

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

Samanta Franković

MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

Pula, 2016

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

Samanta Franković

MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

JMBAG: 2030-E

Studijski smjer: Management i poduzetništvo, redovni studij

Predmet: Gospodarstvo Hrvatske

Mentor: doc.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Grana: Opća ekonomija

Polje: Ekonomija

Pula, lipanj 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana _____, kandidaktinja za prvostupnicu _____ 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.

Studentica

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurje 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, _____

Potpis

SADRŽAJ

1.UVOD	1
2.OBILJEŽJA MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA	2
2.1 Pojmovno određenje	2
2.2 Kategorizacija malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj.....	3
2.3. Značajke malih poduzeća	7
2.3.1 Prednosti malih poduzeća	8
2.3.2 Prepreke razvoju malih i srednjih poduzeća.....	9
2.4 Inovacije i poduzetništvo	10
3.OKRUŽENJE SEKTORA MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ	13
3.1 Zakonodavni okvir	14
3.2 Nacionalne politike i programi.....	16
3.3 Regionalne razlike o poduzetništvu	18
4.FINANCIRANJE MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ	21
4.1.Banke.....	22
4.2.Mikrofinanciranje i kreditne unije	24
5. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ	26
5.1.Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj.....	26
5.2.Udruga za poticanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj.....	29
5.2.1. Udruga „Budi poslovna“	29
5.2.2. Udruga „Deša“ – Dubrovnik	30
5.2.3. Udruga „Ženski poduzetnički centar“	31
6.PRIMJER - TVRTKA VIBROBRTON DECORGARDEN	32
7. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA	36
POPIS ILUSTRACIJA	38
SAŽETAK.....	39
SUMMARY.....	40

1.UVOD

Tema ovog završnog rada je Malo i srednje poduzetništvo u Republici Hrvatskoj. Poduzeće je samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva. Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. Mala i srednja poduzeća poprimaju sve veći značaj u zemljama tržišnoga gospodarstva. Mikro, mala i srednja poduzeća predstavljaju preko 99% svih poduzeća u Europskoj uniji. Poduzetništvo je jedan od glavnih segmenata u Republici Hrvatskoj, te je u malom i srednjemu poduzetništvu zaposlen veliki broj ljudi.

Cilj ovoga rada je prikazati stanje malih i srednjih poduzetnika u Republici Hrvatskoj.

Završni rad se sastoji od šest poglavlja, uvoda i zaključka. Prvo poglavlje sastoji se od uvoda, i osnovnih informacija vezanih za svrhu i cilj završnog rada, te metoda korištenih u pisanju. U drugom poglavlju prikazana su obilježja malih i srednjih poduzeća, njihova kategorizacija te prednosti i prepreke na koje nailaze. Sljedeće poglavlje opisuje okruženje sektora malih i srednjih poduzeća, a sastoji se od zakonodavnoga okvira i nacionalnih politika. U četvrtom poglavlju je opisano financiranje malih i srednjih poduzeća. Peto poglavlje govori o ženskom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj. U posljednjem poglavlju opisan je primjer poduzeća Vibrobeton Decorgarden u vlasništvu Patrizie Milani.

Prilikom pisanja ovog rada korištene su slijedeće metode: metoda deskripcije, analize, sinteze i komparacije. Također je korištena metoda proučavanja dostupne literature i internetskih izvora iz područja razvoja proizvoda.

2.OBILJEŽJA MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA

2.1 Pojmovno određenje

Poduzetništvo se najčešće definira kao ukupnost poduzetnikovih sposobnosti. Nemoguće je jednoznačno definirati poduzetništvo zato jer je to izazov, odnosno uključuje naporan rad, inovativnost, upornost, želju za uspjehom. Možemo ga definirati i kao proces stvaranja vrijednosti u kojoj se kombiniraju resursi u svrhu da se iskoriste prilike na tržištu. Poduzetnik je osoba koja traži nove ideje, stvara nove proizvode koje bi širio na nova tržišta te kombinirao i ulagao inpute koji su mu potrebni. Ekonomska teorija ističe poduzetništvo kao temelj za gospodarski razvoj. Zadatak poduzetništva je na najpovoljniji način kombinirati i koordinirati proizvodne faktore da se maksimizira čisti profit.

Poduzetništvo uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a također je naglašeno vezano za prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini.¹

Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima je poznato pod nazivom tradicionalno poduzetništvo zato što je povijesno gledano poduzetništvo tradicionalno vezano za poduzetnike u malom poduzeću koje ima tradiciju neizmjerne različitosti i civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi u različitim društvenim okvirima i gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja.

Poduzetništvo je prilika za ubiranje visokih profita i ta spoznaja ja kod većine poduzetnika ključni čimbenik koji im daje motivaciju za osnivanjem vlastitoga poduzeća.² Prvi poznati zapisi o malom poduzetništvu pojavili su se prije 4000 godina. Poduzeće je cvjetalo u gotovo svim starim kulturama. Prvi začeci trgovačkih poduzeća nastaju u 12. stoljeću u Italiji, a od kraja 14. stoljeća pojavila su se tajna udruženja koja su imale poslovni oblik sličan današnjim javnim

¹ Škrtić M., Mikić M.: Poduzetništvo, Sinergija-nakladništvo d.o.o. , Zagreb 2011., str.1

² Zimmerer T.W. i Scarborough N.M.: Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, Prentice Hall, 2005., str. 6. i 7.

trgovačkim društvima.³ Poduzeće kao gospodarski subjekt je nastalo osamostaljivanjem privredne aktivnosti od poduzetnikova kućanstva. Kao tipičan masovni fenomen poduzeće se pojavljuje u 15. stoljeću.

Poduzetnik je osoba koja je spremna preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnoga razvoja, ulažući svoj novac u određeni poslovni pothvat u cilju da ostvari dobit. Vještine koje mora posjedovati pravi poduzetnik su: kreativnost, sposobnost uočavanja dobre poslovne šanse, inovativnost, upornost, mora imati jasno razrađene ciljeve, odlučnost te preuzimanje rizika i odgovornosti. Inovativnost je jedna od najznačajnijih poduzetnikovih vještina koja označava stvaranje nečega novog na tržištu, a cilj joj je da poduzeće bude što konkurentnije.

Poduzetnici pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge te stvaraju novu vrijednost. Da bi poduzetnik bio uspješan mora kreativno osmišljavati i planirati poslovne akcije, biti strpljiv, sistematičan i uporan, imati sposobnost inicijative i inovativnoga mišljenja, biti dobar organizator, znati motivirati ljude, znati prenijeti odgovornost uz diskretnu kontrolu.⁴ Poduzetnik prije svakog upuštanja u novo poslovanje mora imati potrebne informacije o uvjetima na tržištu prodaje i potražnje. Važno je i poznavanje Zakona i drugih pravnih propisa.

2.2 Kategorizacija malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj malo poduzetništvo čini jedan od najvažnijih segmenta poduzetničkoga djelovanja i odvijanja gospodarskih aktivnosti. Kategorizacija malih poduzeća u Republici Hrvatskoj može se poistovjetiti sa kategorizacijom malih poduzeća u Europskoj Uniji. Kriteriji za razvrstavanje subjekata u sektoru malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj definirani su Zakonom o računovodstvu⁵ i Zakonom o poticanju razvoja maloga gospodarstva⁶. Poduzeća se prema Zakonu o računovodstvu razvrstavaju na male, srednje i velike, a to ovisi o ukupnoj aktivni, iznosu prihoda te prosječnom broju radnika tijekom poslovne godine.

³ Op. cit., str.82

⁴ Ibidem., str. 106

⁵ Narodne novine br.109/07, 54/13

⁶ Narodne novine br.29/02, 63/07, 53/12, 56/13

Subjekti maloga poduzetništva su aktivni u ovim pravnim oblicima:⁷

- obrt (slobodni, vezani i povlašteni)
- trgovačko društvo (javno trgovačko društvo, društvo s ograničenom odgovornošću, komanditno društvo, dioničko društvo)
- zadruga (obrtička, poljoprivredna, stambena, štedno-kreditna, uslužna)
- ostali oblici organiziranja privatne poduzetničke prakse- slobodna zanimanja

Jedan od aktualnijih oblika u Republici Hrvatskoj su obiteljska poduzeća koja u novije vrijeme dobivaju sve veći značaj.

Mali poduzetnici su oni koji ne prelaze dva od sljedeća uvjeta:

- Ukupna aktiva 32.500.000,00 kuna
- Prihod 65.000.000,00 kuna
- Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine: 50 zaposlenika

Srednji poduzetnici su oni koji prelaze dva od tri uvjeta za male poduzetnik, ali ne prelaze dva od sljedećih uvjeta:

- Ukupna aktiva 130.000.000,00 kuna
- Prihodi 260.000.000,00 kuna
- Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine: 250 zaposlenika

Prema Zakonu o poticanju razvoja maloga gospodarstva maloga sektor malog i srednjega gospodarstva čini fizičke i pravne osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarivanja dohotka na tržištu.

S obzirom na veličinu subjekta razlikujemo:

1. Mikro subjekte - fizičke i pravne osobe koje prosječno godišnje zapošljavaju manje od 10 radnika te ostvaruju ukupne godišnje prihode u protuvrijednosti do 2.000.000,00 EUR, odnosno protuvrijednost dugotrajne imovine do 2.000.000,00 EUR.
2. Mali subjekti - fizičke i pravne osobe koje prosječno zapošljavaju manje od 50 radnika i ostvaruju ukupni godišnji prihod u protuvrijednosti do 10.000.000,00 EUR ili imaju zbroj

⁷ Narodne novine br.29/02, 63/07, 53/12, 56/13

bilance ako su obveznici poreza na dobit. Imaju dugotrajnu imovinu u protuvrijednosti od 10.000.000,00 EUR do 43.000.000,00 EUR.

