

Kreditne linije za male i srednje poduzetnike na primjeru Zagrebačke banke d.d.

Marijašević, Antonija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:969384>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-30**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

ANTONIJA MARIJAŠEVIĆ

ZAVRŠNI RAD
KREDITNE LINIJE ZA MALE I SREDNJE PODUZETNIKE I
KREDITNE LINIJE ZA ŽENE PODUZETNICE

Zagreb, lipanj 2019.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ POSLOVNA EKONOMIJA

**KREDITNE LINIJE ZA MALE I SREDNJE PODUZETNIKE I
KREDITNE LINIJE ZA ŽENE PODUZETNICE**

**KANDIDAT: Antonija Marijašević
KOLEGIJ: Menadžment u malom poduzetništvu
MENTOR: dr. sc. Helena Šlogar**

Zagreb, lipanj 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Metodologija rada	2
1.3. Struktura rada	2
2. DETERMINANTE PODUZETNIŠTVA.....	4
2.1. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva.....	4
2.2. Vrste poduzetništva i poduzetnička klima	6
2.3. Prednosti i nedostaci ulaska poduzetnika u poduzetništvo	8
2.4. Bespovratne potpore Ministarstva poduzetništva i obrta za poduzetnike	9
2.5. Fondovi rizičnog kapitala za poduzetnike.....	10
3. MIKRO, MALA I SREDNJA PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	12
3.1. Prednosti i nedostaci poslovanja malih i srednjih poduzetnika	14
3.2. Obilježja malih i srednjih poduzeća po kriterijima zaposlenosti, ukupnog prihoda i izvoznog intenziteta u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2014. do 2017. god.	15
3.3. Analiza sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj	19
3.4. SBA FactSheet za Republiku Hrvatsku	21
3.5. GEM istraživanje.....	22
4. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO	24
4.1. Karakteristike ženskog poduzetništva	24
4.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva u svijetu	25
4.3. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	26
5. KREDITNE LINIJE ZA MALE I SREDNJE PODUZETNIKE TE ŽENE PODUZETNICE NA PRIMJERU ZAGREBAČKE BANKE d.d.	30
5.1. Općenito o Zagrebačkoj banci d.d.....	30
5.2. Ciljevi Zagrebačke banke d.d.....	32
5.3. Financiranje Zagrebačke banke d.d.....	34

5.4.	Poduzetnički krediti Zagrebačke banke d.d.	35
5.4.1.	Kreditni Zagrebačke banke d.d. za male poduzetnike.....	35
5.4.2.	Kreditni Zagrebačke banke d.d. za srednje poduzetnike	35
5.4.3.	Kreditni Zagrebačke banke d.d. za žene poduzetnice	37
6.	ZAKLJUČAK	38
7.	LITERATURA.....	40
8.	POPIS PRILOGA.....	44

1. UVOD

Poduzetništvo podrazumijeva osposobljene i kreativne poduzetnike koji su prije svega sposobni distingvirano i inovativno iskoristiti raspoložive resurse pri stvaranju novog proizvoda, ili usluge. Prema tome, poduzetništvo se smatra fenomenom koji potiče ekonomski rast i proizvodnju, odnosno generira nove tehnologije, proizvode i usluge pa nije pogrešno konstatirati kako ga odlikuju fleksibilnost i kreativnost prilikom pomlađivanja tržišne kompetencije. Obzirom na njegovu značajnu ulogu u ekonomiji kroz ovaj rad će se istaknuti odrednice poduzetništva s naglaskom na male i srednje poduzetnike te žene poduzetnice pri čemu se ekspliciraju kreditne linije za iste, od strane Zagrebačke banke d.d.. Na samom početku rada biti će objašnjene determinante poduzetništva, pojam poduzetništva i poduzetnika, vrste poduzetništva i poduzetnička klima, prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo, bespovratne potpore ministarstva poduzetništva i obrta te fondovi rizičnog kapitala za male i srednje poduzetnike.

Nakon toga objašnjeni su mikro, mali i srednji poduzetnici, odnosno prednosti i nedostaci njihova poslovanja, obilježja malih i srednjih poduzeća po kriterijima zaposlenosti, ukupnog prihoda i izvoznog intenziteta iz Republike Hrvatske, okruženje sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj, Small Business ActFactSheet¹ za Republiku Hrvatsku te Global Entrepreneurship Monitor² istraživanje. Žensko poduzetništvo, specifičnosti ženskog poduzetništva, prepreke i izazovi ženskog poduzetništva, poticanje razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj te ciljevi ženskog poduzetništva, također su dio rada. Dakle, vodeći se tematikom rada eksplicirat će se kreditne linije za male i srednje poduzetnike te žene poduzetnice na primjeru Zagrebačke banke d.d. koja je isključivo fokusirana na poduzetnike pa se nailazi na nedostatak kreditnih linija kada su u pitanju financiranja ženskih poduzetničkih pothvata. Iako Zagrebačka banka d.d. ističe da prepoznaje i vodi računa o ženama u poslovnom svijetu, praksa ipak ukazuje na suprotno.

¹ U prijevodu „Informativni list Zakona o malom i srednjem poduzetništvu.“

² Međunarodni projekt, koji je iniciran 1998. godine, a u koji je uključeno 37 država. Republika Hrvatska je od 2002 godine postala sudionikom tog velikog istraživačkog projekta. Glavni je cilj tog projekta praćenje i razvijanje indikatora kojima se mjeri poduzetnička aktivnost.

1.1. Predmet i cilj rada

U današnjici je poduzetništvo nezaobilazan segment ekonomije i gospodarstva neke zemlje. Na tržištu poduzetništvo interpretira kombinaciju vještina i znanja kolektivno i/ili individualno zbog tržišnog nadmetanja, svladavanja eventualnih rizika poslovanja te kompleksnosti posla prema osobnom i poslovnom uspjehu. Uspješan poduzetnik posjeduje vještine kojima ukazuje kako preuzimanje rizika, inovativnost, kreativnost, ambicioznost i odgovornost mogu biti glavni pokretači poslovnih aktivnosti, ali i osobnog zadovoljstva.

Cilj ovog rada je definirati mala i srednja poduzeća te navesti prednosti i nedostatke ulaska u poduzetništvo, prikazati niz prepreka i izazova s kojima se susreću žene poduzetnice tijekom svojih poslovnih aktivnosti te kojim načinom Republika Hrvatska nastoji poticati razvoj ženskog poduzetništva. Ujedno, primarni cilj i zadatak ovog rada nalazi se u prikazivanju kreditnih linija za male i srednje poduzetnike te žene poduzetnice na primjeru Zagrebačka banke d.d.

1.2. Metodologija rada

Izvori podataka za teorijski dio (sekundarni podaci) prikupljeni su iz znanstvene i stručne literature domaćih i stranih autora iz područja poduzetništva. Također, kao značajan izvor podataka korištene su i internetske stranice koje se bave tematikom koja je eksplicitirana u ovom radu.

1.3. Struktura rada

Uvodno, **prvo poglavlje** ukratko opisuje predmet i cilj rada. Također sadrži i objašnjenu strukturu rada koja omogućuje bolju preglednost.

Drugo poglavlje orijentirano je determinantama poduzetništva pri čemu su objašnjeni najčešće korištene definicije u postojećoj literaturi iz domene poduzetništva, odnosno poduzetnika. Ujedno, prikazane su vrste poduzetništva te prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.

Treće poglavlje implicira na mikro, mala i srednja poduzeća pri čemu su objašnjena njihova obilježja po kriterijima zaposlenosti, ukupnih prihoda i izvozne snage u Republici Hrvatskoj.

Četvrto poglavlje obuhvaća specifikacije ženskog poduzetništva, zatim prepreke i izazove te poticanje razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Peto poglavlje prikazuje kreditne linije za male i srednje poduzetnike te žene poduzetnice na primjeru Zagrebačke banke d.d.

Završno, **šesto poglavlje**, predstavlja zaključak rada, nakon čega slijedi popis literature i priloga kao dodatak radu.

2. DETERMINANTE PODUZETNIŠTVA

U ovom poglavlju odredit će se determinante poduzetništva koje obuhvaćaju pojmovno određenje vrsta poduzetništva te ono što određuje poduzetničku klimu. Ujedno, eksplicirat će se razlika mikro, malih i srednjih poduzetnika te ženskog poduzetništva.

2.1. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva

Poduzetništvo je ključna aktivnost za pokretanje poslovnog pothvata koja se odvija kroz poduzeće. 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 te društvenih ciljeva.³ Prema tome, poduzetništvo se smatra kreativnom aktivnošću koja je prije svega usmjerena na optimalno komuniciranje proizvodnih činitelja kojim se, primjerenim ulaganjem i motiviranim ponašanjem uz razumno preuzimanje rizika, ostvaruju određeni ciljevi i odgovarajući ekonomski efekti.⁴ Poduzetništvo je, također, moguće promatrati kao znanost koja „posjeduje“ interdisciplinarni karakter, odnosno može se definirati u užem (u okviru društvenih znanosti) i širem smislu (kao kognitivna znanost u okviru interdisciplinarnog područja znanosti).⁵ Poduzetništvo se može promatrati i sa stajališta koje je konceptualno povezano s poštivanjem poduzetničkih prilika i poticanjem poduzetničkih inicijativa, strateškom orijentacijom poduzeća ili strateškim planiranjem, afirmacijom menadžerskih struktura, promjenom kontrolnih mehanizama proizvodnih faktora.⁶

Skup odgovarajućih funkcija i različitih sposobnosti ljudi, usmjerenih na optimalno povezivanje, kombiniranje i koordiniranje proizvodnih činitelja, poduzetništvo dobiva i sve značajniju ulogu u procesu gospodarskoga razvitka, kojega je prvenstveno zadatak razviti

³Žmegač, D., Ostojić, A. Značajke organizacije javnih i privatnih poslovnih sustava u Republici Hrvatskoj, https://bib.irb.hr/datoteka/803073.Znaajke_organizacije_javnih_i_privatnih_poslovnih_sustava_u_RH_FINAL.pdf, pristupljeno 09. 05. 2019.

⁴ Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. Učenje za poduzetništvo, Vol. 1. No. 1, str. 35-43.

⁵Senegović I., Ćorić G, Bautović M. (2011). Podučavanje poduzetništva – Kako učiti na primjerima dobrih praksi programa za razvoj poduzetništva. Učenje za poduzetništvo, Vol. 1. No. 1, str. 391-403.

⁶Kružić, D. (2004), Obiteljski biznis, RriF-plus d.o.o.: Zagreb.

kreativnost, ubrzati rađanje novih ideja i obogatiti ljudske potrebe.⁷ Poduzetništvo tako postaje proces stvaranja vrijednosti u kojem poduzetnik na jednom mjestu skuplja sva sredstva potrebna za realizaciju poslovne prilike, preuzimajući pri tom rizik gubitka novca, vremena ili nekog oblika vrijednosti proizvoda ili usluge.⁸ Shodno navedenom, poduzetnika je najjednostavnije definirati kao osobu koja 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.⁹ Obzirom da su poduzetnici osobe koje stvaraju biznis da bi ostvarili rast i profit koristeći pri tom promišljen, planski pristup zasnovan na konceptu i tehnikama strateškog menadžmenta, poduzetnik je zapravo fizička i pravna osoba koja posluje na vlastiti rizik, isporučuje dobra ili obavlja usluge. Ukratko, „raspolože sredstvima potrebnima za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne čimbenike, koordinira njihovo djelovanje, nadzire cjelokupni rad i poslovanje i njima upravlja.“¹⁰

Uspješno moderno poduzetništvo oblikovatelj je, trajan poticatelj i čimbenik društvenog napretka, a obilježava ga: potreba za postignućem i uspjehom, kreativnost i inicijativa, preuzimanje rizika, povjerenje u ljude i smjelost, potreba za neovisnošću i autonomijom te motivacija, energija i stalan angažman na promjenama.¹¹ Međutim, jedna od najprihvaćenijih objašnjenja poduzetništva podrazumijeva „ukupnost organizacijskih, nadzornih, usmjeravajućih, voditeljskih i upravljačkih funkcija poslovnog čovjeka,“¹² a očituje se u kombinaciji i koordinaciji proizvodnih čimbenika pri čemu se maksimizira čisti profit. Zatim, jedan od poznatijih lidera menadžerskog obrazovanja, Drucker P., navodi kako je srž poduzetništva učiniti ljude svjesnima zajedničkih mogućnosti dajući im opće ciljeve, sustav vrijednosti, odgovarajuću strukturu organiziranja kao mogućnost unapređenja i razvoja da bi se odgovorilo na promjene.¹³

Temeljem navedenog može se konstatirati kako pojmovno određenje poduzetništva nije jednostavno, osobito iz razloga što se prikazuju različita shvaćanja. U konačnici, poduzetništvo

⁷ Dulčić, Ž. (1999), Uloga istraživanja i razvoja u stjecanju konkurentne sposobnosti poduzeća, Sinergija: Zagreb, str. 39.

⁸ Čovo, P. (2007), Održivo poduzetništvo, Sveučilište u Zadru: Zadar, str. 7.

⁹ Kružić, D. (2008), Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Sveučilište u Splitu: Split.

¹⁰ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48955>, pristupljeno 09. 05. 2019.

¹¹ <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48956>, pristupljeno 09. 05. 2019.

¹² Isto.

