

Financiranje poduzetničkih poduhvata

Papec, Nikolina

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:137:515592>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-18**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

NIKOLINA PAPEC

FINANCIRANJE PODUZETNIČKIH PODUHVATA

Završni rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

NIKOLINA PAPEC

FINANCIRANJE PODUZETNIČKIH PODUHVATA

Završni rad

Redoviti student: Nikolina Papec

Matični broj: 3615 E, redoviti student

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Kolegij: Uvod u poduzetništvo

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

Pula, rujan, 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Nikolina Papec, kandidatkinja za prvostupnicu Poslovne ekonomije 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, Nikolina Papec dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Financiranje poduzetničkih poduhvata 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
1.1. Ciljevi istraživanja	2
1.2. Korištene znanstveno-istraživačke metode	2
1.3. Istraživačka hipoteza	2
2. Pojemno određenje i značaj poduzetništva	3
2.1. Poduzetništvo	3
2.2. Poduzetnik	4
2.3. Poduzetnički poduhvat	6
2.4. Razlozi pokretanja poduzetničkog poduhvata	7
3. Financiranje poduzetničkog poduhvata	9
3.1. Pojam i važnost financiranja	9
3.2. Vrste financiranja	9
3.2.1. Vlastita sredstva	10
3.2.2. Financiranje zaduživanjem	11
3.2.3. Financiranje vlasničke glavnice	14
3.2.4. Državni programi financiranja	17
3.2.5. Fondovi EU	18
4. Istraživanje	20
4.1. Suвременa generacija mladih u Hrvatskoj i ulazak u poduzetnički svijet	20
4.2. Financiranje putem poslovnih anđela (CRANE)	21
ZAKLJUČAK	25
LITERATURA	26
POPIS TABLICA	28
SAŽETAK	29
SUMMARY	30

UVOD

U vremenu u kojem živimo znanje postaje najvažniji resurs. Sve se konstantno mijenja i ubrzava se način života, a ljudi se moraju naučiti prilagođavati. Upravo će uspješnost prilagođavanja poduzetnika i njegova spremnost na učenje i konstantno usavršavanje znanja i vještina biti ključ uspjeha njegova poduzeća.

Dakle, bit poduzetništva je u nemiru i stalnom traženju novih ideja. Poduzetnici preuzimaju inicijative i donose promjene u okruženju u kojima žive i rade. Dobar poduzetnik mora uvidjeti prilike tamo gdje ih drugi ne uočavaju. „Rad za sebe“ glavni je razlog pokretanja vlastitog poduhvata, dok je sljedeći razlog „želja za većom zaradom“.

Jedna od prepreka ulaska u poduzetnički poduhvat jest nedostatak izvora financiranja. Financiranje poduzetničkog poduhvata, tema je ovog završnog rada.

Danas postoje brojni načini financiranja poduhvata. Uz trud i dobar financijski plan, može se ostvariti poduzetnička ideja. Iako većina novih poduzetnika nema vlastiti kapital, postoji puno mogućnosti da se ideja provede u djelo. Ukoliko je osoba poduzetna i inovativna pronaći će način financiranja koji odgovara njezinim potrebama.

Rad je podijeljen u četiri tematske cjeline. U prvom opisana je metodologija rada, predmet i ciljevi istraživanja, te je postavljena hipoteza. U drugom dijelu osvrt je na samu definiciju poduzetništva, poduzetničkog poduhvata, te su također navedeni razlozi pokretanja poduzetničkog poduhvata. Treći dio rada odnosi se na financiranje poduzetničkog poduhvata. U ovom dijelu predstavljeni su izvori financiranja kao što su primjerice: vlastita sredstva, financiranje zaduživanjem, poslovni anđeli, fondovi EU, itd. U zadnjem, četvrtom poglavlju prikazano je istraživanje te se daje odgovor na postavljenu hipotezu.

1. Ciljevi i metodologija istraživanja

1.1. Ciljevi istraživanja

Istraživanje u ovom završnom radu provedeno je kako bi se ostvarili idući ciljevi:

- objasniti pojam i značaj poduzetništva, poduzetnika, poduzetničkog poduhvata,
- navesti razloge pokretanja poduzetničkog poduhvata,
- objasniti pojam i važnost financiranja,
- pojasniti koje sve vrste financiranja postoje, te koje prednosti donose,
- istražiti suvremenu generaciju mladih u RH i njihov ulazak u poduzetnički svijet,
- objasniti financiranje putem poslovnih anđela, te navesti primjere uspješnih poduhvata financiranih od strane poslovnih anđela

1.2. Korištene znanstveno-istraživačke metode

Znanstveno istraživačke metode korištene su:

- induktivne i deduktivne metode,
- metode sinteze i analize,
- metoda klasifikacije,
- metoda deskripcije i kompilacije,
- te statistička metoda.

Za izradu ovog završnog rada, također je provedeno internetsko istraživanje, tj. web istraživanje.

1.3. Istraživačka hipoteza

Na temelju prethodno postavljenih ciljeva istraživanja, nastoji se dati odgovor na pitanje koje će se istraživanjem potvrditi ili osporiti, odnosno prihvatiti ili odbiti hipotezu.

H1 Mladi ulaze u poduzetnički poduhvat.

H2 Financiranje poslovnim anđelima se isplati.

2. Pojmovno određenje i značaj poduzetništva

2.1. Poduzetništvo

U rasponu definicija poduzetništva od građanskih do modernih ekonomista, nalaze se brojne definicije poduzetništva. Poduzetništvo se uglavnom definira kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost.¹

U tablici 1 prikazan je izbor i sažetak nekih definicija poduzetništva različitih značajnijih autora.

Izvor	Definicija
Knight (1921.)	Profit iz preuzimanja nesigurnosti i rizika
Schumpeter (1934.)	Iznalaženje novih kombinacija organizacije poduzeća – novih proizvoda, novih usluga, novih izvora sirovina, novih metoda proizvodnje, novih tržišta, novih oblika organizacije
Hoselitz (1952.)	Preuzimanje rizika, koordinacija proizvodnih resursa, uvođenje inovacija, pribavljanje kapitala
Cole (1959.)	Svrhovito djelovanje na pokretanju i razvoju profitabilnog poslovanja
McClelland (1961.)	Umjereno preuzimanje rizika
Casson (1982.)	Donošenje odluka i procjena oko koordinacije oskudnih resursa
Gartner (1985.)	Kreiranje novih organizacija
Stevenson, Roberts i Grousbeck (1989.)	Iskorištavanje prilika bez obzira na trenutačno poslovanje
Hart, Stevenson i Dial (1995.)	Iskorištavanje prilika bez obzira na trenutačno poslovanje ali ograničeno prethodnim iskustvom iz povezanih industrija

Izvor: Dollinger, M. J.: *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Prentice Hall, 2002., str. 6.

¹ Kolaković, M. (2006) *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.1)

Ako se proučavaju zajednički elementi u tim definicijama, može se pronaći sljedeće:²

- kreativnost i inovaciju,
- sakupljanje resursa i osnivanje ekonomskih organizacija,
- prilika za stjecanje profita i rasta pod rizikom i nesigurnošću.

Poduzetništvo kao poslovna djelatnost, teži poslovnom razumijevanju kako nastaju prigode da se stvori nešto novo (novi proizvodi ili usluga, nova tržišta, novi proizvodni procesi ili sirovine i materijali, novi načini organiziranja, novi načini organiziranja postojeće tehnologije), te tako daroviti pojedinci pronalaze ili stvaraju te prigode, a zatim ih istražuju i koriste za postizanje različitih učinaka.

Bit poduzetničkog ponašanja je prepoznavanje prilika i ostvarenje ideja. Isto tako, to je proces koji je potrebno kontinuirano istraživati i usavršavati za bolju sadašnjicu, te uspješnost i nova dostignuća poduzeća. Najveća prednost poduzetništva upravo to što možete raditi stvari koje volite, što ujedno znači preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom. Bitno je iskoristiti svoje potencijale i ostvariti neograničene profite.

Poduzetništvo je staro koliko i ljudski rod. Možemo reći da je čovjek oduvijek poduzetan, konstantno traži nove načine kako bi svoj život napravio što ugodnijim. Poduzetništvo današnjice obnavlja i potiče razvoj ekonomije u cijelom svijetu. Uviđajući značenje poduzetništva za nacionalne ekonomije, najveći broj država je prihvatio poduzetništvo za vitalnu komponentu u procesu ekonomskog rasta i razvoja.³ Suvremeno se poduzetništvo (bazirano na znanju, informacijama, ljudskom i društvenom kapitalu i intelektualnoj tehnologiji) sve češće, pored radne snage, prirodnih resursa i kapitala, navodi kao četvrti faktor proizvodnje.