Mikro, mala i srednja poduzeća su kvantitativne oznake koje mogu biti jednodimenzionalne ili višedimenzionalne. Malo gospodarstvo u Hrvatskoj čini 99,5% ukupnoga broja poduzeća, zapošljava se 66% djelatnika, ostvaruje 52,7% ukupnoga prihoda i 57,7% dobiti ukupnoga gospodarstva Hrvatska (2009. godine). Mala i srednja poduzeća su glavni izvori zaposlenja, pokretači inovacija te socijalne i lokalne integracije u Europi.

Tablica 1. Makroekonomski pokazatelji u Republici Hrvatskoj (2008. do 2013.)

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
Realni rast BDP-a	2,1	6,9	-2,3	0	-2,0	-0,9
Stopa nezaposlenosti	8,4	9,1	1,8	13,5	15,9	17,2
Stopa inflacije	6,1	2,4	2,1	2,3	3,3	2,2
Bruto inozemni dug, mil. EUR	40.590,00	45.244,30	46.483,4	45.737,7	44.935,40	45.631,40
Državni dug, u postotku od BDP-a	9,2	35,1	41,3	45,7	53,6	67,1

IZVOR: CEPOR.: Analiza financijskih rezultata poduzetnika u RH, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj 2014.godine, Gradska tiskara Osijek, Osijek, 2015.

U razdoblju od 2008. do 2013. izgubljeno je 11,9% realnoga BDP-a. Nepovoljan trend započeo je 2008. godine, a u Hrvatskoj je nastavljen i u 2013. godini. Pala je gospodarska aktivnost za 1% u odnosu na 2012. godinu te padu potrošnje za 0,69%. Realna vrijednost BDP-a 2014. godine pala

je za dodatnih 0,4 % te je nastavljen pad broja zaposlenih. Udio javnog duga u BDP-u je na svjetskoj razini povećan za 0,7%.

U 2015. godini realni rast BDP-a iznosio je 1,6%, a stopa nezaposlenosti je iznosila 17,7%. U 2013. godini zabilježen je porast broja poslovnih subjekata za 4% u odnosu na 2012. godinu, ali je struktura gospodarstva doživjela manje promjene. Porast broja poduzeća u 2013. godini zabilježen je u kategoriji malih poduzeća (4,2%) i u kategoriji velikih poduzeća (0,6%). U kategoriji srednjih poduzeća je zabilježen pad od 3,1%.

Mala i srednja poduzeća u 2013. godini imaju značajan udio u ukupnom prihodu od 52,1%. Mikro, mala i srednja poduzeća predstavljaju preko 99% svih poduzeća u Europskoj uniji. U Hrvatskoj 2013. godine posluje 100.841 mikro, malih i srednjih poduzeća.

Tablica 2. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu

Tip poduzeća	2001.		2012.		2013.	
	Broj zaposlenih	%	Broj zaposlenih	%	Broj zaposlenih	%
Malo	247.340	34,0	406.834	49,0	414.507	49,9
Srednje	161.426	22,2	149.787	18,1	150.605	18,1
Veliko	318.467	43,8	273.253	32,9	265.816	32,0
Ukupno	727.233	100,00	829.874	100,00	830.928	100,00

Izvor: CEPOR.: Analiza financijskih rezultata poduzetnika u RH, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj 2014.godine, Gradska tiskara Osijek, Osijek, 2015

Iz priložene tablice se može vidjeti struktura poduzeća s obzirom na veličinu. Vidljiva su u rasponu od 2001. pa do 2013. godine. Broj velikih poduzeća se smanjio dok se broj malih poduzeća skoro duplo povećao. U 2013. godini zabilježen je porast poslovnih subjekata za 4% u odnosu na 2012. godinu. Pao je broj zaposlenih ljudi u velikim poduzećima, a kroz godine se povećala stopa zaposlenosti u malim poduzećima.

Stopa rasta novoosnovanih poduzeća 2015. godine iznosila je 14,9%, a broj ugašenih poduzeća je smanjen za 39,7%.⁸

2.3. Značajke malih poduzeća

Mala poduzeća su trend za razvoj suvremenoga društva te imaju svoje posebnosti u odnosu na velika poduzeća. Obogaćuju raznovrsnost ponude i potražnje na tržištu. Najvećim dijelom služe lokalnom tržištu, ali se sve više primjećuje njihov utjecaj i na međunarodno tržište. Veliki dio malih poduzeća zasniva svoju djelatnost na staroj i niskoj tehnologiji no s druge strane povećava se i broj onih koji se baziraju na novoj tehnologiji višega ranga. Nova tehnologija omogućuje veću prilagodbu zahtjevima i potrebama tržišta proizvodnje te imaju bržu primjenu novih tehnoloških rješenja. Struktura malih poduzeća je uglavnom linijska, a to znači da ima manje razina te je komunikacija unutar poduzeća mnogo brža. Malim se poduzećima lakše upravlja nego velikim, te je često vlasnik ujedno i menadžer i poduzetnik. Sukobi se rješavaju efikasno. Moglo bi se reći da su mala poduzeća produktivnija i elastičnija u radu.

Mikropoduzeća, mala i srednja poduzeća (MSP) čine 99% svih poduzeća u EU. Ona osiguravaju dva od tri radna mjesta u privatnome sektoru te zapošljavaju oko 33 milijuna ljudi.⁹ Danas je za uspješnost poslovanja potrebna kreativnost i inovativnost. Poduzetniku su potrebne ove vještine kako bi se istaknuo od drugih te kako bi pridonijeli boljem poslovanju.

Kako bi se osnovalo malo poduzeće nisu potrebna velika financijska sredstva, pa su manji rizici prilikom osnivanja. Mala poduzeća su u vlasništvu pojedinaca ili obitelji koje ih vode i izravno s njima upravljaju. Kao slabosti malih poduzeća možemo navesti: neodgovarajuće financiranje, nepotpuna informatička znanja poduzetnika, nedovoljno razvijen management, donošenje pogrešnih odluka. Poduzetnici često nemaju dovoljno znanja iz poslovne ekonomije te vode pogrešnu politiku potraživanja od kupaca. Treba znati spoznati prilike koje se pojavljuju na tržištu. Mala poduzeća mogu dovesti do neuspjeha zbog neočekivanih događaja na tržištu. Neki

⁸ www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-prednjaci-u-regiji-ima-najveći-broj-novoosnovanih-poduzeća-304937, 18.11.2015

⁹Liderpress, www.liderpres.hr 08.04.2016

su poduzetnici prisiljeni na traženje pomoći od stručnjaka ili drugim institucijama. Također razvoj menadžmenta trebao bi pratiti razvoj i rast samoga poduzeća.

Prosječni životni vijek novoga poduzeća kraći je od 20 godina. To se podjednako odnosi na razvijene i nerazvijene zemlje. Kao osnovni razlog za visoki stupanj neuspjeha je lakoća ulaska u malo gospodarstvo. Mala poduzeća poprimaju sve veće značenje u zemljama tržišnih gospodarstava svijeta. Također, imaju važnu ulogu u području inovacija, poboljšavaju gospodarsku strukturu te razvijaju novo poduzetništvo. Moglo bi se reći da pridonose ekonomskoj efikasnosti nacionalnih gospodarstava te svjetskoj razmjeni.

Mala i srednja poduzeća su vrlo kooperativna te je to jedan od uvjeta njihove stabilnosti u poslovanju. Oni su zasebna skupina u gospodarstvu u smislu organizacije i ustroja financijskoga izvještavanja. Rastuća mala i srednja poduzeća predstavljaju ključan dio rješenja problema dugotrajne visoke stope nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj.

2.3.1 Prednosti malih poduzeća

Mnogo je prednosti malih poduzeća. Prednosti malih poduzeća su:

- Neovisnost: osnivanjem maloga poduzeća, poduzetnici u potpunosti samostalno odlučuju i odgovaraju za svoj posao i svoje zaposlenike. Također, preuzimaju i odgovornost za svoje poslovanje.
- Mala i srednja poduzeća se brže prilagođavaju tržištu, za razliku od velikih jer brže reagiraju na promjene. Imaju manje troškove poslovanje i veću fleksibilnost sniženja cijena. Ostvaruju veći povrat na dionički kapital nego velika poduzeća.
- Vlasnik, odnosno poduzetnik, je u većini slučajeva i menadžer pa takva poduzeća imaju nizak stupanj birokratiziranosti upravljačkih struktura, a to znači da poduzetnik često sam odlučuje kada, kako i koliko će raditi.
- Brzo reagiranje na probleme klijenata i poznavanje klijenata na dubljem nivou. Kod velikih kompanija najčešće nema „osobne komunikacije“. Brzo rješavanje problema poboljšava odnos sa klijentima.