¹³ Drucker, P. F. (1992), Inovacije i poduzetništvo; Praksa i načela, Globus nakladni zavod: Zagreb, str. 8.

predstavlja naporan rad i tijekom formiranja novih vrijednosti, odnosno naporno aktualiziranje zadataka i ciljeva kojima je glavna svrha svladavanje rizika i ostvarivanje profita.

2.2. Vrste poduzetništva i poduzetnička klima

Ovisno o mjestu i načinu na kojem poduzetnik realizira svoje ideje razlikuju se tri osnovne vrste poduzetništva: 1) obiteljsko, 2) žensko i 3) korporacija poduzetništva.¹⁴

Obiteljsko poduzetništvo interpretira interakciju dvije organizacije,¹⁵ obitelji i tvrtke koja određuje osnovne karakteristike obiteljske tvrtke i definira njegovu izuzetnost pri čemu se obitelj i posao prožimaju kroz dimenziju kulture i vrijednosti.¹⁶ Shodno, pojam organizacija prihvaćena je u jezicima diljem svijeta, ima različita značenja, a potječe od grčke riječi *organon*, što u prijevodu znači alat, instrument, sprava i sl.¹⁷ Sve što nas okružuje, a čovjekov je proizvod, organizacije su ili rezultati, odnosno proizvodi organizacija. R. Beckhard i R. T. Harris organizaciju predstavljaju i vide kao društveni (sastavljena od više podsustava od kojih svaki obavlja određenu funkciju koja mora biti usklađena sa sustavom kao cjelinom), politički (ogleda se u odlučivanju i snazi te organizacije između onih ljudi koji su na vrhu organizacije te onih na dnu organizacijske hijerarhije, a u takvoj organizaciji nastoji se ostvariti interes pojedinca ili skupine bez obzira kako će se to ostvariti na ostatak ljudi u organizaciji) i ulazno-izlazni sustav (promatra se kao proces transformacije ulaznih komponenti (materijala, energije, ljudskog rada i dr.).

Žensko poduzetništvo podrazumijeva poduzetnički projekt koji je osmislila i realizirala žena. Posljednje je desetljeće obilježeno prodorom žena na malo gospodarstvo pri čemu one nastoje kombinirati privatni i poslovni život.¹⁸ Korporacijsko ili unutarnje poduzetništvo poseban je oblik poduzetništva primjeren velikim korporacijskim sustavima, a riječ je o sredstvu revitalizacije velikih korporacija, inovaciji i stvaralaštvu koje se razvija unutar granica postojeće tvrtke.¹⁹ Procesi u kojima se razvijaju inovativni sustavi i proizvodi te se tako kreira

¹⁴Čovo, P. (2007), op. cit. bilj. 11.

¹⁵ Isto.

¹⁶ Isto., str. 10.

¹⁷ Sikavica, P. (2011), Organizacija, Školska knjiga: Zagreb, str. 5.

¹⁸Čovo, P. (2007), op. cit. bilj. 11.

¹⁹Lozić, J. (2015), Poduzetništvo u postmodernoj: Vertikalno integrirane medijske korporacije i poduzetništvo 21. stoljeća, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 5 No. 1, str. 81-89.

poduzetnička kultura u organizaciji. Poduzetništvo u velikim poduzećima u odnosu prema malim znači raspoloživost resursa unutar organizacije. Sukladno navedenom, ovisno o vrsti poduzetništva te njegovu okruženju potrebno je istaknuti kako različita okruženja na različiti način djeluju na stvaranje poduzetničke klimu. Tako se razlikuju političko, ekonomsko, pravno, te kulturno okruženje.²⁰

Političko okruženje podrazumijeva lokalnu, državnu te regionalnu politiku koje utječu na način obavljanja poslovanja te uvjete u kojima se poduzetnici nalaze. Politika nameće legislativu, koja utječe na zakone koji nadziru poduzetništvo, te mu daju smjernice. Dok su poduzetničke slobode u demokratskim sustavima poprilične, socijalistički sustavi diktiraju veću količinu državne umiješanosti i kontrole, dok u totalitarnim sustavima uvjeti poslovanja ovise direktno o samovolji vlasti.²¹

Ekonomsko okruženje, odnosno ekonomski sustav, najvažniji je za poduzetništvo. Tržišna ekonomija, u kojoj se danas nalazimo, uvelike se razlikuje od planske ekonomije. Dok tržišnu ekonomiju definira samo tržište uz minimalni utjecaj države, odnosno „tržišna ekonomija je ona u kojoj pojedinci i privatna poduzeća donose glavne odluke o proizvodnji i potrošnji, pri čemu sustav cijena, tržišta, profita i gubitaka, poticaja i kazni daje odgovore na temeljna ekonomska pitanja,“²² u planskoj ekonomiji država je ta koja određuje sve vrste poduzetništva, kvote, broj zaposlenika, lokacije i slično.

Pravno okruženje regulira područja imovinskog prava, intelektualnog vlasništva, sigurnosti proizvoda, odgovornosti za proizvode, te ugovorne zakone te je neizmjerljivo važno za regularno i legalno poslovanje.²³

Kulturno okruženje odnosi se na domenu i ovlasti poslovanja. Poduzetnici su obvezni uvažavati tuđe vrijednosti i norme, te voditi brigu o društvenoj i kulturnoj pripadnosti države u kojoj posluju ili namjeravaju poslovati.

²⁰Šipić, N., Najdanović, Z. (2012), Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, Katedra za marketing: Zagreb, str. 5-7.

²¹Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017.

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_10_106_2423.html, pristupljeno 09. 05. 2019.

²² Čičin – Šain, D. Počela ekonomije, Predavanje iz Osnova ekonomije,

http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/ekonomija/ekonomija_03.pdf, pristupljeno 09. 05. 2019.

²³Mali rječnik intelektualnog vlasništva, <http://patent-projekt.hr/rjecnik-piva/>, pristupljeno 09. 05. 2019.

2.3. Prednosti i nedostaci ulaska poduzetnika u poduzetništvo

Poduzetnik je u poziciji da kroz rad formulira svoju kreativnost i ambicioznost za ostvarenje uspjeha i profita. Promjene i razvoj delegiraju uzrok i posljedicu razvoja poduzetništva. Korištenje inovacija unaprjeđuje tržišnu poziciju poduzeća, a marketing omogućuje kreativnost prilikom uporabe internetske trgovine.

Kako bi poduzeće ostvarilo konkurentsku prednost te zadržalo lojalnost klijenata, nužno je da se poduzeće konstantno i kontinuirano razvija te uvodi novitete, dok poduzetnik mora biti svjestan rizika koji je svakodnevno prisutan. Međutim, ulazak u poduzetništvo podrazumijeva neke opće prihvaćene prednosti i nedostatke²⁴ kojih poduzetnik mora biti svjestan u svakom trenutku (Tablica 1).

Tablica 1. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
ostvarenu dobit poduzetnik može slobodno raspodijeliti za proširenje svoga posla ili za povećanje štednje za mirovinu	u svim aktivnostima nema potpune slobode akcije
poduzetnik slobodno može prodavati dijelove svoje imovine ili posao	često su kupci „poslovni gospodari“
ostvarenom dobiti poduzetnik se može koristiti za povećanje osobne potrošnje	država određuje pravila poslovnog ponašanja i zahtijeva plaćanje poreza
zadovoljstvo u spoznaji da kreira posao i za druge ne samo za sebe	dobavljači uvjetuju ponašanje
ugled može donijeti koristi	ograničenje poduzetničkih ambicija zbog nedovoljno sredstava
poduzetništvo se može voditi kao obiteljski posao pa se time stvara mjera optimuma privatnog i profesionalnog	đug i naporan dan i sedmodnevni radni tjedan
	neodvojivi profesionalni i privatni život

Izvor: Škrtić, M., Vouk, R. (2005), Osnove poduzetništva i menadžmenta, Ekonomski fakultet Zagreb: Zagreb., str. 44.

Iz Tablice 1. vidljivo je kako se poduzetništvo očituje kroz prednosti i nedostatke. Naime, pozitivne strane ulaska u poduzetništvo vidljive su kroz ostvarenu dobit koja se može raspodijeliti za proširenje posla, povećanje osobne potrošnje ili povećanje mirovine, zadovoljstvo i ugled. S druge strane, negativne strane manifestiraju kroz svakodnevni i naporni

²⁴Škrtić, M., Vouk, R. (2005), Osnove poduzetništva i menadžmenta, Ekonomski fakultet Zagreb: Zagreb., str. 39.

rad, nedostatak slobode, podređenost kupcima i dobavljačima te neodvojivi privatni i profesionalni život. Prema tome, može se zaključiti kako ulazak u poduzetničku aktivnost ima više prednosti u odnosu na nedostatke. Ulaskom u poduzetništvo, poduzetnik započinje posao koji voli, na koji mu neće biti teško odlaziti svako jutro, a ujedno ukoliko se dobro organizira i donese ispravne odluke može ostvariti zaradu. Može se reći da je poduzetnik slobodan prilikom organiziranja poduzetničke aktivnosti te da nema nadređene, već je on taj koji je nadređeni i koji ima zaposlenike koji rade za njega. Poduzetnik organizira cjelokupan posao na način koji mu u potpunosti odgovara. Međutim, jedan krivi korak može dovesti do velikih troškova, a samim time i do gubitka.

2.4. Bespovratne potpore Ministarstva poduzetništva i obrta za poduzetnike

Vlada Republike Hrvatske u veljači 2015. godine usvojila je Program poticanja poduzetništva i obrta – Poduzetnički impuls 2015. u ukupnom iznosu od 4,37 milijardi kuna, čija vrijednost premašuje vrijednost ovog programa od početka njegove provedbe 2012. godine.²⁵ Dodjeljivani su veći pojedinačni iznosi potpora koji se nisu značajno razlikovali od traženih iznosa. Provedenom informativnom kampanjom postignuta je veća transparentnost postupka dodjele sredstava. U svrhu uklanjanja administrativnih prepreka i smanjivanja troškova poduzetnicima, smanjen je popis obvezne dokumentacije te su većinu dokumentacije Ministarstvo poduzetništva i obrta te Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije pribavljali od nadležnih institucija. Unaprjeđen je sustav praćenja i ocjene učinaka dodijeljenih potpora.

Poduzetnički impuls za 2015. godinu sadržavao je tri programska područja.²⁶ Prvo programsko područje obuhvaća mikro i malo poduzetništvo i obrt, istraživanje i razvoj, poslovno okruženje sa aktivnostima jačanja konkurentnosti prerađivačke industrije, jačanja konkurentnosti uslužnih djelatnosti, revitalizacijom poslovnih prostora, inozemnim i domaćim sajmovima, naukovanjem, stipendiranjem učenika obrtničkih zanimanja, cjeloživotnim obrazovanjem za obrtnike, promocijama poduzetništva i obrta te drugo. Drugo programsko područje

²⁵ Europski fondovi, Dodijeljeno 82 milijuna kuna za poduzetničke projekte (2016), <http://europski-fondovi.eu/vijesti/dodijeljeno-82-milijuna-kuna-za-poduzetni-ke-projekte>, pristupljeno 09. 05. 2019.

²⁶ Poduzetnički impuls 2015. Program poticanja poduzetništva i obrta, [file:///C:/Users/Acer/Downloads/PODUZETNI%20IMPULS%20-%202015%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/PODUZETNI%20IMPULS%20-%202015%20(1).pdf), pristupljeno 09. 05. 2019.

podrazumijeva Operativni program konkurentnost i kohezija za razdoblje od 2014. do 2020. godine.²⁷ Treće programsko područje odnosi se na lakši pristup financiranju te obuhvaća jamstvene programe, mikro kredite koji su prvi korak u poduzetništvu, subvencioniranje kamata poduzetnicima, ulaganje u fondove za gospodarsku suradnju, program poticanja ulaganja u vlasnički kapital inovativnih subjekata malog gospodarstva i razvoj regionalnog inovacijskog fonda.²⁸

Sukladno navedenom može se zaključiti kako je „Poduzetničkim impuls“ skup mjera i zadataka koji su harmonijski usmjereni za poticanje razvoja malog i srednjeg poduzetništva. Kroz tri navedena programska područja vjeruje se kako će se jačanjem malog i srednjeg poduzetništva osigurati održivi rast malog gospodarstva što u konačnici doprinosi aktivnoj internacionalizaciji poslovanja.

2.5. Fondovi rizičnog kapitala za poduzetnike

Rizični kapital predstavlja vrstu ulaganja financijskih ulagatelja u temeljni kapital poduzeća koja ne kotiraju na burzi, a imaju potencijal ostvariti visoke stope rasta tijekom razdoblja od 3 – 7 godina.²⁹ Fondovi za gospodarsku suradnju (FGS) su otvoreni investicijski fondovi rizičnog kapitala s privatnom ponudom čije osnivanje je regulirano Zakonom o investicijskim fondovima. U 2011. godini osnovano je pet Fondova koji su udovoljili propisanim uvjetima te dobili odobrenje za rad Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA).³⁰

Krajem 2015. godini pokrenut je Prvi regionalni fond rizičnog kapitala - Enterprise Innovation Fund (ENIF).³¹ Ulaganja ovog Fonda fokusirana su na vlasnički kapital tehnoloških poduzeća, koja „se nalaze u sjeme fazi ili u ranim fazama rasta, na području Zapadnog Balkana (Hrvatska, BiH, Makedonija, Kosovo, Crna Gora, Albanija i Srbija). Fond raspolaže s oko 40 milijuna EUR, od čega je 1,5 milijuna EUR namijenjeno sjeme investicijama pojedinačne vrijednosti do 100.000 EUR, dok će se veći dio kapitala alocirati na ulaganja u poduzeća u ranim fazama rasta i to u vrijednosti do 3 milijuna eura po poduzeću. U 2015. godini Hrvatska udruga banaka

²⁷ Isto.

