

Poduzetništvo mladih u Hrvatskoj, prilike i izazovi

Cvek, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:379447>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-12**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MIHAELA CVEK

**PODUZETNIŠTVO MLADIH U HRVATSKOJ,
IZAZOVI I PRILIKE**

Završni rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MIHAELA CVEK

**PODUZETNIŠTVO MLADIH U HRVATSKOJ,
IZAZOVI I PRILIKE**

Završni rad

JMBAG: 0303050907, redovita studentica

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Predmet: Uvod u poduzetništvo

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Ekonomika poduzetništva

Mentorica: izv.prof.dr.sc. Violeta Šugar

Pula, rujan 2017.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine.



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

___ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

Uvod.....	1
1. Pojmovno određenje poduzetništva mladih.....	2
1.1. Definicija poduzetništva mladih.....	2
1.2. Diferencijacija pojmova poduzetništva mladih i mladog poduzetništva...3	
1.3. Upuštanje mladih u poduzetnički poduhvat.....	5
2. Poduzetništvo mladih u Hrvatskoj.....	9
2.1. Poduzetničko okruženje u Hrvatskoj.....	9
2.2. Poduzetničko okruženje u Istarskoj županiji.....	12
3. Poduzetništvo mladih uz potporu infrastrukture:.....	16
3.1. ALT digital d.o.o.	16
3.2. I točka j.d.o.o.	17
3.3. Knapp.....	20
3.4. Optimus Consulting d.o.o.	22
4. Poduzetništvo mladih bez potpore infrastrukture.....	24
4.1. Inspirit Sport d.o.o.	24
4.2. Kreacija j.d.o.o.	25
4.3. Trgo-David d.o.o.	28
5. Samostalan razvoj ili uz pomoć poduzetničke infrastrukture - usporedna analiza.....	30
Zaključak.....	35
Literatura.....	37
Popis slika.....	38
Popis tablica.....	38

UVOD

U ovom završnom radu obuhvatit će se tematika poduzetništva mladih u Hrvatskoj, poduzetničkog okruženja u zemlji te usporediti poduzetništvo mladih koji ulaze u posao samostalno u odnosu na one koji ulaze u poduzetnički poduhvat s pomoću infrastrukture.

Cilj ovog rada je utvrditi ključne prednosti i nedostatke s kojima se susreću mladi poduzetnici u Hrvatskoj, odnosno utvrditi koje su prilike i izazovi stavljeni pred mlade ljude koji se bave poduzetništvom.

U prvom poglavlju su pojmovno određeni termini poduzetništva mladih i mladog poduzetništva te je opisano upuštanje u poduzetnički poduhvat.

Drugo poglavlje objašnjava kakva je poduzetnička klima u Hrvatskoj, a kakva u Istarskoj županiji te koji su razlozi za kretanje u poduzetništvo.

Nadalje, u trećem poglavlju, opisano je poslovanje mladih poduzetnika koji se trenutno nalaze ili su nedavno izašli iz inkubatora kao oblika infrastrukture.

Četvrto poglavlje govori o ljudima mlađim od 35 godina koji su se upustili u poduzetničke vode bez službene potpore nekih oblika poduzetničke infrastrukture ili trenutno djeluju samostalno.

Posljednje poglavlje komparira viđenje mladih poduzetnika na poslovanje u Hrvatskoj.

Za izradu završnog rada korišteni su metodološki postupci; definiranje zadataka, prikupljanje podataka, raspoređivanje bilježaka te konačno opremanje rada.

Korištene su induktivno deduktivna metoda, metoda deskripcije, metoda sinteze, metoda generalizacije, povijesna metoda, statistička te komparativna metoda.

1. Pojmovno određenje poduzetništva mladih

1.1. Definicija poduzetništva mladih

„Poduzetništvo je pojam koji se odnosi na stvaranje inovativne ekonomske organizacije (ili mreže organizacija) sa svrhom dobiti ili rasta, u uvjetima rizika i neizvjesnosti.¹“

Prema autorici Škrtić poduzetništvo je: „viši stupanj sposobnosti da se uoči i participira izvanredna prilika za mogući uspjeh kao i poduzetnička odlučnost da se uđe u akciju i kada je poduzetnički rizik izuzetno visok“.²

Zajedničke komponente obje definicije jesu otvaranje organizacije i ulaženje u poslovnu aktivnost iako postoji rizik i neizvjesnost u budućem poslovanju.

Prema tome poduzetništvo mladih bi se odnosilo na mladu osobu koja ima sposobnost uočavanja i participiranja poduzetničke prilike te koja unatoč riziku ulazi u poduzetnički poduhvat. No definiranje poduzetništva mladih nije toliko jednostavno.

Prije svega potrebno je zapitati se tko je to mlada osoba. Prema Zavodu za zapošljavanje u Hrvatskoj mladom osobom se smatra osoba između 15 i 29 godina te se na ljude iz te dobne skupine odnose aktivne politike zapošljavanja za mlade.³

Kada se govori o mladima ne postoji jedinstvena dobna grupacija. Najčešće se smatra da su mladi upravo one osobe koje se nalaze između 15 i 29 godina, onako kako ih definira i Zavod za zapošljavanje u Hrvatskoj.

Mladost se vrlo jednostavno može objasniti kao period između djetinjstva i zrele dobi, ali ni ovo pojašnjenje ne govori o točnoj dobi na koju se taj period odnosi.

Za Ujedinjene narode taj period je još kraći. Ujedinjeni narodi, za statističke svrhe, definiraju mlade osobe kao one koje su u dobi između 15 i 24 godina, iako se ne miješaju u definicije zemalja članica.⁴

¹ M. Buble, Poduzetništvo, Split, Aspira, 2014. str. 10

² M. Škrtić, Poduzetništvo, Zagreb, Sinergija, 2006, str. 7

³ HZZ, „Mjere aktivne politike zapošljavanja“, <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=32866> (pristupljeno 29. svibanj 2017.)

⁴ UN: „Definition of Youth“, <http://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf> (pristupljeno 1.lipanj 2017.)

Mladi ljudi koji danas žive u Hrvatskoj su suočeni s izrazito različitim društvenim okruženjem nego što je isto bilo ranije. Povijesni kontekst odrastanja u Hrvatskoj u proteklih 26 godina izmijenio je shvaćanje mladosti.

U Hrvatskoj raste popularnost dužeg ostajanje mladih s roditeljima. Čak 70,3% posto mladih ostaju živjeti kod roditelja do 34. godine⁵. Razlog tomu je financijska nestabilnost te nemogućnost pronalaska posla.

Sukladno trendovima mladih u Hrvatskoj, te budući da se već godinama povećava period ostanka kod kuće, kao i vrijeme studiranja potrebno je povećati dobnu skupinu na koju se mladost odnosi.

S obzirom da tvrtku u Hrvatskoj može otvoriti punoljetna osoba, odnosno osoba koja je navršila 18 godina, a da se mladi dulje zadržavaju kući zbog socio-ekonomske situacije u zemlji, poduzetništvo mladih je moguće objasniti kao proces stvaranja nečeg novog od strane osoba između 18 i 35 godina koje ulaze u poduzetnički poduhvat.

Odnosno, poduzetništvo mladih se referira na poduzetnike koji imaju od 18 do 35 godina. Društvena skupina ljudi koja ima do 35 godina je po svojem stupnju zrelosti i pripremljenosti za svijet rada bliža skupini od 25 do 30 godina pa je zbog toga pravednije da spada pod grupaciju mladih.

1.2. Diferencijacija pojmova poduzetništva mladih i mladog poduzetništva

Poduzetništvo mladih je pojam koji se odnosi na mlađe ljude koji ulaze u poduzetničku aktivnost s namjerom ostvarivanja dobiti i dolaska do željenih unaprijed zacrtanih ciljeva. Definicija kao takva ne nudi odgovor na pitanje radi li se o ljudima koji po prvi puta započinju s poduzetničkim poduhvatom ili su se već ranije bavili poduzetništvom.

Mlado poduzetništvo se, s druge strane, može odrediti kao termin koji se odnosi na započinjanje poduzetničke aktivnosti. Mlado poduzetništvo u ovom smislu nije dobro ograničeno, već je riječ o prvom ulasku osobe ili grupe u poduzetnički poduhvat,

⁵ Večernji list, „Čak 600 tisuća mladih živi s roditeljima“, 31. listopada 2016., dostupno na <https://www.vecernji.hr/vijesti/odselit-cu-se-kad-pocnem-zivjeti-s-djevojkom-1124999> (pristupljeno 1. lipanj 2017.)

odnosno kretanje u poduzetničke vode od strane onih koji su ranije stjecali plaću po drugoj osnovi neovisno o njihovoj starosti.

Start-up proces je aktivnost stvaranja nečeg novog, odnosno aktivnost pokretanja poduzeća i u ovom smislu najbliži je pojmu mladog poduzetništva. Prema Neilu Blumenthalu, suosnivaču i potpredsjedniku uprave tvrtke Warby Parker: „*Start-up je tvrtka koja radi na rješavanju problema gdje rješenje nije očigledno, a uspjeh nije zajamčen*“.⁶ Odnosno proces ulaženja u nešto posve novo.

Hrvatska banka za obnovu i razvitak za potrebe financiranja mladog poduzetništva definira poduzetnika početnika na sljedeći način, to su poduzetnici koji:

- po prvi put osnivaju obrt ili trgovačko društvo,
- nakon realizacije ulaganja, u osnovanom trgovačkom društvu ili obrtu će biti aktivno i stalno zaposleni na odgovornom radnom mjestu,
- su mlađi od 55 godina,
- nisu vlasnici drugog trgovačkog društava ili obrta,
- nisu suvlasnici u drugom trgovačkom društvu ili obrtu s udjelom većim od 30%
- početnicima se smatraju i zadruge i mali i srednji poduzetnici koji posluju kraće od dvije godine.⁷

Mlado poduzetništvo se može poistovjetiti s prvom ili prvom i drugom fazom u životnom ciklusu poduzeća. Životni ciklus poduzeća je tijekom trajanja tržišnog života poduzeća koji se može podijeliti na nekoliko faza. Najčešća podjela životnog ciklusa poduzeća uključuje konstituiranje, rast i razvoj, diferencijaciju, diversifikaciju, krizu i konsolidaciju te stečaj ili likvidaciju. Dakle mlado poduzetništvo uključuje faze konsolidacije te rasta i razvoja. Nakon što poduzeće izvjesno vrijeme posluje na tržištu, ostvaruje dobit i profilirano je u mislima kupaca može se reći da je izašlo iz mlade faze.

Prema tome, izvodi se zaključak da diferencijacija pojmova poduzetništva mladih i mladog poduzetništva proizlazi iz razlike u dobi poduzetnika te radi li se o prvom ulasku

⁶ FORBES, „*What Is A Startup?*“ (web stranica) 16. prosinca 2013., dostupno na <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#5298d4814044> (pristupljeno 10. srpanj 2017.)

⁷ HBOR, „*Početnici / Start-up*“ (web stranica) dostupno na https://www.hbor.hr/kreditni_program/pocetnici-start-up/ (pristupljeno 10. srpanj 2017.)

u poduzetničke vode. No termini nisu međusobno isključivi, odnosno osoba koja ima do 35 godina i po prvi puta otvara vlastitu tvrtku je mladi poduzetnik, ali i njezin rad se može svrstati u rad poduzetništva mladih.