2.2. Poduzetnik

Poduzetnik je vlasnik poduzeća i osoba koja upravlja resursima (ljudskim i materijalnim) i preuzima na sebe rizik kako bi ostvario dobit. To su osobe koje stvaraju biznis da bi ostvarili

² Kolaković, M. (2006) *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.4)

³ Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str. 14)

rast i profit koristeći pri tom promišljen, planski pristup zasnovan na konceptu i tehnikama strateškog managementa.⁴

Za ekonomista, poduzetnik je onaj koji kombinira resurse: radnu snagu, materijale i ostalu imovnu kako bi uvećao vrijednost izlaznih dobara, te onaj koji pritom uvodi promjene, inovacije i novi poredak. Za psihologa, takva je osoba vođena određenim snagama – potrebnom da nešto dobije ili stekne, eksperimentiram, postigne ili možda izbjegne autoritet drugih. Poslovni ljudi poduzetnika često doživljavaju kao prijetnju agresivnoga konkurenta, dok drugi poduzetnik tog istog poduzetnika najčešće doživljava kao saveznika, izvor zaliha, klijenta, ili nekoga tko stvara bogatstvo za druge i također pronalazi bolje načine za iskorištavanje resursa, smanjivanje otpada, te omogućuje toliko potrebna radnja mjesta.⁵

Za poduzetnika je vrlo bitno da ponajprije bude inovativan, samouvjeren, uporan, odgovoran i spreman na rizik. Poduzetnik posluje na vlastiti rizik. Samostalno donosi odluke i raspolaže potrebnim sredstvima, organizira proizvodne činitelje, koordinira rad, nadzire, kontrolira, rukovodi i upravlja cjelokupnim poslovanjem.

Zimmerer i Scarborough navode sljedeće karakteristike poduzetnika:⁶

1. *Želja za odgovornošću.* Poduzetnik osjeća duboku odgovornost za pothvat koji je započeo. Želi kontrolirati vlastite resurse i koristiti se njima za postizanje zadanih ciljeva.
2. *Spreman na umjeren rizik.* Poduzetnici nisu žarko željni se upuštati u rizik, ali su spremni na umjereni, proračunani rizik.
3. *Povjerenje u svoju sposobnost za uspjeh.* Poduzetnici uobičajeno imaju veliko povjerenje u vlastitu sposobnost za uspjeh. Nastoje biti optimistični glede svojih prilika za uspjeh.
4. *Želja za brzu reakciju.* Poduzetnici uživaju u vođenju svojeg posla i žele znati da mogu brzo i samostalno donositi poslovne odluke.
5. *Visoka razina energije.* Poduzetnici su mnogo energičniji od običnih ljudi. Ta energija može biti kritičan faktor za pokretanje vlastitih poduzeća.

⁴ Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str. 46)

⁵ Hisrich, R. D.; Peters, M. D.; Shepherd, D. A. (2008.) izd.7. *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o. (str.8)

⁶ Zimmer, T. W.; Scarborough, N. M.: *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Prentice Hall, 2005., (str. 4-5)

6. *Orijentacija ka budućnosti.* Poduzetnici imaju dobro definiran osjećaj za pronalaženje prilika. Gledajući naprijed i manje su opterećeni onim što su radili jučer, a više onim što će raditi sutra.
7. *Vještina u organiziranju.* Poduzetnici znaju kako povezati odgovarajuće ljude radi provedbe određenog zadatka. Efektivno kombiniranje ljudi i poslova omogućuje im transformacije vlastitih vizija u stvarnost.
8. *Želja za uspjehom prije novca.* Pogrešna je procjena da su poduzetnici vođeni samo željom za stjecanjem novca. Naprotiv, želja ta uspjehom u poduzetnika je na prvom mjestu, a novac je samo način za mjerenje postignuća.

Poduzetnik riskira: novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod odnosno uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost.⁷ Rijetko koji inovator ili poduzetnik uspijeva iz prvog pokušaja. Kako bi stvorili nešto trajno i značajno, obično je potrebno prije toga proći kroz godine teškog rada, fokusiranja i predaje, jer ideja je tek početna faza.

Poduzetnici djeluju tamo gdje je mnogima ideja tek prođe kroz glavu i ostavi za sobom blijedi trag. Oni vješto pretvaraju apstraktne stvari u konkretne, a ova naoko jednostavna stvar jedna je od najvećih izazova u životu, te je na kraju ono što razlikuje poduzetnika od drugih ljudi.

2.3. Poduzetnički poduhvat

Poduzetnički poduhvat je spoj dobre poduzetničke ideje s dovoljnim kapitalom u izvedbi poduzetnika kao nositelja poduzetničke aktivnosti.

Tri su osnovna načina elementa, bez kojih je nemoguće pokrenuti i uspješno voditi poslovni poduhvat: poslovna prilika, resursi i poduzetnik, odnosno poduzetnički tim.⁸ Svaka poslovna ideja ne predstavlja uvijek poslovnu priliku. Jedan od prvih koraka poduzetničkog poduhvata je pronalazak poslovne ideje. Da bi poslovna ideja bila i poslovna prilika, mora biti dovoljno postojana, izložena u pravo vrijeme, te dobro realizirana. Svakako mora postojati

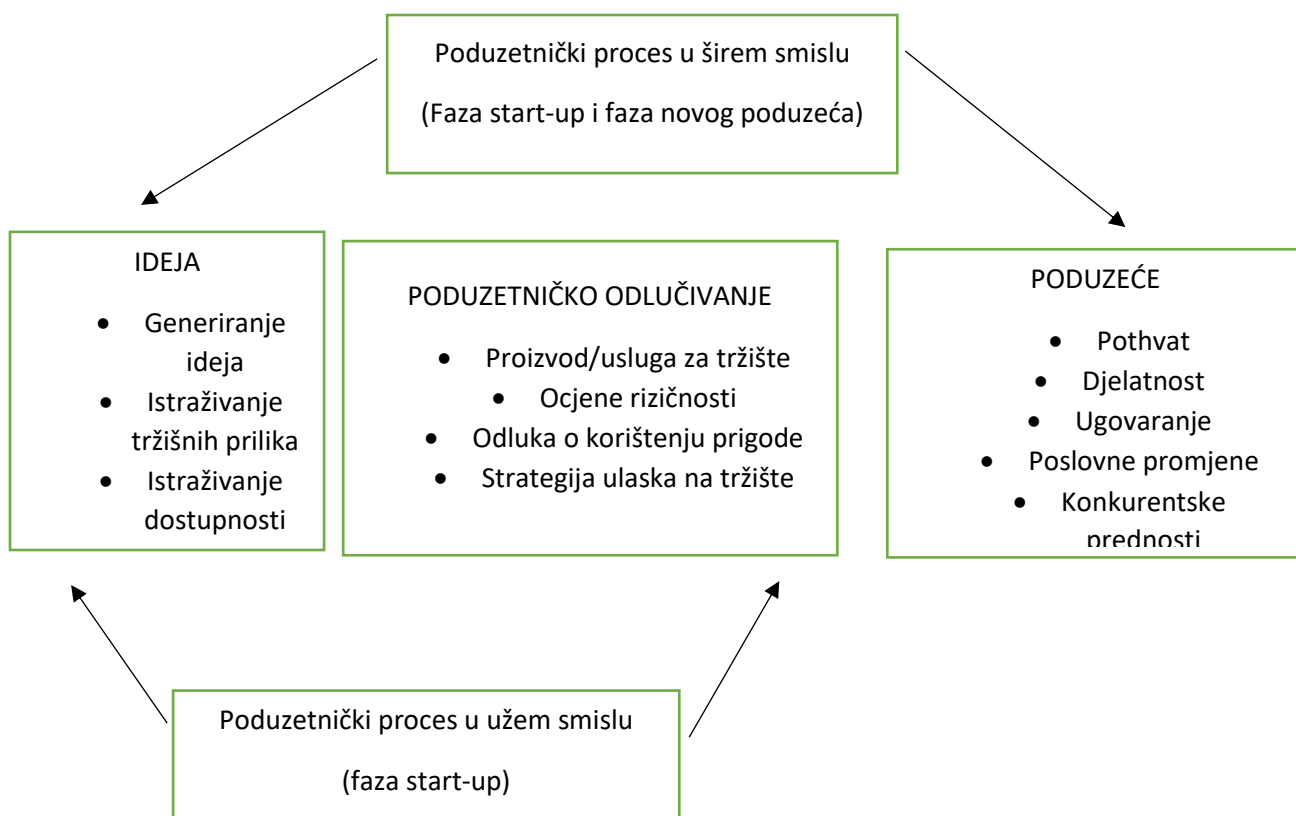
⁷ Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str.10)

⁸<http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 20.06.2017.)

zainteresiranost kupaca za neki proizvod ili uslugu, a isto tako i dovoljno veliko tržište. Od 100 ideja, tek se 1 do 2 budu uspješno provedene.