²⁸ <https://vlada.gov.hr/vijesti/vlada-usvojila-jamstveni-program-hamag-bicro-a-kojim-se-osigurava-do-500-tisuca-kuna-jamstva-za-mala-gospodarstva/17882>, pristupljeno 12.12.2018.

²⁹ Mrkonjić, N. (2018), Rizični kapital u Hrvatskoj, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, str. 5.

³⁰ Isto.

³¹ Isto.

(HUB) analizirala je raspoloživost financiranja za mala i srednja poduzeća. Rezultati Analize Hrvatske udruge banaka ukazuju na poteškoće malih i srednjih poduzeća u pristupu kapitalu. Ključni uzrok je postojanje investicijske rupe, odnosno razlike između ulaganja prosječne vrijednosti od oko 2 milijuna kuna (što se odnosi na samofinanciranje poduzeća i poslovne anđele) i ulaganja od 20 milijuna kuna (odakle počinju potencijalna ulaganja fondova rizičnog kapitala i fondova za gospodarsku suradnju u Hrvatskoj). Zaključak Hrvatske udruge banaka (HUB-ove) analize je da investicijsku rupu valja popuniti, a dosadašnje poslovanje fondova rizičnog kapitala u Hrvatskoj ojačati u svrhu rasta i razvoja gospodarstva u cjelini.³²

³² CEPOR, (2016), Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2016., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>, pristupljeno 10. 05. 2019.

3. MIKRO, MALA I SREDNJA PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mala i srednja poduzeća obuhvaćaju velik broj subjekata koji se razlikuju po broju zaposlenih, vrsti djelatnosti koju obavljaju, visini prihoda, resursima koje koriste u poslovanju i drugo.³³ Kao takva, mikro, mala i srednje velika poduzeća imaju središnju ulogu u europskoj ekonomiji. U Europskoj uniji, sastavljenoj od 25 zemalja članica, oko 23 milijuna mikro, malih i srednjih poduzeća osiguravaju oko 75 milijuna radnih mjesta i predstavljaju 99% svih postojećih poduzeća.³⁴ Međutim, često su suočena s nesavršenostima tržišta kao i što nerijetko imaju poteškoće u dobivanju financijske potpore i kredita, posebice u početnoj fazi poslovanja. Njihova ograničena sredstva također mogu smanjiti pristup novim tehnologijama i inovacijama. Prilikom definiranja malih i srednjih poduzeća najčešće se uzima u obzir preporuka Europske komisije od 06. svibnja 2003. godine (2003/361/EC) prema kojoj u mikro, mala i srednja poduzeća spadaju svi subjekti koji se bave gospodarskom aktivnošću bez obzira na pravnu formu uz ispunjenje kriterija da je broj zaposlenih manji od 250, da ostvareni promet nije veći od 50 milijuna eura na godišnjoj razini i/ili da bilanca poduzetnika ne prelazi 43 milijuna eura.³⁵

Mikro poduzetnike definira kao one koji ne prelaze granične pokazatelje u dva od tri uvjeta (ukupna aktiva: 2.600.000, 00 kuna, prihod: 5.200.000, 00 kuna i prosječan broj radnika: 10), male kao one koji nisu mikro i ne prelaze granične pokazatelje u dva od tri uvjeta (ukupna aktiva: 30.000.000, 00 kuna, prihod: 60. 000.000, 00 kuna i prosječan broj radnika: 50) te srednje kao one koji nisu niti mikro niti mali poduzetnici te također ne prelaze granične pokazatelje u dva od tri uvjeta (ukupna aktiva: 150. 000.000, 00 kuna, prihod: 300. 000.000, 00 kuna i prosječan broj radnika: 250).³⁶ Naime, prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva,³⁷ poduzetnikom se smatra bilo koji subjekt koji obavlja gospodarsku djelatnost bilo da se radi o pravnoj ili fizičkoj osobi dok se prema Zakonu o računovodstvu, poduzetnikom

³³Vujaković, M., Vukić, V. (2013), Prednosti i nedostaci u primjeni hrvatskih standarda financijskog izvještavanja kod malih i srednje velikih poduzeća, seminarski rad, sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 16.

³⁴ Isto.

³⁵ European Commission, Entrepreneurship and SMEs, <http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/>, pristupljeno 05. 12. 2018.

³⁶ Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 134/15, 120/16.

³⁷ Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16.

smatraju subjekti upisani u Trgovački registar (trgovačka društva i trgovci pojedinci). Trgovačka društva su pravni subjekti, a trgovci pojedinci su fizičke osobe koje posluju prema propisima o obrtu.

S obzirom da u Hrvatskoj postoje dva zakona s različitim kriterijima, u ovom radu biti će korišteni podaci prema preporuci Europske komisije, odnosno prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva, kojima su definirani mikro (manje od 10 zaposlenih i godišnji promet, odnosno iznos novca zarađen u određenom razdoblju ili bilanca, to jest izjava o imovini i obvezama tvrtke ispod 2 milijuna eura), mala (manje od 50 zaposlenika i godišnji promet ili bilanca ispod 10 milijuna eura) te srednja poduzeća (manje od 250 zaposlenika i godišnji promet ispod 50 milijuna eura ili bilanca ispod 43 milijuna eura).³⁸

Temeljem navedenog može se zaključiti kako mala i srednja poduzeća impliciraju veliki broj subjekata i imaju središnju ulogu u europskoj ekonomiji. Također, u Republici Hrvatskoj na snazi su dva zakona prema kojima se razvrstava sektor malog gospodarstva što otežava njihovo definiranje. Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva koji je usuglašen s europskom legislativom, dok Zakon o računovodstvu razvrstava poduzetnike prema iznosu ukupne aktive, iznosu prihoda te prosječnom broju radnika tijekom poslovne godine.

³⁸ Isto.

3.1. Prednosti i nedostatci poslovanja malih i srednjih poduzetnika

Mala i srednja poduzeća određuju vrlo važan dio hrvatskog gospodarstva, odnosno predstavljaju važnu ulogu u stvaranju novih gospodarskih subjekata i povećanju zaposlenosti. Kao takve, karakteriziraju ih brojne prednosti i nedostatci (Tablica 2).

Tablica 2. Prednosti i nedostatci poslovanja malih i srednjih poduzetnika

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
neovisnost	veća odgovornost
tržišna prilagodljivost	rizik od propasti
mogućnost ostvarenja financijskog uspjeha	podložnost tržišnim fluktuacijama
sigurnost posla	ovisnost o konkurenciji
obiteljsko zapošljavanje	financijska slabost
izazov	nedostatak znanja i stručnosti
	nerazvijena pravna regulativa

Izvor: Vujaković, M., Vukić, V. (2013), Prednosti i nedostatci u primjeni hrvatskih standarda financijskog izvještavanja kod malih i srednje velikih poduzeća, seminarski rad, sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 16.

Tablica 2. prikazuje prednosti i nedostatke poslovanja malih i srednjih poduzetnika. Prednosti se očituju kroz izazov, obiteljsko zapošljavanje, tržišnu prilagodljivost, sigurnost posla i sl., dok se negativnosti očituju kroz financijsku slabost, ovisnost o konkurenciji, riziku od propasti i dr. Poduzetnik ima naglašenu potrebu za ostvarenjem ciljeva. Svjestan je mogućnosti ostvarivanja velikog uspjeha, ali i rizika koji mogu nastati u izgradnji poslovne karijere. Poduzetnici su svjesni vlastite odgovornosti za uspjeh u svom poslu te uživaju u osjećaju samostalnog razvoja.³⁹ Kao glavne prepreke razvoju malih i srednje velikih poduzeća u Republici Hrvatskoj ističu se: neprofitabilnost sektora malih i srednjih poduzeća, nejednaka regionalna razvijenost, nekoordiniranost Vladinih politika pri stvaranju povoljnoga poduzetničkog okruženja, nerazvijenost financijskih tržišta za zadovoljavanje potreba sektora Malih i Srednjih poduzetnika (MSP) i korupcija.⁴⁰

Shodno navedenom može se konstatirati kako je temeljni problem malih i srednjih poduzeća

³⁹Vujaković, Vukić, (2013), op. cit. bilj. 33., str. 9.

⁴⁰ Isto, str. 33.

broje nedovoljni i neodgovarajući izvori financiranja koji mogu biti vlastiti kapital odnosno sredstva ulagača i tuđi kapital odnosno kreditna sredstva. Prema tome, neizostavna je uloga države osigurati privlačnu investicijsku klimu, odnosno podobno makroekonomsko okruženje. Problematika malih i srednjih poduzeća jest pristup bankarskim kreditnim linijama kojima bi osigurali dovoljnu količinu kapitala po odgovarajućim uvjetima jer najveći problem pri prikupljanju financijskih sredstava imaju upravo poduzetnici početnici, mala i srednja poduzeća u vlasništvu žena te poduzetnici iz nerazvijenih područja.

3.2. Obilježja malih i srednjih poduzeća po kriterijima zaposlenosti, ukupnog prihoda i izvoznog intenziteta u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2014. do 2017. god.

Stanje sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj u 2017. godini prikazano je u usporedbi s 2016. godinom, dok se u nekim slučajevima, s ciljem uočavanja određenih tendencija, koristi prikaz za razdoblje 2013. – 2017. godine. Pojedini prikazi stanja sektora malih i srednjih poduzeća uključuju razlikovanje kategorija mikro i malih poduzeća, ali se zbog nepostojanja raspoloživih podataka u nekim slučajevima prikazuju objedinjeni rezultati za mikro i mala poduzeća.⁴¹ Posebna je pozornost stavljena na zaposlenost, ukupne prihode te izvozne aktivnosti ovog sektora.

Tablica 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu za razdoblje od 2014. - 2017. god.

	2014.		2015.		2016.		2017.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	104,116	99,7	10,221	99,7	114,156	99,7	119,752	99,7
Mala poduzeća	102,895		105,029		112,809		118,352	
Srednja poduzeća	1,221		1,192		1,347		1,400	
Velika poduzeća	354	0,3	348	0,3	327	0,3	329	0,3
UKUPNO	104,470	100	106,569	100	114,483	100	120,081	99,7

Izvor: CEPOR, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf>, pristupljeno 22.2.2019.

⁴¹CEPOR, Op. cit. bilj. 32., pristupljeno 10. 05. 2019.

Tablica 3. prikazuje kako u gospodarstvu Republike Hrvatske mala i srednja poduzeća imaju udio od 99,7% u 2015. godini i struktura je nepromijenjena u odnosu na prethodne dvije godine.⁴² U strukturi malih i srednjih poduzeća došlo je do promjene u 2015. godini, koju je obilježio porast broja malih poduzeća za 2,1% u odnosu na 2014. godinu i pad broja srednjih poduzeća za 2,4%.

Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u malim poduzećima od 2013. - 2017. god.

Godina	Broj malih poduzeća	Broj zaposlenih u malim poduzećima	Prosječan broj zaposlenih u malim poduzećima	Ukupan prihod (u mil.kn)	Ukupan prihod po zaposlenom (u kn)
2013.	99,573	414,507	4,2	206,905	499,159
2014.	102,895	422,238	4,1	215,807	511,103
2015.	105,029	432,934	4,1	226,110	522,273
2016.	112,809	455,670	4,0	236,495	519,005
2017.	118,352	472,619	4,0	255,691	541,009

Izvor: CEPOR, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf>, pristupljeno 22.2.2019.

Tablica 4. prikazuje mala poduzeća, iako imaju najveći udio u zaposlenosti (51,6%), u doprinosu ukupnog prihoda sudjeluju sa 35,4%, i tek sa 23% u izvozu. Srednja poduzeća imaju podjednak udio u zaposlenosti i ukupnom prihodu (na razini od oko 18%), ali u izvozu sudjeluju sa 27%. Najveću izvoznu orijentiranost pokazuju velika poduzeća. Ovi podaci otvaraju pitanja razlike u produktivnosti u pojedinim kategorijama poduzeća i osposobljenosti za internacionalizaciju poslovanja. Zaposlenost u malim poduzećima u razdoblju od 2011. do 2015. godine stagnira na prosječno četiri zaposlenika, dok ukupan prihod po zaposleniku kontinuirano raste, za 5,6% u 2015. godini u odnosu na 2011. godinu.

Zaposlenost u srednjim poduzećima oscilira između prosjeka od 114 (2012. godine) i 123 zaposlenika u 2011. i 2015. godini (Tablica 4). Ukupan prihod po zaposleniku, kao i u malim poduzećima, kontinuirano raste (za 15,4% u 2015. godini u odnosu na 2011. godinu), što ukazuje na povećanje produktivnosti i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj.

⁴² Isto.

