RAZVIJENOST OKRUŽENJA KAO JEDNA OD PRETPOSTAVKI USPJEHA PODUZETNIKA POČETNIKA

Bedalov, Bernarda

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:908083

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-19**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Remove Watermark Now

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

RAZVIJENOST OKRUŽENJA KAO JEDNA OD PRETPOSTAVKI USPJEHA PODUZETNIKA POČETNIKA

pdfelement

Mentor:

Prof. dr. sc. Dejan Kružić

Student:

Bernarda Bedalov

Split, rujan 2017.

Remove Watermark Now

SADRŽAJ

1. UVOD.....1

1.1. Definiranje poduzetništva.....2

1.2. Povijest poduzetništva.....2

1.3. Vrste poduzetništva.....3

1.4. Pojmovno određenje poduzetnika.....5

2.PODUZETNIŠTVO KAO PROCES.....9

2.1. Prednosti i mane ulaska u poduzetništva.....11

2.2. Oblici financiranja poduzetničkog pothvata.....12

2.1.1.Tradicionalni oblici financiranja.....12

2.1.2. Ostali oblici financiranja.....14

3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE I NJEGOVA RAZVIJENOST.....16

3.1. Najčešće pogreške poduzetnika.....16

3.2. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj.....17

3.3. Pravni oblik poduzeća u Hrvatskoj.....18

3.4. Pretpostavke u razvoju poduzetništva u RH.....18

3.5. Poduzetnik početnik u Republici Hrvatskoj.....19

3.6. Poticaji za mlade poduzetnike u Republici Hrvatskoj.....20

4. SKENIRANJE PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA.....22

4.1. Okruženja koja utječu na poduzeće.....23

4.1.2. Ekonomsko okruženje.....23

4.1.2. Pravno okruženje.....24

4.1.3. Političko okruženje.....25

4.1.4. Socio-kulturno okruženje 25

4.1.5. Informatičko i internetsko okruženje.....26

4.1.6. Tehničko-tehnološko okruženje.....27

4.1.7. Mikrookruženje.....27

4.1.8. Marketinško okruženje.....28

5. ZAKLJUČAK.....30

6. LITERATURA.....31

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA.....33

pdfelement

Remove Watermark Now

1. UVOD

Poduzetnici u pokretanju svojih poduzetničkih pothvata nailaze na brojne prepreke kao što su izvori financiranja, nedostatak informacija i poduzetničkih znanja. Za kvalitetno osnivanje poduzeća, jedan od najvažnijih čimbenika je poduzetničko okruženje. Poduzetničko okruženje je splet institucija koje u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnost te aktivnost poduzetnika.

Pokretanje vlastitog posla donosi mnoge odgovornosti, a uspjeh je nemoguće postići preko noći. Poduzetništvo koje je ujedno i poveznica svih naših osobina, vještina, znanja i iskustva do sada se pokazalo kao dobra odluka o prihvaćanju određenih životnih promjena i prilagođavanju novonastalim situacijama.

Poduzetnik prilikom započinjanja novog poduzetničkog pothvata preuzima odgovornost jer svaki novi posao ili ideja koja se treba ostvariti vremenom kroz provedbu postaje veliki posao i daje priliku za daljnji razvoj poduzetnika. Stoga možemo reći da je poduzetnik uspio u onom trenutku kada je svoju ideju uspio provesti u djelo. Ukoliko poduzetnici početnici uspiju u svojim poduzetničkim pothvatima mogu poboljšati svoj životni standard te stvoriti bolje uvjete za društvo, a također mogu biti i razvojna i pokretačka snaga svakog gospodarstva te samim time i temelj uspješnosti pojedine države.

Motiviranost za pokretanje poduzetničke aktivnosti ovisi o mnogo faktora, između ostalog i o vremenu koje je potrebno za otvaranje novog poduzeća, troškovima, državnim potporama, načinu financiranja i dr.

Ključan pojam rada je poduzetničko okruženje. Ono može biti: ekonomsko, pravno, političko, socio-kulturno, informatičko i internetsko, tehničko-tehnološko i marketinško okruženje te mikrookruženje. Svako od navedenih okruženja bitno utječe na osnivanje i opstanak poduzeća pa su detaljnije analizirana. Također, važan element poduzetničog okruženja čine mjere poticanja poduzetništva i poduzetničke potporne institucije. Također, opisano je kako poduzeće utječe na okruženje u kojemu posluje.

pdfelement

Remove Watermark Now

1.1. Definiranje poduzetništva

Pojam poduzetništvo dolazi od riječi poduzeti, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju[1]. Postoje brojne definicije poduzetništva i poduzetnika. Iako se poduzetništvo uglavnom povezuje s pokretanjem poslovnog pothvata, poduzetništvo je pojam koji ima puno šire značenje. Poduzetništvo je način razmišljanja i djelovanja koji se odnosi na aktivno, inovativno i odgovorno ponašanje.

Bez obzira čime se bavimo i što radimo u životu, moramo biti poduzetni (aktivni, inovativni i odgovorni, za odluke koje donesemo). Jedna od osam temeljnih životnih kompetencija, koje definira Europska unija, upravo je poduzetništvo gdje se ono definira kao sposobnost pretvaranja ideja u akciju koja uključuje kreativnost, inovativnost i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima s ciljem ostvarivanja zacrtanih ciljeva.

Poduzetništvo današnjice obnavlja, transformira i potiče razvoj ekonomija u cijelom svijetu. Ono generira pojavljivanje novih poslovnih pothvata, otvaranje brojnih novih trgovačkih društava, najčešće malih te novo zapošljavanje i obnavljanje nacionalnih ekonomija, pružajući im vitalnost, inovativne proizvode i usluge i povećavajući im mogućnost za opći društveni, kulturni i socijalni napredak.[2]

pdfelement

1.2. Povijest poduzetništva

Rane početke razvoja poduzetništva čini razdoblje do početka razvoja ekonomije kao zasebne znanstvene discipline, odnosno do 18. stoljeća. Iz antropološke perspektive prvi oblici razvoja poduzetničke aktivnosti uključuju trgovinu hranom ili neobnovljivim resursima među plemenima i klanovima zbog preživljavanja, pa se smatra da je funkcija poduzetnika (ako ne i sam pojam) stara kao institut bartera i razmjene.[3] U antičkom Rimu plemići se pojavljuju u ulozi zakupnika prava ubiranja poreza na određenom teritoriju, za određenu naknadu i u ime

[1] Hunjet, A., Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Varaždin 2014., Sveučlište Sjever, str. 5
[2] Operativni plan poticanja malog i srednjeg poduzetništva, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Zagreb, 2011.
[3] M. Škrtić, M. Mikić, Poduzetništvo, Zagreb, 2011., str. 81.

Remove Watermark Now

vladara. U današnje vrijeme ti plemići bi bili franšizanti a vladari franšizori. Nova vrsta poduzetništva se obilježava srednjim vijekom.

U antičkom Rimu plemići se pojavljuju u ulozi zakupnika prava ubiranja poreza na određenom teritoriju, za određenu naknadu i u ime vladara. U današnje vrijeme ti plemići bi bili franšizanti a vladari franšizori. Nova vrsta poduzetništva se obilježava srednjim vijekom.

Zbog čestih sukoba i ratova inovativnost se manifestirala u izgradnji obrambenih kula, oružja i drugih potrebitosti za ratovanje, s obzirom da društveni status i vlasništvo nisu bili jamstvo uspjeha. Broj ratova se smanjio jačanjem Crkve u razdoblju od 1000. – 1500. godine te se samim time poduzetništvo sve više iskazuje kroz arhitektonske i građevinske projekte.