Poduzetniku kao nositelju poduzetničkog poduhvata potreban je tim i odgovarajući resursi. Poslovna prilika kao jedan od elemenata poduhvata, ukoliko neće biti odgovarajuća, poslovni plan neće uspjeti. Osnovne karakteristike poslovne prilike su njena atraktivnost (privlači određen broj kupaca), događa se u pravo vrijeme (postoji potražnja), dodaje vrijednost kupcu, za što je on spreman platiti odgovarajuću cijenu, te trajnost ili dugoročnost (osigurava odgovarajuću održivost poslovnog pothvata). Poslovna prilika je odgovarajući set okolnosti koje se stvaraju u okruženju te omogućuju ostvarenje ideje u poduhvat.

Tablica 2: Tipologija temeljnih faza poduzetničkog procesa



Izvor: Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str.91)

2.4. Razlozi pokretanja poduzetničkog poduhvata

Postoje brojni razlozi zašto netko želi pokrenuti vlastiti poduhvat: od toga da ljudi žele raditi kada to žele, što žele i kako žele, do želje za iskorištavanjem vlastitog talenta, stjecanja osjećaja osobne vrijednosti, samopouzdanja, dokazivanja sebi i ljudima oko sebe, osiguravanja

odgovarajućeg životnog standarda, stila života i sl. Svi ovi razlozi mogu biti grupirani u tri grupe:⁹

1. Biti vlastiti šef

Ovaj razlog javlja se kod većine ljudi koji pokreću vlastiti posao – ili su frustrirani i nezadovoljni radom za nekoga ili su oduvijek željeli raditi za sebe. Ovakvi ljudi jednostavno vole stvari raditi na svoj način i za to odgovarati prvenstveno sebi.

2. Ostvariti svoje ideje

Ideje su pokretači svega. Neki ljudi osjećaju da svoje ideje ne mogu ostvariti drugačije nego pokretanjem vlastitog poduhvata. Rad za nekoga drugog često im to onemogućuje ili realizacija nekih ideja zahtijeva poštivanje određenih procedura koje su često vremenski zahtjevne i nailaze na brojne birokratske prepreke. Često se u takvoj realizaciji ideja zahtijeva dosta kompromisa i modifikacija prvobitne ideje radi zadovoljavanja interesa svih, kao i mogućih okruženja u kojem se djeluje. Osnivanje vlastitog poduhvata daje određeni osjećaj slobode u realizaciji vlastite ideje.

3. Ostvariti financijsku dobit

Kako bi bio održiv, svaki poslovni poduhvat mora biti profitabilan. On mora, nakon određenog vremena, osnivaču-poduzetniku i njegovom timu pružiti izvor prihoda i normalan životni standard. Iako bez financijske dobiti poslovni poduhvat ne bi mogao opstati, financijsku dobit kao razlog pokretanja poslovnog poduhvata poduzetnici nikada ne stavljaju na prvo mjesto. Velika većina poduzetnika u svojim poduzećima ne zarađuje više nego što bi zaradila radeći za nekoga drugoga u nekom drugačijem okruženju. Ljubav i strast prema onome što rade i što stvaraju ono je što ih pokreće i motivira u poslu. Novac je važan, ali ne i najvažniji pokretač u pokretanju i vođenju poslovnog poduhvata.

⁹ <http://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/%C5%BDelim%20postati%20poduzetnik.pdf> (pristupljeno 04.07.2017.)

3. Financiranje poduzetničkog poduhvata

3.1. Pojam i važnost financiranja

Financiranje je aktivnost pribavljanja i korištenja kapitala potrebnih za osnivanje, pokretanje i vođenje poduhvata. To je ishodišna točka svake poslovne aktivnosti. Za sve poslovne poduhvate potreban je kapital. Iako je kapital potreban tijekom cijelog životnog vijeka tvrtke, novi poduzetnik se nalazi pred popriličnim poteškoćama pri nabavi početnoga kapitala.

Prikupljanje novčanih sredstva za pokretanje poduzetničkog poduhvata velik je izazov za svakog poduzetnika. Sastavni dio svakog poduzetničkog poduhvata je rizik. Rizik prije svega, znači postojanje mogućnosti novčanih gubitaka, odnosno neizvjesnost povrata novca uloženog u neki poslovni pothvat.

Promjene koje se događaju na tržištu još više otežavaju ovaj proces. S problemom financiranja najviše se susreću poduzetnici u „manje privlačnim“ industrijama i oni koji se nalaze na samom početku poduzetničke pustolovine.¹⁰

Novčana sredstva su temelj za ulazak u poduzetnički svijet. Stoga, ako poduzetnik ima odličnu poslovnu ideju, ali nema dovoljno financijskih izvora, njegova ideja neće postati stvarna. Poduzetnik bez kapitala ne može započeti s radom, on se mora snalaziti na različite načine. Srećom, postoje brojni izvori i mogućnosti koje pomažu pri financiranju novih poduzetničkih poduhvata.

Kod samog ulaska u poduzetnički poduhvat bitna je volja, motiviranost, upornost, kreativnost, te naravno znanje onog koji ulazi u taj proces, tj. poduzetnika. Nakon što poduzetnik realizira poduzetničku ideju, poduzetnik mora znati procijeniti koliki iznos novca mu je potreban, te kako će prikupiti novac.

3.2. Vrste financiranja

Izvori financiranja mogu se podijeliti prema roku raspoloživosti, prema vlasništvu te prema porijeklu.

Prema roku raspoloživosti izvora financiranje se dijeli na:

- kratkoročno financiranje: kraće od godine dana,

¹⁰ Mikić., M.; Škrtić., M.(2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.253)

- dugoročno financiranje: duže od godine dana.

Prema vlasništvu izvori financiranja dijele se na:

- vlastiti izvori: ne postoji obveza vraćanja, te nemaju rok dospeljeća,
- tuđi izvori: moraju se vratiti vjerovnicima u određenom roku.

Prema porijeklu izvori financiranja mogu biti:

- unutarnji izvori: izvori koje je stvorilo poduzeće (ostvarena dobit, prodaja imovine),
- vanjski izvori: izvori izvana (kredit).

Pored osnivačkog kapitala, poduzetniku je potrebna neizvjesna količina novca za pokriće troškova osnivanja poduzeća. U načelu radi se o minimalnom početnom kapitalu, koji poduzetnik reproducirati i uvećavati. Temeljni kapital ne mora u cijelosti biti upisan i uplaćen u novcu, već može biti unesen u poduzeće u drugim nenovčanim oblicima, kao što su stvari, prava i sl.¹¹

3.2.1. Vlastita sredstva

Gotovo niti jedan poduzetnik ne počinje novi poduhvat bez nešto osobnih sredstava. Uobičajeno je da čovjek štedi kako bi tu ušteđevinu mogao kasnije koristiti za ostvarenje nekih svojih planova.¹²

Vlastita sredstva čine sva sredstva koja poduzetnik ulaže u poduhvat. Prilikom financiranja poduhvata, prvo gdje će poduzetnici zaviriti, bit će njihov džep. U velikom postotku oko 60% poduzetničkih poduhvata je financirano od strane vlasnika firmi.¹³ Ne samo da su to najjeftiniji izvori po pitanju troškova i kontrole, nego su i bezuvjetno neophodni kako bi se privukli vanjski prihodi, pogotovo od banaka, privatnih investitora i poduzetničkih kapitalista.

Najveći dio vlastitih sredstva poduzetnici će pronaći u ušteđevini i imovini koju su stekli tijekom radnih godina. Među najčešće oblike osobnih izvora spadaju ušteđevina, životna osiguranja ili hipoteke na kuću ili auto.¹⁴ Osim toga, vlastiti kapital mogu činiti i otpremnine

¹¹ Vukičević, M. (2000.) *Financiranje malih poduzeća*. Zagreb: Sveučilišna tiskara, d.o.o. (str.34)

¹² Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str.320)

¹³ <http://www.savjetplus.com/?p=830> (pristupljeno 18.05.2017.)