Tablica 5. Uvjeti kreditiranja malih i srednjih poduzeća prema kriterijima najvećih banaka u Republici Hrvatskoj

IME BANKE	PROGRAM	IZNOS	GODIŠNJA KAMATNA STOPA (%)	TRAJANJE	NAMJENA KREDITA
Zagrebačka banka d.d.	Kratkoročni kredit za poslovno financiranje namijenjen poduzetnicima	najmanje 5.000 eura do 250.000 eura u kunskoj protuvrijednosti	Promjenjiva sukladno odluci banke	do 12 mjeseci	financiranje sezonskih poslova, financiranje ugovorenih poslova i ulaganja u poljoprivredu
	Program početnik dugoročni kredit poduzetnicima u odabranim profesijama	ovisno o kreditnoj sposobnosti korisnika kredita	Promjenjiva sukladno odluci banke	do 25 godina	kupnja zemljišta i uređenje infrastrukture, nabava opreme i prijevoznih sredstava, informatičke i telekomunikacijske opreme
Privredna banka Zagreb d.d.	Kreditni za poticanje razvitka malog i srednjeg privatnog poduzetništva	do 75 % vrijednosti investicije, najviši iznos kredita može biti 8,000.000 kn po projektu	godišnja fiksna, 2 %, 4 %, 4 %, 6 % (ovisno o kategoriji klijenta)	do 10 godina uključujući početak do 2 godine	za ulaganja u osnovna sredstva
Hypo Alpe Adria bank d.d.	Kreditni za financiranje investicijskih projekata, trajnih obrtnih sredstava, proizvodnje, opreme i investicijskih radova u zemlji i inozemstvu	do 70 % ukupne vrijednosti investicije	ovisno o anuitetima/ratama	do 10 godina, a iznimno i 15 godina	za izgradnju poslovnog objekta, za moderniziranje poslovanje, za izvođenje investicijskih radova na duži rok

Izvor: mrežne stranice banaka – Zagrebačka banka d. d., Privredna banka d. d., Erste Steiermarkische Bank d. d. i Hypo Alpe Adria Bank d.d., pristupljeno 05. 12. 2018.

Tablica 5. prikazuje ponude bankovnih kredita za sektor malih i srednjih poduzeća pri čemu je dobivena aktualna ponuda kredita najvećih banaka u Republici Hrvatskoj za 2018 godinu.

U ovom kontekstu, važno je naglasiti kako je *leasing* najatraktivniji financijski instrument u Republici Hrvatskoj koji je dostupan malim i srednjim poduzećima kada je riječ o financiranju prijevoznih sredstava te se osim prijevoznih sredstava odobrava i za strojeve, plovila i slično, dok najveći dio odobrenih *leasinga* obuhvaća one na osobne automobile. Kod *leasinga* su početni troškovi i mjesečna plaćanja niski. On omogućuje srednjoročno i dugoročno financiranje.

Factoring je posao kratkoročnog financiranja izvoznog ili uvoznog posla preko faktora kao posebne organizacije.⁴³ U pravilu se otkupljuju kratkoročna potraživanja s rokom dospijea do 180 dana. Najveća je prednost faktoringa poboljšanje likvidnosti jer se na taj način brzo dolazi do uravnoteženja odnosa između kratkoročnih potraživanja i kratkoročnih obveza te povećanja kreditne sposobnosti i boniteta. Rizik je smanjen te postoji mogućnost ekspanzije poslovanja, povećanja prodaje i veće konkurentnosti. U Republici Hrvatskoj factoring postaje sve prihvatljiviji i učestaliji način financiranja.⁴⁴

Banke financiraju male i srednje poduzetnike po programu za kratkoročno i dugoročno poslovno financiranje. Poduzetnici se najčešće obraćaju bankama kada žele poboljšati svoju poslovnu sposobnost kroz različite programe te kada žele proširiti svoje poslovanje. Iz tablice se može iščitati da program financiranja, iznos kredita, kamatna stopa, rok oplate te namjena ovise o poslovnoj odluci banke u danom trenutku. Navedeno ne mora biti pravilo kojega će se banke striktno držati obzirom da se svaki klijent individualno razmatra te ovisno o njegovom poslovanju tokom određenog vremenskog razdoblja izdaje mu se i personalizirana ponuda. Personaliziranom ponudom banke pokazuju koliko su im klijenti bitni te daju im određenu važnost.

⁴³Vidučić, Lj. (2015), *Financijski menadžment*, RRif plus: Zagreb, str. 56.

⁴⁴Pešić, M. (2011), *Financiranje malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj*, *Ekonomski vjesnik*, Vol. 24. No. 2., str. 432.

3.3. Analiza sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj

Okruženje u kojem djeluju mala i srednja poduzeća je kompleksni sustav u kojem se isprepliću politike, programi, zakonska rješenja i institucionalna infrastruktura. Zbog toga su u analizi poduzetničkog ekosustava fokusi na konzistentnosti politika, kvaliteti i postojanosti regulatornog okruženja i ravnomjernoj distribuciji institucionalnih kompetencija u provođenju politika, programa i zakonskih rješenja. Razvoj sektora malih i srednjih poduzeća i poduzetništva u Hrvatskoj usmjeravan je kroz sljedeće nacionalne politike i programe: Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020., Strateški plan Ministarstva poduzetništva i obrta za razdoblje od 2015. – 2017. godine, Program poticanja poduzetništva i obrta – Poduzetnički impuls 2015., Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011.-2020., Strategija poticanja inovacija Republike Hrvatske 2014. -2020, Akcijski plan podrške izvozu 2014. - 2015., Akcijski plan za smanjenje administrativnog opterećenja gospodarstva, SBA FactSheet, SBA FactSheet 201627 za Hrvatsku.⁴⁵

Tako se na primjer Strategija razvoja poduzetništva 2013. – 2020. godine prikazuje kao direktan odgovor na kratki prikaz uvjeta s općim ciljem povećanja konkurentnosti maloga gospodarstva u Hrvatskoj. „Realizacija općeg cilja bit će potpomognuta mjerama koje će se odnositi na pet strateških ciljeva:

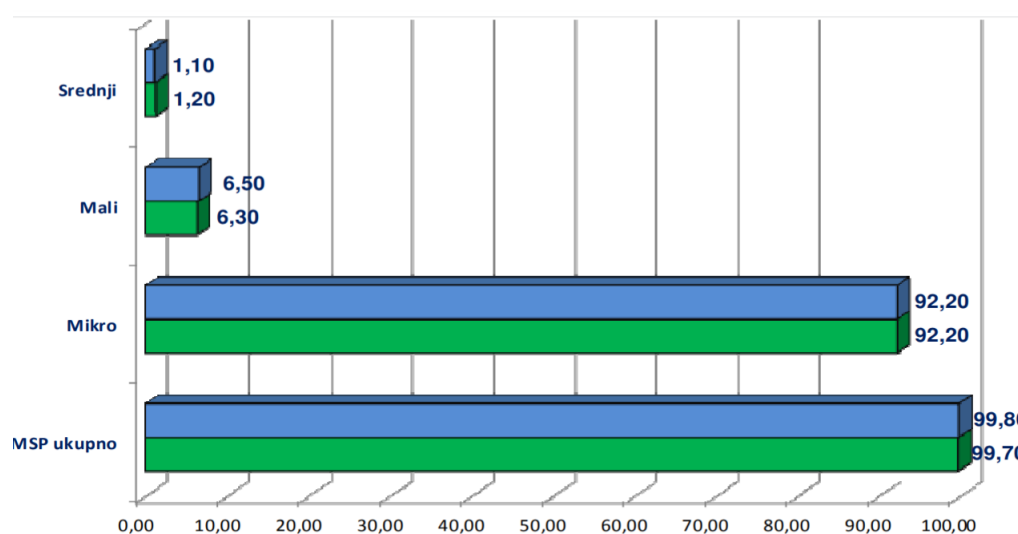
1. **Poboljšanje ekonomske uspješnosti;** Unapređenje ekonomske uspješnosti maloga gospodarstva u sektorima proizvođačkih i uslužnih djelatnosti većim ulaganjem u R&D, višim stupnjem inovacija, rastom izvoza te daljnjim razvojem poslovnih mreža i povezanosti.
2. **Poboljšan pristup financiranju;** Razvijanje raznih financijskih mogućnosti za subjekte maloga gospodarstva i uklanjanje financijskog jaza za malo gospodarstvo.
3. **Promocija poduzetništva;** Pružanje potpore osnivanju novih poduzeća, rast broja aktivnih poduzeća i jačanje institucija koje pružaju potporu poduzetnicima kako bi se na taj način pridonijelo ravnomjernijem i uravnoteženom razvoju hrvatskih regija.
4. **Poboljšanje poduzetničkih vještina;** Pružanje potpore većem razvoju subjekata maloga gospodarstva jačanjem njihove uprave, uvođenjem i djelovanjem većeg broja visokokvalificiranih zaposlenika te podupiranjem cjeloživotnog učenja zaposlenih u

⁴⁵ Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013.- 2020. god., Ministarstvo poduzetništva i obrta, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf>, pristupljeno 10. 05. 2019.

subjektima maloga gospodarstva.

5. **Poboljšano poslovno okruženje;** Nadgradnja ostvarenog napretka uklanjanjem preostalih administrativnih opterećenja i olakšavanjem poslovanja u Hrvatskoj.⁴⁶

U Hrvatskoj ima ukupno 168.931 subjekt maloga gospodarstva. Od ukupnog broja, 92,2% su mikropoduzeća (do devet zaposlenika), zatim 6,3% su mala poduzeća (od 10 do 49 zaposlenika), a srednje velika poduzeća čine 1,2%. Zbroj ovih postotaka pokazuje da u Hrvatskoj posluje 99,7% subjekata maloga gospodarstva. Najnoviji podaci za države članice EU (prosjeak EU-27) pokazuju da je 99,8% svih subjekata malo gospodarstvo.⁴⁷



Slika 1. Sektor malog i srednjeg gospodarstva

Izvor: Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013.- 2020. god., Ministarstvo poduzetništva i obrta, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf>, pristupljeno 10. 05. 2019., str. 11.

Slika 1. prikazuje sektor maloga gospodarstva u Hrvatskoj koji je iznosio 58,9% ukupne dodane vrijednosti u 2009. godini, od čega su mikropoduzeća stvarala 20,3% dodane vrijednosti, mala poduzeća 19,6%, a srednje velika poduzeća 19,1%. Ako se ti podaci usporede s 2008., kad je ukupna dodana vrijednost sektora maloga gospodarstva bila 57,1%, od čega su mikropoduzeća stvarala 16,6% dodane vrijednosti, mala poduzeća 20,2%, a srednje velika 20,3%, vidljivo je da je postotak dodane vrijednosti ovog sektora narastao zahvaljujući mikropoduzećima, koja su jedina nastavila davati pozitivan doprinos dodanoj vrijednosti. U

⁴⁶ Isto., str. 3.

⁴⁷ Isto., str. 11.

EU-27 udio sektora maloga gospodarstva iznosi 58,4% dodane vrijednosti koju proizvode sva poduzeća. Od tog broja, mikropoduzeća čine 21,5%, mala poduzeća 18,6%, a srednje velika 18,3%.⁴⁸

3.4. SBA FactSheet za Republiku Hrvatsku

SBA FactSheet je godišnje izvješće Europske unije kojim se prati usklađenost nacionalnih programa i politika relevantnih za sektor malih i srednjih poduzeća zemalja članica Unije sa smjernicama definiranim u Small Business Act of Europe.⁴⁹ Small Business Act predstavlja sveobuhvatni okvir za definiranje politike Europske unije prema sektoru malih i srednjih poduzeća čiji je cilj uklanjanje regulatornih i političkih prepreka za nastajanje i razvoj poduzetničke aktivnosti u Europskoj uniji. Područja analize SBA FactSheet izvješća su: Poduzetništvo, Druga šansa, Prvo misliti o malima - ThinkSmall First, Agilnost uprave, Državna pomoć i javna nabava, Pristup financijskim sredstvima, Jedinstveno tržište, Vještine i inovacije, Okoliš i Internacionalizacija.⁵⁰

SBA FactSheet 2016 za Hrvatsku identificira i analizira promjene u okruženju i regulatornom okviru koje su relevantne za sektor malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. U 2015. godini pokazatelji za Hrvatsku slabiji su od EU prosjeka, jednako kao i prethodnih godina, u svim područjima koje SBA FactSheet analizira, te je zaključak izvješća kako je potrebno još mnogo toga učiniti da se u Hrvatskoj razvije povoljno okruženje za razvoj poduzetništva. U 2015. godini Hrvatska je ostvarila u područjima ThinkSmall First i Agilnost uprave, pri čemu se kao mjera značajnog poboljšanja poduzetničkog okruženja ističe donošenje Akcijskog plana za smanjenje administrativnog opterećenja gospodarstva.⁵¹

⁴⁸ Isto., str. 12.