Razvoj poduzetništva kao djelatnosti se odvijalo između 12. i 15. stoljeća. U početku je obuhvaćalo trgovinu, kreditne i mjenjačke poslove, brodarstvo ali i osvajanje novih područja. Prvi začeci trgovačkih poduzeća se pojavljuju u 12. stoljeću, u Italiji, dok se od kraja 14. stoljeća pojavljuju trajna udruženja koja su imala sličan poslovni oblik današnjih poduzeća. Kao tipičan masovni fenomen poduzeće se tek pojavljuje u 15. stoljeću, a stvaralačko poduzetništvo se masovno razvija tek u 17. stoljeću.

pdfelement

1.3. Vrste poduzetništva

Tradicionalno poduzetništvo Tradicionalno poduzetništvo se prakticira u mikro, malim i srednjim tvrtkama koje su organizirane u različitim pravno-organizacijskim oblicima, a čiji je temeljni cilj ostvarenje profita koji pripada vlasnicima kapitala i o čijoj upotrebi samostalno odlučuju.[4]

Tablica 1. Vrste poduzetništva po broju ljudi i prometu

Kategorija	Broj ljudi	Promet ili imovina	
srednja poduzeća	<250	≤ 260.000.000,00 kn	≤ 130.000.000,00 kn
mala poduzeća	<50	≤ 65.000.000,00 kn	≤ 32.500.000,00 kn
mikro poduzeća	<10	≤ (2 mil. €)	≤ (2 mil. €)

Izvor: Zakon o računovodstvu („Narodne novine“ broj 109/07)

[4] „Poslovanje poduzeća i poduzetnčko okruženje poslovanje“ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, siječanj 2012.

Remove Watermark Now

Korporacijsko poduzetništvo Korporacijsko poduzetništvo vezujemo za velike tvrtke - korporacije koje žele primijeniti suvremene principe menadžmenta na nov način, koji će stvoriti pretpostavke da kreativni pojedinci sa svojim idejama o novim proizvodima, postupcima i procesima dođu do izražaja. Povećanje konkurencije i stalne promjene na tržištima diljem svijeta tjeraju velika poduzeća na inovativnost i fleksibilnost. Korporacijsko poduzetništvo zapravo predstavlja ujedinjavanje prednosti malih poduzeća (kreativnosti, fleksibilnosti, inovativnosti, poznavanja tržišta i dr.) s tržišnom snagom i financijskim resursima velikog poduzeća.[5]



Prepreka poduzetništvu u velikim korporacijama jeste sama priroda velikih organizacija. Postoji nekoliko faktora koji rade protiv razvoja poduzetničke kulture u velikim poduzećima: međuljudski odnosi, previše razina odlučivanja, potreba za kontrolom, korporativna kultura, vremenska dimenzija - proračunski ciklusi, potreba za kratkoročnim profitima, nedostatak poduzetničkog talenta i dr.

pdfelement

Prednosti i nedostatci korporacija su:

Prednosti:	Nedostaci:
1. ograničena odgovornost,	1. visoki početni troškovi
2. kontinuitet,	2. naglašena reguliranost
3. lakoća prijenosa vlasništva,	3. ekstenzivno izvještavanje
4. lakoća dobivanja kredita.	4. dvostruko oporezivanje

[5] „Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje poslovanje“ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, siječanj 2012.

Remove Watermark Now



Socijalno poduzetništvo Definicija Instituta za socijalno poduzetništvo kaže: Socijalno poduzetništvo je umjetnost simultanih težnji ka financijskom i socijalnom povratu investicija (The Institute for Social Entrepreneurship, 2005). Socijalno poduzetništvo predstavlja primjenu poduzetničkih principa s ciljem unapređenja kvalitete življenja. Kod socijalnog poduzetništva naglasak je na povećanoj odgovornosti spram društvene zajednice i pojedinca u tijeku obavljanja poduzetničke djelatnosti (pojedinačan ili opći interes; odricanje od dijela profita). Prioritetni cilj je stvoriti nove društvene vrijednosti, a ako u tom procesu dođe do stvaranja profita onda se on koristi za ostvarenje misije organizacije.

1.4. Pojmovno određenje poduzetnika

pdfelement

Poduzetnik je osoba koja posjeduje vlastito poduzeće, njime upravlja i od toga živi. Poduzetnik podrazumijeva duh, marljivost i ideju, no još uvijek nema jedinstvene definicije poduzetnika.[6] Po jednima je to osoba koja stvara biznis ili proizvod, upravlja resursima i preuzima rizik da bi ostvario profit, odnosno osoba koja organizira, vodi te preuzima rizik poslovanja u cilju stjecanja dobiti.[7]

Prema modernoj ekonomskoj teoriji poduzetnik je nositelj gospodarske aktivnosti, ekonomski subjekt i pionir razvoja, koji angažira svoj kapital u gospodarsku djelatnost u tržišnoj konkurenciji na svoj rizik zbog čega ima autonomiju djelovanja i ostvareni profit. On uspostavlja vezu između tržišta rada, usluga i kapitala. Znatno opširnija definicija poduzetnika je ta da je poduzetnik vlasnik, odnosno menadžer u poduzeću, a njegove su funkcije slijedeće:

- pribavljanje kapitala
- organizacija proizvodnje kupovinom i kombiniranjem inputa
- odlučivanje o količini outputa u svijetlu očekivane potražnje

[6] Buble, M., Kružić, D.: Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, Zagreb, RSIF plus, str. 37
[7] Ibidem, str. 210.

Remove Watermark Now

- preuzimanje rizika s obzirom na okolnost da resursi moraju biti angažirani i plaćeni prije nego su učinci prodani

Kao menadžeri, poduzetnici moraju udovoljavati višestrukim zahtjevima u koje spadaju:
- bogatstvo ideja i odlučnost, organizacijski talent, sposobnost improvizacije i smjelosti, povezana s razboritošću i oprezom
- poznavanje ljudi, sposobnost za rukovođenje i suradnju, za prilagođavanje i kontaktiranje, odgovornost prema suradnicima i javnosti, spremnost za sagledavanje društveno – političkih zadataka
- posjedovanje općih ekonomskih znanja o međuovisnostima i zakonitostima gospodarskog života, te stručnih znanja u trgovačkoj i tehničkoj sferi, otvorenost za nove spoznaje iz znanosti i prakse

Teško je iskazati sve osobine koje bi okarakterizirale poduzetnika, ali neka su istraživanja pokazala da će kao poduzetnici vjerojatno uspjeti oni koji posjeduju sljedeće osobine:

pdfelement

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost.[8]

Za modernog poduzetnika nije presudno je li on ujedno vlasnik ili suvlasnik poduzeća ili je profesionalni menadžer ovlašten da vodi i upravlja poduzećem. Za razliku od prvotnog poduzetnika, koji je istovremeno bio i vlasnik poduzeća, a nerijetko i sam neposredni proizvođač, današnji je poduzetnik najčešće menadžer profesionalac s mandatom vlasnika poduzeća da ga organizira i vodi, unapređuje njegovo poslovanje i osigura mu trajan i siguran prosperitet. Bitna je razlika jedino u tome da poduzetnik vlasnik radi za profit, a poduzetnik menadžer za visoku plaću.

[8] Siropolis, N. C.: Menadžment malog poduzeća, MATE d.o.o. Zagreb, 1995., str 43-47

Remove Watermark Now

Slika 1: Profil start-up poduzetnika u Hrvatskoj:

Iz panorame izloženih određenja poduzetnika i njihovih osobina može se izvesti reprezentativna i što prihvatljivija sinteza koja bi mogla glasiti:

„Poduzetnik je osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja.“ P. Ravlić



Izvor:„Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje poslovanje“ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, siječanj 2012.

pdfelement

Poduzetnici su osobe koje uvijek imaju inicijativu, strpljivi su i ustrajni, predani su svome poslu, posjeduju izvanredne organizacijske sposobnosti, znaju voditi i kontrolirati posao, oni animiraju i motiviraju ljude vlastitim primjerom, entuzijazmom i odlučnošću, oni su rođeni vođe, znaju (sa)slušati i reći što misle i hoće, znaju ustrajati u svojim nakanama, ali pravodobno se i povući, oni razumiju ljude i njihove probleme, korektni su prema svojim zaposlenicima, kupcima, dobavljačima i drugim poslovnim partnerima. Dobri poduzetnici znaju (raz)uvjeriti i nagovoriti ljude, znaju se nagoditi i dobro prodati, znaju učiniti ustupke, vole oštru igru i neizvjesne utakmice u kojima mogu iskazati svoje sposobnosti, oni ne varaju državu i redovito plaćaju poreze, vole svoju obitelj i ne zaboravljaju prostor svoga odrastanja, školovanja i napredovanja, mnogi od njih dobri su mecene, dobrotvori, sponzori i pokrovitelji, najčešće nisu aktivni članovi političkih stranaka, ali podupiru politiku koja im osigurava uvjete za razmah njihovih poduzetničkih aktivnosti i sl.