- Ostvarenje financijskoga uspjeha: moguće je da poduzetnik ostvari veći financijski uspjeh nego što bi ostvario kao zaposlenik u nekome velikome poduzeću.
- Stvaranje tradicije obiteljskoga posla podrazumijeva suradnju članova obitelji te prenošenje tradicije s generacije na sljedeću generaciju.
- Poduzetnik ima potrebu za samoaktualizacijom. Sami uživaju u osjećaju samostalnoga razvoja te smatraju kako su sami odgovorni za uspjeh ili neuspjeh. Imaju priliku biti jedinstveni.

Nakon prednosti u slijedećem naslovu slijede prepreke razvoja malih i srednjih poduzeća.

2.3.2 Prepreke razvoju malih i srednjih poduzeća

Hrvatska je već dugi niz godina uključena u brojna istraživanja koja pokazuju prepreke razvoja maloga i srednjega poduzetništva. Neki od ključnih razloga su: administrativne prepreke (dugotrajne i skupe procedure za pokretanje i likvidaciju poduzeća), neefikasnost pravosuđa, slaba usmjerenost na poduzetničko obrazovanje, dugotrajne procedure registracije vlasništva i nerazvijenost neformalnih oblika financiranja pokretanja poslovnoga pothvata.

Hrvatska je prema Izvješću o globalnoj konkurentnosti 2014.-2015. koje provodi Svjetski gospodarski forum bila pozicionirana na 77. mjesto od ukupno 144 zemlje koje su bile uključene u istraživanje. Hrvatska je prvi puta bila uključena u to istraživanje 2002. godine i od tada oscilira njezino kretanje na ljestvici konkurentnosti. Razdoblje napretka u poduzetništvu Hrvatska je bilježila od 2005. do 2007. godine, dok je razdoblje kontinuiranoga pada uslijedilo od 2008. do 2012. godine. Ponovni rast zabilježen je u 2013. godini, a nakon toga pad u 2014. godini. Razlozi pada konkurentnosti su zbog loše kvalitete i slabe inovativnosti.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM je međunarodni projekt koji je iniciran 1998. godine. Uključeno je 37 država. Hrvatska je od 2002. godine postala sudionikom toga projekta. Glavni cilj ovoga projekta je praćenje i razvijanje indikatora kojima se mjeri poduzetnička aktivnost. GEM istražuje povezanost između općih makroekonomskih uvjeta i okvira poduzetničkih uvjeta. Rezultati GEM istraživanja u Hrvatskoj od 2002. Do 2013. kao najslabije komponente

poduzetničkoga ekosustava navode vladine politike prema regulatornom okviru, poduzetničko obrazovanje i prijenos rezultata aktivnosti istraživanja i razvoja u sektoru malih i srednjih poduzeća. Navedene komponente su ocjenjene najniže te su one velike prepreke poduzetničkoga djelovanja.

Jedan od problema sa kojima se susreću mala i srednja poduzeća je konkurentnost u pridobivanju kupaca, postojanje potražnje je jedan od ključnih faktora u uspješnome poslovanju. Financiranje predstavlja veće ograničenje za mikro poduzeća, nego za mala i srednja.

Također, kapitalna ograničenja koče rast i razvoj poduzetništva. Mala i srednja poduzeća su zadužena i nemaju dovoljno vlastitoga kapitala. Nepovoljni financijski izvori bitno ograničavaju restrukturiranje i rast poduzeća. Sustav poticanja u Hrvatskoj je fragmentiran te se sve više ljudi okreće sigurnim i velikim poduzećima. Temeljni problem je nelikvidnost, koji uz nedostatak kapitala predstavlja velike prepreke u gospodarstvu. Mnogobrojne su prepreke kod malih i srednjih poduzetništva.

2.4 Inovacije i poduzetništvo

Kako bi poduzeća bila konkurentna na tržištu moraju biti kreativna i inovativna. Hrvatska poduzeća bilježe relativnu nisku razinu inovativnosti. Izvori znanja su obrazovanje, istraživanje, razvoj i inovacije. Problem koji se javlja u Republici Hrvatskoj je ograničenost resursa za stvaranje inovacija. Hrvatska se smatra „umjerenim inovatorom“ s obzirom na inovacijsku uspješnost.

Prema podacima o inovacijskoj uspješnosti maloga gospodarstva u Hrvatskoj, 79% velikih poduzeća inovira, a samo se trećina malih poduzeća bavila inovacijama u razdoblju u kojemu je bilo provedeno istraživanje. Što se tiče vrste inovacijskih aktivnosti najviše ih spada na nabavu postrojenja, opreme i softvera, a manji je dio posvećen jačanju inovacijskoga kapaciteta, generiranju novoga znanja putem istraživanja i razvoja te aktivnostima tržišnoga plasmana proizvoda ili usluga. Financije su također prepreka inovacijama u malim i srednjim poduzećima.

Tablica 3. Rastuća poduzeća u Hrvatskoj prema kriteriju Hrvatskih proizvoda

Kriterij za kategorizaciju rastućih poduzeća	2011.	2012.	2013.
Poduzeća koja imaju nove proizvode koji su novi svima (%)	12,63	9,0	8,05
Poduzeća koja imaju proizvode koji su novi nekima (%)	25,16	21,06	21,86
Poduzeća koja imaju proizvode koji nisu novi nikome (%)	62,21	69,94	70,09

Izvor: Izvješće o malim i srednjim poduzećima 2014.godine, CEPOR

Tablica 4. Rezultati globalnog indeksa inovativnosti za 2013. i 2014. godinu za Hrvatsku i ostale zemlje

Zemlja	Rang 2014.	Rang 2013.	Promjena	
Švicarska	1.	1.	→	0
Finska	4.	6.	↗	+2
Nizozemska	5.	4.	↘	-1
Njemačka	13.	15.	↗	+2
Austrija	20.	19.	↘	-1
Češka	26.	28.	↗	+2
Španjolska	27.	26.	↘	-1
Slovenija	28.	30.	↗	+2
Italija	31.	29.	↘	-2
Mađarska	35.	31.	↘	-4
Slovačka	37.	36.	↘	-1
Hrvatska	42.	37.	↘	-5
Poljska	45.	49.	↗	+4
Grčka	50.	55.	↗	+5
Rumunjska	55.	48.	↘	-7
Crna Gora	59.	44.	↘	-15

Izvor: Globalni indeks inovativnosti 2014.

Hrvatska je što se tiče Globalnog indeksa inovativnosti 2015. sa obzirom na 2014. godinu napredovala na 40. mjesto sa 42. mjesta. Hrvatska je najbolje rangirana po kriteriju kreativnosti, a

najgore po kriteriju razvoja tržišta.¹⁰ Ulaganjem u inovativne proizvode i usluge kao i u inovacije traže drukčiju strukturu financiranja tj. onu koja je oslonjena na ulaganje kapitala u vlasničku glavnici. Inovativna poduzeća bi trebala znati iskorištavati cijeli spektar financijskih instrumenata. Poduzeće mora biti ozbiljan konkurent na tržištu kako bi snizio svoje troškove proizvodnje, ali i ovisnost o domaćem tržištu, a konkurentnost se postiže inovativnošću.

¹⁰Liderpress, www.liderpress.hr 07.04.2016

3. OKRUŽENJE SEKTORA MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Općenito okruženje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj čine Zakonodavni i institucionalni okvir. Zakonodavni i institucionalni okvir definira: distribuciju kompetencija za donošenje policy odluka vezanih uz sektor malih i srednjih poduzeća, implementaciju donesenih odluka na razini državnih institucija npr. Ministarstava i agencija, smjer razvoja nacionalnih i regionalnih politika razvoja sektora malih i srednjih poduzeća te raspoloživost podrške sektoru malih i srednjih poduzeća.

Za formuliranje, donošenje i implementaciju policy okvira za djelovanje sektora malih i srednjih poduzeća najviše utjecaja imaju:¹¹

- Ministarstvo poduzetništva i obrta koje je nadležno za kreiranje politika usmjerenih na razvoj malih i srednjih poduzeća te stvara povoljno okruženje za poduzetništvo.
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) - razvojna i izvozna državna banka čija je osnovna zadaća poticanje gospodarstva putem kreditiranja, osiguravanja izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanje garancija i poslovno savjetovanja.
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, investicije i inovacije (HAMAG BICRO) - ta je agencija nastala 2014. godine spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske. Cilj je kreirati sustav koji će poduzetnicima pružiti podršku kroz sve faze razvoja poslovanja te obuhvaća aktivnosti vezane uz poticanje osnivanja i razvoja malih i srednjih poduzeća. Djelovanje Agencije je u nadležnosti Ministarstva poduzetništva i obrta.
- Hrvatska udruga poslodavaca je dobrovoljna, neprofitna i neovisna udruga poslodavaca koja štiti i promiče prava svojih članova. Udruga se bavi aktivnostima u području radno-socijalnoga zakonodavstva, industrijskih odnosa, zaštita privatnoga vlasništva, promocija razvoja i uređenje tržišnih uvjeta poslovanja. Također jača konkurentnost i stvara povoljnu poduzetničku klimu.