¹⁴ Hisrich, R. D.; Peters, M. D.; Shepherd, D. A. (2008.) izd.7. *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o. (str.350)

koje na kraju mogu biti dosta visoke, što je idealna prilika za pokretanje samostalnog poduhvata. Također, poduzetnici se mogu zadužiti putem minusa na tekućem računu. Isto tako, ako već poduzetnik posjeduje poduzeće, on može financirati novo poduzeće iz dobiti starog poduzeća.

Nakon što poduzetnici iscrpe svoja sredstva, mogu se tražiti pomoć od rođaka i prijatelja, odnosno neformalnih investitora. Obitelj i prijatelji pružaju malu količinu dioničkih izvora novim poduhvatima, djelomično i zato što je za većinu novih poduhvata potrebna mala količina kapitala. Oni mogu poduzetniku dati ili posuditi određeni iznos gotovine, ali i neki drugi vid potrebnih sredstava, primjerice, prostor, zemljište, transportna sredstva i dr.¹⁵ Iako je relativno lako prikupiti novac od obitelji i prijatelja, naravno kao i kod svakog drugog izvora kapitala i tu postoje pozitivne i negativne strane. Članovi obitelji i prijatelji bit će u vlasničkom položaju te će im pripadati sva prava i privilegije koje to donosi. Ovo se može negativno odraziti na zaposlenike, sredstva ili na prodaju i dobit. Od takve mogućnosti treba se što bolje zaštititi. Ipak, obitelj i prijatelji najčešće nisu problematični ulagači i u pravilu su strpljiviji od ulagača u svojoj želji za povratom ulaganja. Svaki član obitelji ili prijatelj trebao bi ulagati u poduzetnički poduhvat zato što smatra da je to dobra investicija, a ne zato što osjeća obvezu prema poduzetniku.

Najveća prednost vlastitih sredstva je što nemaju rok dospeljeća, odnosno ne obračunavaju se izravni troškovi korištenja kao što je primjerice kamata. Vanjski opskrbljivači kapitalom smatraju kako se poduzetnik neće adekvatno posvetiti svome poduhvatu ukoliko i sam ne uloži novac u njega.¹⁶

3.2.2. Financiranje zaduživanjem

3.2.2.1. Bankarski krediti

Ukoliko poduzetnici nemaju vlastita sredstva, najčešće se za pomoć obraćaju svojim poslovnim bankama. Sve poslovne banke daju poduzetničke kredite. Prilikom ovakvog financiranja potrebno je razmotriti sve kreditne uvjete i usporediti kreditne ponude više banaka. Pri

¹⁵ Buble, M.; Kružić, D. (2006.) *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o. (str.321)

¹⁶ Hisrich, R. D.; Peters, M. D.; Shepherd, D. A. (2008.) izd.7. *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o. (str.350)

odabiru bankarskih kredita treba voditi računa o namjeni kredita, uvjetima kreditiranja i troškovima kredita.

Bankarski kredit je jedan od najčešćih oblika financiranja zaduživanjem. Odobravaju se uz određene uvjete i imaju obvezu vraćanja. Podrazumijeva se da banka u određenom trenutku isplati novac, dok je poduzeće obvezno da u određenom trenutku vrati glavnicu i ugovorenu kamatnu stopu.

Ovaj oblik financiranja može biti kratkoročan i dugoročan. Kratkoročni krediti imaju rok dospeljeća unutar godine dana. Najčešće se rabe za obrtni kapital, a isplaćuju se temeljem ostvarenih prihoda poduzeća.¹⁷ Prednost ovakvog financiranja je lakoća odobravanja kredita.

Što se tiče dugoročnih kredita, oni imaju rok dospeljeća dulji od godine dana. Najčešće se rabe za kupnju imovine i strojeva, pokretanje poslovanja, izgradnju postrojenja i ostale dugoročne investicije, a često predmet kupnje služi i kao kolateral za kredit.¹⁸ Zajmoprimac postaje vlasnik tek nakon otplate i plaćanje kamate po kreditu. Otplata se vrši mjesečno ili kvartalno.

Prednosti bankarskih kredita su da nema ustupanja vlasništva, odnosno banke ne zahtijevaju ulazak u vlasničku strukturu poduzeća koje financiraju, što poduzetniku daje slobodu upravljanja i razvijanja poduzeća. Još jedna od prednosti bankarskih kredita je iskorištavanje niskih kamatnih stopa. U nedostatke ubrajamo: mjesečno plaćanje kamata, problemi u novčanom toku radi obveze redovitog vraćanja duga i visoki krediti koji mogu ugroziti rast i razvoj poduzeća.

3.2.2.2. Ostali oblici financiranja zaduživanjem

U ostale oblike financiranja zaduživanjem ubrajamo: trgovačke kredite, faktoring i lizing.

Trgovački kredit je oblik kredita kojeg dobavljači odobravaju kupcima, tako da isporučuju robu uz određeno plaćanje, najčešće 30 do 90 dana. Dobavljači često taj način koriste za privlačenje novih kupaca, a kupci, odnosno poduzetnici kao jedan od načina stjecanja dodatnih obrtnih sredstva. Jedan je od najčešćih oblika u razvijenim gospodarstvima, a odlikuje ga da se bazira na uspješnoj poslovnoj suradnji između kupaca i dobavljača gdje se s vremenom razvija odnos

¹⁷ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.257)

¹⁸ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.257)

povjerenja.¹⁹ Pojedini dobavljači nude dodatni popust u slučaju da plate prije roka ili u nekom kratkom periodu.²⁰

Faktoring je specifičan oblik kratkoročnog financiranja zaduživanjem na temelju prodaje kratkoročne, po pravilu, neosigurane aktive poduzeća (prvenstveno potraživanja od kupaca bez sredstva osiguranja plaćanja) specijaliziranoj financijskoj organizaciji koja se naziva faktor.²¹ Faktoring otvara dodatne mogućnosti za financiranje klijenata, bržu i lakšu dostupnost izvora financiranja kratkoročnih aktivnosti društva, jednostavnije administriranje i dokumentacijski proces.²² U nedostatke faktoringa ubrajamo: radi se o izrazito kratkoročnom financiranju, faktor se odlučuje na financiranje samo ako je siguran u bonitet dužnika, faktor financira samo klijente većeg opsega poslovanja.

Lizing definiramo kao mogućnost pribavljanja proizvodnih i drugih dobara bez trošenja vlastiti fondova i bez uzimanja skupih kredita. Ovakav oblik zasniva se na ideji, da je objekt bolje koristiti nego kupiti. Umjesto kupnje, korisnik koristi imovinu za vrijeme koje mu je ona potrebna. Naknada se plaća po načelu „plaćaj iz onoga što zaradiš“. Primatelj lizinga može predmet lizinga nakon isteka ugovora otkupiti, produžiti ugovor korištenja ili vratiti predmet.

Postoje dvije vrste lizinga: financijski i poslovni. Financijski lizing je oblik lizing aranžmana koji je fiksiran u ugovorenom vremenu i ne može se otkazati.²³ Korisnik tijekom trajanja lizinga mora plaćati davatelju lizinga punu vrijednost predmeta. Poslovni (operativni) lizing je oblik aranžmana kojeg karakterizira mogućnost otkazivanja za obje ugovorene stranke ili pak mogućnost njegova modificiranja.²⁴ Može se raskinuti u bilo kojem trenutku, traje kraće od ekonomskog vijeka predmeta, manja lizing-naknada od vrijednosti predmeta, također nakon isteka ugovora, korisnik može otkupiti predmet.

Prednosti lizinga jesu: brz i jednostavan postupak ugovaranja lizinga bez suvišne administracije, modeliranje otplate, niski troškovi sklapanja ugovora, mogućnost odabira dinamike otplate (mjesečno, kvartalno ili godišnje rate).²⁵

¹⁹ <http://www.savjetplus.com/?p=904> (pristupljeno 18.05.2017.)

²⁰ <http://www.savjetplus.com/?p=904> (pristupljeno 18.05.2017.)

²¹ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.259)

²² <http://www.erste-factoring.hr/> (pristupljeno 19.05.2017.)

²³ <http://www.agram-brokeri.hr/default.aspx?id=29492> (pristupljeno 20.05.2017.)

²⁴ <http://www.agram-brokeri.hr/default.aspx?id=1978861> (pristupljeno 20.05.2017.)