1.3. Upuštanje mladih u poduzetnički poduhvat

Poduzetnički poduhvat je, kao što je to već istaknuto u prethodnom dijelu, aktivnost stvaranja nove vrijednosti od strane osobe koja je do te aktivnosti primala plaću po drugoj osnovi. Bez obzira na to u koju dobnu skupinu budući poduzetnik pripada, razlozi i prve faze u procesu otvaranja poduzeća su uglavnom jednake.

Razloga za ulazak u poduzetničku aktivnost ima mnogo. Neki ljudi jednostavno žele promjenu jer im je dosadio stari posao i žele se okušati u nečem novom. Neki imaju želju iskoristiti svoje vještine i svoje znanje podijeliti sa ostatkom svijeta. Neki ne žele da im druga osoba bude nadređena već žele biti "sami svoj šef".

Prema Billu Aulet-u, autoru knjige: „Disciplinirano poduzetništvo“⁸, razlozi za osnivanje vlastite tvrtke mogu se okupiti pod tri temeljne grupacije razloga za isto. Prvi razlog je postojanje ideje. Imati ideju znači da je pojedinac smislio nešto novo što na pozitivan način može promijeniti svijet. Drugi razlog je postojanje tehnologije, ovaj razlog uključuje prodorno tehnološko rješenje koje se treba kapitalizirati. Posljednja grupacija razloga obuhvaća one ljude koji imaju strast. Strast podrazumijeva razvijanje svojih vještina bez nužno unaprijed pripremljene ideje ili tehnologije.

Neovisno o tome koji je glavni povod otvaranja nove kompanije potrebno je odgovoriti na četiri osnovna pitanja. Prvo pitanje na koje svaki budući poduzetnik mora znati odgovoriti jest kako definirati poslovni koncept. Definiranje poslovnog koncepta podrazumijeva istraživanje ciljnog proizvoda ili usluge te utvrđivanje postoji li već takav na tržištu. Nakon uspješnog definiranja poslovnog koncepta potrebno je provesti analizu tržišta. Analiza tržišta obuhvaća traženje potencijalnih kupaca, odnosno, postavlja se pitanje postoji li uopće tržište za ciljani proizvod. Veliku važnost u pokretanju novog posla ima financijsko planiranje koje je neophodno radi procjene

⁸ B. Aulet, *Disciplinirano poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2015. str. 17

resursa i predviđanje profita te gotovinskih tijekova. Kada su dani odgovori na prva tri pitanja slijedi implementacija pred početak kako bi se moglo započeti sa poslovanjem.

Iduća faza u otvaranju poduzeća je zadovoljavanje formalno-pravnih aspekata poslovanja. Cijeli postupak registracije provodi se prema zakonodavstvu Republike Hrvatske, a po kojemu je omogućeno i elektroničko osnivanje poduzeća u roku od 24 sata.

Četiri su koraka u ovom postupku a to su:

1. izbor naziva tvrtke pod kojim će poduzeće poslovati,
2. ovjera prijave o upisu u sudski registar od strane javnog bilježnika,
3. predaja dokumentacije i uplata pristojbi,
4. preuzimanje dokumentacije i otvaranje računa.⁹

Važno je istaknuti da se pri izboru naziva tvrtke treba držati načela zakonitosti, načela isključivosti te načela prvenstva.

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG) propisuje jedanaest obveznih koraka prilikom registracije poduzeća, a to su: odlazak u Finu, odlazak kod javnog bilježnika, prijava u sudski registar, objava registracije trgovačkog društva, izrada pečata, zahtjev Državnom zavodu za statistiku, otvaranje bankovnog računa, prijava o početku poslovanja u FINU, prijave na HZZO, prijava poreznoj upravi te predaja odluke nadležnog upravnog tijela trgovačkom sudu.¹⁰

Mladi se generalno mogu odlučiti za ulazak u poduzetnički poduhvat iz više razloga, kao što je to već ranije spomenuto, najčešći su postojanje vještine, tehnologije ili strasti. Ovi razlozi za kretanje u vlastiti posao vrijede za većinu zemalja uključujući i Hrvatsku, no temeljni uzrok pokretanja posla od strane mladih u Hrvatskoj je zadovoljavanje potrebe za preživljavanjem. Naime, zbog društvene i ekonomske situacije u zemlji većina mladih se odlučuje za otvaranje vlastite kompanije zbog nemogućnosti pronalaska odgovarajućeg zaposlenja na ostale načine.

⁹ M. Buble, *Poduzetništvo*, Split, Aspira, 2014. str. 231

¹⁰ HAMAGBICRO, „Kako osnovati poduzeće?“ (web stranica) dostupno na <http://www.hamagbicro.hr/investicije/osnivanje-poduzeca/kako-osnovati-poduzece/> (pristupljeno 11.srpanj 2017.)

Hrvatski poduzetnici, općenito, a mladi poduzetnici posebice, ulaze u samostalne poduhvate zbog nužnosti. Ukupnu poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj prema dobi u usporedbi s ostalim europskim zemljama prikazuje Tablica 1.

Tablica 1. Ukupna poduzetnička aktivnost po dobi i zemljama Europe

Economy	18 - 24 years		25 - 34 years		35 - 44 years		45 - 54 years		55 - 64 years	
	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64
Austria	10.6	27	12.6	39	11.3	33T	8.8	39	5.0	45
Bulgaria	4.4	50T	8.6	52	5.0	64	3.6	64	2.5	58T
Croatia	8.6	34	12.9	35T	11.5	31T	6.6	51	2.9	56T
Cyprus	9.9	28T	17.7	20T	12.6	29	10.0	30T	6.6	32
Estonia	24.6	6	27.0	9	16.5	19	10.7	26	4.2	47
Finland	5.2	49	8.7	50	11.0	36	4.9	58T	3.6	50
France	3.9	55	9.7	46	5.5	62	4.8	60T	2.4	60
Germany	4.2	54	5.0	61	5.7	61	4.8	60T	3.2	53T
Greece	1.3	63	5.7	59	6.5	55	10.4	28T	3.3	52
Hungary	6.1	38	11.1	41T	9.2	46	8.7	40	2.9	56T
Ireland	9.4	31T	11.9	40	11.3	33T	10.8	25	9.7	18
Italy	3.8	56	4.5	64	5.2	63	5.5	57	2.5	58T
Latvia	24.8	5	18.4	18	16.3	20	9.7	32T	5.7	36T
Luxembourg	5.3	48	13.3	32T	10.5	39	9.1	38	5.2	43
Macedonia	6.9	41T	7.5	58	10.4	40	4.9	58T	2.2	61
Netherlands	18.8	11	13.3	32T	10.9	37	7.8	45T	7.4	25T
Poland	11.7	21T	18.7	17	8.9	47	6.0	54T	7.4	25T
Portugal	4.4	50T	13.4	31	9.6	45	7.4	49T	4.0	49
Russian Federation	6.5	44	9.6	47	6.3	56T	6.5	52	1.5	63
Slovakia	0.4	64	5.4	60	14.3	24T	13.2	18	10.7	14T
Slovenia	12.8	17	13.2	34	8.6	49T	6.2	53	2.0	62
Spain	2.6	60T	7.8	55	6.1	60	4.7	62	3.2	53T
Sweden	4.4	50T	9.4	48	8.8	49T	7.8	45T	6.5	33
Switzerland	3.4	57	8.2	54	10.3	41T	9.5	36	7.4	25T
United Kingdom	8.2	37	9.8	45	9.9	44	8.1	44	7.7	23
Regional Average	8.2		11.3		9.7		7.8		4.8	

T- rang je jednak za više zemlja

Izvor: Global Entrepreneurship Research Association (GERA), *Global Report 2016/2017*, Babson College Wellesley, Massachusetts, USA, 2017.

Tablica 1. pokazuje da je najmlađa skupina poduzetnika u Hrvatskoj, ona od 18 do 24 godine aktivnija od prosjeka regije. Ukupna poduzetnička aktivnost za tu dobnu

skupinu je 8.6 a prosjek regije je 8.2. Što je pozitivan pokazatelj da se mladi u Hrvatskoj upuštaju u poduzetničku aktivnost.

Mladi koji se nalaze između 25 i 34 godine u Hrvatskoj, također, češće ulaze u samostalni posao od prosjeka odabranih europskih zemlja. U Hrvatskoj je vrijednost poduzetničke aktivnosti 12.9 a prosjek za regiju iznosi 11.3.

Ukupna poduzetnička aktivnost mladih u Hrvatskoj je relativno zadovoljavajuća. Iako se mora uzeti u obzir da je razlog toga visoka nezaposlenost mladih u Hrvatskoj, koji često nemaju drugog izbora nego sami pokretati vlastiti posao. Hrvatska je druga zemlja po nezaposlenosti mladih u Europskoj Uniji te po svemu sudeći mladi iz Hrvatske imaju veće šanse za uspjeh u vlastitom poslu nego mogućnost pronalaska zaposlenja.

2. Poduzetništvo mladih u Hrvatskoj

2.1. Poduzetničko okruženje u Hrvatskoj

Poduzetničko okruženje je skup čimbenika koji izravno ili neizravno, direktno ili indirektno utječu na poslovanje poduzeća na način da ih poduzetnik mora razumjeti i prilagođavati im se. U suvremenoj ekonomiji gdje se tehnologija neprestano mijenja i unaprjeđuje razumijevanje okruženja u kojemu se posluje je ključno za opstanak na tržištu.

Glavni čimbenici koji utječu na poduzeće su ekonomski, socijalni, politički, etički i tehnički čimbenici. Opći uvjet razvoja poduzetništva mogu se smatrati razvijenosti tri sljedeća obilježja nekog društva:

1. tržišne institucije,
2. pravna država,
3. civilno društvo.

„Stupanj razvijenosti ovih obilježja nekog društva direktno determinira stupanj razvoja poduzetništva, a što se najbolje vidi naročito u slučaju tranzicije iz jednog u drugi društveno-ekonomski sustav kako što je slučaj s Hrvatskom.“¹¹

Kod svakog tržišnog gospodarstva tržišne institucije imaju najvažniju ulogu. Tržište predstavlja mehanizam odnosa između ponude i potražnje za proizvodima, uslugama, kapitalom ili radom.

Pravna država je ona za koju se smatra da se u cijelosti temelji na vladavini prava i zakona. Vladavina prava i zakona se temelji na neovisnosti pravde, pravnoj sigurnosti, legalnosti te principu da se pravo drži zakona.

Karakteristika demokratskog društva je civilno društvo. Ovakvo društvo se sastoji od više grupacija kategorizirani prema različitim interesima, a tu se ubrajaju javni, privatni i građanski sektor, odnosno država, tržište i civilno društvo. Temeljne razlike između ovih skupina čine ciljevi svake skupine, koji ponekad mogu biti jednaki, a ponekad oprečni. Zajednički cilj svih jest opstanak države jer javni sektor želi upravljati državom,

¹¹ M. Buble, Poduzetništvo, Split, Aspira, 2014. str. 93

privatni ostvarivati dobit a građanski sektor ostvarenje prava i sloboda. Što bolje država njeguje odnose i usuglašuje ciljeve na dobrobit svih to će tržište nacionalne ekonomije bolje funkcionirati i okruženje će biti stabilnije.