¹¹ CEPOR.: Analiza financijskih rezultata poduzetnika u RH, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj 2014.godine, Gradska tiskara Osijek, Osijek, 2015., str. 34

- Hrvatska gospodarska komora - samostalna stručno poslovna organizacija obrtnika koja je osnovana radi promicanja, usklađivanja i zastupanja zajedničkih interesa obrtništva. Organizacija djeluje kroz 20 područnih komora, 116 udruženja obrtnika te 18 sekcija i cehova.
- Europska banka za obnovu i razvoj koja kroz „Tim podrške malim poduzećima“ (Small Business Support Team) pruža informacije i savjetodavne usluge malim i srednjim poduzećima. Usmjeren je na to da se postigne rast, unaprijedi izvozni potencijal i da se stvore nove mogućnosti zapošljavanja.
- Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR - to je neovisni policy centar koji se bavi problematikom malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. Cilj CEPOR-a je utjecati na javno-političko okruženje i naglašavanje utjecaja poduzetništva odnosno malih i srednjih poduzeća na razvoj gospodarstva Hrvatske. Od 2014. godine u sklopu CEPOR-a djeluje i Centar za obiteljska poduzeća i prijenos poslovanja - CEPRA čiji je cilj pružanje podrške obiteljskim i drugim malim i srednjim poduzećima u području prijenosa poslovanja i drugih izazova vezanih uz upravljanje obiteljskim poduzećima. CEPOR je fokusiran na stvaranje stimulativnog institucionalnoga i regulatornog okvira za poduzetničko djelovanje.

Slijedećim naslovom će se prikazati Zakonodavni okvir Republike Hrvatske.

3.1 Zakonodavni okvir

Zakonodavni i institucionalni okvir Republike Hrvatske se ne može ocijeniti poticajnim za razvoj malih i srednjih poduzeća. Prisutna je prekomjerna uključenost Ministarstva poduzetništva i obrta u operativne programe koje bi trebale obavljati agencije i institucije kao što su HAMAG BICRO i HBOR.

Regulatorni okvir za sektor malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj čine sljedeći zakoni:

- Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13, 41/14)
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13)
- Zakon o državnim potporama (NN 47/14)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 152/11, 111/12, 144/12, 68/13)

- Zakon o vlasništvu i drugim stvarnim pravima (NN 91/96, 68/98, 137/99, 22/00, 73/00, 129/00, 114/01, 79/06, 141/06, 146/08, 38/09, 153/09, 143/12)
- Zakon o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja (NN 111/12, 28/13)
- Zakon o deviznom poslovanju (NN 96/03, 140/05, 132/06, 150/08, 92/09, 133/09, 153/09, 145/10, 76/13)
- Zakon o platnom prometu (NN 133/09, 136/12)
- Zakon o koncesijama (NN 143/12)
- Zakon o tržištu kapitala (NN 88/08, 146/08, 74/09, 54/13, 159/13)
- Zakon o obrtu (NN 143/13)
- Zakon o trgovini (NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13, 30/14)
- Zakon o sudskom registru (NN 1/95, 57/96, 1/98, 30/99, 45/99, 54/05, 40/07, 91/10, 90/11, 148/13, 93/14)
- Zakon o uslugama (NN 80/11)
- Zakon o javno-privatnom partnerstvu (NN 78/12)
- Zakon o računovodstvu (109/07, 54/13)
- Zakon o reviziji (NN 146/05, 139/08, 144/12)
- Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja (NN 79/09, 80/13)
- Zakon o javnoj nabavi (NN 90/11, 83/13, 143/13, 13/14)
- Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13)
- Zakon o prostornom uređenju i gradnji (NN 76/07, 38/09, 55/11, 90/11, 50/12, 55/12, 80/13)
- Zakon o radu (NN 93/14)
- Zakon o zaštiti potrošača (NN 41/14)
- Stečajni zakon (NN 44/96, 29/99, 129/00, 123/03, 82/06, 116/10, 25/12, 133/12)
- Ovršni zakon (NN 112/12, 25/13, 93/14)

Regulativu poreznog sustava čine sljedeći zakoni:

- Opći porezni zakon (NN 147/08, 18/11, 78/12, 136/12, 73/13)
- Zakon o doprinosima (NN 84/08, 152/08, 94/09, 18/11, 22/12, 144/12, 148/13, 41/14)
- Zakon o porezu na dobit (NN 177/04, 90/05, 57/06, 146/08, 80/10, 22/12, 148/13)
- Zakon o porezu na dohodak (NN 177/04, 73/08, 80/10, 114/11, 22/12, 144/12, 43/13, 120/13, 125/13, 148/13, 83/14)

- Zakon o porezu na dodanu vrijednost (NN 73/13, 99/13, 148/13, 153/13)
- Zakon o porezu na promet nekretnina (NN 69/97, 26/00, 127/00, 153/02, 22/11)
- Zakon o trošarinama (NN 22/13, 32/13, 81/13)

3.2 Nacionalne politike i programi

U Republici Hrvatskoj postoji veliki broj programa koji potiču razvoj i unaprjeđuju malo i srednje poduzetništvo. Trenutno su aktualni programi:¹²

- Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020.- ova je strategija nastala 2013. godine. Njezin je cilj da se poveća konkurentnost maloga gospodarstva u Hrvatskoj kroz poboljšanje ekonomske uspješnosti, promocija poduzetništva, da se poveća pristupnost financijama, poboljšanje poslovnoga okruženja i poduzetničkih vještina.
- Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.- cilj je da se uskladi umreženost javnih politika i poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena. Također uvodi poduzetništvo žena u ukupnu institucionalnu infrastrukturu te promovira poduzetništvo žena.
- Akcijski plan provedbe Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.
- Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011.-2020.- bavi se unaprjeđivanjem upravljanja hrvatskom klsterskom politikom, jačanjem klastera i klsterskih udruženja, poticanje inovacija i transfera novih tehnologija, jačanje znanja i vještina za razvoj klastera te osvajanje novih tržišta i internacionalizacija klastera.
- Podrška malim poduzetnicima - CEPOR je u suradnji s EFSOM (European Southeast Europe) pokrenuo projekt „Podrška malim poduzetnicima“. Cilj ovoga projekta je kroz edukaciju i mentorstvo podržati mlade ljude u procesu pokretanja vlastitoga poduzetničkoga pothvata. Na taj bi im način pomogli prebroditi kritičnu godinu u poslovanju. Projekt traje godinu dana te se sastoji od 8 radionica i podršku mentora koji su iskusni poduzetnici i stručnjaci za pojedina područja razvoja biznisa. Osigurana su sredstva za sudjelovanje 20 poduzetnika.

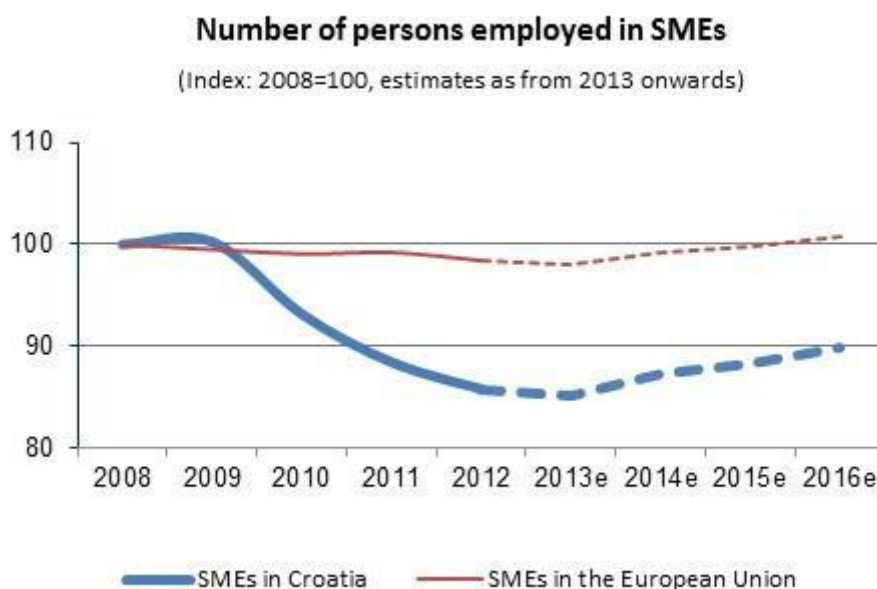
¹² Ibidem

Svi programi i strategije koje se provode u Republici Hrvatskoj moraju biti usklađeni sa Small Business Act of Europe iz 2008. Godine. Time je Europska unija dala smjernice za uvažavanje središnje uloge malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu Europske unije. Hrvatska može pratiti odstupanja koja su definirana u Small Business Act of Europe kroz dvije evaluacije: SBA Fact Sheet i SME Policy Indeks.

SBA Fact Sheet (2014.) je godišnje izvješće EU koje analizira promjene u trendovima u okruženju i regulatornom okviru na nacionalnoj razini za sektor malih i srednjih poduzeća. Hrvatska i dalje zaostaje u kvaliteti poduzetničke okoline za drugim članicama EU, unatoč napretku koji je postigla u proteklim godinama. Područje u kojemu Hrvatska bilježi bolje rezultate je „Okruženje“ jer ima mogućnost da koristi državne potpore u području zaštite okoliša i energetske učinkovitosti.

SME Policy Indeks prati implementaciju Small Business Act for Europe kroz 108 indikatora koji pružaju okvir za procjenu nacionalnih politika maloga i srednjega poduzetništva, a temelje se na principima Small Business Act-a.

Grafikon 1. Broj zaposlenika u malim i srednjim poduzećima



Izvor: SME Policy indeks 2015.