Remove Watermark Now

Oni na tržište gledaju kao na mjesto sučeljavanja mnoštva najrazličitijih roba i usluga s platno mogućim potrošačkim željama. Oni brzo uočavaju čega na tržištu ima, a čega nema, i baš u tome čega nema nalaze svoju šansu. Nije to uvijek novi proizvod ili usluga, nije to neka originalna inovacija, nije to nešto što bi se moglo proglasiti kapitalnom novotarijom. Čak i poduzetnici početnici znaju da se više ljudi obogatilo na sasvim prozaičnim stvarima nego na primjeni suvremenih tehnologija ili kapitalnih novina u proizvodnji, trgovini ili usluživanju.

Velike su se poduzetničke ideje i poslovne prigode rijetko rađale na temelju rezultata sustavnog istraživanja procesa. Iznjedrili su ih ljudi koji su svoje misli (pre)okupirali poduzetničkim razmišljanjima

pdfelement

Remove Watermark Now

2. PODUZETNIŠTVO KAO PROCES

Poduzetnički je proces put od ideje do pokretanja i razvoja poduzetničkog pothvata. Kao i svaki drugi proces i poduzetnički se proces sastoji od nekoliko faza. Faze poduzetničkog procesa su:[9]

1. faza – Odluka da postanemo poduzetnik
2. faza – Razvijanje uspješnih poslovnih ideja
3. faza - Od ideje do poslovnog pothvata
4. faza - Upravljanje i rast poslovnim pothvatom.

Svaka od navedenih faza ima svoje posebnosti i važno je upoznati se s njima kako bi cjelokupni proces bio uspješan.[10] U poduzetničkom procesu sudjeluje više čimbenika koji su ujedno i ključni za sam proces, a to su: poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva.

Poduzetnik u samom poduzetničkom procesu preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, trebao bi imati viziju, morao bi znati odrediti poslovne ciljeve, utvrditi poslovnu strategiju i znati na koji način sastaviti poslovni plan. Najvažniji čimbenik poduzetničkog procesa je sam poduzetnik jer se bez njega isti ne bi mogao pokrenuti.

Elementi poduzetničkog ponašanja:

•INOVATIVNOST - sposobnost stvaranja novih proizvoda ili procedura, ili modificiranje postojećih u cilju zadovoljavanja promjenjivih zahtjeva tržišta
•PROAKTIVNOST - konkurentsko, agresivno i aktivno pozicioniranje na tržištu
•SPREMNOST NA PODUZIMANJE RIZIKA - spremnost za uključivanje u poslovne aktivnosti čiji rezultat može biti nesiguran.

Poduzetništvo i poduzetnički duh koji pokreće osnivanje poduzeća te potiče pojedince da započnu vlastiti posao koji se može, ovisno o tržišnoj situaciji, proširiti i potaknuti osnivanje novih poduzeća ili obrta obično se vežu uz razvoj maloga gospodarstva.

[10] Barringer, Ireland: Poduzetništvo – uspješno pokretanje poslovnih pothvata, 3rd ed., Tuzla, 2010

Remove Watermark Now

„Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito i potanko razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i varijantnih rješenja za rizične situacije, što ih donosi buduće vrijeme, a izrađuje se zbog potrebe utvrđivanja konkretnih ciljeva.“ (Ministarstvo gospodarstva, 2004:16)[11]

Slika 2: Proces nastajanja poduzetničkog pothvata



Izvor: http://www.efzg.unizg.hr/default.aspx prema Škrtarić; Mikić (2011)

pdfelement

[11] Ministarstvo gospodarstva, 2004:16

Remove Watermark Now

2.1. Prednosti i mane ulaska u poduzetništvo

Tablica 2: Prednosti i mane poduzetništva

Prednosti		
Preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom	Mogućnost mijenjanja stvari	Radite stvari koje volite
Posjedovanje poduzeća pruža poduzetniku mogućnost postizanja svojih ciljeva.	Poduzetnici u sve većem broju otvaraju poduzeća s ciljem mijenjanja postojeće stvarnosti.	Poduzetnici svoj posao ne smatraju istinskim poslom.
Mogućnost iskorištavanja svojih potencijala	Ostvarivanje neograničenih profita	Priznatost u društvu
Posjedovanje poduzeća izaziva sve poduzetnikove vještine, sposobnosti i kreativnosti.	Novac nije primarni razlog ulaska u poduzetništvo, ali profit je vrlo važan faktor motivacije pri osnivanju poduzeća.	Mala poduzeća temelje poslovanje na povjerenju i obostranom poštenju, a njihovi vlasnici uživaju povjerenje i priznanje svojih potrošača.
Nedostaci		
Nesigurnost dohotka	Niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja	Visoka razina stresa
Otvaranje i vođenje poduzeća ne pruža sigurnost poduzetniku da će zaraditi dovoljno novca za preživljavanje.	Istraživanja pokazuju da su prijateljstva i brak često žrtve jer većina poduzetnika ulazi u poduzetničke aktivnosti u dobi od 25 do 34 godina.	Propast poduzeća istovremeno je financijski i psihološki slom, što u konačnici rezultira visokom razinom stresa i zabrinutosti.
Rizik gubitka uloženog kapitala	Nedefinirano radno vrijeme i naporan rad	Neograničena odgovornost
Stopa zatvaranja malih i srednjih poduzeća vrlo je visoka. Zatvaranje poduzeća donosi financijske i emocionalne posljedice, stoga poduzetnici moraju znati mogu li se nositi s tim posljedicama.	Osnivanje poduzeća i uspostavljanje poslovanja često od poduzetnika zahtjeva danonoćni rad. Mnogi poduzetnici ulaze u poduzetništvo misleći da posjeduju poduzeće, ali zapravo poduzeće posjeduje njih.	Poduzetnici se u poslovanju sreću s problemima za čije rješavanje njihovo znanje nije dovoljno. Istovremeno donesene odluke direktno utječu na uspjeh ili neuspjeh poduzeća, ali i sudbinu svih ljudi uključenih u poslovanje.

Izvor: http://www.efzg.unizg.hr/default.aspx prema Škrtarić; Mikić (2011)

Iz tablice 2. možemo vidjeti koje su prednosti i koji su nedostaci ulaska u poduzetništvo. Bosnić (2012) smatra da se poduzetništvo djeli na: tradicionalno, socionalno i korporativno. Poduzetnik je vlasnik poduzeća koji mora biti upućen u izvore promjena poduzetničkog okruženja te procjene šansi za uspjeh. On mora posjedovati znanja potrebna za pokretanje poduzetničkih aktivnosti i uspješnog vođenja poduzeća. Neke od osobina uspješnog poduzetnika su inovativnost, upornost, snalažljivost, samouvjerenost te kreativnost

PdfElement

Remove Watermark Now

2.2. Oblici financiranja poduzetničkog pothvata

Financiranje je aktivnost pribavljanja i korištenja kapitala potrebnih za osnivanje, pokretanje i vođenje pothvata. Kapital može biti u obliku stvari, prava i novaca, odnosno može biti u materijalnom, nematerijalnom i financijskom obliku.

Tablica 3.: Oblici financiranja poduzetničkog pothvata

Tradicionalni oblici	Ostali oblici
Vlastita sredstva	Mikrokrediti
Obitelj i prijatelji	Garantni fondovi
Bootstrapping	Factoring
Krediti	Venture fondovi
Poticaji	Poslovni anđeli
Leasing	EU fondovi
Dobavljači	Emisija dionica
Kupci	Franšiza

Izvor: http://www.efzg.unizg.hr/default.aspx prema Škrtarić; Mikić (2011)

pdfelement

2.1.1.Tradicionalni oblici financiranja

Vlastita sredstva

Vlastita sredstva su sva sredstva financiranja koja poduzetnik sam ulaže u svoje poslovanje. Pod vlastitim sredstvom smatra se dionički kapital, partnerski ulog, poduzetnikova ušteđevina i imovina. Tu pripada sve ono što poduzetnik može uložiti u poduzeće, a da ima neku vrijednost. Kod vlastitih sredstava financiranja ne postoji obveza vraćanja te nemaju rok dospijeća, odnosno ne obračunavaju se izravni troškovi korištenja kao što je primjerice kamata.