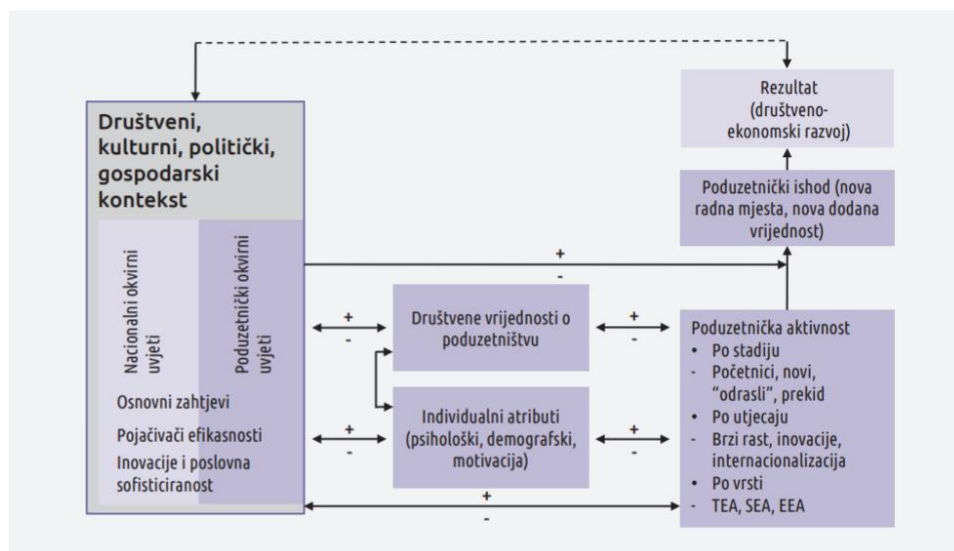
⁴⁹ SMA, https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_hr, pristupljeno 10.12.2018.

⁵⁰EUROPA:EU, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm, preuzeto 15.12.2018.

⁵¹CEPOR, Op. cit. bilj. 32., pristupljeno 10. 05. 2019.

3.5. GEM istraživanje

Hrvatska sudjeluje od 2002. godine u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanju, najvećem svjetskom istraživanju poduzetništva. „Uključenost u GEM istraživanje omogućava Hrvatskoj intervencije u različite aspekte poduzetničkog kapaciteta koje su temeljene na istraživačkim spoznajama, a ne pretpostavkama (od oblikovanja nacionalnih politika, do pokretanja obrazovnih programa ili kreiranja financijskih instrumenata za različite faze životnog ciklusa poslovnog pothvata).“⁵² GEM istraživanje konstruira bazu za vertikalno i horizontalno kompariranje, eksploatiranjem homogenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih pokazatelja, kojima se prate promjene u poduzetničkoj aktivnosti na individualnoj razini i u kvaliteti poduzetničke okoline. „Poduzetnička aktivnost na individualnoj razini prati se kroz različite faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera, do pokretanja i rasta poslovnog pothvata, te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od promašaja, društveni status).“⁵³ Od 2011. godine prati se i poduzetnička aktivnost zaposlenika.



Slika 2. Konceptualni okvir GEM istraživanja - interakcije između ljudi i poduzetničke okoline

Izvor: Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2017), Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Zagreb, str. 13.

⁵² Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2017), Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta: Zagreb, str. 9.

⁵³ Isto., str. 9.

Slika 2. prikazuje vrste poduzetničke aktivnosti: TEA - rana poduzetnička aktivnost profitno orijentirana, SEA – rana poduzetnička aktivnost u društvenom poduzetništvu, EEA – poduzetnička aktivnost zaposlenika, odnosno konceptualni okvir GEM istraživanja koji se temelji na holističkom pristupu u definiranju poduzetništva, kao multidimenzionalnom fenomenu interakcije pojedinca i okoline, koji je prisutan u svim društvenim organizacijama, ne samo u gospodarstvu, nego i u obrazovanju, istraživanju, kulturi, vladinim institucijama, lokalnoj upravi. Za sada GEM prati poduzetničko djelovanje samo u sferi poslovnih pothvata, koji mogu biti profitno ili ne-profitno orijentirani.⁵⁴ Poduzetnička okolina prati se kroz dimenzije pristupa novcima, vladine politike (prema prioritetima, prema regulatornom okviru), vladine programe, obrazovanje (srednjoškolsko i niže, te iznad srednjoškolskog), transfer istraživanja i razvoja, usluge profesionalne i komercijalne infrastrukturu, fizičku infrastrukturu i društvene i kulturološke norme.⁵⁵

GEM istraživanje, također, prati kvalitetu okruženja u kojem djeluju mala i srednja poduzeća. U svim godinama provedbe GEM istraživanja u Hrvatskoj (od 2002. godine), Vladine politike vezane uz problematiku malih i srednjih poduzeća identificirane su kao izrazito ograničavajuće za razvoj sektora malih i srednjih poduzeća. U 2015. godini ocjene Vladinih politika dodatno su snižene, naročito prema regulatornom okviru (ocjena 1,4). Ocjena politika potpora poduzetničkoj aktivnosti također je izrazito niska (1,8), i u padu u usporedbi s prethodnom godinom kada je bila 2,2.⁵⁶

⁵⁴ Isto., str. 14.

⁵⁵ Isto., str. 10.

⁵⁶CEPOR, Op. cit. bilj. 32., pristupljeno 10. 05. 2019.

4. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO

Žensko poduzetništvo interpretira gospodarski subjekt u čijem je većinskom vlasništvu žena. U ovom poglavlju prikazane su specifičnosti ženskog poduzetništva te prepreke i izazovi s kojima se susreću. Na kraju poglavlja prikazani su programi i poticanje razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

4.1. Karakteristike ženskog poduzetništva

Žene kao poduzetnice podupiru vlastite zaposlenike u ostvarenju svojih ambicija te više i češće ulažu u njihovo educiranje i napredovanje. Uspjeh ne mjere samo profitom, nego zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima pri čemu su spremnije na timski rad jer im je važniji uspjeh organizacije ili neke ideje nego vlastiti ego.⁵⁷ Prema tome, „žensko poduzetništvo je ekonomska aktivnost onih žena koje razmišljaju o vlastitom poslu, pokreću ga, organiziraju i kombiniraju razne čimbenike, upravljaju poduzećem, preuzimaju rizik odnosno ekonomsku nesigurnost koju podrazumijeva vođenje poduzeća.“⁵⁸ Žensko poduzetništvo moćan je izvor ekonomske neovisnosti koji ženama pruža priliku za ulazak u poduzetničke vode. Ono također podrazumijeva gospodarski rast, otvaranje radnih mjesta ali i jačanje položaja žena općenito. Niti Hrvatsku nisu zaobišli europski trendovi koji ukazuju na činjenicu da je još uvijek prisutan jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena. No, u zadnjih nekoliko godina broj poduzetnica u Hrvatskoj raste o čemu svjedoči i TEA indeks (u 2015. godini TEA indeks za žene iznosi 5,7).⁵⁹

Smatra se kako pružaju puno više mogućnosti za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme te su širokogrudnije kada je u pitanju porodiljni dopust. Zatim, opreznije su kod uzimanja kredita i najčešće djeluju u domeni uslužnih djelatnosti obzirom da su socijalno

⁵⁷Čovo, P. (2007), op. cit. bilj. 11., str. 53.

⁵⁸Ivanković, D., Kulenović, Ž., Sudarić, Ž., Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj, http://www.eraz.org.rs/uploads/4/7/0/4/47046595/68_ivankovi%C4%87_kulenovi%C4%87_sudari%C4%87_%C5%BDensko_poduzetni%C5%A0tvo_i_poduzetni%C4%8Cka_aktivnost_%C5%BDena_u_republic_i_hrvatskoj_international_scientific_conference_era2016_belgrade_serbia_576-582_pp.pdf, pristupljeno 11. 05. 2019.

⁵⁹ Isto.

osjetljivije te zato što to iziskuje manja početna ulaganja.⁶⁰ Dakle, žene posjeduju mnoge kvalitetne osobine i sve navedene karakteristike ženskog poduzetništva dokazuju da su žene poduzetnice sposobne voditi poduzeće i ravnopravne su muškarcima u vođenju poduzeća i kao takve doprinose razvoju gospodarstva u cjelini.

4.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva u svijetu

Žene u poslovnom svijetu smatraju se izvorom novog zapošljavanja, odnosno samozapošljavanja.

Tablica 6. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva

PREPREKE	IZAZOVI
obrazovni izbori žena smanjuju mogućnost žena da pokreću poslovne pothvate u tehnološki intenzivnijim djelatnostima	tradicionalno/društveno poimanje žene kao poduzetnice
stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji	Diskriminacija
tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu	Nepovjerenje investitora
nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija)	Balansiranje između posla i obitelji
otežan pristup financijama	Pristup informacijama
nedovoljno poslovnih veza otežava pristup izvorima financiranja	Vremensko ograničenje
nedostatak savjeta i mentorstva	Nedovoljan pristup neformalnom komuniciranju
nedostatak treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate	
percepcija žena o nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika	

Izvor: Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2013), *Strategija razvoja poduzetništva žena u republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014.- 2020. godine*, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, pristupljeno 05. 12. 2018.

Shodno, Tablica 6. prikazuje kako postoje prepreke i izazovi ženskog poduzetništva, te načini kako ženama olakšati ulazak i ostanak u poduzetništvu (Tablica 6.). Najveće su prepreke i poteškoće glede dostupnosti financijskih sredstava, pristupa informacijama, obrazovanja i iskustva pa nije niti čudo da postoji niz ograničenja za razvoj ženskog poduzetništva

⁶⁰Lončarić, A. (2015.), Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, raspoloživo na <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view>, pristupljeno 15.12.2015

(ravnopravnost spolova, ekonomska, socijalna i druge), na osnovu kojih se nastoji pridonijeti razvoju ženskog poduzetništva.⁶¹

U Republici Hrvatskoj, najčešći problemi s kojima se žene poduzetnice susreću su komplicirana i dugotrajna birokracija, nerazvijenost poduzetničke klime, nepravedno plaćanje, nepovoljni krediti i dodatno obrazovanje koje žene uglavnom same plaćaju zbog čega je Ministarstvo poduzetništva i obrta donijelo Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj prema kojoj je odredilo četiri strateška cilja, odnosno poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika, poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena, uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu i promociju poduzetništva žena.⁶²

Sukladno navedenom može se zaključiti da su danas, žene poduzetnice konfrontirane s raznim poteškoćama, poput financijskih sredstava, informacija, samog tržišta pa i educiranja. Jedna od većih poteškoća svakako je harmonizacija poslovnog i privatnog života zbog čega bi fleksibilnije radno vrijeme moglo doprinijeti uspostavi radnog i obiteljskog života.

4.3. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Analiza poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj prema rodnom kriteriju, na temelju podataka prikupljenih u Registru godišnjih financijskih izvještaja Financijske agencije, ukazuje da je u 2015. godini udio poduzeća u kojima su žene bile većinske vlasnice ili suvlasnice iznosio 18,3 % (žene su bile većinske vlasnice u 18.115 društava, dok su u još 7.525 društava žene bile suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama).⁶³

Analizom vlasničke strukture poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2015. godine prema rodnom kriteriju, moguće je uočiti lagani rast udjela poduzeća u vlasništvu žena između 2011. i 2014. godine, sa 18% u 2011. godini do 20,3% u 2014. godini, dok je u 2015. godini zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu za 2 postotna poena.⁶⁴

⁶¹Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2013), Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014.- 2020. godine, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, pristupljeno 05. 12. 2018.

⁶²<https://www.biznisakademija.hr/clanak-Ovo-su-glavni-problemi-s-kojima-se-susrecu-mali-poduzetnici-15>, pristupljeno 15.12.2018

⁶³FINA, <https://www.fina.hr/publikacije-i-analize>, pristupljeno 15.12.2018.

⁶⁴ Isto.

Na drugom mjestu je Grad Zagreb, s vrlo sličnim pokazateljima o poduzetničkoj aktivnosti žena, gdje poduzeća u vlasništvu žena u 2015. godini sudjeluju s 20% u ukupnom broju poduzeća županije, što također predstavlja pad udjela žena poduzetnica u odnosu na 2014. godinu kada je iznosio 21,5%.⁶⁵

Poduzeća u vlasništvu žena sudjeluju u ukupno ostvarenim prihodima Grada Zagreba s 3,5%, a u broju zaposlenih s 6,4%. Najnižu poduzetničku aktivnosti žena ima Požeško-slavonska županija gdje je udio poduzeća u vlasništvu žena u ukupnom broju poduzeća u županiji tek 11%.⁶⁶

U 2015. godini poduzetnička aktivnost žena po djelatnostima dominantna je u području djelatnosti S – ostale uslužne djelatnosti s udjelom od 47,5% (zastupljenost muškaraca u ovoj djelatnosti je 29,6%), što ujedno predstavlja i jedino područje djelatnosti u kojem su žene poduzetnice zastupljenije od muškaraca. Slijedi djelatnost Q – Djelatnost socijalne zaštite i zdravstvene skrbi s udjelom žena poduzetnica od 33,3%, zatim područje djelatnosti P – Obrazovanje, s udjelom žena poduzetnica od 32,8%, područje djelatnosti M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti s udjelom žena poduzetnica od 27,2% te područje djelatnosti I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u kojem žene poduzetnica sudjeluju s 20,4 %.⁶⁷ Ovi podaci ukazuju da je u uslužnim djelatnostima razlika u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca manja, dok je u ostalim djelatnostima, naročito onima koje su proizvodnog karaktera ta razlika vrlo izražena, u korist muškaraca.

Najveće svjetsko istraživanje poduzetništva, tzv. GEM istraživanje (eng. *Global Entrepreneurship Monitor*) omogućuje analizu razlika u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena (Tablica 7.).

⁶⁵ CEPOR, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf>, pristupljeno 11. 05. 2019.