Važnu ulogu u formiranju stabilnog poduzetničkog okruženja čini poduzetnička infrastruktura. Pod pojmom poduzetničke infrastrukture se smatra splet institucija, tehnologije i infrastrukture koji omogućuju razvoj poduzetništva i stabilnost društvene zajednice.

U hrvatskom Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Narodne novine, broj 93/2013. u članku 2. i 3. navodi se:

“Poduzetnička infrastruktura u užem smislu ovoga Zakona predstavlja sustav:

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

Cilj, odnosno svrha unapređenja poduzetničke infrastrukture i poslovnog okruženja je: poticanje gospodarskog rasta planiranjem i pravodobno izgradnjom poduzetničke infrastrukture koja je u funkciji ravnomjernog regionalnog razvoja Republike Hrvatske, bržeg rasta poduzetništva i povećanja investicija i zaposlenosti unutar područja na kojem se poduzetnička infrastruktura planira, odnosno gradi.“¹²

Najveću ulogu u formiranju poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj imaju poduzetničke zone, poduzetnički inkubatori te tehnološki parkovi.

Poslovne ili poduzetničke zone su područja određena prostornim planom za izvršavanje gospodarske djelatnosti kojima je glavni cilj poticanje osnivanja i razvoja malih poduzeća na lokalnoj i široj razini. Najpozitivniji primjer poslovne gospodarske zone je ona u Krapinsko-Zagorskoj županiji. Gospodarska zona Zabok nalazi se na prostoru koji zauzima 170 ha, a smještena je u neposrednoj blizini grada, između željezničke pruge Zagreb - Varaždin, autoceste Zagreb - Macelj i rijeke Horvatske. Ova gospodarska zone je jedna od najrazvijenijih u Hrvatskoj. Prema podacima kojima

¹² Hrvatski sabor, „Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture“, članci 2. i 3., Narodne novine, 2013.

raspolaže Grad Zabok, trenutno u toj zoni posluje 108 tvrtki koje upošljavaju gotovo 2000 ljudi.¹³

Poduzetnički centri predstavljaju središta stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima. Važniji ciljevi centara jesu promovirati poduzetništvo i davati relevantne i korisne informacije o poduzetničkim poduhvatima, pisanju poslovnih planova te pomoć u pronalaženju poslovnih partnera.

Poduzetnički inkubator je organizacija koja ubrzava i sistematizira proces stvaranja uspješnih poduzeća stvarajući širok integrirani spektar usluga i potpore uključivši prostor inkubatora, poslovne usluge i mogućnost povezivanja poduzeća i umrežavanja u klaster.¹⁴

S druge strane, tehnološki park je, simbolički rečeno, most koji spaja gospodarstvo s poduzetnicima. Tehnološki parkovi postoje kako bi povezali poduzetnike i stručnjake koji žele ostvariti gospodarske ciljeve utemeljene na novim tehnologijama. Najpoznatiji hrvatski tehnološki park je Tehnološki park Varaždin. Tehnološki park Varaždin tržištu nudi uslugu pripreme i provođenja projekata financiranih iz domaćih i EU fondova, kao i izradu poslovnih planova, investicijskih studija, te pružanje konzultantskih usluga ključnih za komercijalizaciju proizvoda i usluga. Kroz suradnju i proaktivnost kreiramo poticajno i kreativno okruženje za rast i razvoj naših stanara, te poduzeća u okruženju.¹⁵

Osim izuzetno dobrih primjera iz hrvatskog poduzetničkog okruženja, Hrvatska, nažalost obiluje negativnim utjecajima iz okruženja, te su poduzeća suočena s mnogobrojnim poteškoćama i izazovima.

Najveći problemi s kojima se susreću hrvatski poduzetnici su posljedica neefikasnosti državne birokracije, poreznog opterećenja, nestabilnosti politika, porezne regulative i korupcije.

¹³ Poslovni.hr, „Predstavljamo jednu od tri najpoželjnije gospodarske zone u Hrvatskoj“ (web stranica) dostupno na <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/poticajima-i-olaksicama-gospodarska-zona-u-zaboku-postala-jedna-od-tri-najpozeljnije-u-hrvatskoj-311299> (pristupljeno 13. srpanj 2017.)

¹⁴ M. Buble, Poduzetništvo, Split, Aspira, 2014. str. 106

¹⁵ Tp-vz.hr, „Što je Tehnološki park Varaždin?“ (web stranica) dostupno na <http://www.tp-vz.hr/index.php?content=StojeTehnopark> (pristupljeno 13. srpanj 2017.)

Osim mnogobrojnih i duboko ukorijenjenih problema koji utječu na samo poslovanje, uputno je spomenuti da ti isti problemi uzrokuju masovni odlazak mladih ljudi iz zemlje. Mladi ljudi u zemlji bi trebali biti pokretačka snaga koja nosi gospodarski razvitak države te donosi nova znanja i vještine na tržište. Iako u Hrvatskoj ima ljudi koji su sposobni i mogu isto iskoristiti za napredak zemlje, oni, nažalost, uglavnom, odlaze iz zemlje i traže mogućnosti za uspjeh u inozemstvu. Odlasci mladih obrazovanih ljudi koče razvoj poduzetništva i direktno utječu na gospodarsku situaciju, na način da se ista dodatno pogoršava.

Nestabilnost političke situacije uzrokovala je veliki pesimizam i besperspektivnost. Bez državnih ulaganja i poticanja investicija, vrlo je vjerojatno, da će se ovakva situacija nastaviti.

Iako postoje dobre politike vezano za poduzetništvo, one uglavnom nisu povezane u konzistentnu cjelinu i ne pomažu u stvaranju većeg pomaka na hrvatskoj gospodarskoj sceni.

Može se zaključiti da je za napredak poduzetništva, a kao preduvjeta ekonomskog okruženja, potrebno provesti mjere koje će prvenstveno povećati vjeru mladih ljudi u uspjeh pa onda i posljedično razvoj same zemlje na razinu koju zaslužuje.

2.2. Poduzetničko okruženje u Istarskoj županiji

Usprkos dobrim i lošim utjecajima iz hrvatskog poslovnog okruženja, potrebno je posebno istaknuti situaciju u Istarskoj županiji iz dva razloga. Prvi razlog je što se poduzetničko okruženje u Istarskoj županiji razlikuje od poduzetničkog okruženja u zemlji generalno, a drugi razlog počiva na tome što su predmet ovog rada mladi poduzetnici koji posluju uglavnom na tržištu Istarske županije.

Djelokrug u kojemu posluju poduzeća iz Istre je, prema mišljenju mladih poduzetnika, u boljem položaju i stabilnije od većine ostalih područja u Hrvatskoj. Time u prilog idu rezultati CEPOR-a (Centra za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva) o poduzetničkoj klimi u zemlji.¹⁶

¹⁶ GEM HRVATSKA 2016, „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?“ dostupno na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 15.srpanj 2017.)

U ovom je istraživanju Istra je uspoređena sa Primorjem i Gorskim kotarom, njihov geografski položaj na karti Hrvatske prikazuje slika 1.

Slika 1. Geografski položaj Istre, Primorja i Gorskog kotara



Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S; “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“ Cepor 2016.

Slika prikazuje položaj odabrane regije u Hrvatskoj, Istra i Primorje se nalaze na zapadu zemlje i imaju izlaz na Jadransko more. Geografski položaj ukazuje na blizinu mora što pomaže razvoju turizma na ovom prostoru, posebice sezonskog. Razvijeni turizam, posebice u Istarskoj županiji, je jedan od razloga zbog čega ove dvije županije (Istarska i Primorsko-goranska) imaju među višim indeksima razvijenosti u usporedbi sa većinom ostalih županija u zemlji.

Odabrana regija je druga po rangu poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj, a strukturu unutar ovih područja prikazuje tablica 2.

Tablica 2. Statistički pokazatelji za Istarsku i Primorsko-goransku županiju

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2014.	2013.	2013.	2013.
Primorsko-goranska županija	139,21	12 548	5	8	6
Istarska županija	156,80	12 724	3	9	1
Prosjeak	148,01	12 636			
Rang	2	2			

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S; "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom" Cepor 2016.

Istarska županija ima viši indeks razvijenosti, bruto domaći proizvod po osobi, rang konkurentnosti i rang kvalitete poslovnog sektora prema kojemu je najbolja u Hrvatskoj, niži je jedino rang kvalitete poslovnog okruženja. Naime, kako pokazuju rezultati navedene publikacije, poduzetnici se velikom većinom u Hrvatskoj odlučuju za poduzetničku aktivnost zbog nužde, a ne zbog prilike. U Istarskoj i Primorsko-goranskoj županiji je situacija drugačija. Poduzetnici se više upuštaju u posao zbog prilike što je posljedica višeg indeksa razvijenosti, Bdp-a i kvalitete poslovnog sektora. Ovi pokazatelji govore o boljem poduzetničkom okruženju u Istarskoj županiji što je rezultat generalno višeg standarda na ovom području.

Važno je istaknuti da se podatci prikupljaju dijelom upitnicima u kojima se uzima u obzir percepcija poduzetnika što je razlog nižeg indeksa kvalitete poslovnog okruženja, koji bi, sudeći po ostalim rezultatima trebao biti viši. Razlog toga je što je kvaliteta poslovnog okruženja u Istarskoj županiji realno viša, ali poduzetnici vide još prostora za dodatna poboljšanja.

Prema istom istraživanju¹⁷, poduzetnici s područja Istre i Primorja, više ulaze u poduzetništvo zbog prilike (3,7) nego zbog nužde (2,6), odnosno poduzetnici s odabranog područja ulaze u nove poslovne poduhvate 3,7 puta više od prosjeka zemlje, a zbog nužde 2,6 puta više od ostatka poduzetnika u Hrvatskoj.

To što se u Istri i Primorju češće ulazi u vlastiti poduhvat je isto snažan pokazatelj da je gospodarska klima nešto drugačija od ostatka zemlje te da poduzetnici pokreću

¹⁷ loc. cit.

nove poslove zbog mogućnosti ponude nečeg novog tržištu, a ne samo kako bi zadovoljili egzistencijalne potrebe.

Analiza distribucije poduzetničke aktivnosti ukazuje na velike razlike u standardu života pojedinih županija odnosno regija. Za Hrvatsku je od ključne važnosti da radi na ujednačavanju poduzetničke aktivnosti kako bi se povećala i nacionalna konkurentnost zemlje.

Velike razlike u stupnju razvijenosti se najviše ogledaju u motivacijskom indeksu pojedinih regija. Sve regije, osim regije Istre i Primorja te grada Zagreba i okolice imaju nizak motivacijski indeks. Ovi dijelovi zemlje su jedini koji nemaju loš omjer ulaska u poduzetništvo iz prilike i nužde. Bolju poduzetničku aktivnost prati bolji standard. Tako ova odabrana regija ima bolje rezultate iz svijeta poduzetništva koji su takvi jer je i gospodarska klima u tom području bolja, odnosno viša aktivnost je tamo gdje je i viši Bdp per capita i ostali ekonomski pokazatelji kao što se vidi iz tablice 2.