Obitelj i prijatelji

Sredstva obitelji i prijatelja su najjednostavniji način stjecanja financijskih sredstava potrebnih za poslovanje poduzeća. Mogu se smatrati poklonima, pozajmicama, odložnim naknadama ili poticajima. Obitelj i prijatelji ulažu u poslovanje jer vjeruju da će poduzeće ostvariti dobar uspjeh i profit, strpljiviji su u iščekivanju povoljnih rezultata u poslovanju.

Remove Watermark Now

Međutim, kod ovog izvora financijskog ulaganja, poželjno je ugovorom jasno definirati odnose i postaviti određene uvjete.

Bootstrapping

Bootstrapping možemo definirati kao pronalaženje metoda kojima se pokušava izbjeći potreba za eksternim kapitalom; smatra se tehnikom agresivnog smanjivanja troškova i štednje. Poduzetnik treba biti kreativan, dosjetljiv, štedljiv te se može koristiti

Krediti

Prema Ministarstvu gospodarstva (2004) oni su čest oblik financiranja poduzetničkih pothvata, a odobravaju se uz određene uvjete i imaju obvezu vraćanja. Kao oblike kredita imamo trgovačke i bankovne kredite. Trgovački kredit je oblik kredita kojeg dobavljači odobravaju kupcima, tako da isporučuju robu uz mogućnost naknadnog plaćanja unutar odobrenog razdoblja.

Poticaji

Poticaji su financijske potpore kojima država potiče ciljane tržišne grupe koje zbog načina poslovanja, poslovnog okruženja ili drugih razloga nisu dovoljno profitabilni da bi bili zanimljivi za investicije.

Leasing

Leasing je poseban oblik vanjskog financiranja kojeg definiramo kao mogućnost pribavljanja proizvodnih i drugih dobara bez trošenja vlastitih fondova i bez uzimanja kredita na financijskom tržištu. Karakteristike leasinga su sljedeće:

- Za uporabu predmeta ne treba imati novac u cijelosti, nego dio novca ili jamčevinu u visini 20 %.
- Osiguranja pokrivaju rizik propasti stvari.
- Nemogućnost plaćanja dospjelih najmova prekida se nemogućnošću daljnje uporabe predmeta leasinga.[12]

[12] www.efos.unios.hr

Remove Watermark Now

2.1.2. Ostali oblici financiranja

Mikrokrediti

Mikrokreditiranje je kreditni program namijenjen postojećima mikro gospodarskim subjektima koji posluju do 24 mjeseca i onima u nastajanju te se pozivaju poduzetnici zainteresirani za odobravanje kredita po povoljnijim uvjetima da svoje zahtjeve podnesu na adresu HAMAG-BICRO-a. Karakteristike mikrokredita:

- Kredit je namijenjen za ulaganja u osnovna i obrtna sredstva.
- Najniži iznos kredita je 10.000 kuna, a najviši 120.000 kuna.
- Kamatna stopa iznosi 0,99%.
- Rok otplate je do 5 godina, uključujući poček do 6 mjeseci.
- Kredit se otplaćuje u jednakim kvartalnim ratama.[13]

Garantni fondovi

Oni rješavaju probleme start-up poduzeća prilikom traženja financijskih sredstava. Garantni fond je neka vrsta „jamca“ poslovnim bankama za posuđena sredstva poduzeću, a cilj koji se želi postići je poticanje jednostavnijeg i bržeg pokretanja novih poduzetničkih pothvata. [14]

Factoring

Factoring je specifičan oblik kratkoročnog financiranja na temelju prodaje kratkoročne, po pravilu, neosigurane aktive poduzeća specijaliziranoj financijskoj organizaciji koja se naziva Factor. On otvara dodatne mogućnosti za financiranje klijenata, bržu i lakšu dostupnost izvora financiranja kratkoročnih aktivnosti društva, jednostavnije administriranje, mogućnost dobivanja novčanih sredstava neovisno o kreditnoj sposobnosti.[15]

Venture fondovi

Prema Puljizu (2011.), Venture fondovi ili fondovi rizičnog kapitala su vrsta fondova koji su Zakonom o investicijskim fondovima u RH definirani kao otvoreni investicijski fondovi rizičnog kapitala s privatnom ponudom.

[13] www.hamagbicro.hr
[14] www.mathos.unios.hr
[15] www.erste-factoring.hr

Remove Watermark Now

Poslovni anđeli

Poslovni anđeli su neformalni individualni investitori koji svojim poslovnim iskustvom savjetuju mlade tvrtke i poduzetnike te pružaju vještine i poslovne kontakte poduzetnicima. Prvenstveno ulažu u sektore koje razumiju i u regiju koju poznaju. [16]

Eu fondovi

Europski fondovi su zamišljeni kao financijski instrumenti koji podupiru provedbu pojedine politike Europske unije u zemljama članicama. EU fondovi je generički pojam za sve programe koje financira Europska unija, bilo u zemljama članicama ili izvan njih.[17]

Emisija dionica

Prema Zakonu o trgovačkim društvima, samo dionička društva mogu izdavati dionice. Prilikom izdavanja dionica, dioničko društvo je u pravilu obvezno objaviti prospekt, koji je zapravo ponuda potencijalnim dioničarima da steknu dionice. Mogu se izdati redovne i povlaštene dionice, a kao nedostatak navode se visoki troškovi emisije dionica.

Franšiza

Prema Korunovskom, D. (2012.), franšizom se naziva dugoročna, čvrsta ugovorna suradnja između nezavisnih poduzetnika, davatelja i primatelja franšize, gdje davatelj franšize osigurava primatelju franšize znanja za vođenje poslovanja i ustupa mu svoj brand.

pdfelement

[16] www.raza.

[17] www.qualitas.hr

Remove Watermark Now

3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE I NJEGOVA RAZVIJENOST

Poduzetnici se bore za opstanak i uspjeh svog poduzeća, a da bi ono opstalo i bilo uspješno, mora ostvariti svoje ciljeve. Na ostvarenje ciljeva utječe okruženje u kojemu se poduzeće nalazi. Da bi poduzetnik lakše i efikasnije došao do cilja, mora detaljno proučiti svoje okruženje, upoznati se s problemima i slabostima, izbjeći opasnostit e maksimalno iskoristiti prednosti i poslovne prilike koje mu se pružaju.

Poduzetničko okruženje je splet institucija koje u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnost te aktivnost poduzetnika. Suvremeno poduzetničko okruženje karakterizira brz rast i razvoj znanosti i tehnologije, stvaranje velikih poslovnih sustava, stvaranje velikih međunarodnih gospodarskih integracija, otvaranje tržišta i sloboda kretanja robe, kapitala i radne snage, sukob industrijskoga razvoja i ekologije, društvena odgovornost poduzetnika i slično.[18]

Okruženje poduzeća možemo svrstati na više razina:
1. razina – interno okruženje
2. razina – okruženje zadatka (mikrookruženje)
3. razina – opće okruženje (makrookruženje).

pdfelement

3.1. Najčešće pogreške poduzetnika

Još od davnina stare narodne izreke nam govore da je ljudski griješiti i da onaj tko radi taj i griješi. U svemu što radimo i stvaramo ulažemo trud kako bi izbjegli, što je moguće više, pogrešaka kako bi na taj način došli do željenog ishoda. Možemo reći da je jedan od načina da u tome i uspijemo da učimo od drugih.
U pokretanju poslovnog pothvata pogreške se često dešavaju i brojne su te ih je jednostavno nemoguće sve izbjeći. Razlog tomu je što je svaki poslovni pothvat nekakva nova situacija i ne možemo ju u potpunosti poistovjetiti s niti jednim drugim pothvatom s kojim smo se možda već susreli. Ipak, možemo pokušati izbjeći neke od „početničkih“ pogrešaka.