⁶⁶ Deloitte Hrvatska, (2013), Žene u poslovnom svijetu, https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/aboutdeloitte/hr_shexo_zene_u_poslovnom_svijetu.pdf, pristupljeno 15.12.2018.

⁶⁷ Isto.

Tablica 7. Aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena u Republici Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine

	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.	
	Prosjek	H	Prosjek	H	Prosjek	H	Prosjek	H	Prosjek	H
	GEM	R	GEM	R	GEM	R	GEM	R	GEM	R
	zemalja	V	zemalja	V	zemalja	V	zemalja	V	zemalja	V
	uključenih	A	uključenih	A	uključenih	A	uključenih	A	uključenih	A
	u	T	u	T	u	T	u	T	u	T
	istraživanje	S	istraživanje	S	istraživanje	S	istraživanje	S	istraživanje	S
		K		K		K		K		K
		A		A		A		A		A
TEA	8,7	4,7	10,6	4,9	11,0	5,1	11,3	4,8	11,1	5,7
žene										

Izvor: GEM Hrvatska, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća 2016., <http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>, pristupljeno 05. 12. 2018.

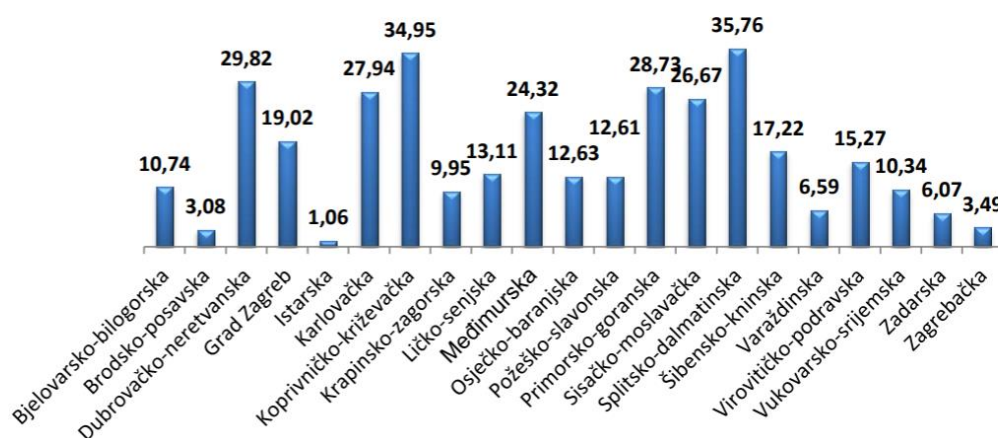
Tablica 7. prikazuje aktivnost pokretanja poslovnog pothvata žena u Republici Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine. Promatrajući navedenu aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena u Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine s obzirom na TEA indeks (indeks poduzetničke aktivnosti) podaci ukazuju da je u 2015. godini udio žena u aktivnostima pokretanja poslovnog pothvata 5,7% u odnosu na prethodne godine kada je TEA indeks bio nešto manji.

Tablica 8. Udio žena u programima poticanja malog i srednjeg poduzetništva i obrta od 2010.-2013.

Programi poticanja malog i srednjeg poduzetništva	Ukupno broj dodjela	Broj dodjela žene	Udio žena u %	Ukupno dodijeljeni iznos u kunama	Dodijeljeni iznos žene u kunama	Udio žena u projektima iznos u %
2010.	5.036	1.973	39,2	249.427.818,08	39.461.856,02	15,8
2011.	5.537	2.549	46,0	199.823.565,72	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	6.067	41,1	751.257.773,83	145.791.285,81	19,4

Izvor: Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2013), Strategija razvoja poduzetništva žena u republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. - 2020. godine, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, pristupljeno 05. 12. 2018.

Obrti u vlasništvu žena pokazuju opadajući indeks, prema broju obrta od 27.048 u 2012. godini u odnosu na 2013. (broj obrta u vlasništvu žena 2013. je 26.224, ukupan broj obrta je 82.086.) indeks je 96,9, dok se udio u ukupnom broju obrta zadržava na oko 32%. Postoje izvori informacija da jedna vlasnica može imati više gospodarskih subjekata (u obrtima je npr. prosječno 1,25 vlasnika po obrtu). Udio žena u sustavu bespovratnih potpora nadležnog ministarstva za poduzetništvo pokazuje da su poduzetnice po broju odobrenih potpora premašile 40%, dok su po iznosu u razdoblju četiri godine provedbe Strategije ostvarile udio od 19,4%, a u 2013. godini 16,5%.



Slika 3. Udio žena u ukupnom iznosu dodijeljenih potpora po županijama - Poduzetnički impuls 2013.

Izvor: Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2013), Strategija razvoja poduzetništva žena u republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. - 2020. godine, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, pristupljeno 05. 12. 2018.

Slika 2. prikazuje udio žena poduzetnica u ukupnom iznosu dodijeljenih potpora po županijama, a vidljivo je kako je najviše potpora dodijeljeno poduzetnicama u Splitsko-dalmatinskoj županiji, zatim Koprivničko-križevačkoj te Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Najmanji iznos dodijeljen je poduzetnicama u Istarskoj županiji.

Temeljem navedenog može se konstatirati kako je trend žena poduzetnica iz godine u godinu aktualniji u Republici Hrvatskoj, što se odnosi na promatrano razdoblje, odnosno razdoblje od 2010. do 2017. godine prema različitim kriterijima. Također, važno je naglasiti kako se vjeruje da će trend žena poduzetnica nastavljati rasti te da će u konačnici jednakom mjerom doprinosti gospodarstvu kao i muškarci.

5. KREDITNE LINIJE ZA MALE I SREDNJE PODUZETNIKE TE ŽENE PODUZETNICE NA PRIMJERU ZAGREBAČKE BANKE d.d.

U ovom poglavlju prikazuju se kreditne linije za male i srednje poduzetnike te žene poduzetnice na primjeru Zagrebačke banke d.d.. Kao uvodni dio prikazana je organizacijska struktura Zagrebačke banke d.d. i njezine specifikacije kao jedne od vodećih banaka u Republici Hrvatskoj.

5.1. Općenito o Zagrebačkoj banci d.d.

Zagrebačka banka d.d. započela je s poslovanjem još davne 1914. pod imenom Gradska štedionica. Godine 1946. preimenovana je u Gradsku štedionicu Zagreb, pod kojim imenom posluje do 60-ih godina.⁶⁸ Tada postaje dio Komunalne banke Zagreb koja je uskoro preimenovana u Kreditnu banku i postala dijelom sustava Udruženja poslovnih banaka u Zagrebu.⁶⁹ Već 1991. godine Zagrebačka banka d.d. je banka koja primjenjuje Međunarodne računovodstvene standarde, a 1995. godine kao banka osniva Upravu i Nadzorni odbor. Dionice Zagrebačke banke d.d. 1995. uvrštene su na Zagrebačku burzu, a već 1996. i na međunarodno tržište Londonske burze.⁷⁰

Zagrebačka banka d.d. je vodeća banka u Hrvatskoj; po kvaliteti proizvoda i usluga, tehnološkoj inovativnosti, mreži samoposlužnih uređaja te uspješnim poslovnim rezultatima. U Hrvatskoj posluje s više od 60 tisuća korporativnih klijenata te više od 1,3 milijuna građana.⁷¹ Kao članica UniCredit Grupe od ožujka 2002. godine, zauzima četvrtinu aktive hrvatskoga bankarskog sektora i 18 posto aktive bankarskog sektora Bosne i Hercegovine kao vlasnik UniCredit banke d.d. Mostar.⁷²

⁶⁸Zagrebačka banka d.d., O nama – Povijest, <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/povijest>, pristupljeno 05. 12. 2018.

⁶⁹ Isto., pristupljeno 05. 12. 2018.

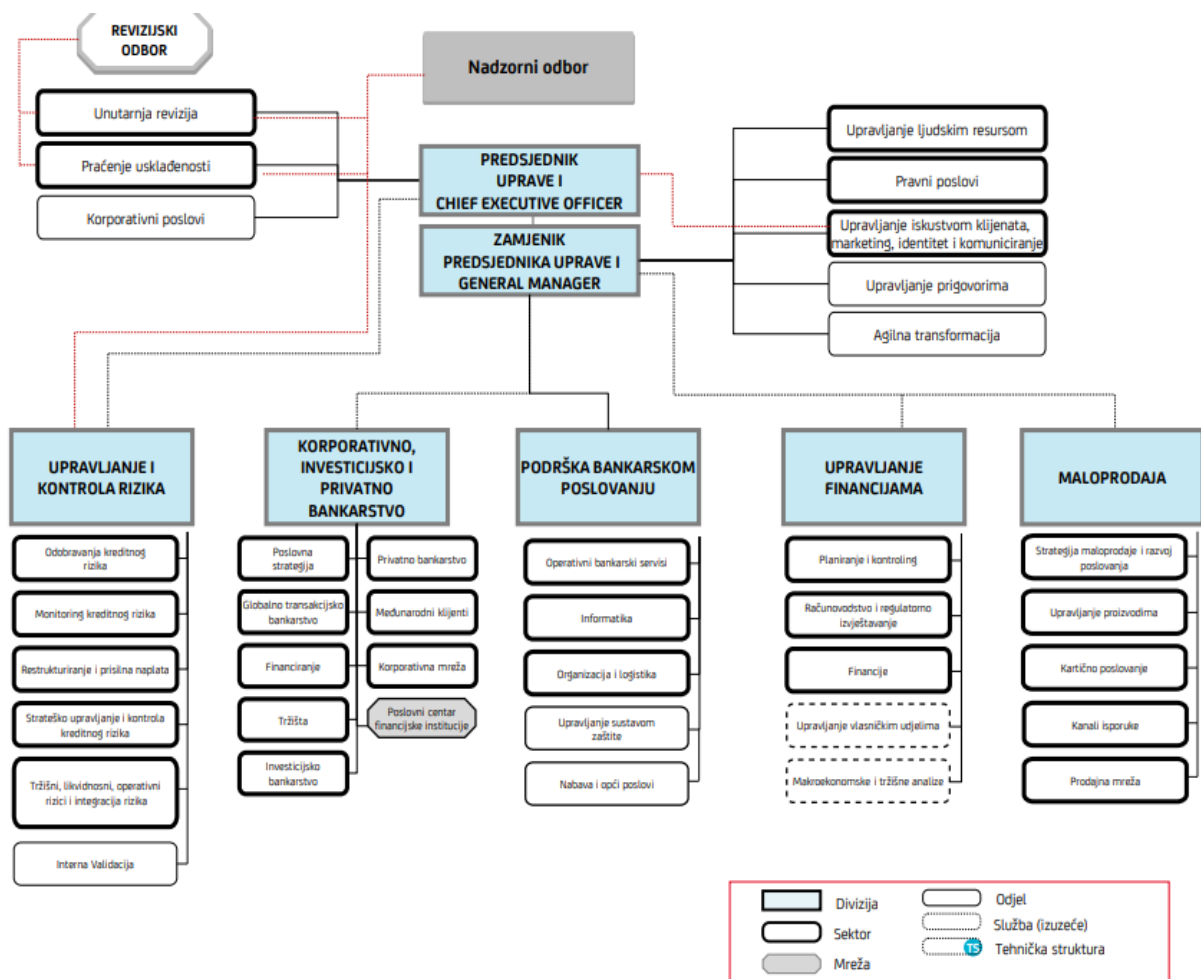
⁷⁰ Isto.

⁷¹ Isto.

⁷²Zagrebačka banka d.d., O nama – pregled, <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/pregled>, pristupljeno 05. 12. 2018.

Glavne podružnice Zagrebačke banke d.d.: ZB Invest, društvo za upravljanjem investicijskim fondovima Zagrebačke banke d.d., drži oko 27 posto tržišnog udjela a AZ fond, obvezni mirovinski fond Zagrebačke banke d.d. i Allianz, ima oko 41 posto tržišnog udjela.⁷³

Predstavlja se kao banka savjetnik i partner u svim specifičnim potrebama i situacijama svojih klijenata, banka koja nudi pouzdana rješenja, otvorena i odgovorna, banka koja se prema klijentima odnosi s povjerenjem.⁷⁴



Slika 3. Organizacijska struktura Zagrebačke banke d.d.

Izvor: Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/struktura>, pristupljeno 05. 12. 2018.

⁷³Zagrebačka banka d.d., <http://www.najboljiproizvodi.com/usluge/poslovne/financije/zagrebacka-banka-dd-usluge>, pristupljeno 15.12.2018.

⁷⁴Zagrebačka banka d.d., <http://www.gbccroatia.org/clanovi/zagrebacka-banka-d-d/184.html>, pristupljeno 15.12.2018

Slika 3. prikazuje organizacijsku strukturu Zagrebačke banke d.d. koja se sastoji od nadzornog odbora koji su zaduženi za upravljanje i kontrolu rizika, zatim predsjednika uprave i glavnog izvršnog direktora te zamjenika predsjednika uprave i glavnog menadžera koji upravljaju i nadziru revizijskim odborom, ljudskim resursima, pravnim poslovima, marketingom, iskustvom klijenata, prigovorima i dr. Diviziju Zagrebačke banke d.d. čine upravljanje i kontrola rizikom, korporativno, investicijsko i privatno bankarstvo, podrška bankarskom sustavu, upravljanje financijama i maloprodaja. Svaka divizija dijeli se sektore ili odjele koji obavljaju zadatke i radne zadaće iz određene domene poslovanja.