Nakon što je Republika Hrvatska napustila CEFTA-u, i priključila se Europskoj uniji, hrvatska poduzeća bilježe pad izvoza od 5,9%. Prema podacima SBA Fact Sheet-a za 2014.godinu glavne prepreke u izvozu su: troškovi, vrijeme i broj dokumenata potrebnih za izvoz. Troškovi potrebni za realizaciju izvoznog ugovora u Hrvatskoj povećali su se, te su za 29% veći od troškova prosječno potrebnih u Europskoj uniji. Iznos troškova u Hrvatskoj iznosi 7862,00 kuna, dok je u Europskoj uniji prosjek 6093,00 kuna. U Hrvatskoj je potrebno 6 dana više za realizaciju izvoznoga ugovora, odnosno 18 dana nego u prosjeku Europske unije od 12 dana te je u Hrvatskoj potrebno čak i više dokumenata.

3.3 Regionalne razlike o poduzetništvu

TEA (Total Entrepreneurship Activity) Indeks je odnos broja ljudi na svakih 100 odraslih stanovnika (18-64 godine starosti), koji pokušavaju pokrenuti vlastiti posao ili su vlasnici/manageri u nekom aktivnom poduzeću, ali ne starijem od 42 mjeseca. Rezultatima GEM istraživanja u 2013.godini pokazuju povećanje aktivnosti u pokretanju poslovnih pothvata u regijama Zagreb i okolica, Lika i Banovina i Slavonija i Baranja, a mjereni su TEA indeks-om. Regije Istra, Primorje i Gorski Kotar, Dalmacija i Sjeverna Hrvatska bilježe pad TEA indeksa. U 2013. godini Lika i Banovina je regija s najvećim intenzitetom aktivnosti pokretanja poslovnoga pothvata . Dalmacija je u 2012. i 2013. godini na prvome mjestu , iako bilježi pad TEA Indeks. Istra i Zagreb imaju visoku razinu aktivnosti u pokretanju poslovnoga pothvata.

Tablica 5. Regionalne razlike u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata u 2011., 2012., i 2013. godini

Regija	2011.		2012.		2013.	
	TEA	Rang	TEA	Rang	Tea	Rang
Istra, Primorje i Gorski Kotar	8,68	2	12,23	2	9,58	3
Zagreb i okolica	9,14	1	9,15	3	9,99	2
Dalmacija	8,57	3	12,64	1	10,71	1
Sjeverna Hrvatska	5,17	5	5,23	4	3,83	6
Lika i Banovina	7,16	4	3,48	6	7,47	4
Slavonija i Baranja	4,74	6	5,19	5	6,77	5

Izvor: CEPOR.: Analiza financijskih rezultata poduzetnika u RH, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj 2014.godine, Gradska tiskara Osijek, Osijek, 2015., str. 25

Za potrebe GEM istraživanja od 2003. godine hrvatske županije su grupirane u 6 regija po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske:

- Istra, Primorje i Gorski Kotar: Istarska županija i Primorsko-goranska županija
- Zagreb i okolica: Grad Zagreb i Zagrebačka županija
- Dalmacija: Dubrovačko-neretvanska županija, Splitsko-dalmatinska županija, Šibensko-kninska županija i Zadarska županija

- Sjeverna Hrvatska: Bjelovarsko-bilogorska županija, Krapinsko-zagorska županija, Koprivničko-križevačka županija, Međimurska županija, Varaždinska Županija i Virovitičko-podravska županija
- Lika i Banovina: Karlovačka županija, Ličko-senjska županija i Sisačko-moslavačka županija
- Slavonija i Baranja: Brodsko-posavska županija, Osječko-baranjska županija, Požeško-slavonska županija i Vukovarsko-srijemska županija.

Kontinentalna Hrvatska dominira brojem malih poduzetnika i broju zaposlenih u malome gospodarstvu.

4. FINANCIRANJE MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ

Jedno od glavnih ograničenja maloga gospodarstva je da osiguraju financijska sredstva u odgovarajućem obliku i po odgovarajućim uvjetima. U Hrvatskoj su osnovni izvori financiranja: bankarski sektor, kreditne unije i Vladini programi poticaja i subvencioniranih kreditnih linija. Slabo su zastupljeni i korišteni fondovi rizičnoga kapitala i neformalni izvori financiranja. Poslovni anđeli su uspješni poduzetnici ili manageri koji ulažu kapital u poduzetničke pothvate u ranoj fazi rasta poduzeća. Poduzetnici se sve više okreću kreditiranju kao glavnome izvoru financiranja. Slaba je potražnja za netradicionalnim izvorima financiranja je rezultat nedovoljnoga poznavanja takvih financijskih proizvoda i ograničenost ponude takvih izvora. Velika poduzeća imaju prednost što se tiče financiranja u odnosu na mala poduzeća.¹³ Najveće probleme s obzirom na svoju veličinu mala i srednja poduzeća trpe u području financiranja kao npr.:

- Banka će u pravilu radije dati kredit velikom poduzeću nego malome i srednjemu jer joj je trošak obrade za kredit isti, a kredit može biti puno veći.
- Trošak izdavanja vrijednosnih papira (obveznica ili dionica) je po komadu manji kad ih se izda više; to će prije postići veća poduzeća.
- Velika poduzeća su u prosjeku starija nego mala i srednja, a dulja povijest poslovanja uvjetuje i veće povjerenje kreditora prema poduzeću pa će kamatna stopa biti manja.
- Mala i srednja poduzeća često ne raspolažu nekretninama pa im se banke nemaju na što upisati radi osiguranja kredita.
- Mala i srednja poduzeća se ne mogu samostalno prijaviti za visokovrijedne projekte jer nemaju dovoljno vlastitih sredstava kojima bi garantirali izvršenje projekta.

Mogućnosti pronalaženja izvora financiranja za mala i srednja poduzeća u Republici Hrvatskoj su raznovrsna. Poduzetnici su često nespremni da prihvate neki kapital, jer su s njime redovito povezane i neke obaveze.

¹³ Cvijanović, V., Marović, M., Sruck, B.:Financiranje malih i srednjih poduzeća, GIPA d.o.o. Zagreb 2008.,str.12, 13.

Tablica 6. Percepcija o raspoloživosti netradicionalnih izvora financiranja u 2012 i 2013. godini

	Ocjena	2012.		2013.	
		Prosjek	Hrvatska	Prosjek	Hrvatska
Financijska podrška	Postoji dovoljno dioničkih fondova, financiranja dugovanja, privatnih investicija, fondova rizičnoga kapitala, dostupnost inicijalne javne ponude dionica	2,48	2,12	2,55	2,29

Izvor: GEM Hrvatska, CEPOR-Izvešće o malim i srednjim poduzetnicima 2014.godine

Iz prethodne tablice vidljiva je percepcija o raspoloživosti netradicionalnih izvora financiranja u 2012 i 2013 godini. Vidljivo je da Hrvatska drži osrednji prosjek.

4.1.Banke

U financiranju maloga i srednjega poduzetništva veliku ulogu imaju banke. Financijske institucije koje kreditiraju srednje i male poduzetnike u Hrvatskoj su i nebankarske institucije-štedno-kreditne zadruge, osiguravatelji ili leasing. Banke u Hrvatskoj prepoznale su značaj sektora malih i srednjih poduzeća i tržište bankarskih kredita namijenjenih malom i srednjem poduzetništvu vrlo je razvijeno. Skoro sve banke nude poduzećima: kredite za financiranje izvoza, za obrtna sredstva, građevinske kredite, hipotekarne kredite, kredite za turističke usluge, krediti za specifične djelatnosti kao što su maslinarstvo ili vinogradarstvo, kredite za žene poduzetnice, kredite za početnike i dr. Banke sudjeluju u kreditiranju maloga gospodarstva svojim specijalnim kreditnim programima, programima u suradnji s državnim ministarstvima te kreditnim aktivnostima za opće namjene. Gotovo sve veće banke uz ponudu proizvoda omogućuju i dodatne linije financiranja koje se očituju kroz suradnju s ministarstvima, HBOR-om, HAMAG-BICRO-m, jedinicama lokalne samouprave, gradovima, županijama, te međunarodnim institucijama kao npr. EBRD - Europska banka za obnovu i razvoj, EIB -

Europska investicijska banka, CEB - Razvojna banka vijeća Europe, EFSE - Europski fond za Jugoistočnu Europu, EIF - Europski investicijski fond i drugi.

Na hrvatskom kreditnom tržištu dominiraju sljedeći uvjeti financiranja:

- Dugoročni krediti u iznosu do 5 milijuna kuna, ovisno o kreditnoj sposobnosti i namjeni, trajanje do 15 godina. Kamata je po dogovoru.
- Kratkoročni krediti u iznosu od 10.000,00 kuna do 150.000,00 kuna, ovisno o kreditnoj sposobnosti klijenta, trajanje do 12 mjeseci. Kamata je dogovorna.

Kao osiguranje mogu se koristiti mjenice, depoziti, zadužnice, zalog vrijednosnih papira i zalog komisionih plasmana.