²⁵ <https://www.ersteleasing.hr/hr/zasto-leasing/objasnjenje-i-prednosti-leasinga> (pristupljeno 20.05.2017.)

3.2.3. Financiranje vlasničke glavnice

U financiranje vlasničke glavnice pripadaju: fondovi rizičnog kapitala, poslovni anđeli i javno financiranje.

3.2.3.1. Fondovi rizičnog kapitala

Rizični kapital je vrsta ulaganja financijskih ulagača u temelji kapital društva koja ne kotiraju na burzi i imaju potencijal ostvariti visoke stope rasta tijekom razdoblja od 3 do 7 godina.²⁶ Fondovi rizičnog kapitala su fondovi koji su specijalizirani za rizična ulaganja u mala i srednja poduzeća, na temelju ulaganja u vlasnički kapital takvih poduzeća.

Navedeni fondovi sredstva prikupljaju privlačeći pojedince, institucionalne ulagače poput specijaliziranih fondova, mirovinskih fondova, osiguravajućih društva, itd. koje imaju potencijal rasta s obvezom vraćanja uložених sredstava uvećanih za određenu stopu povrata. Ovakvi fondovi pogodni su za financiranje određenih projekata ili tvrtki kad se oni nalaze u fazi intenzivnog rasta. Imaju dugoročan horizont ulaganja, tijekom cijelog poslovanju su uključeni, te ne zahtijevaju garanciju za povrat uložених sredstava. Također ne uključuje ni kamatu ni dividendu, već se naplaćuje prilikom prodaje udjela u tvrtki i ako je poslovanje bilo uspješno, ostvaruje se povrat na uložena sredstva. Upravo to je razlog zbog kojeg su suvlasnici fokusirani su na povećanje vrijednosti tvrtke.

Fondovi rizičnog kapitala pružaju sljedeće usluge poduzetnicima: kapital za početak i razvoj poduzeća, istraživanje tržišta i poslovne strategije za poduzeća koja nemaju vlastite odjele za marketing, menadžment konzalting, kontaktiranje s potrošačima i dobavljačima, pomoć u pregovaranju, te pomoć pri zapošljavanju.²⁷

3.2.3.2. Poslovni anđeli

Poslovni anđeli su uspješni poduzetnici, te uspješni lideri tvrtki/korporacija koji financiraju start-up projekte visokog rizika na način da ulaze u vlasnički udio i da pružaju pomoć u daljnjem razvoju i komercijalizaciji projekata. Kod ovakvih vrsta financiranja najčešće se razvija partnerski odnos između poduzetnika i investitora.²⁸

²⁶ <http://www.prosperus-invest.hr/content/rizicni-kapital> (pristupljeno 20.05.2017.)

²⁷ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.260)

²⁸ <http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 05.07.2017.)

To su neformalni individualni investitori koji svojim poslovnim iskustvom savjetuju mlade tvrtke i poduzetnike i savjetuju ih i pomažu njihovom budućem rastu.²⁹ Djeluju kao neformalni ponuđači kapitala. Poslovni anđeli ne samo da ulažu novac, već njihovo znanje, iskustvo, vještine i poslovne kontakte koji ih ističu u odnosu na druge izvore kapitala. Većinom, poslovni anđeli ulažu u onaj sektor u koji se razumiju i gdje imaju iskustva.

U Hrvatskoj postoji mreža poslovnih anđela – CRANE. To je neprofitna udruga koja okuplja poslovne anđele iz Hrvatske i inozemstva koji imaju interes ulaganja u inovativne projekte. CRANE poslovni anđeli pružaju: know-how (tehničko i poslovno znanje, poznavanje određene industrije, poslovne kontakte), ulaganje u rasponu od 25.000 do 250.000 eura. Do 2015. godine, članovi CRANE-a u hrvatske tvrtke uložili su preko 23 milijuna kuna. Kriterij za odabir projekta i realizaciju investicije:³⁰ kvalitetan opis projekta/poslovni plan/prezentacija, snažan poduzetnik i kvalitetan tim, snažan tržišni potencijal projekta/proizvoda, omogućena suradnja – spremnost poduzetnika na uključenje poslovnog anđela, realna evaluacija projekta prije investicije.

3.2.3.3. Javno financiranje

Neki poduzetnici se odlučuju na prikupljanje kapitala putem javne prodaje dionica na tržištu kapitala, odnosno na javno financiranje. Izlazak na burzu pruža poduzetnicima mnoge prednosti poput: mogućnosti prikupljanja velike količine kapitala (ta sredstva se mogu usmjeriti u istraživanje i razvoj, financiranje projekata, proširenja postrojenja i gradnju novih objekata, plaćanje obveza ili stečeni kapital može se iskoristiti kao obrtna sredstva bez obveze vraćanja kamata), poboljšanje korporativnog imidža (poduzeće dobiva veliku pozornost medija), olakšanog pristupa budućim izvorima financiranja (poboljšava se vrijednost, status i financijska snaga poduzeća, što omogućava lakše pribavljanje kapitala), privlačenja i zadržavanja ključnih zaposlenika (poduzetnici mogu rabiti dioničke kompenzacijske planove kako bi privukli i zadržali kvalitetne zaposlenike).³¹

Proces javnog financiranja može se podijeliti na nekoliko ključnih faza:³²

²⁹ <http://www.crane.hr/o-nama/> (pristupljeno 20.05.2017.)

³⁰ <http://www.crane.hr/o-nama/> (pristupljeno 20.05.2017.)

³¹ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str. 267)

³² <http://zse.hr/default.aspx?id=56607> (pristupljeno 21.05.2017.)

1. Priprema – vlasnici društva se prije donošenja konačne odluke o javnoj prodaji dionica savjetuju s pokroviteljem uvrštenja (bankom ili investicijskim društvom) kako bi se utvrdilo koliko se kapitala želi prikupiti javnom ponudom dionica, te kakva se vlasnička struktura želi imati nakon javne ponude dionica. Osim toga, utvrđuje se način određivanja cijena dionice (početna, fiksna ili raspon cijene). Vlasnici ili pokrovitelji uvrštenja pripremaju nezavisan pregled stanja društva te se menadžment društva priprema unapređenje i primjenu najbolje prakse u korporativnom upravljanju.
2. Promocija – promocija podrazumijeva predstavljanje društva ulagačima putem prezentacija ili na individualnim sastancima s ulagačima. Ovdje postoji mogućnost i održavanja prezentacija u inozemstvu. U pozivu se navodni broj ili postotak ponuđenih dionica, cijena i raspon cijene za pojedinu dionicu i rok do kada ponuda traje. Nakon toga, pristupa se izradi prospekta.
3. Izrada prospekta – prospekt je dokument koji sadrži sve informacije koje su potrebne ulagaču za procjenu: imovine i dugova, financijskog položaja, dobiti i gubitaka, razvoj mogućnosti izdavatelja i jamca te prava koja proizlaze iz financijskih instrumenata. Kada društvo izdaje nove dionice potrebno je izraditi prospekt izdavanja i/ili uvrštenja te ga javno objaviti. Na osnovu prospekta ulagač može procijeniti rizik te donijeti odluku o ulaganju. Prospekt se odobrava od strane regulatora, Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga.

Svakako, izlazak na burzu za poduzetnika ima i svoje nedostatke a neki od tih su:³³ dijeljenje vlasništva nad poduzećem (prodajom dionica, poduzetnik se odriče dijela vlasništva), gubitak kontrole (ovo se događa kada poduzetnik ne pazi na količinu prodanih dionica, te gubi kontrolu nad poduzećem), gubitak privatnosti (podaci postaju dostupni javnosti), troškovi javnog financiranja (skup način prikupljanja kapitala), kapital kojim poduzetnik upravlja više nije samo njegov, već pripada i svim dioničarima koji su kupili udjele u poduzeću.

³³ Mikić., M.; Škrtić., M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str. 267)

3.2.4. Državni programi financiranja

Državni programi financiranja ističu se kao zaseban oblik. Obuhvaćaju davanje nepovratnih potpora, subvencioniranje kamata na kredite, davanje jamstava i drugo, sve to s ciljem poticanja novog zapošljavanja, povećanja broja inovacija, unaprjeđenja konkurencije i povećanja efikasnosti.