Temeljem navedenog može se zaključiti kako je Zagrebačka banka d.d. stručno organizirana što je jedan od važnih faktora u njezinu poslovanju. Osim toga, njezina razgranatost i povjerenje klijenata koje uživaju te mnoštvo usluga koje nude, također ih čine priznatom bankom u Republici Hrvatskoj.

5.2. Ciljevi Zagrebačke banke d.d.

Zagrebačka banka d.d. svoje ciljeve javnosti prikazuje kroz moto „Moji ciljevi“ i „Poslovni ciljevi.“ Kategorija „Moji ciljevi“ obuhvaća:⁷⁵

1. Kupnju nekretnine, adaptaciju ili brigu o domu što je moguće realizirati kroz stambeni kredit,
2. Kupnju novog vozila što je moguće realizirati kroz gotovinski kredit, financijski ili operativni leasing,
3. Putovanja koja je moguće realizirati putem gotovinskog kredita, karticama s odgodom plaćanja, na rate, bez kamata i naknada,
4. Sigurnu budućnost koju je moguće ostvariti pomoću životnog osiguranja, dobrovoljnog mirovinskog fonda, oročenja, investicijskih fondova i sl.,
5. Bolje sutra za dijete koje je moguće osigurati kroz dječju štednju,
6. Učenje i osobni razvoj koje je moguće ostvariti pomoću potrošačkog kredita ili kredita za plaćanje školarine.

⁷⁵Zagrebačka banka d.d., Moji ciljevi, <https://www.zaba.hr/home/moji-ciljevi>, pristupljeno 11. 05. 2019.

Kategorija „poslovni ciljevi“ odnosi se na:⁷⁶

1. Pokretanje posla,
2. Međunarodno poslovanje,
3. Poslovanje u maloprodaji,
4. Turizam,
5. EU fondove,
6. Pogodnosti za poslodavce.

Pokretanje posla obuhvaća otvaranje računa, osiguravanje osnivačkog pologa i pokretanje posla. Transakcijski račun omogućuje obavljanje gotovinskih i bezgotovinskih platnih transakcija u kunama i drugim valutama. Na raspolaganju su različite usluge utemeljene na suvremenim tehnološkim rješenjima kako bi se financijsko poslovanje obavljalo bez vremenskih i prostornih ograničenja, brzo, jednostavno i sigurno. Nadalje, međunarodno poslovanje podrazumijeva podršku u otkrivanju novih mogućnosti razvoja za međunarodna i multinacionalna poduzeća zainteresirana za hrvatsko tržište te hrvatskim tvrtkama koje planiraju proširiti svoje poslovanje u drugim zemljama, savjete kako smanjiti rizike kod uvoza i izvoza, kako financirati uvoz i izvoz te mogućnost kupnje i prodaje deviza po tržišnom tečaju za sve transakcije veće od 200.000 kn u protuvrijednosti strane valute iz tečajne liste. Moguće je ugovoriti transakcije za sve valute koje se nalaze na tečajnoj listi u usporedbi s kunom ili drugom stranom valutom. Poslovanje u maloprodaji donosi prednosti poput osiguranih EFT POS terminala na kojima je moguće prihvat kartica vodećih svjetskih brandova Mastercard, Maestro, Visa, Visa Electron i V Pay bez obzira na banku i državu izdavatelja te gotovinska plaćanja, isplate i uplate na transakcijski račun u poslovnicama, na bankomatima za isplatu i uplatu gotovine, putem dnevno-noćnih trezora ili uređaja za polog kovanica te u Fini. Turizmu Zagrebačka banka d.d. doprinosi tako što poduzetnike potiče na investiranje pri čemu im omogućuje turističke kredite, odnosno kratkoročni kredit za financiranje pripreme turističke sezone ili ostalih ulaganja u turizmu ili dugoročni kredit za ulaganja u objekte ili vozila. Rok otplate do 12 mjeseci, odnosno do 15 godina, ovisno o namjeni, uz mogućnost i duljih rokova otplate (u suradnji sa Hrvatskom bankom za obnovu i razvitak). Također, postoji mogućnost povoljnog financiranja i subvencije kamate uz HAMAG-BICRO ESIF Pojedinačna jamstva. Za djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane, pomorskog i obalnog prijevoza

⁷⁶ Zagrebačka banka d.d., Poslovni ciljevi, <https://www.zaba.hr/home/mali-poduzetnici/poslovni-ciljevi>, pristupljeno 11. 05. 2019.

putnika, prijevoza putnika unutarnjim vodenim putevima te umjetnost, zabava i rekreacija subvencija kamate može iznositi čak i do polovice iznosa ukupne kamate po kreditu. Zatim, kada je riječ o EU fondovima, Zagrebačka banka d.d. pruža asistenciju za sve koji sudjeluju na javnim natječajima za pružanje usluga, nabavu roba i izvođenje radova, ali i za one koje sudjeluju na javnim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstva iz EU fondova i nacionalnih fondova.

5.3. Financiranje Zagrebačke banke d.d.

Financiranje Zagrebačke banke d.d. odvija se kroz stambene kredite, gotovinske kredite, kredite za obrazovanje i kreditne kartice.⁷⁷ Naime, gotovinski kredit omogućuje raspolaganje gotovinom i jednostavno financiranje klijentovih potreba ili želja. Nudi posebnu pogodnost kredita u eurima: fiksna kamatna stopa 5,70 % za sve rokove otplate i iznose kredita. Njihova redovita ponuda omogućuje odabir valute te visoke iznose kredita bez instrumenata osiguranja. Prednosti gotovinskog kredita Zagrebačke banke d.d. jesu:

1. Bez naknade za obradu kredita,
2. Visoki iznosi kredita bez instrumenata osiguranja,
3. Brzi i jednostavni za realizaciju,
3. Uz m-zabu moguće je pratiti otplatu i broj preostalih rata kredita.

Stambene kredite nude s maksimalnim rokom otplate do 30 godina i to Zeleni stambeni u eurima s kombinacijom fiksne i promjenjive kamatne stope, Zeleni stambeni u eurima s promjenjivom kamatnom stopom i Zeleni stambeni u kunama s kombinacijom fiksne i promjenjive kamatne stope.

⁷⁷Zagrebačka banka, Financiranje, <https://www.zaba.hr/home/financiranje>, pristupljeno 11. 05. 2019.

5.4. Poduzetnički krediti Zagrebačke banke d.d.

Poduzetnički krediti Zagrebačke banke d.d. odnose se na kredite koji su namijenjeni malim poduzetnicima, srednjim poduzetnicima i ženama poduzetnicama.

5.4.1. Krediti Zagrebačke banke d.d. za male poduzetnike

Kreditom za poslovno financiranje Zagrebačka banka d.d. financira tekuće poslovanje i potrebe za obrtnim sredstvima ugovorenih poslova za isporuku robe i/ili usluga, sezonskih poslova (ciklusi poljoprivredne proizvodnje, zalihe, priprema turističke sezone i sl.), ostalih potreba za obrtnim sredstvima na temelju dokumentacije te refinancira kredite odobrene u drugim bankama za jednake ili slične namjene. Naime, kredit za male poduzetnike koristi se namjenski isplatom na račun dobavljača ili na poslovni račun korisnika temeljem dokumentacije za namjensko korištenje kredita. Odobrava se u kunama i u valutnoj klauzuli (EUR), a iznos ovisi o kreditnoj sposobnosti. Rok otplate je do godinu dana.⁷⁸

Prednosti ove vrste kredita jesu brzo odobrenje, fleksibilni uvjeti financiranja, mogućnost kombinacije različitih vrsta osiguranja, a kredite iznosa do sto tisuća kuna moguće je odobriti samo uz osnovne instrumente osiguranja, zatim i povoljni uvjeti financiranja, mnogobrojne kreditne linije koje su na raspolaganju omogućuju i ponudu povoljnih uvjeta kredita, individualan pristup te uvažavanje specifičnosti poslovanja i potrebe klijenata.⁷⁹

5.4.2. Krediti Zagrebačke banke d.d. za srednje poduzetnike

Srednji poduzetnici kao klijenti Zagrebačke banke d.d. svoje planove mogu realizirati pomoću investicijskih kredita čijim financiranjem Zagrebačka banka d.d. omogućuje proširenje poslovanja ulaganjem u osnovna sredstva kao što su kupnja, izgradnja, proširenje ili modernizacija proizvodnih i uslužnih kapaciteta, nabava opreme i prijevoznih sredstava te financiranje obnovljivih izvora energije, poboljšanje energetske učinkovitosti i ostale investicijske potrebe.

⁷⁸Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/mali-poduzetnici/kredit-za-poslovno-financiranje>, pristupljeno 15.12.2018.

⁷⁹Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/mali-poduzetnici/kredit-za-poslovno-financiranje>, pristupljeno 15.12.2018.

Potrebe za novčanim sredstvima srednji poduzetnici mogu uskladiti s prirodom i dinamikom svojega poslovanja uz tri vrste kratkoročnog financiranja, odnosno kroz dopušteno prekoračenje po transakcijskom računu (namijenjeno svima koji imaju potrebu za tekućom likvidnošću), kratkoročni kredit za obrtna sredstva (namijenjen financiranju trenutnih potreba u proizvodnji, plaćanju roba, sezonskih potreba te održavanju likvidnosti) i trajna obrtna sredstva (praktičan način financiranja obveza poduzeća je kredit za financiranje trajnih obrtnih sredstava).

Zagrebačka banka d.d. i Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) zaključile su Sporazum o financiranju za izdavanje pojedinačnih jamstava financiranih iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova na temelju kojeg će HAMAG-BICRO odobravati jamstva za investicijske kredite (najviše do 80 % neotplaćene glavnice kredita do 2 milijuna eura, trajanje jamstva do deset godina) i kredite za obrtna sredstva (najviše do 65 % neotplaćene glavnice kredita do milijun eura, trajanje jamstva do pet godina).⁸⁰ Zagrebačka banka d.d. korisnicima kredita odobrvat će niže kamatne stope u odnosu na standardne kamatne stope te će HAMAG-BICRO dodatno za investicijske kredite s minimalnim rokom otplate od pet godina za korisnike kredita iz određenih djelatnosti subvencionirati kamatu (50 % ukupnog iznosa kamate).⁸¹

U suradnji s Ministarstvom poduzetništva i obrta te s jedinicama lokalne uprave i samouprave podupiru posebne programe namijenjene poticanju razvoja gospodarstva. Krediti na temelju ugovora o poslovnoj suradnji s Ministarstvom poduzetništva i obrta iz programa „Kreditom do uspjeha 2014.“ Mjera 1. „Kreditom do konkurentnosti u suradnji“ s:⁸²Karlovačkom županijom, Virovitičko-podravskom županijom, Požeško-slavonska županijom, Osječko-baranjska županijom, Osječko-baranjska županijom i Gradom Osijekom, Osječko-baranjska županijom i Gradom Valpovo, Osječko-baranjska županijom i Općinom Erdut, Osječko-baranjska županijom i Općinom Kneževi Vinogradi, Osječko-baranjska županijom i Općinom Vladislavci, Gradom Zagrebom i Šibensko-kninskom županijom.

⁸⁰ Isto.

⁸¹ Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/srednja-i-velika-poduzeca/suradnja-s-hamag-bicro-corp>, pristupljeno 15.12.2018.

⁸² Prijedlog programa poticanja poduzetništva, http://www.obz.hr/hr/images/zupanijska_skupstina/2019/18_sjednica/23_prijedlog_programa_poticanja_poduzetništva.pdf, pristupljeno 15.12.2018.

5.4.3. Krediti Zagrebačke banke d.d. za žene poduzetnice

Cilj je poticanje osnivanja i razvoja poslovanja malih i srednjih gospodarskih subjekata u većinskom vlasništvu žena, sukladno Akcijskom planu za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. godine. Iznos kredita namijenjen ulaganju u trajna obrtna sredstva može iznositi u pravilu do 30% iznosa kredita. Iznos ulaganja u nematerijalnu imovinu ovisi o stručnoj ocjeni klijenta i/ili projekta kao i o raspoloživim izvorima sredstava Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR-a). Kod financiranja razvoja proizvoda ili usluga korisnik je u obvezi dostaviti detaljan poslovni plan s opisom proizvoda ili usluge, namjenom proizvoda ili usluge, ciljanom skupinom korisnika proizvoda ili usluge, vremenskim trajanjem razvoja, planiranom cijenom budućeg proizvoda te istim povezanim planiranim prihodima u budućim razdobljima, planiranim troškovima i slično. Poslovne banke koje su s HBOR-om ugovorile suradnju na provođenju ovog Programa kreditiranja mogu biti korisnici kredita.

Sukladno Zakonu o sprječavanju sukoba interesa (NN 26/11, 12/12, 126/12, 57/15) i svim naknadnim izmjenama i dopunama, na snazi su ograničenja kreditiranja poslovnih subjekata u kojima udjele u vlasništvu imaju dužnosnici i članovi njihovih obitelji. Odredbe ovih ograničenja smatraju se sastavnim dijelom programa kreditiranja HBOR-a.⁸³ HBOR provodi kreditiranje putem poslovnih banaka, izravnim kreditiranjem i kreditiranjem po modelu podjele rizika. Zahtjevi za odobrenjem kredita koji nisu dokumentirani obveznom propisanom dokumentacijom neće se razmatrati.