Istarska županija je po ukupnom rangju na drugom mjestu i ukazuje na pozitivno okruženje čiji bi primjer trebale slijediti manje razvijene regije, gdje najvažniju ulogu igraju ekonomske politike i stabilnost društvene zajednice.

3. Poduzetništvo mladih uz potporu infrastrukture

Tematika poduzetništva mladih uz potporu infrastrukture je opisana kroz četiri primjera poduzeća ili poduzeća u nastajanju, koji su proizašli, odnosno trenutno djeluju u nekom od oblika poduzetničke infrastrukture.

U ovom poglavlju opisano je poslovanje i mišljenje poduzetnika iz ALT digital-a, I točke, Knapp-a te Optimus Consulting-a.

Navedeni poduzetnici su odabrani za istraživanje jer dijele isti početnički put u poduzetničke vode, kroz inkubator, kao i zbog činjenice da svi posluju uglavnom na području Istarske županije.

Mladi poduzetnici opisani u ovom poglavlju pripadaju istoj dobnoj skupini, odnosno riječ je o mladim ljudima koji se nalaze između 18 i 35 godina.

3.1. ALT digital d.o.o.

Sebastian i Arian Santrač su braća koja su 2014. godine otvorili ALT digital d.o.o. Glavna djelatnost Alt digital-a je računalno programiranje. Mladi poduzetnici iz Poreča zapošljavaju troje ljudi na neodređeno i petero ljudi preko student servisa.

Alt digital d.o.o. nudi sljedeće usluge:

- grafički dizajn,
- izrada aplikacije website-a i drugih digitalnih proizvoda,
- branding poduzeća,
- fotografije.

Kako bi se mogle ponuditi ove usluge potrebne su sljedeće vještine: kreativnost, komunikativnost, programiranje, poznavanje rada u računalnim programima te organizacijske i prezentacijske vještine.

Posluju na području Hrvatske, iako sudjeluju u projektima u inozemstvu. Dugoročni cilj mladih poduzetnika je proširiti svoje poslovanje na područje zapadne Europe.

Od ideje do realizacije ALT digital-u je bilo potrebno sedam radnih dana. Specifičnosti poduzetničkog poduhvata se očituju u tome da su mladi poduzetnici iz Poreča otvarali tvrtku tokom studiranja i bez radnog iskustva. Na početku je otvoren start-up koji je

poslužio kako bi stvorili kapital pomoću kojeg su originalno poduzeće pretvorili u digitalnu agenciju.

Izvor informacija za osnivanje poduzeća je prvenstveno bio Internet, ali i savjeti „starijih“ poduzetnika. U ALT digital-u smatraju da su podatci bili dovoljno dostupni te nisu imali problema s pronalaženjem relevantnih informacija za otvaranje vlastite kompanije.

Prema braći Santrač, prednosti poduzetničkog poduhvata u lokalnoj sredini su veliki broj poticaja i bespovratna sredstva, a kao glavni nedostatak prepoznaju problem početničkih grešaka koji uzrokuju pad kredibiliteta društva u lokalnoj sredini.

Mišljenje o poduzetničkom okruženju u Hrvatskoj je gotovo isto kao i ono za lokalnu sredinu uz to što se navode programi za lakše dobivanje kredita ili jamstva za kredite kao dodatna prednost.

Problem vide u načinu na koji su izrađeni zakonski propisi koji reguliraju poduzetništvo. Propisi su postavljeni tako da država brojnim poreznim obvezama koči razvoj poduzetničke aktivnosti. Predlažu da se potrebe individualnih poduzetnika stave na prvo mjesto, a da se tek onda reguliraju poduzeća kao cjelina.

3.2. I točka j.d.o.o.

I točka j.d.o.o. je poduzeće osnovano od strane dvije mlade poduzetnice dvadeset sedmogodišnje Mateje David i godinu starije Jelene Tenčić. Tvrtka je osnovana 2016. godina i zapošljava jednu osobu. Glavna djelatnost je promocija.

I točka j.d.o.o nudi sljedeće proizvode i usluge:

- izrada marketinške strategije,
- rukovođenje društvenim mrežama,
- osmišljavanje i provođenje marketinških strategija,
- content marketing,
- izrada sadržaja za društvene mreže,
- e-mail marketing,
- newsletter kampanje,
- vođenje Google AdWords kampanja,

- održavanje web stranica i izrada Google Analytics izvješća,
- marketinške i PR aktivnosti za evente,
- usluge savjetovanja klijenata.

Za bavljenje ovim poslom, osim univerzalnih poduzetničkih vještine, potrebne su i neke specifične kao što su izražena komunikativnost, javni govor, analitičko razmišljanje, kreativnost, moć pregovaranja, rad pod stresom i znanje o upotrebi odgovarajuće tehnologije.

Mjesto poslovanja je Pula, a ciljno tržište su svi lokalni i nacionalni poslovni subjekti koji shvaćaju važnost digitalnog marketinga i utjecaja digitalnog marketinga na njihovo poslovanje.

Poslovni subjekt je otvoren krajem 2016. Mlade poduzetnice su se odlučili otvoriti j.d.o.o. zbog jednostavnih uvjeta osnivanja i financijske pristupačnosti.

Od ideje do realizacije je prošlo 10 mjeseci. To razdoblje je provedeno u predinkubaciji u sklopu Studentskog poduzetničko inkubatora Sveučilišta Jurja Dobrile. Tijekom navedenog razdoblja razvijale su vlastitu ideju i prikupljale klijente.

I točka se bavi community managementom i na lokalnom tržištu su jedno od usko specijaliziranih poslovnih subjekata čiji je glavni fokus upravljanje društvenim mrežama.

Prilikom kreiranja marketinških strategija za klijenta uključuju nove oblike sadržaja. Poslovanje se ne temelji na kreiranju objava, već na konstantom promišljanju kako pomoći klijentu kako bi ostvario svoje ciljeve kroz strateški nastup na društvenim mrežama.

Najveći izvor informacija su pružili knjigovođa i profesor odnosno mentor, ali informacije su dobivene i pretraživanjem po internetu. Ističu kako je moguće doći do informacija putem raznih konferencija gdje je česta tema otvaranje poslovnog subjekta. Budući da raste trend poticanja poduzetničke klime, relativno je lako doći do relevantnih informacija.

Kao i ALT digital, smatraju da je moguće pronaći dovoljno informacija koje su od velike važnosti prilikom otvaranja poduzeća, a posebice s web stranica koje su namijenjene isključivo subjektima koji otvaraju trgovačko društvo.

Jedan od nedostataka poduzetništva u lokalnoj sredini su mali klijenti koji ne raspolažu s visokim marketinškim budžetom te nedovoljna upoznatost s prednostima digitalnog marketinga. Lokalna sredina potiče otvaranje poslovnih subjekata te za to postoje razne potpore za novootvorene gospodarske subjekte kao što su potpore grada Pule.

Poduzetnice su se htjele aplicirati na natječaj za dobivanje sredstva od grada Pule, no budući da su s poduzetničkom aktivnosti započele tek u rujnu sva su sredstva bila iskorištena. Isto tako, kada su se ponovno željele aplicirati u 2017. godini odmah po raspisivanju natječaja, uvedeno je pravilo da se mogu prijaviti samo subjekti osnovani nakon listopada. Isti proces dobivanja sredstva bi se moglo urediti na bolji način kako bi svi poduzetnici, a posebice mladi koji su na početku poduzetničke aktivnosti, imali priliku iskoristiti lokalne poticaje. Osim konkretnog slučaja, poduzetnice su zadovoljne s klimom u regiji budući da i Istarska županija daje poticaje. Iako same još nisu dobile poticaje od navedenih jedinica, već od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.

Vezano za propise kojima se regulira poduzetništvo u Hrvatskoj potrebno je istaknuti probleme koji se vežu za poslovanje konkretnog poduzeća.

Od 01. siječnja 2017. godine je za članove uprave i izvršne direktore trgovačkog društva, uvedena obveza plaćanja doprinosa na propisanu osnovicu. U Hrvatskom zakonu o minimalnoj plaći, Narodne novine, broj 115/2016, navodi se: *„Visina minimalne plaće za razdoblje od 1. siječnja 2017. godine do 31. prosinca 2017. godine utvrđuje se u bruto iznosu od 3.276,00 kuna.“*¹⁸

Što znači da je najniža osnovica na koju moraju biti obračunani i plaćeni doprinosi za člana uprave koji je u tom društvu zaposlen u punom radnom vremenu je 5.030,35 kuna mjesečno. S time da je 5.030,35 bruto plaća u koju nisu uključeni doprinosi na plaću koji iznose oko dodatnih 865,22 kn, jer su osobe mlađe od 30 godina u Hrvatskoj oslobođene plaćanja doprinosa na plaću. Kada je osoba starija od 30 godina tada iznos bruto plaće iznosi oko 5.895,57 kn. Poduzetnik početnik na početku poslovanja nema velike prihode i još kada se dodaju troškovi knjigovođe, banke i HGK dolazi se do iznosa od 8.000,00 kn koji poduzetnik u startu mora imati. Isto je, izuzetno teško za mlade nove poduzetnike i „guši“ razvoj poduzetničke aktivnosti.

¹⁸ Hrvatski sabor, „Zakon o minimalnoj plaći, članak 1.“, Narodne novine, 2016.

3.3. Knapp

Knapp je tim koji se sastoji od tri mlade osobe; dva dvadesetogodišnjaka Mateja Pribanića i Kristijana Rotima te dvadeset jednogodišnjeg Ivana Pešića. Poduzeće se nalazi u predinkubacijskoj fazi Studentskog poduzetničkog inkubatora (SPIN) Pula i još uvijek nije službeno osnovano, iako je plan otvoriti poduzeće 2018. godine uz savjetovanje od strane Inkubatora.

Glavna djelatnost je dizajn i razvoj web stranica te mobilnih aplikacija, grafički dizajn i optimizacija.

Knapp nudi sljedeće usluge:

- dizajn i razvoj web stranica i mobilnih aplikacija,
- grafički dizajn,
- osnovna on-page optimizacija web stranica za internetske tražilice,
- elemente brandinga.

Vještine potrebe za obavljanje poslova u Knappu jesu kreativnost, strpljenje, programiranje, komunikativnost, prezentacijske vještine. Također, potrebna su znanja iz rada u photoshopu i ilustratoru.

Ciljno tržište čine obrti, mikro, mala i srednja poduzeća na razini Istarske županije, no otvorena je mogućnost pružanja usluga ove vrste na nacionalnoj razini.

Specifičnosti konkretnog poduhvata su jedinstven pristup dizajnu i tim koji djeluje u sinergiji stapanjem svojih distinktivnih vještina. Osim toga, sama ideja je poprilično generička.

Trenutno je primarni izvor informacija sam SPIN, no tu su i neki internetski portali koji su preporučeni od strane Inkubatora, poput servisa Vlade Republike Hrvatske HITRO.hr i Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije. Posebno ističu sastanke s regionalnim centrom Hrvatske obrtničke komore koji su bili od izuzetne važnosti za dobivanje potrebnih informacija.