[18] Kuvačić, 2005: 78

Remove Watermark Now

Najčešće početničke pogreške su:

-Nepostojanje jasne vizije i cilja

-Vjerovanje u vlastiti instinkt - slijepa povezanost s idejom

- Sve mogu napraviti sam/a – odabir pogrešnog tima

- Nestrpljivost

- Nerealno sagledavanje troškova

3.2. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Za Hrvatsku je karakteristično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije, s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na navedeno, iz godine u godinu raste broj poduzetnika.[19]

Proces pridruživanja Hrvatske Europskoj Uniji ubrzao je neke procese, ali svaki takav proces treba određeno vrijeme kako bi se ostvario. U Hrvatskoj postoje pozitivni poticajni projekti, poput: Programa poticanja malog i srednjeg poduzetništva, projekt Hitro, Hitrorez, osnutak Nacionalnog vijeća za konkurentnost i dr.

U RH je osnovana CRANE (Croatian Business Angels Network), hrvatska mreža poslovnih anđela, odnosno privatnih investitora zainteresiranih za ulaganja u proizvodna i inovativna poduzeća. Ova mreža bitno potpomaže u osiguravanju kapitala za početne faze projekata pa na taj način promiče razvoj poduzetništva. No, o financiranju poduzetničkog pothvata ćemo u idućem poglavlju. U RH je jedan od problema nedostatak edukacije. Mnogi poduzetnici ne znaju kako napisati dobar poslovni plan pa CRANE organizira start up srijede jednom mjesečno.

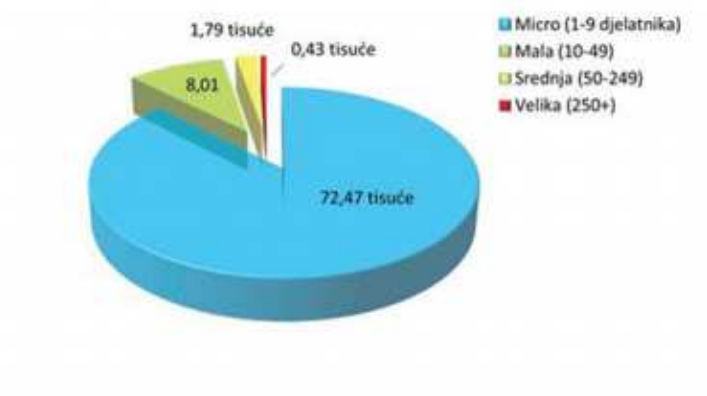
Korisne informacije poduzetnici mogu pronaći u Hrvatskoj Gospodarskoj Komori. Ona pruža informacije o pokretanju poduzetničkog pothvata, o mogućnostima financiranja poslovanja te mogućnostima uspostave poslovne suradnje s potencijalnim partnerima. Danas se u RH ne

[19] Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M.: Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, dostupno na http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=192415, pristupljeno 30.01.2017.

Remove Watermark Now

razmišlja dovoljno o zatvorenoj ekonomiji i domaćem tržištu nego o širokoj suradnji s inozemstvom povećanjem izvoza.

Slika 3.: Poduzeća u Hrvatskoj:



Izvor: Eurostat,2008

pdfelement

3.3. Pravni oblik poduzeća u Hrvatskoj

Pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj zajednički se nazivaju trgovačka društva.
Trgovačko društvo je pravna osoba osnovana uređena prema ovom zakonu.
Trgovačka društva dijele se na:

- javno trgovačko društvo
- komanditno društvo
- društvo s ograničenom odgovornošću
- ograničeno društvo

3.4. Pretpostavke u razvoju poduzetništva u RH

Šipić i Najdanović (2012) u svome radu objašnjavaju neke pretpostavke razvoja poduzetništva u RH:
Pravne pretpostavke su zakonski propisi koji reguliraju osnivanje, registraciju i likvidaciju poduzeća te zakonski propisi o financiranju, računovodstvu i reviziji poduzeća.

Remove Watermark Now

Financijske pretpostavke su nužne za razvoj poduzetništva jer bez kapitala nije moguće realizirati poduzetnički pothvat. Zbog toga su potrebne financijske institucije za financiranje poduzetništva.

Obrazovne pretpostavke podrazumijevaju opće, stručno i poslovno znanje poduzetnika, koje se stječe školovanjem od srednjih preko viših do visokih škola, ali i putem raznih seminara, tečajeva i posebnih škola.

Znanstvene pretpostavke podrazumijevaju sveučilišta, fakultete, znanstvenoistraživačke institute i znanstvene parkove u okviru kojih se provode istraživanja problema iz područja poduzetništva.

Savjetodavne pretpostavke uključuju: savjetništvo za osnivanje i registraciju malih i srednjih poduzeća, investicijsko i financijsko savjetništvo, savjetništvo za tekuće poslovanje i razvoj poduzetništva te savjetništvo za likvidaciju.

pdfelement

3.5. Poduzetnik početnik u Republici Hrvatskoj

Hrvatska još uvijek nema stopu otvaranja novih poduzeća poput ostalih europskih zemalja te je neophodno i dalje promicati pozitivan stav prema poduzetništvu i poticati osnivanje novih poduzeća. Postoji potreba za poticajnim mjerama koje će utjecati na stvaranje pozitivnijeg stava prema osnivanju novih poduzeća te isticati pozitivne strane poduzetništva, također će trebati pružiti potporu u obliku promicanja poduzetništva, poput edukacija za poduzetnike, osobito poduzetnike na početku njihova poslovanja te pružanja treninga i savjetovanja od strane poduzetničkih potpornih institucija. Stoga je nužno dodatno ojačavati obrazovne institucije koje pružaju potporu poduzetnicima kako bi mogle što kvalitetnije odgovoriti potrebama i zahtjevima koji se stavljaju pred njih. Također je potrebno osigurati poduzetnicima pristup kvalitetnoj i za njih financijski povoljnijoj infrastrukturi, posebno na početku poslovanja, ali i u svim daljnjim fazama njihova rasta.

Poduzetnici u hrvatskom društvu imaju nizak društveni status, a stavovi prema samozaposlenosti mnogo su negativniji u Hrvatskoj nego u ostalim zemljama EU. U

Remove Watermark Now

Hrvatskoj osnivanje poduzeća nije dovoljno prepoznato kao prilika nego kao način izlaska iz nezaposlenosti. Osnivanje poduzeća iz nužde je i jedan od razloga zatvaranja poduzeća u Hrvatskoj.[20]

3.6. Poticaji za mlade poduzetnike u Republici Hrvatskoj

U smislu pomoći i podrške, razvoju malog gospodarstva i poduzetnika u velikoj mjeri mogu doprinijeti razli mogu doprinijeti različiti oblici potpornih nstitucija kao što su poduzetnički centri, poduzetnički inkubatori i poduzetničke zone.

Program razvoja poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj predviđa ulaganje u osnivanje nove, te razvoj postojećih poduzetničkih institucija u okviru kojih zadovoljavaju potrebe poduzetnika za savjetodavnim uslugama, informacijama, poslovnim i infrastrukturnim prostorom, te nizom drugih usluga.

pdfelement

Poduzetnici vrlo često zaboravljaju kako je odabir odgovarajućeg načina financiranja gotovo jednako važan kao i odabir pravnog oblika poslovanja. Odluka o izvoru početnog kapitala može dugoročno utjecati na poslovanje poduzetnika, stoga je potrebno pažljivo proučiti prednosti i nedostatke pojedinih izvora financiranja.