Tablica 7. Program kreditiranja HBOR-a 2012. i 2013.godine

Programi kreditiranja HBOR-a	2012.			2013.		
	Broj odobrenih kredita	Ukupan iznos odobrenih sredstava (kn)	Prosječan iznos kredita (kn)	Broj odobrenih kredita	Ukupan iznos odobrenih sredstava (kn)	Prosječan iznos kredita (kn)
Kreditni za MSP na području posebne državne skrbi i otocima i za poljoprivredu	151	634.272.000	4.200.477	122	205.816.000	1.687.016
Kreditni za MSP za utemeljenje poduzetništva i razvoj poduzetništva	462	1.514.828.000	3.278.848	403	1.293.712.000	3.210.203
Kreditni za MSP za turizam	71	448.621.000	6.318.606	73	576.545.000	7.897.877
Kreditni za MSP za financijsko restrukturiranje	20	107.215.000	5.360.750	38	131.538.000	3.461.526
Kreditni za MSP za izvoz	150	630.173.000	4.201.153	108	437.187.000	4.048.028
Kreditni za MSP za obrtna sredstva	498	1.240.522.000	2.491.008	336	857.867.000	2.553.176
UKUPNO	1.352	4.575.633.000	3.384.344	1.080	3.502.665.000	3.243.208

Izvor: CEPOR-Izvješće o malim i srednjim poduzetnicima 2014. godine

Iz prethodne tablice vidljivi su programi kreditiranja HBORa za 2012. i 2013. godinu. Vidljivo je da je najveći broj kreditora za obrtna sredstva te za poduzetništvo i razvoj poduzetništva. Isto tako u tome su podjeljeni najveći iznosi.

4.2. Mikrofinanciranje i kreditne unije

Mikrofinanciranje obuhvaća kreditiranje i pružanje osnovnih financijskih usluga uz uvjete i odredbe koji omogućuju klijentima prevladavanje nedostataka tradicionalnih jamstava, te edukaciju i mentoriranje. Usluge mikrofinanciranja usmjerene su na mikro poduzeća, samozaposlene i nezaposlene osobe za koje je ograničen pristup sredstvima financiranja predstavlja visoku barijeru za realizaciju poduzetničkoga pothvata. U Hrvatskoj su kreditne unije Zakonom o kreditnim unijama¹⁴ iz 2011. godine zamijenile štedno-kreditne zadruge.

Hrvatska udruga kreditnih unija je osnovana 1. srpnja 2011. godine u Zagrebu. Unija je osnovana na inicijativu devet kreditnih unija.¹⁵ Najvažnija zadaća je unaprjeđenje zakonske regulative koja propisuje rad kreditnih unija i stvaranje pozitivne poduzetničke klime kako bi se povećale mogućnosti samozapošljavanja i otvaranja novih radnih mjesta.

Popis kreditnih unija u Republici Hrvatskoj:¹⁶

- Kreditna unija Apoen, Valpovo
- Kreditna unija Deponent, Zagreb
- Kreditna unija Duga-kredit, Osijek
- Kreditna unija Dukat, Viškovo
- Kreditna unija Euro, Nova Gradiška
- Kreditna unija Gama, Zagreb
- Kreditna unija Jamstvo, Županja
- Kreditna unija Libertina, Sisak
- Kreditna unija Kod sata, Sisak
- Kreditna unija Krajcar, Županja

¹⁴ Narodne novine br.141/06, 25/09, 90/11

¹⁵ HUK kreditne unije, www.hukreditneunije.hr 01.04.2016

¹⁶ Popis kreditnih unija na dan 31.12.2015. www.Old.hnb.hr 01.04.2016

- Kreditna unija Libertna, Čakovec
- Kreditna unija Marjan, Split
- Kreditna unija Noa, Osijek
- Kreditna unija Sjenica, Čakovec
- Kreditna unija Zagreb, Zagreb
- Bjelovarska kreditna unija, Bjelovar
- Eurokred kreditna unija, Zagreb
- Bra-ma kreditna unija, Split
- Zagorska kreditna unija, Zabok
- Zanatska kreditna unija, Križevci
- Vrbovečka kreditna unija, Vrbovec
- Štednokred kreditna unija, Zagreb
- Komercijalna kreditna unija, Zagreb
- Sindikalna štedno-kreditna unija, Zagreb
- ABC Kreditna unija, Sisak

5. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

5.1.Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj

Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. je nastavak je iste Strategije donesene za razdoblje od 2010. do 2014. godine. Republika Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja koja ima Strategiju razvoja poduzetništva žena. Analizom dokumenta razvoja poduzetništva žena (Ocjena stanja ekonomske i poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj te Izvješće o provedbi strategije 2010.-2013.) prikazani su ključni problemi poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, a to su:

- Podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima i zaposlenosti
- Niže plaće u obavljanju sličnih poslova
- Značajna dominacija u nezaposlenosti
- Značajna upravljačka podzastupljenost i podzastupljenost u vlasničkoj strukturi
- Nepovezanost aktivnosti za jačanje poduzetništva žena i
- Nedovoljna koordinacija i suradnja nositelja provedbe javnih politika, programa i inicijativa kojima se doprinosi razvoju poduzetništva žena, što onemogućava učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava.

Strategija je na odgovarajući način prati Strategiju razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. čiji je cilj da se poveća konkurentnost maloga gospodarstva. Strategija se temelji na strateškom okviru EU, SBA aktu i Ženskoj povelji te Strategiji Europa 2020.

Prepreke koje otežavaju rješavanje problema u jačanju poduzetništva žena su dominacija žena u nezaposlenosti, postojani jaz u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena i nezastupljenost žena u upravljačkim aktivnostima.

U rujnu 2015. godine zabilježeno je da je zaposleno 626 470 žena, od ukupno 1 345 682 zaposlenih.¹⁷

¹⁷ [www.dzs.hr>Hrv_Eng>publication](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng>publication), 30.10.2015

Tablica 8. Potpore dodijeljene ženama poduzetnicama kroz Poduzetnički impuls 2010. do 2013. godine

	Ukupni broj dodijeljenih potpora	Broj dodijeljenih potpora ženama poduzetnicama	Udio žena %	Ukupno dodijeljeni iznos potpora kn	Dodijeljeni iznos ženama poduzetnicama kn	Udio žena %
2010.	5.036	1.973	39,2	249.427.818,08	39.431.856,02	15,8
2011.	5.537	2.549	46,0	199.723.565,72	42.992.785,22	21,5
2012.	2.437	851	34,9	165.510.589,97	40.818.913,71	24,6
2013.	1.765	694	39,3	136.595.800,06	22.517.730,87	16,5
Ukupno	14.775	6.607	41,1	751.257.773,83	145.791.285,82	19,4

Izvor: Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Zagreb, 2014. 24/27

Tablica 9. Strateški ciljevi i mjere provedbe Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. do 2020.

	Strateški cilj 1.	Strateški cilj 2.	Strateški cilj 3.	Strateški cilj 4.
	Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika	Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena	Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu	Promocija poduzetništva žena
Mjera	M1: Međuresorna radna skupina i koordinacija M2: Statistička osnovica i povezivanje izvora informacija M3: Stvaranje poticajnog okruženja	M4: Potpora poduzetnosti žena M5: Poslovno umrežavanje M6: Obrazovanje i osposobljavanje M7: Povoljno financiranje	M8: Savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini M9: Podrška poduzetništvu žena kroz potpurnu infrastrukturu M10: Pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena	M11: Komunikacijske aktivnosti i promidžba Strategije M12: Promocija mreža i razvoja poduzetništva žena

Izvor: Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Zagreb, 2014., str. 24/27

Prema podacima Ministarstva poduzetništva i obrta, ženama poduzetnicama je kroz Poduzetnički impuls u 2013. godini dodijeljeno ukupno 694 potpore u iznosu od 22.517.790 kuna.

Uključivanje žena u poduzetničku aktivnost je složeno i ovisi o različitim čimbenicima od kojih neki zahtjevaju značajnije više vremena kako bi od prepreka postali snaga koja doprinosu razvoju poduzetničkoga okruženja za žene. Žensko poduzetništvo je opterećeno različitim preprekama od onih specifičnih koje su povezane s obilježjima poduzetništva žena odnosno tradicionalna shvaćanja o ulozi žena, nedovoljna podrška društva, nelikvidnost u poslovanju, administrativne prepreke ili otežani pristup financijama.

Projekti žena poduzetnica doprinose ukupnom rastu i razvoju gospodarstva Republike Hrvatske, te je potrebno pružanje stručne podrške ovim projektima kako bi se osnovali novi subjekti maloga i srednjega poduzetništva te stvaranje novih radnih mjesta.

Mjerama i aktivnostima Strategije osiguravaju se i proširuju dostupni izvori informacija za formuliranje javnih politika. Strategijom se naglašava neophodnost veze između akademske zajednice i maloga i srednjega poduzetništva na regionalnoj razini i jačanje programa osposobljavanja i obrazovanja za poduzetništvo.

Kako bi se poboljšala usklađenost i umreženost javnih politika treba ojačati rad međuresorsne skupine i proširiti je dionicima, odrediti organizaciju, odgovorne osobe i odgovarajuće ovlasti i mehanizme za provođenje strategije, proširiti trajne izvore informacija i podataka o ženskom poduzetništvu te analizirati pravni i regulatorni okvir obavljanja poduzetničkih aktivnosti.

Poduzetništvu žena treba osigurati povlaštene bodove u provedbi poticajnih mjera za malo gospodarstvo, podršku za prijelaz od socijalne pomoći do samozapošljavanja, potporu za prijelaz od samozapošljavanja do poslodavca i međuresorsnim aktivnostima potaknuti iznalaženje rješenja za brigu o djeci i starijima. Žene bi trebalo poticati na uključivanje u mreže poduzetnica te jačati izobrazbu za poduzetništvo i poduzetničke kompetencije za upravljanje poduzećem.

Također bi trebalo osigurati povoljnije financiranje te razvijati nove oblike financiranja.