Na razini države poticaji s mogu dodijeliti iz centralnog proračuna ili proračuna lokalnih samouprava, dok se na nadnacionalnoj razini sredstva dodjeljuju iz proračuna EU. Bitno je razumjeti da se sredstva izdvajaju temeljem strategija razvoja od koji je razvoj poduzetništva, samo jedan aspekta sredstva za poticanje poduzetništva nisu namijenjena samo poduzetnicima već i potpornim institucijama i tijelima državne i lokalne samouprave.³⁴

U Hrvatskoj su za provođenje programa poticanja poduzetništva zadužene ove institucije:

- Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (MINGORP)
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG)
- Poslovni - informacijski centar Hrvatske (BICRO)

3.2.4.1. Krediti Hrvatske banke za obnovu i razvitak

Hrvatska banka za obnovu i razvitak je razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Kreditiranje, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija i poslovnim savjetovanjem, HBOR gradi mostove između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva.³⁵

Osnovne djelatnosti:³⁶

1. financiranje obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva,
2. financiranje infrastrukture,
3. poticanje izvoza,
4. potpora razvitku malog i srednjeg poduzetništva,
5. poticanje zaštite okoliša,

³⁴<http://www.kagor.hr/hr/poticaji-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike/> (pristupljeno 06.07.2017.)

³⁵<https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (pristupljeno 06.07.2017.)

³⁶<https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (pristupljeno 06.07.2017.)

6. osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika.

Kamatna stopa za korisnike HBOR kredita je jednaka bez obzira realizira li kredit putem poslovne banke ili izravno putem HBOR-a. Kamate na kredite za poduzetnike se kreću od 2% do 4%.³⁷ Iz kredita najčešće nije moguće realizirati financiranje cjelokupnog projekta već do 75% ulaganja.

3.2.5 Fondovi EU

EU fondovi je generički naziv za sve pojmove koje financira Europska Unija, bilo u zemljama članicama ili izvan njih. Fondovi EU su zamišljeni kao financijski instrumenti koji podupiru provedbu pojedine politike Europske Unije u zemljama članicama. To su bespovratne potpore koje se dodjeljuju izravno krajnjim korisnicima iz strukturnih i investicijskih fondova te programa EU.³⁸

Europska komisija naglasak stavlja na izravnu i neizravnu podršku malim i srednjim poduzećima te sustavu podrške privatnom sektoru s ciljem povećanja dodane vrijednosti proizvodnje i jačanja konkurentnosti općenito. Poseban naglasak je na područjima koje zaostaju u razvoju. Informacije o otvorenim natječajima za besplatna sredstva mogu se dobiti u nadležnim ministarstvima, agencijama za razvoj, komorama i putem web-a.³⁹

Putem različitih programa poticanja poduzetništva Europska Unija nastoji ostvariti osam temeljnih ciljeva:⁴⁰ uklanjanje teškoća administrativnoga, financijskog i pravnog karaktera, poticanje integriranja malih i srednjih tvrtki u jedinstveno tržište, pomoć malim i srednjim tvrtkama u svrhu korištenja programa EU, pri čemu se osobita pozornost usmjeruje manje razvijenim regijama, podrška svim oblicima usluga, pomoć u nabavi kapitala, unapređenje kvalitete menadžerskog djelovanja malih i srednjih tvrtki, korištenje iskustva malih i srednjih tvrtki pri donošenju novih normi.

Kao građani EU-a imate pravo:⁴¹

³⁷ <http://www.kagor.hr/hr/usluge/eu-fondovi-i-bespovratna-sredstva/pregled-ostalih-poticaia-za-poduzetnike/> (pristupljeno 06.07.2017.)

³⁸ <http://www.kagor.hr/hr/poticaia-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike/> (pristupljeno 06.07.2017.)

³⁹

<http://www.hzz.hr/UserDocImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 05.07.2017.)

⁴⁰ Mikić, M.; Škrtić, M. (2011.) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o. (str.270)

⁴¹ http://europa.eu/youreurope/business/start-grow/start-ups/index_hr.htm (pristupljeno 05.07.2017.)

- osnovati vlastito poduzeće (čak i kao trgovac pojedinac) u bilo kojoj zemlji EU-a (ili na Islandu, u Norveškoj ili Lihtenštajnu),
- osnovati društvo kći / podružnicu postojećeg poduzeća iz EU-a registriranog u jednoj od zemalja EU-a.

Jedna od najznačajnijih politika je Kohezijska politika, za koju je Europska unija u financijskom razdoblju izdvojila 376 milijardi eura iz svog proračuna. Više od 76 % proračuna EU-a upravlja se u partnerstvu s nacionalnim i regionalnim tijelima sustavom zajedničkog upravljanja, uglavnom s pomoću pet velikih Strukturnih i investicijskih fondova. Tim se fondovima pridonosi provedbi strategije Europa 2020:

- Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) – regionalni i urbani razvoj
- Europski socijalni fond (ESF) – socijalna uključenost i dobro upravljanje
- Kohezijski fond (KF) – gospodarska konvergencija manje razvijenih regija
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)
- Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)

Ostalim sredstvima izravno upravlja EU, a osiguravaju se u obliku bespovratnih sredstava za posebne projekte povezane s politikama EU-a, obično na temelju tzv. poziva na podnošenje prijedloga; sredstva djelomično potječu iz EU-a, a djelomično iz drugih izvora. Te ugovora koje dodjeljuju institucije EU-a za nabavu usluga, robe ili radova koji su im potrebni za rad, npr. izrada studija, osposobljavanje, organiziranje konferencija, informatička oprema; ugovori se dodjeljuju na temelju poziva na nadmetanje.

Primatelji ugovora, bespovratnih sredstava ili pomoći namijenjene trećim zemljama objavljuju se na internetu.

4. Istraživanje

4.1. Suvremena generacija mladih u Hrvatskoj i ulazak u poduzetnički svijet

Suvremena generacija mladih u Hrvatskoj, kao i u većini zemalja europskog okruženja, sazrijeva u općim društvenim uvjetima koji se znatno razlikuju od onih u kojima su odrastale ranije generacije.⁴² Ta razlika ponajprije je uvjetovana višegodišnjom gospodarskom krizom. Situaciju mladih u Hrvatskoj dodatno je otežala okolnost odrastanja u tranzicijskom društvu s tek dva desetljeća iskustva izgradnje demokratskog društvenog i političkog odrastanja, te tegobnim iskustvom rata na vlastitu teritoriju čije su materijalne, društvene i političke posljedice još uvijek prisutne.

Mladi se danas pokazuju kao vrlo ranjiv segment populacije i to iz više razloga. Promjene koje se zbivaju u suvremenom svijetu, gotovo uvijek i svuda, prije i više od drugih pogađaju upravo njih. Naime, osnovni razlog tomu je činjenica da se većina mladih nalazi na razdjelnici između zaštićenog svijeta djetinjstva i kompetencijskog svijeta odraslih, koji od njih očekuju adekvatnu socijalnu integraciju kroz preuzimanje trajnih društvenih uloga.

Sve dulje trajanje institucionaliziranog obrazovanja, neizvjesne mogućnosti zapošljavanja (naročito na sigurnim i dobro plaćenim poslovima), otežano socioekonomsko osamostaljivanje, odlaganje zasnivanja vlastite obitelji i nedostatno uključivanje u procese društvenog (političkog) odlučivanja značajke su fenomena nazvanog produženom mladošću.⁴³ Produžena mladost rezultira usporenom društvenom integracijom i zadržava mlade u zavisnom položaju spram društva, odnosno starijih.

Također, suvremeno se društvo ubrzano mijenja što ga čini vrlo rizičnim mjestom odrastanja i okruženjem u kojem se mijenjaju obrasci konstrukcije mladosti kao životne etape prijelaza u odraslost. Dalekosežnim promjenama osobito doprinosi globalizacija, praćena ubrzanim razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije, ekonomskih promjenama, povećanim migracijama stanovništva, a što uključuje povećanje rizika i pritiska za modernizacijom te reducira i transformira dosadašnje oblike socijalne reprodukcije. Modernizacijski procesi u

42

<http://www.mdomsp.hr/UserDocsImages//AA1//Potrebe,%20problemi%20i%20potencijali%20mladih%20u%20Hrvatskoj%20-%20zavr%C5%A1ni%20izvje%C5%A1taj%20istra%C5%BEivanja.pdf> (pristupljeno 07.08.2017.)