Traženje početnog kapitala kojim bi se financiralo pokretanje poduzetničkog pothvata oduvijek je bio veliki izazov za sve poduzetnike, a iznad svega za poduzetnike početnike. Poduzetnici početnici nemaju povijest poslovanja niti ostvarene poslovne rezultate pomoću kojih bi mogli potkrijepiti svoje poslovne planove te im je stoga i pristup raznim izvorima financiranja otežan

Prije samog procesa prikupljanja početnog kapitala, važno je dobro razmisliti o sljedećem: •financijska pismenost odnosno poznavanje svih prednosti i nedostataka financiranja je ključna za dugoročni opstanak poduzeća,

[20] Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020, Ministarstvo poduzetništva i obrta

Remove Watermark Now

•kreativnost prilikom traženja početnog kapitala jednako je važna kao i kreativnost prilikom osmišljavanja poslovnih ideja,[21]

•Internet, odnosno mrežne stranice različitih organizacija koje pružaju poduzetničku potporu, dobar su izvor informacija o izvorima financiranja koji su nam dostupni,

•procesu prikupljanja sredstava treba pristupiti s pažljivo pripremljenim poslovnim planom,

•treba voditi računa o uvjetima posuđivanja (sredstva do kojih možemo iznimno brzo doći obično imaju i višu cijenu)[22]

pdfelement

[21] Delić, A., Oberman Peterka, S., Perić, J.: Želim postati poduzetnik, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, str. 25

[22] Ibidem

Remove Watermark Now

4. SKENIRANJE PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA

Poduzetnici se bore za opstanak i uspjeh svog poduzeća, a da bi ono opstalo i bilo uspješno, mora ostvariti svoje ciljeve. Na ostvarenje ciljeva utječe okruženje u kojemu se poduzeće nalazi. Da bi poduzetnik lakše i efikasnije došao do cilja, mora detaljno proučiti svoje okruženje, upoznati se s problemima i slabostima, izbjeći opasnostit e maksimalno iskoristiti prednosti i poslovne prilike koje mu se pružaju.

Uvjeti u kojima djeluje poduzetništvo na početku 21. stoljeća su specifični i svode se na:
-neizvjesnost na ekonomskom planu te veliki utjecaj vremena
-fragmentiranost i segmentiranost tržišta
- dizajn, kvaliteta i postprodajno servisiranje
- rekonstruiranje velikih poduzeća i nestajanje tradicionalne poduzetničke strukture
- nestajanje ekonomije velikog obujma u kontekstu masovne proizvodnje
- organizacija unutar pojedinog poduzeća postaje sastavnicom kooperativnih mreža - pojedina poduzeća svoje poslovne partnere smatraju poslovnim suradnicima
- internacionalizacija poslovanja o inventivan i stvaralački rad radnika u svakom poduzeću - direktna posljedica toga je povećanje kvalitete, proizvodnosti i ekonomičnosti.

pdfelement

“Poduzetničko okruženje je splet institucija koje u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnost te aktivnost poduzetnika. Suvremeno poduzetničko okruženje karakterizira brz rast i razvoj znanosti i tehnologije, stvaranje velikih poslovnih sustava, stvaranje velikih međunarodnih gospodarskih integracija, otvaranje tržišta i sloboda kretanja robe, kapitala i radne snage, sukob industrijskoga razvoja i ekologije, društvena odgovornost poduzetnika i slično.” (Kuvačić, 2005: 78)

Poduzetnik treba detaljno razmotriti sve faktore iz poduzetničkog okruženja da bi lakše identificirao prijetnje i prilike s kojima će se poduzeće suočiti. Ako je poduzetnik dobro upućen u trenutnu situaciju na tržištu, na vrijeme će se moći pripremiti na promjene na koje će poduzeće naići pa će moći pravilno i brže reagirati na njih.

U tu svrhu, postoji metoda analize poslovnog okruženja koja predstavlja temelj za strateško planiranje, a naziva se PEST ANALIZA. Ova analiza pruža pregled situacije koja može imati

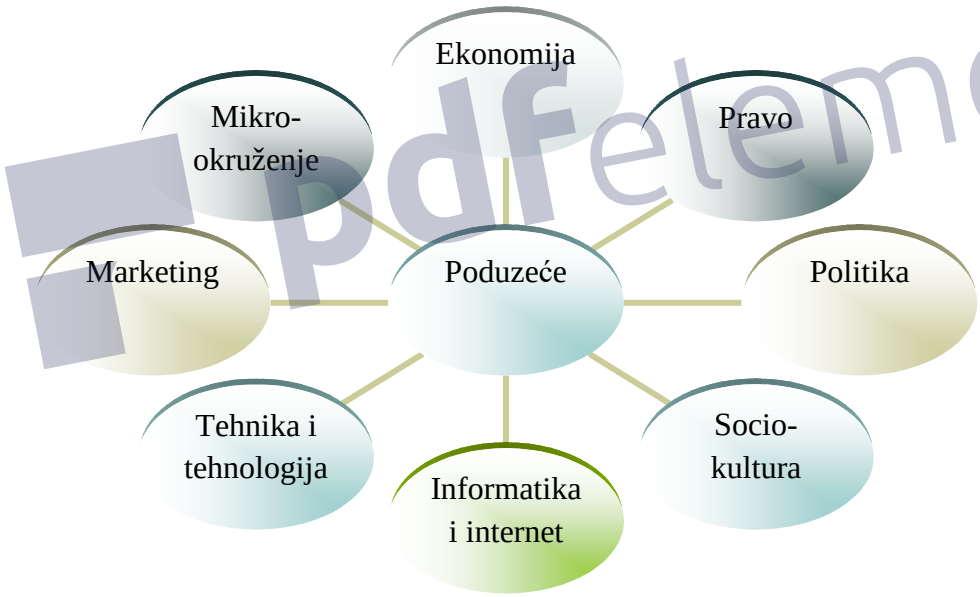
Remove Watermark Now

utjecaj na industriju u globali ili na poduzeća unutar određene industrije. Kroz PEST analizu poduzetnik bolje razumije stanje na tržištu što rezultira kvalitetnim definiranjem budućeg pravca djelovanja. Proces analize treba biti trajan jer se okruženje mora konstantno preispitivati, kako bi se na vrijeme utvrdila odstupanja.

4.1. Okruženja koja utječu na poduzeće

Postoji nekoliko vrsta poduzetničkog okruženja koja utječu na poduzeća u RH. Prema shemi navedeni su sljedeći faktori koji utječu na poduzeće, a to su: ekonomija, pravo, politika, socio-kultura, informatika i internet, tehnika i tehnologija, marketing te mikrookruženje.

Graf 1.: Vrste poduzetničkog okruženja u RH prikazani su na navedenom grafu:



PdfElement

Izvor: autor

4.1.1. Ekonomsko okruženje

Ekonomski faktori najznačajnije utječu na poslovanje poduzeća. Bogatstvo države i zdrava ekonomija bitni su faktori utjecaja za opstanak i uspjeh poduzeća. U RH trenutno vlada financijska kriza koja znatno utječe na poslovanje svih poduzeća, ali se poduzimaju mnoge

Remove Watermark Now

mjere kao što su traženje financijskih izvora te uklanjanje zapreka kako bi se potaknuo razvoj poduzetništva.

Ekonomskim faktorima smatramo sljedeće:

- godišnju stopu rasta,
- bruto nacionalni dohodak,
- dostupnost kreditinih sredstava za financiranje poslovnih projekata,
- visinu kamatne stope,
- devizni tečaj,
- stopu nezaposlenosti,
- dostupnost, cijena i kvaliteta radne snage i energenata,
- bilancu uvoza i izvoza,
- financiranje banaka,
- dostupnost kapitala i uvjeti kreditiranja,
- infrastrukturu.

U zemljama u kojima je naglasak stavljen na pojedinca, a ne na društvo, veća je vjerojatnost da ćemo naći slobodnu tržišnu ekonomiju, a u zemljama gdje je naglasak na društvu, a ne na pojedincu, država može kontrolirati mnoga poduzeća i na tržištu pa će u takvim zemljama postojati ograničenja.

pdfelement

4.1.2. Pravno okruženje

Pravni sustav je skup pravila ili zakona koji reguliraju ponašanje i procese u državi. “Zakoni reguliraju poslovnu praksu, definiraju način transakcije poslovanja, ali i obveze ponašanja onih koji su uključeni u posao. Zakonski propisi u demokratskim državama u kojima je individualizam dominantna politička filozofija, omogućavaju i olakšavaju privatno vlasništvo.” (Škrtić, 2006: 27)

Vlada RH postavlja pravne zakone i pravila ponašanja. Uspostavljanje pravnog sustava u državi je neizostavno za funkcioniranje svakog društva, a razlog tome je osiguranje kompromisa između različitih pojedinaca i grupa čiji su interesi i ciljevi često u konfliktu.