Boravak u SPIN-u, osim što im pruža vrlo korisne beneficije u vidu poslovnog prostora i savjetovanja, pomaže im u razvoju ideja zbog svoje bliske povezanosti sa Sveučilištem Jurja Dobrile u Puli. Naime, Knapp je u procesu promišljanja o razvoju sustava na razini Pule i jednog sustava posebno vezanog uz studente navedenog

sveučilišta. SPIN pomaže u tom smislu da je u mogućnosti ispitati tržište za one ideje za koje su uvjereni da imaju potencijal za uspjeh. Na taj način, studenti dobivaju praksu u samom procesu ispitivanja tržišta, dok iz Knapp-a imaju korist od rezultata istraživanja.

Generalno su zadovoljni s dostupnošću informacijama, posebno je važno istaknuti da je za pokretanje poduzeća potrebno znati može li se snaći u digitalnoj sferi poslovanja ukoliko je mogući doći do tih informacija. Iako smatraju da bi informacije mogle biti prezentirane i organizirane na bolji način.

Prednosti poslovanja, posebice mladih Puli, su otvorenost ove sredine na pružanje potpore mladima u njihovim pothvatima te opća sklonost poduzetničkom duhu. Kako tim ljudi iz Knapp-a dolazi iz drugih krajeva Hrvatske, tako ih je vrlo pozitivno iznenadilo poduzetničko okruženje u Istarskoj županiji.

S druge strane, uvjereni su kako lokalna sredina u kojoj su odabrali djelovati ima pogrešan fokus. Iako je turizam esencijalan za hrvatsko gospodarstvo, uvjereni su kako nije dobro previše se oslanjati na njega. Mnogo je varijabli u igri, no porast vjerojatnosti utjecaja potencijalnih prijetnji poput klimatskih promjena i globalnog terorizma na dugoročni turistički razvoj dodatno im učvršćuje uvjerenje da je lokalna sredina odabrala pogrešan fokus. Fokus bi trebala biti industrija, i to njene grane koje imaju garantirani budući rast, poput čiste industrije i industrije visokih tehnologija.

Uz pozitivne strane poslovanja u Hrvatskoj, ova zemlja također ima i niz nedostataka koji negativno utječu na poduzetništvo mladih. Prvi i gotovo sigurno najznačajniji nedostatak su kulturne i društvene norme koje preventiraju mlade da se odluče za vlastite poduzetničke pothvate.

Prema mišljenju Knappa, vrlo je važan problem i izostanak kvalitetne edukacije i poticanja poduzetničkog duha. Nedovoljno slobodno tržište i politika Vlade također ograničava potencijal mladih hrvatskih poduzetnika. Vladini programi za poticanje poduzetništva su, ili nepostojeći, ili vrlo slabo propagirani. Nedovoljan je broj institucija poput Studentskog poduzetničkog inkubatora Pula. U svakom slučaju nedostataka ima još, a u usporedbi s nekim razvijenim državama, teško je govoriti o prednostima u poslovanju.

3.4. Optimus Consulting d.o.o.

Optimus Consulting d.o.o. je poduzeće osnovano s ciljem poslovnog savjetovanja i organiziranja događaja. Kristina Rabar, koja ima 29 godina, sa Nadom Katić je 2013. osnovala vlastitu tvrtku. Mlade poduzetnice su bile prve korisnice SPIN-a, a trenutno djeluju samostalno. Poduzeće je strukturirano tako da je Kristina Rabar direktorica a, Nada Katić project manager.

Optimus Consulting d.o.o. nudi sljedeće usluge:

- izradu poslovnih planova,
- izradu projektne dokumentacije za prijavu na natječaje iz Europskih fondova
- edukaciju za pisanje EU projekata,
- organizaciju raznih evenata; konferencije, poslovni domjenci, maturalne zabave, vjenčanja, turističke manifestacije.

Za izradu poslovnih planova najbitnije vještine jesu: analitičko razmišljanje, komunikativnost, sposobnost kvalitetnog poslovnog odlučivanja, liderstvo te znanje o rješavanju različitih problema. Kod organizacije različitih događaja važno je pratiti trendove i biti kreativan, od esencijalne važnosti za sve gore navedene poslove je dobro financijsko planiranje.

Njihovo tržište obuhvaća sve udruge, poduzetnike i građane koji su zainteresirani za usluge Optimus Consulting-a, a trenutno mjesto poslovanja je Pula.

Jedina prepreka kod osnivanja bila je ta što su bile prve studentice koje pokreću svoj posao te nisu mogle dobiti informaciju što će biti sa njihovim studentskim statusom, odnosno smiju li osnovati poduzeće i biti direktorice poduzeća, a da i dalje imaju status studenta. Također, htjele su iskoristiti poticaje od HZZ-a, ali im nisu dani konkretni odgovori, tako da su mlade poduzetnice same krenule s vlastitim sredstvima u svoj poduzetnički poduhvat.

Vrijeme od ideje do realizacije je trajalo tri mjeseca. Specifičnosti poduhvata su to što je riječ o prvim studenticama koje su pokrenule konzultantsko poduzeće te su ujedno i najmlađe konzultantice u Republici Hrvatskoj.

Izvori informiranja za osnivanje poduzeća su činili Internet, računovođa, javni bilježnik te mentorica koja je radila u visokoj školi Nikola Šubić Zrinski, u Zagrebu.

Prema mladim poduzetnicima informacije nisu dovoljno dostupne. Posebice zato što se svatko prilikom otvaranja poduzeća nalazi u svojoj specifičnoj situaciji, a opće dostupne informacije su generičke. Informacije koje je moguće pronaći su općenite i dobro je što postoje, ali ovisno o djelatnošću s kojom se poduzeće bavi potrebno je odgovoriti i na konkretna pojedinačna pitanja. Po njima, bilo bi korisno kada bi Hrvatski zavod za zapošljavanje imao osobu koja bi bila zadužena za informiranje o konkretnim pitanjima

Prednosti poslovanja mladih na lokalnoj razini vide u manjoj konkurenciji, lakšoj penetraciji na tržište, mogućnosti brzog stjecanja prepoznatljivosti i reference, brži i lakši pronalazak suradnika i brže širenje mreže klijenata. Pozitivno je i to što su mladi puno sretniji i zadovoljniji sobom kad krenu u vlastite poduzetničke vode. Glavni nedostatak poslovanja u lokalnoj sredini je to što se stranke cjenkaju s mladim poduzetnicima zbog pretpostavke da nemaju dovoljno iskustva.

Poslovanje u Hrvatskoj, također, ima svoje prednosti, a one su šire tržište, više radne snage i lakša mogućnost pronalaska investitora, posebice za inovacije. Nedostatak je, kao i u slučaju lokalne sredine cjenkanje zbog nedovoljnog iskustva u radu te, za razliku od lokalne sredine, teže profiliranje na tržištu.

Ranije je spomenuto, ono što brine i ove poduzetnice kod zakonskih propisa kojima se regulira poduzetništvo, riječ je o propisanoj minimalnoj plaći i doprinosima koji su poduzetnici dužni isplaćivati. Naime, vlasnicima bi trebalo dati na izbor žele li sebi nešto isplatiti ili ne svaki mjesec. Ovaj problem posebno pogađa mlade ljude u prve tri godine poslovanje.

Što se tiče poreza, iz Optimus Consulting-a poručuju da poduzetnicima ne treba ukidati iste. Smanjio se porez na dobit i to je to vrlo dobra i poticajna promjena. Trebao bi se smanjiti PDV, ali to se ne tiče samo poduzetnika, već i svih građana, kako bi porasla njihova kupovna moć, što u konačnici znači veće punjenje državnog proračuna.

4. Poduzetništvo mladih bez potpore infrastrukture

U ovom poglavlju opisano je poslovanje i mišljenje poduzetnika koji su međusobno imali različiti ulazak u poduzetničke vode. Istraživanje je provedeno nad sljedećim poduzetnicima: vlasnikom Inspirit Sport-a, vlasnicom Kreacije te novim vlasnikom Trgo-Davida.

Zajednička karakteristika odabranim ispitanicima je dobna skupina kojoj pripadaju kao i to što djeluju na području Istarske županije.

Za razliku od prethodne skupine poduzetnike, ovi mladi poduzetnici se razlikuju u načinu na koji su krenuli u posao. Dvije tvrtke su osnovane od strane mladih osoba, a jedna je preuzeta od prethodnog vlasnika.

4.1. Inspirit Sport d.o.o.

Inspirit Sport d.o.o. je tvrtka osnovana za iznajmljivanje i davanje u zakup opreme za sport od strane mladog poduzetnika. Andrea Kliba je tvrtku osnovao 2015. godine i zapošljava dvoje studenta preko ljetne sezone. Mjesto poslovanja je Općina Medulin, a cilj je da se poslovanje proširi na područje Europske Unije, posebice u Njemačku, Austriju, Belgiju, Francusku i Italiju.

Inspirit Sport d.o.o. nudi sljedeće usluge:

- iznajmljivanje bicikla,
- vođenje biciklističkih izleta na području južne Istre.

Za ovu djelatnost, ključne vještine jesu: organiziranost, prodajne vještine, poznavanje funkcioniranje bicikle te prezentacijske vještine.

Mladom poduzetniku je bilo potrebno tri godine od prve ideje do finalne realizacije otvaranja tvrtke. Specifičnost poslovanja se očituje u sezonskom radu, potrebna su znanja u turizmu i odnosu s gostima te vještine rada u marketingu.

Izvor informiranja je u ovom slučaju bio knjigovođa te osoba u Fini zadužena za otvaranje obrta. Prema mišljenju poduzetnika informacije su dovoljno dostupne i jasne.

Prednost poduzetništva mladih u lokalnoj sredini jesu savjeti i pomoć koja pruža okolina u prve dvije godine poslovanja. Kao nedostatak je prepoznat manjak potpora

za mlade i moguće olakšice koje bi trebale biti različite od onih koje dobivaju poduzetnici koji su duže na tržištu i imaju više iskustva. Velika prepreka je i nedostatak kapitala kojeg kod mladih, koji imaju puno potencijala, uglavnom nedostaje. Inspirit Sport predlaže da rad udruga mladih treba biti više promovirano u javnosti kako bi mladi poduzetnici lakše ostvarili kontakt s istima.

Navedene prednosti i nedostaci za lokalnu razinu uglavnom odgovaraju prednostima i nedostacima na nacionalnoj razini.

Uglavnom postoji zadovoljstvo zakonima i propisima. Propis koji je smetnja u navedenom slučaju je onaj koji se odnosi na to da je za iznajmljivanje kajaka potrebno imati koncesiju do mora. U ovom slučaju to predstavlja problem budući da je mjesto iznajmljivanja na privatnom posjedu, prijedlog poduzetnika je da se ukine taj propis kako bi se moglo iznajmljivati na moru bez prava na korištenje nacionalnog dobra. Bilo bi lakše poslovati i kada bi porezne obveze bile niže te manje opterećivale male poduzetnike.

4.2. Kreacija j.d.o.o.

Tridesetjednogodišnja Marijeta Matijaš je 2014. otvorila tvrtku za savjetovanje u vezi s poslovanjem pod nazivom Kreacija j.d.o.o. Mjesto poslovanja je općina Medulin, točnije područje Banjola.

Kreacija j.d.o.o nudi sljedeće usluge:

- lektura,
- uredništvo,
- poslovno savjetovanje.