43

<http://www.mdomsp.hr/UserDocsImages//AA1//Potrebe,%20problemi%20i%20potencijali%20mladih%20u%20Hrvatskoj%20-%20zavr%C5%A1ni%20izvje%C5%A1taj%20istra%C5%BEivanja.pdf> (pristupljeno 07.08.2017.)

suvremenom društvu pridonose slabljenju tradicionalnih veza i načina prenošenja vrijednosti i obrazaca ponašanja s generacije na generaciju, pri čemu su mladi prisiljeni na neizvjesnije i tegobnije traganje za identitetom i individualnim strategijama društvene integracije.

Mladi su specifična skupina na tržištu jer ih karakterizira nedostatak radnog iskustva i praktičnih vještina, što ih čini ranjivima na tržištu i prijeti dugotrajnom nezaposlenošću. Nezaposlenost mladih jedan je od najvećih problema na tržištu rada u Hrvatskoj, potvrđuju to domaći analitičari, a prema najnovijim podacima EUROSTAT-a, taj problem je sve veći. Hrvatska stopa nezaposlenosti mladih približila se 40 posto, što je čini prema podacima iz EUROSTAT-a drugom najvećom stopom mladih u Europi.

Mladi se uglavnom tretiraju kao dio odrasle populacije, dok su njihove specifične potrebe i određeni poduzetnički potencijal kao i njihov doprinos gospodarskom i društvenom napretku podcijenjeni. Oni su skloni suočiti se sa puno većim preprekama i to je jedan od glavnih razloga zašto poduzetništvu mladih treba pružiti set mjera koje olakšavaju početak i pokretanje vlastitog biznisa.

Ovdje se dolazi do odbacivanja hipoteze jer će mladi ljudi radije tražiti posao umjesto da ga sami stvore. Većina mladih ima želju kročiti u poslovni svijet gdje bi bili sami svoji šefovi i gdje bi vodili svoj posao, no u tome ih sprječava strah koji prvobitno kreće od otpora obitelji i prijatelja. Isto tako boje se kako njihovo poslovanje neće imati dovoljnu financijsku potporu i slično. Danas su mladi previše okupirani samom idejom da se od njih zahtijeva da završe obrazovanje te nakon toga smatraju da je jednostavnije pronaći posao za koji su se obrazovali, nego da riskiraju ulažući u vlastiti posao.

4.2. [Financiranje putem poslovnih anđela \(CRANE\)](#)

Razni su oblici pribavljanja novčanih sredstava. Većina je nabrojana u prethodnim dijelovima rada. U ovom djelu pobliže će se analizirati financiranje projekata mladih poduzetnika bez vlastitih financijskih sredstava i bez mogućnosti zaduživanja. Analiza će se vršiti putem neprofitne udruge CRANE.

CRANE ili Hrvatska mreža poslovnih anđela je neprofitna organizacija, koja se sastoji od individualaca zainteresiranih u investiranje. Osnovana je 2008. godine, a do sada je u Hrvatskoj preko agencije CRANE uloženo preko 20 milijuna kuna i to uglavnom u inovativne tvrtke, odnosno start up-ove.

Danas se poslovni anđeli definiraju na različite načine:

- poduzetnici koji već imaju uspješno poduzeće iza sebe i žele investirati u novi projekt,
- kompanije koje generiraju veliku količinu gotovine, te traže idealnog kandidata, odnosno poduzeće koje bi pomoglo u rastu,
- poduzetnici u mirovini koji traže nove poslovne izazove,
- mladi investitori koji umjesto da osnuju vlastito poduzeće, investiraju i tuđu ideju i zajedno razvijaju posao.

U CRANE-u vjeruju u povrat investicija, važnost malih poduzetnika te pomaganje društvu. CRANE je društveno odgovorno poduzeće koje pokušava pronaći najbolju ideju te je provesti, te tako pomoći inovativnim pojedincima koji sami ne mogu pronaći sredstva za realizaciju svojih projekata. Ukoliko pojedinac ima ideju te je želi predstaviti CRANE-u, onda uz to mora imati kvalitetan tim, ne zasićeno i dovoljno veliko tržište za tu svoju ideju, jasan put do prihoda.

CRANE djeluje na način da pojedinac prijavi projekt putem njihove internetske stranice. Nakon nekog vremena kada bude više prijavljenih kandidata, CRANE pregledava i zatim selektira kandidate. Od početnog broja odabire samo najbolje, te se broj kandidata smanjuje. Nakon toga sastaju se CRANE investitori koji na razne načine ocjenjuju, komentiraju, definiraju interese. Tako se vrši dodatna selekcija te od svih početnih kandidata ostaju samo najbolji koji imaju priliku na CRANE-ovom showcase-u prezentirati svoje ideje uživo. Takav showcase se održava svaka tri do četiri mjeseca. Na njemu većinom bude pet najboljih ideja, te svaki izlagač ima deset minuta da prezentira svoj projekt. Nakon sastanka slijedi neformalno druženje investitora i izlagača radi dodatnog upoznavanja i komunikacije. Ukoliko se neki investitor odluči investirati u ideju ponovo se nalazi sa kandidatom radi dogovaranja daljnjih uvjeta. Ti uvjeti većinom se sastoje od toga koliki udio će imati investitor u novonastalom projektu, o kakvom obliku društva će se raditi te kako će to društvo funkcionirati, naravno glavna tema je s koliko će se određeni projekt financirati. Što se tiče CRANE-a investicijski fond iznosi manje od 250.000 Eura. Ukoliko se postigne dogovor obje strane potpisuju društveni ugovor i među vlasnički ugovor tako da ni jedna strana u krajnjem slučaju ne bi bila oštećena.

Primjeri uspješnih poduzetničkih poduhvata financiranih putem poslovnih anđela:

- Aronia distribucija d.o.o. – to je poduzeće koje je suorganizator uzgoja, prerade i distribucije bobičastog voća aronije na najvećoj ekološkoj plantaži aronije u Hrvatskoj

u vlasništvu Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Medić. Mihovil Baračić uložio je 400 000 kuna u ovaj isplativi projekt.

- WhoAPI – sustav koji se bavi pretraživanjem domena i serverima, zbog čega je zanimljiv tvrtkama poput hosting providera koji rade s velikim brojem domena ili servera. Potencijal ovog projekta prepoznao je Mihovil Barančić, predsjednik mreže poslovnih anđela. U ovaj projekt uložili su 300 000 kuna.
- Off space – prvi projekt realiziran kroz udrugu poslovnih anđela. Projekt je predložen od strane poduzetnika Vedrana Rezara, a prihvatio ga je Hrvoje Prpić, jedan od suosnivača poslovnih anđela. Off space je skup usluga za male tvrtkem poduzetnike individualce te konzultacije kojima usluge omogućuje velike uštede u poslovanju i neizmjereno povećavaju efikasnost. Korištenjem Off space usluga moguće je smanjiti broj zaposlenih te istovremeno povećati produktivnost i povećati profesionalni imidž. Tvrtka uspješno posluje na lokalnom zagrebačkom tržištu.
- Naklikaj – servis za potpunu jednostavnu, bezbolnu i uvjerljivo najjeftiniju izradu prezentacijskih web stranica. Omogućava potpunim početnicima posve samostalnu izradu modernih i kvalitetnih web stranica bez ikakvog tehničkog predznanja, a osnovni paket je dostupan besplatno. Namijenjen je privatnim osobama, malim i srednjim tvrtkama, blogerima i svima ostalima koji traže jednostavan, jeftin i brz način da se predstave na internetu.

U ovom dijelu su nabrojani neki od poznatijih stranih projekata koji su financirani od strane poslovnih anđela. Njih je važno spomenuti kako bi se ohrabрили mladi poduzetnici.

- AirBnB – ova ideja nastala je u 2007. godine u San Franciscu. Dvoje cimera Brian Chesky i Jow Gebbia nisu imali dovoljno novaca kako bi platili stanarinu za stan u potkrovlju. Tako su došli na ideju da dnevni boravak prenamijene u boravak za noćenje i doručak. Tvrtka je do srpanja 2011. godine preko poslovnih anđela podigla 119.800.000\$. Danas je AirBnB sinonim za jeftini smještaj diljem svijeta u koji su uključene sve države i gradovi, te tamo može svaka osoba iznajmiti svoj stan, sobu, kućicu ili što već.
- Facebook – danas je najpopularnija društvena mreža. Mark Zuckerberg je Facebook pokrenuo 2004. godine, ali je prvobitna ideja bila kako će se koristiti samo među američkim studentima. Mnogi poslovni anđeli ulagali su u Facebook od samog početka, a trenutno vrijedi oko 80 milijardi dolara.