5.2. Udruge za poticanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj

Udruge za poticanje žena poduzetnica jesu:

- Hrvatska udruga poslovnih žena KRUG,
- Udruga žena za malo i srednje poduzetništvo,
- Prvi hrvatski BPW klub Pula,
- Deša iz Dubrovnika,
- Ženski poduzetnički centar,
- Udruga Budi poslovna,
- Udruga Aktivna.

Svakim danom u Republici Hrvatskoj raste broj udruga koje potiču žensko poduzetništvo. Najvažniji je zadatak da se poveća broj žena poduzetnica. Naime putem udruga se potiču žene na način da ostvare poduzetničke pothvate, da organiziraju radionice, seminare i drugo. Cilj je udruga da se potakne i poboljša poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj.

Udruge za poticanje žena poduzetnica putem edukacije pružaju ženama znanje i informacije iz područja njihova interesa, te pružaju savjetodavnu pomoć. Žene poduzetnice putem udruženja izmjenjuju iskustva u poslovanju, te se u nekim slučajevima povezuju i u partnerske odnose. Ove udruge sam odabrala jer djeluju u područjima najveće nezaposlenosti kod žena, potiču kvalitetniji život u zajednici te jačaju i razvijaju žensko poduzetništvo.

5.2.1. Udruga „Budi poslovna“

Udruga za promicanje ženskog poduzetništva Budi poslovna svojim projektima i aktivnostima pomaže ženama Brodsko – posavske županije. Brodsko – posavska županija prednjači u Republici Hrvatskoj po nezaposlenosti žena. Udruga ima za opći cilj smanjenje nezaposlenosti žena kroz njihovo samozapošljavanje. Ostali ciljevi Udruge odnose se na promicanje i unapređenje ženskog poduzetništva i poduzetničke kulture, promicanje ideje ženskog poduzetništva, ekonomsko osnaživanje žena, te pomoć nezaposlenim ženama putem informacija i

kontakata, novih znanja i vještina, te umrežavanja u samozapošljavanju. ¹⁸Udruga „Budi poslovna“ provodi projekt pod nazivom „Budi poslovna – budi konkurentna“ čiji je cilj pridonijeti smanjenju broja nezaposlenih žena na području Brodsko-posavske županije. Cilj je projekta pružiti ženama osnovna znanja, informacije, te stručnu podršku nužne za pokretanje i uspješno vođenje vlastitog posla kroz dodatno obrazovanje, informatičko znanje, čime će se utjecati na njihovo samopouzdanje i motivaciju prilikom poduzimanja poduzetničkog pothvata.

5.2.2. Udruga „Deša“ – Dubrovnik

Udruga Deša djeluje u Dubrovniku od početka Domovinskog rata 1991.godine. Prvotni cilj Udruge bio je pomoći ženama žrtvama rata i njihovim obiteljima kako bi se lakše suočile i nosile s teškoćama u kojima su živjele. Danas je Udruga usmjerena na ženu kao suprugu i majku, te ženu kao pokretačicu pozitivnih promjena u obitelji i zajednici. DEŠA – Dubrovnik danas broji 42 redovne članice, 25 aktivnih volontera i 6 stalno zaposlenih osoba. Od svog osnutka do danas DEŠA je uspješno provela 13 većih projekata, organizirala sedam značajnih seminara, te sudjelovala na raznovrsnim skupovima u zemlji i inozemstvu. DEŠA svake godine organizira obrazovne programe: tečajeve jezika, tečajeve informatike, radionice starih zanata te radionice izrade autohtonih proizvoda.¹⁹ Misija je udruge da kroz pozitivne promjene i programe stvori se kvalitetniji život u zajednici, Udruga organizira razvojne, obrazovne projekte, te projekte za civilno društvo. Jedan od razvojnih projekata usmjeren na žene poduzetnice je seminar, odnosno radionica pod nazivom „Žensko poduzetništvo u turizmu“ Jedan od obrazovnih projekata udruge Deša je i „Ekonomsko osnaživanje žena kroz obrazovanje“ koji putem edukacije i specifičnih radionica ima za cilj unaprijediti korištenje lokalnih resursa na načelima održivog razvoja, smanjiti nezaposlenost ženskog dijela populacije i mladih. Kroz program u koji su uključene lokalne institucije vlasti, pravosuđa i gospodarstva nastoji se pružiti konkretna financijska i pravna podrška prvim privatnim inicijativama.²⁰ Deša Dubrovnik kontinuirano pokreće nove programe i zalaže se za žene poduzetnice te za mlade nezaposlene.

¹⁸ Praktični vodič u poduzetništvo žena , <http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Prilog%201-VODIC.pdf> 12.04.2016

¹⁹ Desa Dubrovnik, <http://desa-dubrovnik.hr/o-nama/desa-danas/> 13.04.2016

²⁰ Desa Dubrovnik, <http://desa-dubrovnik.hr/o-nama/desa-danas/> 13.04.2016

5.2.3. Udruga „Ženski poduzetnički centar“

Ženski poduzetnički centar osnovala je skupina žena profilirana kroz rad u Udruzi za razvoj i organiziranje lokalne zajednice LOBI, 1998. godine u Samoboru. Udruga okuplja žene i mlade iz različitih kulturnih krugova, te radi na promociji zapošljavanja žena i mladih u području malog i srednjeg poduzetništva, promociji i zaštiti ljudskih prava, poboljšanju kvalitete života, zaštiti okoliša i razvoju malog i srednjeg poduzetništva u lokalnoj zajednici. Misija Udruge odnosi se na jačanje i razvoj ženskog poduzetništva, osposobljavanje za područje suvremenog poduzetništva, razvijanje poduzetničkih vještina, te usklađivanje karijere s profesionalnim i osobnim razvojem u svrhu unapređenja kvalitete života.

6. PRIMJER - TVRTKA VIBROBRTON DECORGARDEN

Vibrobeton Decorgarden je inovativna i moderna tvrtka koja na tržištu postoji već 50 godina, a nalazi se u Puli. Vibrobeton se bavi proizvodnjom betonskih elemenata za visokogradnju, niskogradnju, komunalnu industriju, poljoprivredu, zaštitu okoliša, uređenjem parkova, vrta i okućnica. Vlasnica tvrtke Vibrobeton je poduzetnica Patrizia Milani. Kao primjer uspješne poduzetnice odabrala sam Patriziu Milani iz razloga jer me zanimalo kakav je položaj žena u svijetu poduzetništva. Ona je osmislila puno proizvoda u građevinarstvu. Zanimljivo je kako žena danas može biti i majka i domaćica i uspješna poslovna žena koje vodi svoje poduzeće. Vibrobeton je uljepšao izgled brojnih javnih površina diljem Istre. Patentirani su i proizvodi kao što su: rampa za rušenje arhitektonskih barijera koja omogućava osobama s invaliditetom, dječjim kolicima i biciklistima lakši pristup s kolnika na nogostup, Reflex ploče koje noću pomoću 3M trake osvjetljavaju mjesta koja nemaju rasvjete te Mont Blanc ploče koje spadaju u arhitektonske betone. Ostali proizvodi tvrtke Vibrobeton su: opločnici koji se koriste u cestovnom prometu, za teška opterećenja i parkirališta, Legobrick zidovi, armirane betonske ploče, urbane klupe kao što je City Block, a namijenjena je parkovima, trgovinama, parkinzima i urbanim sredinama. Patrizia je predsjednica Lions kluba Pula te biciklističkog kluba u Puli te aktivna članica kluba BPW (Business and Professional Women) Pula i Donne d'Europa. Patrizia je također vlasnica tvrtke Concrete koja proizvodi torbe, a osim u Hrvatskoj prodaje ih u Srbiji i Irskoj. Ova se poslovna ideja dogodila sasvim slučajno. Concrete torbice proizvode 2 tvrtke, jedna se nalazi u Italiji, a druga u Hrvatskoj. Obje tvrtke zapošljavaju osobe s invaliditetom.

INTERVJU S VLASNICOM TVRTKE „VIBROBETON DECORGARDEN“

PATRIZIOM MILANI

1. Što Vas je motiviralo na otvaranje tvrtke Vibrobeton?

- *„Tvrtka Vibrobeton je primjer nastavljanja obiteljskoga posla. Bitno je ulagati u nove generacije koje nastavljaju obiteljski posao. Najdugovječnije tvrtke na tržištu su one koje nastavljaju obiteljsku tradiciju, odnosno one koje se prenose s generacije na generaciju.“*

2. Možete li mi reći nešto više o Vašoj tvrtci.

- „*Vibrobeton je industrija proizvoda od betona, a danas je vodeća u Istri. Tvrtka Vibrobeton ima 10 zaposlenika. Mi smo jedini koji u Hrvatskoj prodajemo urbanu opremu. Vodeći smo na tržištu jer od betona možemo napraviti bilo koji proizvod te smo „odgovorni“ za najljepše šetnice u Istri. Također proizvodimo rampu za rušenje arhitektonskih barijera, lomljene zidove, montažne ploče, reflex ploče, rubnjake, opločnice.*“

3. Koja je najvažnija stvar prilikom pokretanja poduzetničkoga pothvata?

- „*Volja. Morate biti samosvjesni, zadovoljni sa sobom te vjerovati u ono šta radite. Važno je poraditi na slabim stvarima, a jačati one stvari u kojima ste dobri. Morate imati dobar tim ljudi, to je bit svega. Sve u čemu smo kvalitetni moramo istaknuti. Proizvodi moraju biti čvrsti, konkretni, lijepi. Treba se okrenuti potražnji tržišta.*“

4. Na koje prepreke nailazite u svome poslovanju?

- „*Najviše nailazim na birokratske prepreke. Mi imamo uređenu državu, ali nam je birokracija spora. Također se susrećem sa netolerancijom i nerazumijevanjem kod nekih osoba.*“

5. Može li žena danas biti i majka i domaćica i uspješna poslovna žena?

- „*Da. Previše se ističe „ženski dio“. U poslu se traži kvaliteta. Danas također i muškarci pomažu oko djece ili u kućanstvu. Važna je dobra organizacija.*“

6. Postoje li predrasude prema ženama u poduzetništvu i jeste li se ikada susretali sa njima?

- „*Nisam se susretala sa predrasadama prema ženama. Mislim da ne postoje predrasude. Muškarci i žene u poduzetništvu su isti. Posao se mora kvalitetno obaviti, neovisno je li ga obavlja muškarac ili žena. Treba se znati postaviti u svakoj situaciji.*“

7. Koje osobine mora posjedovati uspješna poduzetnica?

- *„Mora posjedovati volju, strast, upornost. Važna je i tolerancija, prilagođavanje, odnosno biti spreman na kompromis“.*

8. Što biste preporučili mladima koji tek ulaze na tržište rada?