Za ponudu ovih usluga potrebno je izvrsno dobro poznavati pravila u pravopisu, gramatici i upotrebi interpunkcijskih znakova. Osim toga potrebno je biti vješt u strukturalnom uređivanju kao i posjedovati vještinu stilskog uređivanja. Za poslovno savjetovanje važno je imati kompetentna znanja iz poduzetništva i osjećaj za marketing.

Ciljno tržište čine jedinice lokalne i regionalne samouprave, turističke zajednice, organizacije civilnog društva, kulturne ustanove i pojedinci koji pišu knjige.

Poduzetnica Matijaš se nije pretjerano obazirala na opće uvjete, poslovnu klimu i tržište prilikom osnivanja budući da joj je važnije od svega bilo da započne vlastitu poslovnu priču, bez obzira na sve. Prije samog ulaska u proces otvaranja tvrtke bilo je potrebno proučiti zakone i porezne pravilnike koji se općenito odnose na poslovanje. Iste je moguće pronaći na web stranicama Zakon.hr i Porezne uprave. Postupak osnivanja je bio brz i jednostavan. Jednim odlaskom kod javnog bilježnika se sve dogovorilo, a idući dan je objavljeno da je tvrtka registrirana. Postupak je trajao nepuna dva dana.

Razmišljanje o vlastitom poduzetničkom poduhvatu je trajalo od siječnja do lipnja 2014. U lipnju 2014. se poduzetnica konkretno odlučila na otvaranje i dala otkaz u tvrtki u kojoj je do tog trenutka radila.

S obzirom na to da je istovremeno bila trudna, sam proces probijanja na tržište, uz malo dijete, traje i dalje. No, sada tri godine od osnutka, može reći da ima nekoliko stalnih klijenata na području lekture, dok je zbog uvjeta rada poslovno savjetovanje privremeno stavila po strani.

Glavna posebnost ovog poduhvata se očituje u tome što ponuđeno uredništvo kao usluga, što konkurencija ne nudi. Također, poduzetnica se svakom tekstu posveti kao da je jedan jedini i najvažniji na svijetu što pridonosi kvaliteti usluge. Kreacija j.d.o.o prima tekstove koji su pisani „iz glave“ i sređuje ih.

Izvori informiranja su, u ovom slučaju, bili zakoni, pravilnici, članci na internetu ali najvažniji izvor dobivanja potrebnih podataka je dobiven od strane knjigovođe. Informacije bi mogle biti dostupnije i kvalitetnije, ima puno informacija koje se mogu pronaći na internetu ali najčešće je riječ o tekstovima koji ne nude ključne informacije, koje je moguće dobiti tek kad se službeno krene u proces otvaranja poduzeća.

Velika prednost poslovanja mladih je u tome što se nalaze tek na početku života, imaju pred sobom sigurnih četrdeset do pedeset godina koje mogu uložiti u stvaranje onoga što vole. Istovremeno veliki broj mladih još nema vlastitu obitelj pa je prednost i mobilnost, velika količina vremena i energije što se može uložiti u poslovanje.

Veliki nedostatak je manjak motivacije kod mladih ljudi. Prema mišljenju poduzetnice, u medijima se najviše govori o lošoj strani poslovanja u Hrvatskoj, teškim uvjetima, nikakvoj ili slaboj naplati i slično. Generalizacija takvih informacija „ubija“ volju za

pokretanje posla, a mladi onda nisu niti dovoljno zainteresirani da se informiraju i educiraju kako pokrenuti vlastiti posao.

Financije mogu također biti nedostatak ako se radi o proizvodnji, no prednost su svakako natječaji putem kojih se mogu dobiti bespovratna sredstva kao što su već ranije spomenute potpore Grada Pule, Istarske županije, kreditna linija Istarske županije i drugo.

Na lokalnoj razini, uspoređujući s nacionalnom, je zdravija poduzetnička klima zbog veće informiranosti i dostupnosti informacija. Prednost poslovanja u Istri je i razvijeni turizam.

Prednost hrvatskog okruženja za mlade je to što su mladi informatički više pismeni od starije populacije, a informatička pismenost danas je ključna u poslovanju. Nadalje prednost je i to što mladi koji još za vrijeme studiranja razmišljaju o pokretanju svog poslovanja, po izlasku iz obrazovnih institucija još uvijek imaju kontakte osoba profesora koji im u njihovoj branši mogu pomoći savjetom. Kao nedostatak, jednako kao i u lokalnoj sredini se ističe motiviranost, odnosno nedostatak iste. Također mlade ljude se ne upućuje dovoljno gdje mogu potražiti informacije i naučiti kako samostalno voditi posao.

Propisi kojima se regulira poduzetništvo u Hrvatskoj su u redu, iako ima mjesta za dodatna poboljšanja. Ukidanjem poreza na tvrtku odnosno naziv je već učinjeno dosta.

Članarina koja se plaća Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK) također bi trebala biti ukinuta ili barem proizvoljna, a svakako bi poduzetnici trebali dobiti neku vrijednost za to što plaćaju. Isto vrijedi za članarinu koja se plaća gospodarskoj komori. Uredi Poreznih uprava trebali bi se za početak usuglasiti oko tumačenja pojedinih pravilnika i zakona, nerijetko svatko tumači na svoj način.

Odredba Zakona koja je stupila na snagu 1. siječnja, 2017. godine, a koja kaže da vlasnik koji je ujedno direktor u svojoj tvrtki ne smije imati plaću nižu od oko 5.000 kn je politički potez koji nikako ne odgovara malim poduzetnicima. Kao što je to već ranije istaknuto mladi poduzetnici, naročito početnici nemaju snagu da na mjesečnoj razini naplate barem 10.000,00 kn.

4.3. Trgo-David d.o.o.

Tvrtka Trgo-David d.o.o. je poduzeće koje je osnovano 1994., ali je 2016. godine istu preuzeo dvadeset petogodišnji Ardian Kajtazi. Broj zaposlenih varira s obzirom na sezonu, pa su tako troje zaposlenih preko zime, u lipnju i rujnu u poduzeću rade osmero ljudi a za vrijeme vrhunca ljetne sezone u tvrtki je zaposleno 23 ljudi. Osnovna djelatnost je proizvodnja i prodaja pekarskih proizvoda.

Ponuda proizvoda obuhvaća:

- preko 50 pekarskih proizvoda; kruh, sendviči, burek, kolači, krafne, kroasani i slično.

Najvažnije osobine koje poduzetnik treba imati ukoliko se želi baviti prodajom proizvoda, bilo koje vrste, jesu: sposobnost uočavanja detalja, izražena komunikacija i uslužnost prema kupcima. Kod prodaje je najvažnije da je poduzetnik „dobar s brojevima“ odnosno dobar u računanju.

Mjesto poslovanje je područje Medulina i uključuje četiri prodajna mjesta. Za Trgo-David ciljano tržište su svi gladni turisti, domaći stanovnici i restorani.

Vlasnik je preuzeo uhodano poduzeće od prijašnjeg vlasnika koji je odselio u Njemačku. Za njega je tijekom od ideje do realizacije trajalo oko pola godine, točnije pregovori su započeli nakon sezone 2015. godine a tvrtka je preuzeta u ožujku 2016. godine.

Specifičnost poslovanja se očituje u poduzetnikovoj želji da iznese nešto drugačije od ostalih pekara, pa je s toga odlučeno proizvoditi kruh bez aditiva. Osim toga preuzeta je i franšiza Pek-snack-a za prodaju fornetta.

Osobna opservacija poduzetnika te analiza tržišta na internetu i terenu, kao i razgovori s prijašnjim vlasnikom su bili izvor informiranja u ovom slučaju. Iako, bi informacije, generalno trebale biti više dostupne.

Prednosti poslovanja u lokalnom središtu su poznavanje sredine i zbog toga lakše snalaženje u početku zbog već postojećih poznanstava, a i lakši dolazak do potrebnih informacija.

Nedostaci su visoka očekivanja od ljudi kao i ranije spomenuto, neshvaćanje sredine prema mladim ljudima. Pogotovo s obzirom da okruženje gleda na mlade poduzetnike kao nezrele i neiskusne osobe.

Prednosti poduzetništva mladih u Hrvatskoj se odnose na dobivanje potrebnog iskustva, kreativnost i nove ponude na tržištu. Mladi poduzetnici mijenjaju trendove, ambiciozniji su, energičniji, lakše se snalaze i u toku su s novim tehnologijama. Glavni nedostatak je strah mladih osoba od rizika, nedostatak iskustvo kao i manjak motiviranosti da se pokrenu ideje i pokušavanje realizacije istih.

Vlasnik Trgo-Davida nije zadovoljan sa zakonima kojima se regulira poduzetništvo. Prema njegovom mišljenju potrebno je previše papirologije, sustav je izuzetno kompliciran a davanja državi su previsoka. Bilo bi dobro kada bi se pojednostavio proces otvaranja i kada bi se smanjio broj nepotrebnih administrativnih poslova koji oduzimaju vrijeme i novac te odbijaju ljude, a posebice mlađe, od toga da pokrenu svoju tvrtku.

5. Samostalan razvoj ili uz pomoć poduzetničke infrastrukture – usporedna analiza

Mladi poduzetnici koji se odluče za ulazak u vlastiti posao, te se pri tome žele poslužiti potpornom infrastrukturom za razvoj poduzetništva dijele isti početni dio poslovanja. Budući da se prva skupina iz istraživanja ili trenutno nalazi, ili je nedavno izašla iz poduzetničkog inkubatora, vrijeme od ideje do realizacije je u principu jednakog trajanja, tj. odnosi se na vrijeme provedeno u predinkubaciji. To je za odabrana poduzeća trajalo, odnosno traje, deset mjeseci.

S druge strane, kod poduzetnika koji su se upustili u poduzetnički poduhvat bez potpornih institucija, vrijeme od ideje do realizacije je različitog trajanja. Razmišljanje o ulasku u vlastiti posao traje od pola godine pa do čak par godina. Iako, sam proces registriranja poduzeća ne traje dugo, odnosno traje uglavnom nekoliko radnih dana. Moguće se, ukoliko je sve na vrijeme i uredno pripremljeno unaprijed, otvoriti tvrtka za dva radna dana.

Zajednički izvor informiranja je za apsolutno sve poduzetnike je bio internet. Naravno, mladi kreatori vlastitih poslova proizašli iz inkubacija, su se u mnogo toga oslanjali na informacije od strane mentora i ostalih ljudi zaduženih za rad u infrastrukturnim institucijama koji su im pružali, ali i dalje pružaju savjetodavnu i ostalu pomoć. Potpomaganje se najviše očituje u davanju relevantnih informacija i spajanjem s drugim subjektima koji svojim znanjem i vještinama su u mogućnosti uputiti mlade poduzetnike u važne stavke poslovanja. S druge strane, oni koji su se odlučili za potpuno samostalno ulaženje u poduzetničku aktivnost su se prvenstveno oslanjali na savjete knjigovođa i drugih osoba koje su službeno zadužene za upućivanje u zakonske i ostale obveze pokretanja i registracije posla.

Dok se prva skupina poduzetnika uglavnom slaže oko toga da su informacije dostupne i kvalitetne, ipak bi trebalo provesti reorganizaciju informacija, posebice onih koje je moguće pronaći online. Budući da je većina informacija nepotpuna i preopćenita, teško se orijentirati prema njima. Samostalni poduzetnici smatraju da informacije ipak nisu toliko dostupne i da je potrebno provesti puno istraživanja i razgovora kako bi se došlo do konkretnih odgovora vezano za otvaranje, ali i samo poslovanje poduzeća.

