Pred Vama se nalazi anketa koja je izrađena za potrebe diplomskog rada na temu:

„Značaj malog poduzetništva u Hrvatskoj“. Anketa je anonimna.

Unaprijed se zahvaljujem.

Spol

M

Ž

Dobna skupina

18-25

26-35

36-45

> 45

Obrazovanje

Završena srednja škola

Završena viša škola

Fakultet

Još se školujem/studiram

Radni status

Zaposlen
Nezaposlen
Student

Razmišljate li o tome da otvorite obrt ili tvrtku?

Da, razmišljao/la sam
Da, već sam otvorio/la
Ne

Ako planirate postati ili već jeste poduzetnik/poduzetnica, koji je glavni razlog za to?
(moguće više odgovora)

Rad za sebe
Motivacija, znanje i sposobnost za rad
Bolja financijska zarada
Ne mogu pronaći posao
Ostalo:

U kojoj djelatnosti biste krenuli u poduzetništvo?

Turizam
Industrija
Informatika
Poljoprivreda
Ugostiteljstvo
Ribarstvo
Proizvodno obrtništvo
Drugo

Razlozi koji Vas odbijaju u poduzetništvu? (moguće više odgovora)

Nedostatak financija
Mali poticaji za poduzetnike
Nedovoljno znanja i iskustva
Strah od rizika
Nedostatak potpore obitelji
Složeni postupci za otvaranje poduzeća

S kojim projektima za financiranje ste upoznati? (moguće više odgovora)

Gospodarske gazele
Franšizno poslovanje
Poduzetničke zone
Mladi u poduzetništvu
Cjeloživotno obrazovanje za obrtništvo
Klasteri

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite da li vlada i država dovoljno pomažu u financiranju za razvitak poduzetništva u Hrvatskoj?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite da li se prilikom donošenja novih mjera i zakona pita poduzetnike za mišljenje?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Na ljestvici od 1 (slabo) do 5 (odlično) ocijenite kako obrazovni sustav u Hrvatskoj potiče mlade na kreativnost i poduzetništvo?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Smatrate li da su žene poduzetnice uspješnije u poslovanju od poduzetnika?

Da, smatram da su žene uspješnije

Ne, smatram da su muškarci uspješniji

Poznajete li kojeg poduzetnika/poduzetnicu u Vašoj blizini?

Da, poznajem ga/ju osobno

Da, imam poduzetnika/poduzetnicu u obitelji

Da, ali ga/ju ne poznajem

Ne

Ovaj obrazac izrađen je unutar domene Sveučilište Sjever.