Remove Watermark Now

Djelovanje države na poduzeće manifestira se kroz:

- utvrđivanje zakonodavnog okvira,
- preraspodjelu dohotka,
- utjecaj na alokaciju resursa,
- makroekonomsku stabilizaciju.

U pravnom sustavu razlikujemo opće i posebne zakonske propise. Opći zakonski propisi odnose se na sva poduzeća jednako, bez obzira na njihovu veličinu, djelatnost ili lokaciju. Posebni zakonski propisi se odnose ili na određenu djelatnost, ili na neke vrste poduzeća. Tržišni sustav ne bi mogao uspješno funkcionirati bez pravne regulacije.

4.1.3. Političko okruženje

Političko okruženje utječe na stabilnost RH i njezinog gospodarstva, zakonsku regulativu i njezino provođenje te na suradnju RH s drugim zemljama. Političari općenito svojim stavovima i aktivnostima potiču i ograničavaju gospodarski razvoj i poslovanje poduzetnika. Utjecaj na poduzeća imaju primjerice političke stranke što dovodi do politizacije poduzeća. Poduzetnici su često upleteni u politička pitanja, čime preuzimaju ulogu političkog pregovaranja. Da bi se ovakve situacije smanjile, strateškim planiranjem i planiranjem komunikacije s okruženjem, unaprijed se definiraju opće i specifične političke strategije koje se primjenjuju kao odgovori na promjene u političkoj okolini.
Strategije kojima se poduzetnici koriste u političkom okruženju su financiranje izborne utrke, lobiranje i stvaranje koalicija. Država svojim mjerama potiče ili sputava gospodarsku aktivnost poduzeća tako što jamči provedbe ugovora, zaštitu prava vlasnika i zaštitu radnika te potrošača i šire zajednice.

4.1.4. Socio-kulturno okruženje

Društvo možemo definirati kao veću grupu ljudi koja dijeli zajedničke vrijednosti i norme, a kulturna pripadnost državi je politička kreacija. Vrijednosti i norme su rezultat velikog broja poslovnih faktora u društvu. Ti faktori uključuju političku i ekonomsku filozofiju, socijalnu strukturu društva, dominantnu religiju, jezik te obrazovanje. Takva filozofija utječe na

Remove Watermark Now

vrijednost sustava u društvu.[23] U sociokulturološke čimbenike koji utječu na poduzeće spadaju vrijednosti i uvjerenja, jezik, simboli i niz drugih međusobnih odnosa ljudi u društvu. Riječ je o filozofiji života, skupu novih znanja i odnosa prema radu, imovini, državi, vjeri, znanju, moralu, poštenju, ideologiji, bogatstvu i drugim vrijednostima. Sve se te vrijednosti međusobno uvjetuju, prepleću prožimaju i daju određeno ozračje cjelokupnoj strukturi sociokulturalnog sustava.[24]

Kultura je dinamička kategorija i mijenja se tijekom vremena interakcijom pojedinaca i grupa, što otežava proces prilagodbe poduzeća stranom okruženju. Ljudski kapital je jako važan za razvoj poduzeća pa zato treba poticati model cjeloživotnog učenja i usavršavanja zaposlenika. Kako se u suvremenom poduzetništvu sve više koristi tehnologija, nastaje višak radnika pa zaposlenicima treba biti omogućeno stjecanje novih znanja radi njihove prekvalifikacije. Socijalni faktori važni su za svako poduzeće, a ono što utječe na njih su promjene stila života populacije. Mijenjajući svoje životne navike, mijenjaju se želje i potrebe potrošača.

Poduzeće treba iskoristiti priliku da zadovolji potrebe i želje potrošača, kako bi nadmašilo svoju konkurenciju i ostvarilo pozitivan rezultat poslovanja. Poduzeće treba konstantno pratiti promjene u društvu kako bi na vrijeme uspjelo predvidjeti i procijenti promjene koje će se dogoditi. Tada poduzeće može planirati svoje poslovanje u skladu s promjenama. Ako poduzeće zanemari socio-kulturne promjene, može zastarjeti sa svojom ponudom na tržištu, za kojom ne bi postojala potražnja ili bi potražnja bila iznimno mala te tako neće ostvariti uspjeh što može dovesti do prestanka postojanja poduzeća.

Postoje neke dimenzije socijalnog okruženja:

- demografske promjene,
- vrijednosti i vjerovanja ljudi,
- stavovi prema radu,
- obrazovanje stanovništva.

[23] Škrtić, 2006: 30
[24] Vujić, 2010: 125

Remove Watermark Now

U odnosu prema radu, posebnu važnost imaju lojalnost prema poduzeću i radna etika. Porast opće razine obrazovanja stanovništva utječe na potražnju na tržištu te na poslovnu orijentaciju poduzeća.

4.1.5. Informatičko i internetsko okruženje

Elektroničko poslovanje je suvremeni oblik organizacije poslovanja koji podrazumijeva intenzivnu primjenu informatičke i internetske tehnologije pri ostvarivanju svih ključnih poslovnih funkcija poduzeća.

Poslovanje putem interneta afirmira virtualno tržište koje daje priliku globalizacije poslovanja poduzeća, a time internet postaje temelj svake poslovne organizacije. Pojava internetskog World Wide Web servisa pokazala je da internet može služiti kao tehnička infrastruktura za razmjenu informacija, ali i kao medij unutar kojega se mogu obavljati različiti poslovi. Pomoću interneta poduzeće može obavljati poslovne transakcije, komunicirati s dobavljačima i sponzorima, proučavati konkurenciju te olakšati komunikaciju zaposlenika unutar poduzeća.

pdfelement

4.1.6. Tehničko-tehnološko okruženje

Prema Anonymous (2013.) posjedovanje suvremene tehnologije, poznavanje tržišta i njegovih zakonitosti su od velike važnosti za poduzeće. Ukoliko poduzetnik na vrijeme uoči potrebe i zahtjeve tržišta, poduzeće može biti ispred svoje konkurencije ili u skladu s konkurencijom pa tako spriječiti smanjenje potražnje proizvoda ili usluga.

Tehnološki razvoj u svijetu i sve veći udio usluga u gospodarskoj djelatnosti doveli su do prestruktuiranja gospodarstva, posebice u zemljama u tranziciji kao što je RH. Poduzeće može opstati i napredovati ukoliko prilagodi svoj proizvodni program, tehnologiju i kvalitetu proizvoda zahtjevima suvremenog tržišta.
Poduzeću su potrebni sustavi obrade informacija suvremene informacijske tehnologije. Takve informacije se sadrže od podataka o tržištu, zaposlenicima, potrošačima, konkurenciji i dobavljačima. Takav sustav pomaže poduzeću da se lakše nosi s dinamičnim promjenama u svome okruženju. Oni koji su svojom lokacijom konkurirali drugim poduzećima, sada su prisiljeni značajno redizajnirati strategiju poslovanja. Sve se više ulaže u informacijsku

Remove Watermark Now

tehnologiju što povećava potrebu za kvalitetnim upravljanjem IT-om i informatičkim projektima. Iz tog razloga poduzeća zahtijevaju od svojih zaposlenika informatičku pismenost jer u današnjem svijetu poznavanje informacijskih tehnologija predstavlja preduvjet uspješnog poslovanja, kao i prednost kod zapošljavanja.