Najniži iznos kredita je 80.000,00 kuna, a najviši iznos kredita je 700.000,00 kuna. HBOR može kreditirati do 100% predračunske vrijednosti investicije bez PDV-a.⁸⁴ U slučajevima kada korisnik kredita obavlja isporuku dobara ili pruža usluge koje su po Zakonu o porezu na dodanu vrijednost izuzete od obračunavanja PDV-a, a u tu svrhu se odobrava kredit HBOR-a, kao i u slučajevima kada korisnik kredita ne ostvaruje prihod dovoljan za ulazak u sustav PDV-a, HBOR može razmotriti kreditiranje predračunske vrijednosti investicije s PDV-om.⁸⁵

⁸³ HBOR-pregled, https://www.hbor.hr/kreditni_program/zene-poduzetnice/, pristupljeno 09.12.2018.

⁸⁴ Isto.

⁸⁵ Isto.

6. ZAKLJUČAK

U radu su prikazane determinante poduzetništva koje podrazumijevaju pojmovno određenje poduzetništva, vrste poduzetništva i poduzetničku klimu. Također, objašnjeni su prednosti i nedostaci poslovanja malih i srednjih poduzetnika te obilježja istih po kriterijima zaposlenosti, ukupnog prihoda i izvoznog intenziteta. Zatim, eksplicirane su karakteristike ženskog poduzetništva te poticanje njegova razvoja u Republici Hrvatskoj. Važno je istaknuti kako je žensko poduzetništvo važna i nedovoljno razvijena poduzetnička aktivnost u Republici Hrvatskoj, unatoč poticajima za njegov razvoj. Analizom vlasničke strukture poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2015. godine prema rodnom kriteriju, moguće je uočiti lagani rast udjela poduzeća u vlasništvu žena između 2011. i 2014. godine, sa 18% u 2011. godini do 20,3% u 2014. godini, dok je u 2015. godini zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu za 2 postotna poena. Međutim, vjeruje se kako je ipak trend ženskog poduzetništva u daljnjem rastu te kako će uskoro moći konkurirati s muškarcima poduzetnicima, a to dokazuje Vlada Republike Hrvatske koja je usvojila Nacionalnu strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine koja se temelji na četiri strateška cilja: poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika, poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena, uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu, te promocija poduzetništva žena. Isto tako razvoju ženskog poduzetništva, ali i poduzetništva općenito doprinosi i Program poticanja poduzetništva i obrta – Poduzetnički impuls 2015. u ukupnom iznosu od 4,37 milijardi kuna, čija vrijednost premašuje vrijednost ovog programa od početka njegove provedbe 2012. godine. U odnosu na Poduzetnički impuls iz prethodnih godina, dodjeljivani su veći pojedinačni iznosi potpora koji se nisu značajno razlikovali od traženih iznosa.

Za analizu u radu obrađeno je financiranje, odnosno kreditiranje poduzetnika od strane Zagrebačke banke d.d.. Kada je riječ o financiranju mikro, malih i srednjih poduzeća od strane Zagrebačke banke d.d., riječ je o kratkoročnim kreditima za poslovno financiranje koji je namijenjen poduzetnicima, odnosno dugoročnom kreditu poduzetnicima odabranih zanimanja. Kada je riječ o financiranju žena poduzetnica, Zagrebačka banka d.d. i Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) zaključile su Sporazum o financiranju za izdavanje pojedinačnih jamstava financiranih iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova na temelju kojeg će HAMAGBICRO odobravati jamstva za investicijske kredite (najviše do 80 % neotplaćene glavnice kredita do 2 milijuna eura, trajanje

jamstva do deset godina) i kredite za obrtna sredstva (najviše do 65 % neotplaćene glavnice kredita do milijun eura, trajanje jamstva do pet godina).

Shodno obrađenoj tematici rada može se konstatirati kako je broj poduzetnika još uvijek veći od broja poduzetnica u Republici Hrvatskoj, što znači da je i dalje potrebno ustrajati na razvoju ženskog poduzetništva. Prije svega, to podrazumijeva jačanje svijesti, funkcionalniju logistiku i akceptiranje žena u društvu kao jednakih. Osim toga, njihovo financiranje i radno vrijeme treba biti fleksibilnije. Iako ulazak u poduzetništvo predstavlja rizik i za žene i muškarce, ženama ipak treba veća potpora najbližih kako bi uspjele sa što manje stresa harmonizirati obiteljski i radni život. Trenutno, u Republici Hrvatskoj je situacija vrlo loše, osobito kada je riječ o osnivanju tvrtki, zapošljavanju i slično, međutim, možda je upravo ovo povoljno i pravo vrijeme za žene sa mnoštvom ideja da samoinicijativno pokrenu novu vrstu posla, odnosno da na tržište „izađu“ sa vlastitim inovacijama. Upravo bi ovakav stav žene dokazao neopravdane faktore koji ih sputavaju, potisnuo diskriminaciju i prije svega „natjerao“ državu da i dalje uporno razvija i podržava programe i projekte za žene poduzetnice. Isto tako, Vlada bi trebala više surađivati s bankama kada je riječ o smanjenju kamatnih stopa, pojednostavljenju dokumentacije, povećanju iznosa kredita i roka otplate kredita za poduzetnike početnike i žene poduzetnice.

7. LITERATURA

KNJIGE:

1. Čovo, P. (2007), Održivo poduzetništvo, Sveučilište u Zadru: Zadar.
2. Dulčić, Ž. (1999), Uloga istraživanja i razvoja u stjecanju konkurentske sposobnosti poduzeća, Sinergija: Zagreb.
3. Drucker, P. F. (1992), Inovacije i poduzetništvo; Praksa i načela, Globus nakladni zavod: Zagreb.
4. Kružić, D. (2004), Obiteljski biznis, RriF-plus d.o.o.: Zagreb.
5. Kružić, D. (2008), Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Sveučilište u Splitu: Split.
6. Mrkonjić, N. (2018), Rizični kapital u Hrvatskoj, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet: Split.
7. Sikavica, P. (2011), Organizacija, Školska knjiga: Zagreb.
8. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2017), Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Zagreb.
9. Šipić, N., Najdanović, Z. (2012), Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, Katedra za marketing: Zagreb.
10. Škrtić, M., Vouk, R. (2005), Osnove poduzetništva i menadžmenta, Ekonomski fakultet Zagreb: Zagreb.
11. Vidučić, Lj. (2015), Financijski menadžment, RRif plus: Zagreb.

ZNANSTVENI I STRUČNI ČLANCI:

1. Lozić, J. (2015), Poduzetništvo u postmodernoj: Vertikalno integrirane medijske korporacije i poduzetništvo 21. stoljeća, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 5 No. 1, str. 81-89.
2. Pešić, M. (2011), Financiranje malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik, Vol. 24. No. 2., str. 430.435.

3. Senegović I., Ćorić G, Bautović M. (2011). Podučavanje poduzetništva – Kako učiti na primjerima dobrih praksi programa za razvoj poduzetništva. Učenje za poduzetništvo, Vol. 1. No. 1, str. 391-403.
4. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. Učenje za poduzetništvo, Vol. 1. No. 1, str. 35-43.

ČLANCI OBJAVLJENI NA INTERNETU:

1. CEPOR, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>
2. CEPOR, (2016), Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2016., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>
3. CEPOR, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf>
4. Čičin – Šain, D. Počela ekonomije, Predavanje iz Osnova ekonomije, http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/ekonomija/ekonomija_03.pdf
5. Deloitte Hrvatska, (2013), Žene u poslovnom svijetu, https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/aboutdeloitte/hr_shexo_zene_u_poslovnom_svijetu.pdf
6. European Commission, EntrepreneurshipandSMEs, <http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/>
7. EUROPA:EU, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm
8. Europski fondovi, Dodijeljeno 82 milijuna kuna za poduzetničke projekte (2016), <http://europski-fondovi.eu/vijesti/dodijeljeno-82-milijuna-kuna-za-poduzetni-ke-projekte>
9. FINA, <https://www.fina.hr/publikacije-i-analize>
10. GEM Hrvatska, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća 2016., <http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>
11. HBOR-pregled, https://www.hbor.hr/kreditni_program/zene-poduzetnice/
12. Ivanković, D., Kulenović, Ž., Sudarić, Ž., Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici

- Hrvatskoj, http://www.eraz.org.rs/uploads/4/7/0/4/47046595/68_ivankovi%C4%87_ku_lenovi%C4%87_sudari%C4%87_%C5%BDensko_poduzetni%C5%A0tvo_i_poduzetni%C4%8Cka_aktivnost_%C5%BDena_u_republici_hrvatskoj_international_scientific_conference_eraz_2016_belgrade_serbia_576-582_pp..pdf
13. Lončarić, A. (2015.), Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, raspoloživo na <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view>
 14. <https://www.biznisakademija.hr/clanak-Ovo-su-glavni-problemi-s-kojima-se-susrecu-mali-poduzetnici-15>
 15. Mali rječnik intelektualnog vlasništva, <http://patent-projekt.hr/rjecnik-piva/>
 16. Poduzetnički impuls 2015. Program poticanja poduzetništva i obrta, [file:///C:/Users/Acer/Downloads/PODUZETNI%C4%8CKI%20IMPULS%20-%202015%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/PODUZETNI%C4%8CKI%20IMPULS%20-%202015%20(1).pdf)
 17. Prijedlog programa poticanja poduzetništva, http://www.obz.hr/hr/images/zupanijska_skupstina/2019/18_sjednica/23_prijedlog_programa_poticanja_poduzetnistva.pdf
 18. SMA, https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_hr
 19. Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_10_106_2423.html
 20. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013.- 2020. god., Ministarstvo poduzetništva i obrta, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf>
 21. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2013), Strategija razvoja poduzetništva žena u republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014.- 2020. godine, <http://www.europskifondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20202014%20-%202020.pdf>
 22. Vujaković, M., Vukić, V. (2013), Prednosti i nedostaci u primjeni hrvatskih standarda financijskog izvještavanja kod malih i srednje velikih poduzeća, <http://www.efos.unios.hr/imijoc/wp-content/uploads/sites/71/2013/09/PREDNOSTI-I-NEDOSTACI-U-PRIMJENI-HRVATSKIH-STANDARDI-FINANCIJSKOG-IZVJE%C5%A0TAVANJA-KOD-MALIH-I-SREDNJE-VELIKIH-PODUZE%C4%86A.pdf>
 23. Zagrebačka banka d.d., O nama – Povijest, <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/povijest>

24. Zagrebačka banka d.d., O nama – pregled, <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/pregled>
25. Zagrebačka banka d.d.,
<http://www.najboljiproizvodi.com/usluge/poslovne/financije/zagrebacka-banka-dd-usluge>
26. Zagrebačka banka d.d., <http://www.gbccroatia.org/clanovi/zagrebacka-banka-d-d/184.html>
27. Zagrebačka banka d.d., Moji ciljevi, <https://www.zaba.hr/home/moji-ciljevi>
28. Zagrebačka banka d.d., Poslovni ciljevi, <https://www.zaba.hr/home/mali-poduzetnici/poslovni-ciljevi>
29. Zagrebačka banka d.d., Financiranje, <https://www.zaba.hr/home/financiranje>
30. Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/mali-poduzetnici/kredit-zaposlovno-financiranje>
31. Zagrebačka banka d.d., <https://www.zaba.hr/home/srednja-i-velika-poduzeca/suradnja-s-hamag-bicro-corp>
32. Žmegač, D., Ostojić, A. Značajke organizacije javnih i privatnih poslovnih sustava u Republici Hrvatskoj,
https://bib.irb.hr/datoteka/803073.Znaajke_organizacije_javnih_i_privatnih_poslovnih_sustava_u_RH_FINAL.pdf
33. <https://vlada.gov.hr/vijesti/vlada-usvojila-jamstveni-program-hamag-bicro-a-kojim-se-osigurava-do-500-tisuca-kuna-jamstva-za-mala-gospodarstva/17882>

PRAVNI PROPISI:

1. Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 134/15, 120/16.
2. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16.

8. POPIS PRILOGA

POPIS SLIKA

<i>Slika 1. Sektor malog i srednjeg gospodarstva.....</i>	<i>20</i>
<i>Slika 2. Konceptualni okvir GEM istraživanja - interakcije između ljudi i poduzetničke okoline</i>	<i>22</i>
<i>Slika 2. Udio žena u ukupnom iznosu dodijeljenih potpora po županijama - Poduzetnički impuls 2013.....</i>	<i>29</i>

POPIS TABLICA

<i>Tablica 1. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.....</i>	<i>8</i>
<i>Tablica 2. Prednosti i nedostaci poslovanja malih i srednjih poduzetnika.....</i>	<i>14</i>
<i>Tablica 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu za razdoblje od 2014. - 2017. god.....</i>	<i>15</i>
<i>Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u malim poduzećima od 2013. - 2017. god.....</i>	<i>16</i>
<i>Tablica 5. Uvjeti kreditiranja malih i srednjih poduzeća prema kriterijima najvećih banaka u Republici Hrvatskoj</i>	<i>17</i>
<i>Tablica 6. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva.....</i>	<i>25</i>
<i>Tablica 7. Aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena u Republici Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine.....</i>	<i>28</i>
<i>Tablica 8. Udio žena u programima poticanja malog i srednjeg poduzetništva i obrta od 2010.- 2013.....</i>	<i>28</i>