- *„Preporučila bih im da vjeruju u svoje snove, da ono što žele počinju i živjeti i boriti se za sebe. Svi smo različiti i svatko je stvoren za neko zanimanje, a na različitostima možete učiti.“*

Nakon intervjua sa mladom i uspješnom poduzetnicom Patrziom Milani mogu zaključiti da se samo voljom, upornošću i vjerom u sebe može uspjeti u svijetu poduzetništva. Svaka osoba bi trebala raditi na stvarima u kojima je loša i jačati one u kojima je dobra. Poduzetnici moraju biti spremni na kompromise, prilagođavanje okolini i okrenuti se potražnji tržišta. Vrlo je važno kvalitetno obavljanje poslova, neovisno o tome obavlja li posao muškarac ili žena. Ključ uspjeha je imati pravi tim ljudi oko sebe. Što su ljudi različitiji i imaju različite osobine, to je suradnja i poslovanje kvalitetnije. Žene mogu biti uspješne poduzetnice, samo je važna dobra organizacija privatnoga i poslovnoga života.

7. ZAKLJUČAK

Mala i srednja poduzeća su važan segment cjelokupnoga gospodarstva. U Republici Hrvatskoj je stopa otvaranja novih poduzeća manja od one u Europskoj uniji, što znači da je sve manji broj malih i srednjih poduzeća. Postoje razne prepreke, ali i prednosti razvoja malih i srednjih poduzeća. Malim i srednjim poduzećima treba otkloniti administrativne i birokratske prepreke. Kako bi poduzeća bila konkurentna na tržištu moraju biti kreativna i inovativna. Hrvatska poduzeća bilježe relativnu nisku razinu inovativnosti zbog nedostatka resursa.

U Republici Hrvatskoj postoji veliki broj programa koji potiču razvoj i unaprjeđuju malo i srednje poduzetništvo. Jedno od glavnih ograničenja maloga gospodarstva je da osiguraju financijska sredstva u odgovarajućem obliku i po odgovarajućim uvjetima. U Hrvatskoj su osnovni izvori financiranja: bankarski sektor, kreditne unije i Vladini programi poticaja i subvencioniranih kreditnih linija. Ponuda izvora za financiranje temeljnoga i rizičnoga kapitala nije dovoljno razvijena. Hrvatska se suočava sa puno većim troškovima energije nego ostale članice Europske unije. Okruženje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj čine Zakonodavni i institucionalni okvir.

Razvoj malog i srednjeg poduzetništva utječe na razvoj pojedinih regija i na smanjivanje razlika među njima. Poticanjem razvoja malog i srednjeg poduzetništvo smanjila bi se nezaposlenost i odlazak mladih ljudi iz države. Također trebalo bi poticati i poduzetništvo žena. Smatra se da je ženama teži ulazak na tržište i da postoje određene prepreke kao nedostatak informiranosti, usklađivanje privatnih i poslovnih obaveza ili neposjedovanje nekretnina.

Hrvatska ima poduzetničke potporne institucije za pružanje potpore poduzetnicima. Dostupnost korištenja poduzetničkih potpornih institucija nije u svim regijama jednaka. Kako bi Hrvatska imala razvijenije malo i srednje poduzetništvo; poduzetnicima bi se trebao omogućiti lakši pristup financiranju, odnosno da se poveća ponuda mikrofinanciranja.

Nužno je omogućiti potporu za jačanje kvalitete uprava u poduzećima maloga gospodarstva te unaprijediti vještine i kompetencije članova uprava u poduzećima maloga gospodarstva.

LITERATURA

Knjige:

1. Cvijanović, V., Marović, M., Sruk, B.:Financiranje malih i srednjih poduzeća, GIPA d.o.o. Zagreb 2008.
2. Škrtić M., Mikić M.: Poduzetništvo, Sinergija-nakladništvo d.o.o. , Zagreb 2011.
3. Zimmerer T.W. i Scarbrough N.M.: Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, Pretience Hall, 2005.

Internet stranice:

1. Hrvatski izvoznici, www.hrvatski-izvoznici.hr 06.04.2016
2. DZS, www.dzs.hr 06.04.2016
3. Liderpress, www.liderpres.hr 08.04.2016
4. Finance, www.finance.hr 01.04.2016
5. Praktični vodič u poduzetništvo žena ,
<http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Prilog%201-VODIC.pdf> 12.04.2016
6. Desa Dubrovnik, <http://desa-dubrovnik.hr/o-nama/desa-danas/> 13.04.2016
7. Desa Dubrovnik, <http://desa-dubrovnik.hr/o-nama/desa-danas/> 13.04.2016
8. HUK kreditne unije, www.hukreditneunije.hr 01.04.2016
9. Popis kreditnih unija na dan 31.12.2015. www.Old.hnb.hr 01.04.2016
10. Poslovni HR, www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-prednjaci-u-regiji-ima-najveći-broj-novoosnovanih-poduzeća-304937, 18.11.2015.
11. DZS, www.dzs.hr>Hrv_Eng>publication, 30.10.2015

Ostalo:

1. CEPOR.: Analiza financijskih rezultata poduzetnika u RH, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj 2014.godine, Gradska tiskara Osijek, Osijek, 2015.
2. Eurostat (2013.), „Gospodarska kretanja 2013.“
3. Globalni indeks inovativnosti 2014.
4. Narodne novine br.141/06, 25/09, 90/11
5. Narodne novinebr.109/07, 54/13
6. Narodne novine br.29/02, 63/07, 53/12, 56/13
7. Narodne novine br.29/02, 63/07, 53/12, 56/13
8. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Zagreb, 2014.
9. SME Policy indeks 2015

POPIS ILUSTRACIJA

Tablice:

Tablica 1. Makroekonomski pokazatelji u Republici Hrvatskoj (2008 do 2013)	5
Tablica 2. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu	6
Tablica 3. Rastuća poduzeća u Hrvatskoj prema kriteriju Hrvatskih proizvoda.....	11
Tablica 4. Rezultati globalnog indeksa inovativnosti za 2013 i 2014 godinu za Hrvatsku i ostale zemlje	11
Tablica 5. Regionalne razlike u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata u 2011., 2012., i 2013.godini.....	19
Tablica 6. Percepcija o raspoloživosti netradicionalnih izvora financiranja u 2012 i 2013. godini	22
Tablica 7. Program kreditiranja HBORa 2012 i 2013.godine.....	23
Tablica 8. Potpore dodijeljene ženama poduzetnicima kroz Poduzetnički impuls 2010 do 2013. godine	27
Tablica 9. Strateški ciljevi i mjere provedbe Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 do 2020.	27

Grafikoni:

Grafikon 1. Broj zaposlenika u malim i srednjim poduzećima.....	17
---	----

SAŽETAK

Poduzetništvo je proces u kojemu pojedinci pokušavaju ostvariti ideju kombinacijom određenih resursa, prepoznati priliku i preuzeti rizik. Mikro, mala i srednja poduzeća imaju glavnu ulogu u europskoj ekonomiji. Glavni su izvor poduzetničkih vještina, inovacija i zaposlenja. Mala i srednja poduzeća često imaju poteškoće u dobivanju financijske potpore i kredita, posebice u ranijim fazama. Njihova ograničena sredstva mogu smanjiti pristup novim tehnologijama i inovacijama. Malo i srednje poduzetništvo otvara većinu radnih mjesta. Prilagodljivost i sposobnost brzoga odgovora na promjene gospodarskih prilika čini ga važnim gospodarskim segmentom.

Ključne riječi: poduzetništvo, mala poduzeća, srednja poduzeća, financijske potpore

SUMMARY

Entrepreneurship is a process in which individuals try to realize the idea with combination of certain resources, recognize the opportunity and take the risk. Micro, small and medium-sized enterprises have a major role in the European economy. They are main sources of employment, innovations and entrepreneurial skills. Small and medium enterprises often have difficulties in obtaining grants and loans, particularly in the early stages. Their limited resources may reduce access to new technologies and innovations. Small and medium-sized entrepreneurship usually provide most of the workplaces. Flexibility and ability of quick responsiveness to the changes in economic conditions makes it important segment of the economy.

Keywords: Entrepreneurship, micro enterprises, medium sized enterprises, grants and loans