- Dropbox – je servis za spremanje i sinkronizaciju podataka na svim uređajima koje koristimo. Dropbox je nastao 2007. godine i te je godine privukao prvu investiciju u iznosu od 15.000\$. Danas vrijedi oko 10 milijardi dolara.

Ovdje dolazimo do prihvaćanja hipoteze. Poslovni anđeli definitivno su dobar izbor za ulazak u poduzetnički poduhvat. Svakoj osobi ili tvrtki, na početku poslovanja dobro dođe osoba s puno poslovnog iskustva i puno veza. Poslovni anđeli mogu usmjeravati i lansirati proizvode u smjerovima u kojima bez njih ne bi bilo moguće djelovanje. Isto tako imaju mnoštvo kontakata koje su stekli u svom dugogodišnjem poslovanju. To je ona okolina u kojoj se početnici ne snalaze jer ne znaju kamo bi se prije okrenuli, dok poslovni anđeli već imaju stvorenu mrežu kontakata s uspješnim poduzetnicima, bankarima, osiguravajućim društvima, računovođama.

ZAKLJUČAK

Uspješni poduzetnici okreću strah u svoju korist, gledaju na strah kao na izazov, priliku da učine nešto novo. Umjesto da gledaju prepreke, traže prilike i pronalaze rješenja za svaku prepreku. Tako se fokusiraju na rješenja, čime nestaje strah i na to mjesto dolazi osjećaj zadovoljstva.

Prikupljanje novčanih sredstva za pokretanje poduzetničkog poduhvata velik je izazov za svakog poduzetnika, izrazito za mlade poduzetnike bez iskustva. Danas, na sreću postoje mnoge mogućnosti koje omogućavaju mladima ulazak u poslovni svijet. Poduzetnik sam mora uvidjeti koja mu opcija, odnosno izvor financiranja najviše odgovara.

Temeljem ovog istraživanja dolazimo do zaključka da u Hrvatskoj je veća vjerojatnost da će mladi uspješno pokrenuti vlastiti posao, nego pronaći posao u struci. Upravo zbog situacije u kojoj se nalazi država nužno je potaknuti mlade da investiraju svoje znanje i mladost u pokretanje cjelokupnog gospodarstva.

Isto tako, velik broj ljudi još uvijek nije upoznat s pojmom poslovnih anđela. U Hrvatskoj taj pojam još nije dovoljno zastupljen, te vlada neznanje u tom području. Javljanje poslovnom anđelu može biti bez obveza i bez straha, kako za poduzetnika, tako i za poslovnog anđela jer nakon svih provjera i dogovora slijedi potpisivanje ugovora, s kojim se moraju složiti i kojeg moraju prihvatiti obje strane. Tako se štiti ambiciozan poduzetnik, ali i poslovni anđeo, te se definiraju troškovi, provizije, vlasnička prava, vlasnički udio i slično.

LITERATURA

Knjige

1. Buble, M.; Kružić, D. (2006.), *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RriF-plus d.o.o.
2. Hisrich, R. D.; Peters, M. D.; Shepherd, D. A. (2008.), *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o.
3. Kolaković, M. (2006), *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
4. Mikić., M.; Škrtić., M.(2011.), *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
5. Vukičević., M.(2000.), *Financiranje malih poduzeća*. Zagreb: Sveučilišna tiskara, d.o.o.
6. Zimmer, T. W.; Scarborough, N. M.(2005), *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Prentice Hall

Internet

1. Agram brokeri - <http://www.agram-brokeri.hr/default.aspx?id=29492> (pristupljeno 20.05.2017.)
2. Crane - <http://www.crane.hr/o-nama/> (pristupljeno 20.05.2017.)
3. Erste Netbanking - <http://www.erste-factoring.hr/> (pristupljeno 19.05.2017.)
4. EUROPA - http://europa.eu/youreurope/business/start-grow/start-ups/index_hr.htm (pristupljeno 05.07.2017.)
5. Hrvatska banka za obnovu i razvitak - <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (pristupljeno 06.07.2017.)
6. Hrvatska udruga poslodavaca - <http://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/%C5%BDelim%20postati%20poduzetnik.pdf> (pristupljeno 04.07.2017.)
7. Hrvatski zavod za zapošljavanje - <http://www.hzz.hr/UserDocImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 20.06.2017.)
8. Kagor – poslovno savjetovanje - <http://www.kagor.hr/hr/poticaji-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike/> (pristupljeno 06.07.2017.)
9. Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku - <http://www.mdomsp.hr/UserDocImages//AA1//Potrebe,%20problemi%20i%20potencijali%20mladih%20u%20Hrvatskoj%20-%20zavr%C5%A1ni%20izvje%C5%A1taj%20istra%C5%BEivanja.pdf> (pristupljeno 07.08.2017.)
10. Mladi poduzetnik - <http://mladipoduzetnik.org/poduzetnistvo-mladih/> (pristupljeno 07.08.2017.)

11. Prosperus invest - <http://www.prosperus-invest.hr/content/rizicni-kapital> (pristupljeno 20.05.2017.)
12. Savjet plus - <http://www.savjetplus.com/?p=830> (pristupljeno 18.05.2017.)
13. Zagrebačka burza - <http://zse.hr/default.aspx?id=56607> (pristupljeno 21.05.2017.)

POPIS TABLICA

Tablica 1: Izbor i sažetak definicija poduzetništva različitih značajnijih autora	3
Tablica 2: Tipologija temeljnih faza poduzetničkog procesa	7

SAŽETAK

Poduzetnički poduhvat je spoj dobre poduzetničke ideje s dovoljnim kapitalom u izvedbi poduzetnika kao nositelja poduzetničke aktivnosti. Tri su osnovna načina elementa, bez kojih je nemoguće pokrenuti i uspješno voditi poslovni poduhvat: poslovna prilika, resursi i poduzetnik, odnosno poduzetnički tim.

Novčana sredstva su temelj za ulazak u poduzetnički svijet. Stoga, ako poduzetnik ima odličnu poslovnu ideju, ali nema dovoljno financijskih izvora, njegova ideja neće postati stvarna. Poduzetnik bez kapitala ne može započeti s radom, on se mora snalaziti na različite načine. Srećom, postoje brojni izvori i mogućnosti koje pomažu pri financiranju novih poduzetničkih poduhvata.

Izvori financiranja mogu se podijeliti prema roku raspoloživosti, prema vlasništvu te prema porijeklu. Prema roku raspoloživosti izvora financiranje se dijeli na: kratkoročno financiranje i dugoročno financiranje. Prema vlasništvu: vlastiti i tuđi izvori. Prema porijeklu: unutarnji i vanjski.

Mladi su specifična skupina na tržištu jer ih karakterizira nedostatak radnog iskustva i praktičnih vještina, što ih čini ranjivima na tržištu i prijeti dugotrajnom nezaposlenošću.

CRANE ili Hrvatska mreža poslovnih anđela je neprofitna organizacija, koja se sastoji od individualaca zainteresiranih u investiranje. Osnovana je 2008. godine, a do sada je u Hrvatskoj preko agencije CRANE uloženo preko 20 milijuna kuna i to uglavnom u inovativne tvrtke, odnosno start up-ove.

KLJUČNE RIJEČI: poduzetnički poduhvat, poduzetnička ideja, izvori financiranja, poslovni anđeli

SUMMARY

Entrepreneurial venture is a combination of a good entrepreneurial idea with sufficient capital in the performance of entrepreneurs as holder of entrepreneurial activity. There are three basic ways of doing things without which it is impossible to run and successfully manage a business venture: a business opportunity, a resource and an entrepreneur, or an entrepreneurial team.

Money is the foundation for entering the entrepreneurial world. Therefore, if an entrepreneur has a good business idea, but he does not have enough financial resources, his idea will not become real. An entrepreneur without capital can not get started, he has to deal in different ways. Fortunately, there are numerous sources and opportunities that help finance new entrepreneurial ventures.

Funding sources can be broken down by availability, by ownership and by origin. According to the availability of resources, funding is divided into: short-term financing and long-term financing. Owned by Own Owners and Other Resources. According to origin: indoor and outdoor.

Young people are a specific group on the market because they are characterized by a lack of work experience and practical skills, which makes them vulnerable at the market and threatens long-term unemployment.

CRANE or the Croatian Network of Business Angels is a non-profit organization that consists of individuals interested in investing. It was founded in 2008, and up to now, over 20 million HRK has been invested in CRANE Agency in Croatia, mostly in innovative companies or start-ups.

KEY WORD: entrepreneurial venture, entrepreneurial idea, funding sources, business angels