Istarska županija je pogodna za razvoj poduzetničke aktivnosti i svi su poduzetnici oko toga usuglašeni. Kao najveću prednost lokalne sredine, koju prepoznaje prva skupina poduzetnika, jesu potpore grada Pula i Istarske županije za dobivanje bespovratnih sredstva. Iako bi trebalo poraditi na uređivanju pravila oko natječaja kako bi svi mladi ljudi imali priliku dobiti sredstva za rad. Također, usuglašena su i mišljenja o tome kako u Istarskoj županiji vlada dobra poduzetnička klima s obzirom na istu u ostatku zemlje.

Poduzetnici vide različite nedostatke što se tiče poslovanja na lokalnoj razini. Razlog tome je bavljenje međusobno različitim djelatnostima. Ključni nedostaci su neprepoznavanje vrijednosti od strane okoline, zamjerke na početničke pogreške, nedovoljna informiranost o važnosti digitalnog marketinga i prevelika usmjerenost na turizam.

Samostalni poduzetnici vide druge pozitivne točke poslovanja na lokalnoj razini što je posljedica drugačijeg ulaska u poduzetništvo. Oni prvenstveno kao pozitivnu stvar vide što im je okolina u prvih par godina poslovanja spremna pomoći. Kao svoju prednost vide i to što su mladi i puni energije te imaju dovoljno vremena da izgrade posao koji vole i iskoriste svoji potencijal. Također, pozitivne strane poslovanja na razini regije se očituju i u manjem tržištu te lakšem ulasku na samo tržište kao i relativno lakše zadobivanje prepoznatljivosti.

Skupina poduzetnika, opisana u poglavlju četiri ovog rada, prepoznaje isti ključni nedostatak kod poslovanja u lokalnom okruženju. Svi se slažu da ih okolina manje cijeni zbog godina i nedostatka iskustva, te se za iste smatra da su nezreli i nedovoljno jaki u određenom poslu. Ovo stajalište okoline uzrokuju osjećaj diskriminacije nad mladim ljudima te djeluje demotivirajuće na poduzetnike.

Po pitanju nacionalnog okvira za poduzetničko djelovanje, mišljenja prve skupine su donekle različitih od onog što se pokazuju kao zaključci za lokalnu sredinu. Kao prednost se ističe lakše dobivanje kredita ili jamstva za kredit.

S druge strane, samostalni poduzetnici su prepoznali druge stvari kao pozitivne u Hrvatskoj. Najvažnije je napomenuti da je za mlade poduzetnike izuzetna prednost što su informatički više pismeni nego stariji kolege. Današnja društvo i ekonomski razvoj leže na informatičkim reformama, te se gotovo svi poslovni sustavi mijenjaju u skladu s promjenama u tehnologiji. Vrlo je dobro što mladi već za vrijeme studija razmišljaju o poduzetničkoj aktivnosti, pa su još uvijek u kontaktu s profesorima s fakultetima koji

ih mogu usmjeriti i pomoći pri otvaranju tvrtke. U usporedbi s tržištem Istarske županije, prednost je, logički i veće tržište, više radne snage, više kupaca kao i mogućnost pronalazača investitora posebice za poduzeća koja svoja rast temelje na inovacijama.

Temeljni nedostaci poslovanja u Hrvatskoj, su kao i nedostaci kod poslovanja na lokalnoj razini, više specifični i vezani za konkretnu djelatnost budući da poduzetnici prepoznaju one probleme koji ih se direktno tiču. Pa je tako za dio poduzetnika najveći problem predstavljaju brojne porezne obveze, s druge strane dio poduzetnika se slaže s postojećim poreznim sustavom.

Ipak kao daleko dva najveća problema hrvatskog društva po pitanja mladih poduzetnika jesu nedostatak motivacije i zakon o minimalnoj menadžerskoj plaći.

Motivacija je na izrazito niskoj razini kod mladih ljudi u Hrvatskoj generalno, ali i kod mladih poduzetnika. Niska motivacija je posljedica dva stanja:

- realne gospodarske slike Hrvatske,
- prenapuhanog pesimizma od strane medija.

Nestabilnost hrvatske politike, kao i mnogobrojnih drugih čimbenika čine Hrvatsku područjem nedovoljno jakim za rast i razvoj u skladu s njenim potencijalom. U ovom smislu se pod potencijalom podrazumijevaju ljudski resursi koji imaju mnogo toga za ponuditi ali nažalost nisu u mogućnosti. Prema istraživanju Svjetskog gospodarskog foruma (WEF) Hrvatska se za razdoblje 2016. godine po indeksu globalne konkurentnosti nalazi na 77. mjestu od ukupno 138 zemalja obuhvaćenih istraživanjem.¹⁹ Metodologija Svjetskog gospodarskog foruma temelji se na analizi 12 faktora konkurentnosti obuhvaćenih u tri temeljne skupine čimbenika: osnovni čimbenici, čimbenici efikasnosti i čimbenici inovativnosti. Osnovni čimbenici obuhvaćaju institucije, infrastrukturu, makroekonomsko okruženje, zdravlje i osnovno obrazovanje, u čimbenike efikasnosti spadaju visoko obrazovanje, efikasnost tržišta rada, efikasnost tržišta roba, tehnološku spremnost, financijsko tržište, veličina tržišta te u čimbenike inovativnosti poslovna sofisticiranost i inovativnost. Hrvatska se prema ovoj podjeli nalazi u grupaciji zemalja koje konkuriraju čimbenicima efikasnosti. Iako Hrvatska ima potencijal konkurirati u području poslovne inovativnosti i sofisticiranosti

¹⁹ Schwab K; „*World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2016–2017*“, http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf (pristupljeno 17.kolovoza 2017.)

zbog velikog broja mladih ljudi koji su stručni za djelatnosti koje su od velike važnosti za budući razvoj, pri tome se prvenstveno misli na ICT sektor.

Druga stvar se odnosi na pričanje o tome koliko je loše. Iako zaista postoje i pozitivni primjeri i uspješna poduzeća utemeljena na održivom razvoju, u medijima se ipak ističu oni negativni i neodrživi što stvara dojam da su takvi jedini. Tako da se puno više piše i govori o nezaposlenosti, viskom porezima, korupciji i ostalim negativnim čimbenicima poslovanja u Hrvatskoj, a puno manje o uspješnom i održivom poslovanju. Ovakvo stanje uzrokuje da mladi gube motivaciju i ne vjeruju u uspjeh i umjesto da pokušaju sami otvoriti nešto radije se odmah usmjere ka inozemstvu. Vraćanje nade i motivacije među mlade je neophodno za spašavanje Hrvatske iz demografske i ostale propasti.

Nadalje, veliku prepreku u poslovanju mladih poduzetnika u Hrvatskoj predstavlja zakonom propisana minimalna plaća za izvršne direktore odnosno upravitelja zadruga. Ovaj problem prepoznali su gotovo svi mladi poduzetnici iz istraživanja. Radi se o tome da od 1. siječnja 2017. je stupio na snagu novi Zakon o porezu na dohodak gdje je određeno da osnovica za plaćanje doprinosa za puno radno vrijeme ne može biti niža od 5.030,35 kn.

Mladi poduzetnici koji su uglavnom poduzetnici početnici na početku svog poslovanja nažalost nemaju toliko financijsku snagu da bi ovakva plaća bila primjerena. Kako bi mladi, ali i ostali poduzetnici, mogli isplatiti zakonom određenu plaću te doprinose iz i na plaću moraju imati prosječni mjesečni promet bar 10.000,00 kn. Teško je očekivati da će netko na početku svog poslovanja moći ostvarivati toliko prihoda.

Stav ispitanih mladih poduzetnika je da bi se ovakav propis trebao ukinuti u cijelosti ili barem propisati na niži obvezni iznos isplata. Budući da ih, ovako postavljen zakon, sprječava da u potpunosti razvijaju svoj posao i budu pokretač gospodarstva u našem društvu. Visoka davanja na početku poduzetničke aktivnosti donekle guše kreativnost i razvoj mladih poduzetnika. Iz tog razloga se može izvesti zaključak da je ovaj propis potrebno mijenjati.

Isto tako, važno je napomenuti da zakon o minimalnoj plaći, ranije citiran u tekstu, ne vrijedi za mlade poduzetnike koji se odluče otvarati obrt, odnosno obrtnici nemaju propisano radno vrijeme, samim time imaju manje troškove. Oni se uvijek osiguravaju na puno radno vrijeme. Osnovica za obračun doprinosa za obrtnike je 5030,35 kuna te za paušalne obrte 3095,60 kuna mjesečno.

S obzirom na sve spomenuto, a posebice vezano za negativnosti poslovanja u Hrvatskoj, vrijedi spomenuti važnu pozitivnu stvar koja se odnosi na potpore od strane Zavoda za zapošljavanje. Potpore za samozapošljavanje su državne potpore koje se dodjeljuju nezaposlenim osobama koje se odluče na pokretanje vlastitog posla, a prijavljene su u evidenciju Zavoda. Zavod dodjeljuje subvenciju u iznosu od 35.000,00 kn s kojima je moguće financirati poslovanje u prvoj godini i kupiti opremu za rad.²⁰

²⁰ Mjere.hr, „Potpore za samozapošljavanje“ dostupno na <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/>, (pristupljeno 22. kolovoz 2017.)

Zaključak

Jedna od osnovnih karakteristika poduzetništva mladih u Hrvatskoj je ta da se mladi odlučuju za poduzetničku aktivnost kako bi si osigurali plaću jer imaju veće šanse za uspjeh ako sami stvore vlastiti posao, umjesto da ga traže. Cilj ovoga rada bio je prikazati mišljenje mladih poduzetnika o poslovanju u Hrvatskoj i Istarskoj županiji, te istaknuti prilike i izazove koji oni vide u vlastitom poduzetničkom okruženju.

Izvor rada je bilo istraživanje provedeno nad sedmero mladih poduzetnika, odnosno poduzetnika u razvoju, koji se nalaze u dobi između 18 i 35 godina. Ovim radom se željelo doći do zaključaka vezano za njihovo poslovanje. Istraživanje se sastojalo od dva dijela, općeg i specifičnog bazirano na prilikama i izazovima u poduzetništvu.

U ovom radu se htjelo odgovoriti na sljedeća pitanja: koji su uvjeti osnivanja poduzeća, koliko je vremena potrebno od ideje do realizacije, koje su specifičnosti pojedinog poduzetničkog poduhvata, na koji način se dolazi do informacije vezano za kretanje u poduzetničku aktivnost i jesu li te informacije dovoljno dostupne, koje su glavne prednosti i nedostaci poslovanja na lokalnoj razini te isto za nacionalnu razinu, osim toga dobiti uvid o zadovoljstvu zakonskim propisima kojima se regulira poduzetništvo.

Rad u svojem središnjem dijelu sadrži usporednu analizu samostalnog razvoja i razvoja uz pomoć poduzetničke infrastrukture. Iz svega navedenog u radu može se zaključiti da mladi poduzetnici u Hrvatskoj kao ključne probleme prepoznaju diskriminaciju nad mladim ljudima te nejasnoću oko pojedinih zakonskih propisa.

Diskriminacija se očituje u drugačijem tretmanu okoline prema mladim poduzetnicima u odnosu na ponašanje prema starijim kolegama. Istraživanje je pokazalo da većina ispitanih mladih ljudi smatra da se prema njima ponaša na drugačiji način i daje im se manje povjerenje jer postoji generalno shvaćanje da mladi nemaju dovoljno iskustva u poslu kojemu se bave te da nisu dovoljno zreli da bi kvalitetno upravljali poduzećem.

S druge strane, pozitivna stvar kod mladih ljudi, u usporedbi sa poduzetnicima koji su „stariji“, je puno vremena za učenje i razvoj kao i informatička pismenost. Ova dva čimbenika donose mladim ljudima komparativnu prednost, a posebice u industrijama koje su temeljene na tehnološkoj inovativnosti.

Također, poduzetnici koji su se samostalno razvijali, zaključuju da je pozitivno to što im je okolina spremna pomoć u prvim godinama poslovanja.

Iz istraživanje se može izvesti zaključak da mladi nisu zadovoljni novim zakonom o minimalnoj plaći za izvršne direktore i članove uprave zbog uvedene obveze plaćanja doprinosa na propisanu osnovicu. Najniža osnovica na koju moraju biti obračunani i plaćeni doprinosi za člana uprave koji je u tom društvu zaposlen u punom radnom vremenu je 5.030,35 kuna mjesečno. U Hrvatskom zakonu o minimalnoj plaći, Narodne novine, broj 115/2016, navodi se: „*Visina minimalne plaće za razdoblje od 1. siječnja 2017. godine do 31. prosinca 2017. godine utvrđuje se u bruto iznosu od 3.276,00 kuna.*“²¹

Ovo za poduzetnike znači da moraju imati minimalno oko 10.000 kn prometa svaki mjesec kako bi mogli isplatiti propisane doprinose i platiti ostale obveze vezano za poslovanje. Ovo je istaknuto kao jedan od najvećih problema u poslovanju, a posebice za poduzetnike koji su tek na početku razvoja svog posla jer ne ostvaruju dovoljno prometa da bi zadovoljili svoje obveze te im ostaje malo novaca za daljnja ulaganja iz vlastitog kapitala.

Srećom, postoje državne i županijske potpore s kojima se mogu provesti ulaganja, tako da za one koji si su sposobni i imaju želju napredovati se ipak isplati ulaziti u vlastiti poduzetnički poduhvat.

Moj je dojam, da je, kako u Istri tako i u Hrvatskoj uopće, realno moguće ostvariti vlastiti poslovni projekt. Potrebno je imati viziju, misiju, jasnu ideju i iskustvo o tome kako projekt provesti i realizirati. Prije svega, potrebno je izraditi vlastitu ekonomsku i financijsku analizu, čiji bi rezultati morali dokazati ekonomsku i financijsku opravdanost projekta, odnosno njegovu sigurnost i isplativost. Ako analiza to ne pokaže, bolje je ne upuštati se u projekt ili ga je potrebno dopuniti novim elementima.

Što će budućnost donijeti, ovisi o daljnjem uređenju poduzetničke, ali i generalno gospodarske klime u cijeloj zemlji. Ukoliko se probudi vjera u mladim ljudima da ostanu u svojoj zemlji, utoliko će mladi poduzetnici moći biti pokretač društvenog i gospodarskog razvoja, kao što bi i trebali.

²¹ op. cit., str. 17

Literatura

Knjige

1. Aulet, B., *Disciplinirano poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2015.
2. Buble, M., *Poduzetništvo*, Split, Aspira, 2014.
3. Škrtić, M., *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006.

Internetski izvori

1. Beti I., Jurasić D., Lepad Štefančić S., „Čak 600 tisuća mladih živi s roditeljima“, Večernji list, 2016, <https://www.vecernji.hr/vijesti/odselit-cu-se-kad-pocnem-zivjeti-s-djevojkom-1124999>, (pristupljeno 1. lipanj 2017.)
2. Bičak D., „Predstavljamo jednu od tri najpoželjnije gospodarske zone u Hrvatskoj“, Poslovni.hr, 2016, <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/poticajima-i-olaksicama-gospodarska-zona-u-zaboku-postala-jedna-od-tri-najpozeljnije-u-hrvatskoj-311299>, (pristupljeno 13. srpanj 2017.)
3. Global Entrepreneurship Research Association, <http://www.gemconsortium.org/report/49812>, (pristupljeno 11. srpanj 2017.)
4. HAMAGBICRO, <http://www.hamagbicro.hr/investicije/osnivanje-poduzeca/kako-osnovati-poduzece/>, (pristupljeno 11. srpanj 2017.)
5. HBOR, https://www.hbor.hr/kreditni_program/pocetnici-start-up/, (pristupljeno 10. srpanj 2017.)
6. HZZ, <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=32866>, (pristupljeno 29. svibanj 2017.)
7. L.T.J., „Nova osnovica za doprinose iz i na plaću članova uprave“, RRIF, 2017, http://www.rrif.hr/Nova_osnovica_za_doprinose_iz_i_na_placu_clanova_u-1351-vijest.html, (pristupljeno 18. srpanj 2017.)
8. Mjere.hr, <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/>, (pristupljeno 22. kolovoz 2017.)
9. Narodne novine, http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_07_93_2072.html (pristupljeno 14. kolovoz 2017.)

10. Narodne novine, http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_12_115_2535.html, (pristupljeno 22.kolovoz 2017.)
11. Robehmed, N., „*What Is A Startup?*“, Forbes, 2013, <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#5298d4814044> (pristupljeno 10. srpanj 2017.)
12. Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „*Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom*“ Cepor 2016, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 15. srpanj 2017.)
13. Tp-vz.hr, <http://www.tp-vz.hr/index.php?content=StojeTehnopark>, (pristupljeno 13. srpanj 2017.)
14. UN, <http://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>, (pristupljeno 1. lipanj 2017.)
15. World Economic Forum, [2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf](http://www.weforum.org/reports/The-Global-Competitiveness-Report-2016-2017) (pristupljeno 17.kolovoza 2017.)

Popis slika

1. Slika 1: Geografski položaj Istre, Primorja i Gorskog kotara

Popis tablica

1. Tablica 1.: Ukupna poduzetnička aktivnost po dobi i zemljama Europe
2. Tablica 2.: Statistički pokazatelji za Istarsku i Primorsko-goransku županiju

Sažetak

Poduzetništvo mladih se odnosi na poduzetnike koji imaju od 18 do 35 godina. Društvena skupina ljudi koja ima do 35 godina je po svojem stupnju zrelosti i pripremljenosti za svijet rada bliža skupini od 25 do 30 godina pa je zbog toga pravednije da spada pod grupaciju mladih. U suvremenom, vrlo promjenjivom svijetu, ulazak u svijet poduzetništva je vrlo mukotrpan i dinamičan posao. Mladi se u Hrvatskoj, generalno, odlučuju u ulazak u poduzetništvo zbog esencijalnih razloga, dok se s druge strane, mladi u Istarskoj županiji odlučuju za isto zbog visoke motivacije i boljih uvjeta za razvoj poduzetništva na području županije. Cilj ovog rada bilo je ispitati poduzetnike koji posluju na području Istarske županije i zaključiti što oni vide kao najveće prilike i izazove u Hrvatskoj i u Istarskoj županiji. Dio poduzetnika, ispitanih ovim radom, se odlučilo krenuti u razvoj vlastitog posla s pomoću poduzetničke infrastrukture, dok drugi dio je samostalno krenuo u poduzetništvo, ili se ranije nalazilo u nekom od oblika infrastrukture, a trenutno djeluju samostalno. Zajednički izvor informiranja je za apsolutno sve poduzetnike je bio internet. Iako su se mladi kreatori vlastitih poslova proizašli iz programa infrastrukture više oslanjali na informacije od strane mentora, a oni u samostalnom razvoju na internetske izvore i savjete od strane knjigovođa. Kao najveću prednost poslovanja na lokalnoj razini vide mogućnost dobivanja bespovratnih sredstva od grada i županije, kao i manje tržište. Prepoznati nedostaci su međusobno različiti između poduzetnika što je posljedica različitog ulaženja u posao, kao i bavljenje različitim djelatnostima. Tako da većina poduzetnika kao nedostatke navodi one probleme koji su direktno vezani za njihovo poslovanje, pa tako je za neke najveći problem neprepoznavanje vrijednosti od strane okoline, zamjerke na početničke pogreške, nedovoljna informiranost o važnosti digitalnog marketinga, a neki kao ključan problem vide preveliku usmjerenost na turizam. Vezano za nacionalnu razinu, najveći izazovi jesu dobiti naklonost okoline s obzirom na dob te prebroditi velike troškove, vezane i za relativno visoke obvezne doprinose. Kako u Hrvatskoj postoje i zakoni i mogućnosti dobivanja sredstva i mnoge druge opcije pomoći, situacija nije toliko loša, kakvom se ponekad čini. Što će budućnost donijeti, ovisi o daljnjem uređenju poduzetničke, ali i generalno gospodarske klime u cijeloj zemlji. Ukoliko se probudi vjera u mladim ljudima da ostanu u svojoj zemlji, utoliko će

mladi poduzetnici moći biti pokretač društvenog i gospodarskog razvoja, kao što bi i trebali.

Summary

Entrepreneurship of young people refers to entrepreneurs aged between 18 and 35 years. The social group of people up to 35 years of age is at a degree of maturity and preparedness for the world of work closer to a group of 25 to 30 years. Therefore it is more real for them to belong to category of young people. In a modern, highly variable world, entering the world of entrepreneurship is a very difficult and dynamic task. Young people in Croatia, in general, are more likely to decide to enter into entrepreneurship for essential reasons, while on the other hand young people in the Istrian region enter the entrepreneurship because of the high motivation and better conditions for the development of entrepreneurship in the region. The aim of this paper is to examine entrepreneurs operating in the area of Istria region and to conclude what they see as the greatest opportunities and challenges in Croatia and in the Istrian region. Part of the entrepreneurs who were questioned in this diploma decided to embark on developing their own business with infrastructure for entrepreneurship, while the others were either self-employed or previously in some form of infrastructure, and they are currently work independently. A common source of information for all the businesses was the internet. Although the young creators of their own jobs derive from the infrastructural program, they relied more on mentor information, and those in independent development on online sources and advice from accountant. As the biggest advantage of local businesses, they see the possibility of obtaining non-refundable funds from the city and the county, as well as a smaller market. Recognizing shortcomings are mutually different between entrepreneurs as a result of different job placement and dealing with different activities. Thus, most business owners, as disadvantages, point out those issues that are directly related to their business, and some of the biggest problems are the lack of awareness of the environment, the blame on initial errors, insufficient awareness of the importance of digital marketing, and some of them as the key issue see too much focus on tourism. Regarding the national level, the greatest challenges are to get the environment's favor because of age and to overcome the high costs associated with relatively high compulsory contributions. As

in Croatia there are laws and opportunities for obtaining funds and many other help options, the situation is not as bad as it sometime seems. What the future will bring? It depends in which direction country economy will go. If we can bring back the faith of young people to stay in the country, they will be the holders of social and economic development. Actually, what they supposed to.