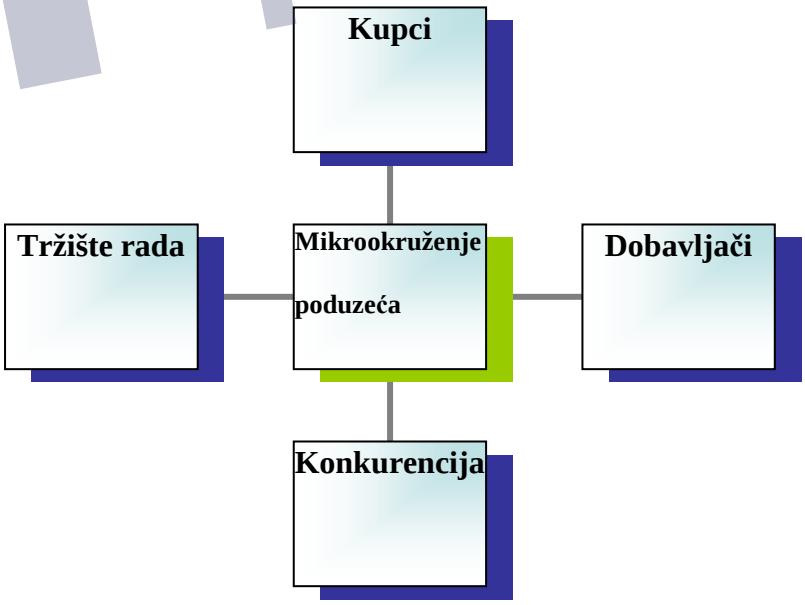
4.1.7. Mikrookruženje

U mikrookruženju je interakcija između poduzeća i okruženja najsnažnija. Kao elemente mikrookruženja možemo navesti sljedeće prikazane u shemi 3.: kupce, dobavljače, konkurenciju i tržište rada.

Potrebe i ponašanja potrošača znatno utječu na poduzeće. Ako se mijenjaju potrebe potrošača, mora se mijenjati i ponuda poduzeća, kao i mnoge aktivnosti unutar poduzeća. Također, poduzeće utječe na potrošače tako što kreira nove proizvode i usluge. Kroz te proizvode i usluge, poduzeće kreira potražnju pa takav proces međusobnog utjecaja možemo nazvati interaktivnim procesom. Da bi poduzeće spoznalo potrebe i želje potrošača, moraju ih istraživati i prikupljati informacije o njima kako bi proizvelo proizvode i usluge koje će zadovoljiti njihove potrebe i želje.

pdfelement

Graf 2: Elementi mikrookruženja poduzeća u RH



Izvor: autor

Remove Watermark Now

Dobavljači utječu na poduzeće tako što neku sirovinu mogu proizvesti kvalitetnije pa će samim time i proizvod biti kvalitetniji što povoljno utječe na ponudu i prodaju. No, ako dobavljači povećaju cijene ili proizvedu sirovinu manje kvalitete, također utječu na proizvode nekog poduzeća. Dobavljači i poduzeće tako imaju međusoban utjecaj. Ako je poduzeće na visokoj tržišnoj poziciji, može zahtijevati kvalitetnije sirovine od dobavljača. Poduzeće konstantno prati svoje konkurente na tržištu, a isto tako i konkurencija prati kretanje i poslovanje poduzeća. Svaka poduzeta aktivnost izaziva reakciju, a konkurenti se moraju pratiti i nadmudriti.

4.1.8. Marketinško okruženje

Marketing kao društveni proces usmjerava tijek proizvoda od poduzeća do potrošača. Marketinško okruženje poduzeća čine svi akteri izvan funkcije upravljanja marketingom poduzeća koje djeluju na njegovu sposobnost u upravljanju marketingom da bi ono razvilo i zadržalo transakcije sa svojim kupcima.

Vještine marketinga primjenjuju se za:

- izučavanje nacionalnih obrazaca potrošnje,
- istraživanje problema koji služe kao podloga za donošenje i primjenu Zakona o potrošačima (određuju se pravila „tržišnog“ ponašanja),
- oblikovanje i proizvođenje strategije izgradnje i održavanja imidža zemlje.

pdfelement

Remove Watermark Now

5. ZAKLJUČAK

Pokretanje vlastitog posla mogla bi postati jedna od ključnih mjera u rješavanju nezaposlenosti koja je jedan od velikih problema Hrvatskog gospodarstva. Pokretanjem vlastitog posla stvaramo nova poduzeća, proizvode i usluge, što za posljedicu ima otvaranje većeg broja radnih mjesta.
Na kraju ovoga rada također možemo zaključiti da su u Republici Hrvatskoj potrebne promjene kako bi se poduzetničko okruženje poboljšalo i kako bi poduzetnicima bio olakšan pristup sredstvima za osnivanje i poslovanje poduzeća.

Poduzetnicima koji pokreću vlastiti posao vrlo je bitno osigurati pristup kvalitetnijem i za njih financijski povoljnijem načinu financiranja, kako na samom početku tako i u svim daljnim fazama njihova rasta. Možemo reći da je traženje početnog kapitala kojim bi se financiralo pokretanje poduzetničkog pothvata oduvijek bio veliki izazov za sve poduzetnike, a iznad svega za poduzetnike početnike iz razloga što oni nemaju povijest poslovanja, nemaju ostvarene poslovne rezultate koji bi im mogli pomoći u realiziranju njihovih poduzetničkih pothvata.

pdfelement

Poduzetničko okruženje je turbulentno i poduzetnik se svakodnevno susreće s problemima, a brzina i kvaliteta njihovog rješavanja utječu na učinkovitost poduzeća.
Znanstvenici i teoretičari se u Republici Hrvatskoj bave suvremenom problematikom osnivanja i poslovanja poduzeća pa se u tu svrhu izdaju publikacije s ciljem poboljšanja poslovanja poduzeća i rasta nacionalnog gospodarstva. Donose se zakoni i podzakonski akti koji smanjenjem birokratizacije i poboljšanjem funkcioniranja javnog sektora, pokušavaju podići opću razinu gospodarskog poslovanja.
Možemo zaključiti da je poduzetničko okruženje stimulirajuće da se analizirano poduzeće prilagođava promjenama i utjecajima iz poduzetničkog okruženja kako bi uspješno poslovalo.

Remove Watermark Now

LITERATURA

Knjige:

1. Škrtić, M.(2006.) Poduzetništvo, Zagreb: Sinergija
2. Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN broj 93/13., 114/13. i 41/14.)
3. Horvat, Đ.;Tintor, Ž.(2006.) Poduzetnička ekonomija, Zagreb: Trgovačka akademija
4. Hunjet, A., Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Varaždin 2014., Sveučlište Sjever,
5. Operativni plan poticanja malog i srednjeg poduzetništva, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Zagreb, 2011.
6. Poslovanje poduzeća i poduzetnčko okruženje poslovanje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, siječanj 2012.
7. Buble, M., Kružić, D.: Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, Zagreb, RSIF plus
8. Siropolis, N. C.: Menadžment malog poduzeća, MATE d.o.o. Zagreb, 1995.,
9. Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje poslovanje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin,
10. Barringer, Ireland: Poduzetništvo – uspješno pokretanje poslovnih pothvata, 3rd ed., Tuzla, 2010
11. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020, Ministarstvo poduzetništva i obrta
12. Delić, A., Oberman Peterka, S., Perić, J.: Želim postati poduzetnik, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Internet izvori:

1. http://www.hitro.hr/
2. http://www.kagor.hr/hr/poticaji-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike/
3. http://www.hamagbicro.hr/eu-fondovi/
4. http://www.hzz.hr
5. http://www.crane.hr/o-nama/
6. http://tehnoloskopoduzetnistvo.com/index.php/2016/04/02/mogucnostiposlovnih-inkubatora-i-akceleratora-u-rh

pdfelement

Remove Watermark Now

7. Erste, http://www.erste-factoring.hr/definicija.php
8. . Anonymous (n.d.), Oblici financiranja poduzetničkog pothvata, nastavni materijal http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wpcontent/uploads/sites/224/2013/04/izvori-financiranja-2011.pdf
9. www.efos.unios.hr
10. http://web.efzg.hr/dok/pds/Strat_pod/7.%20PODUZE%C4%86E%20I%20PODUZETNI%C4%8CKO%20OKRU%C5%BDENJE.pdf
11. Strategiju razvoja poduzetništva republike hrvatske 2013. – 2020. http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_11_136_2926.html
12. Dnevnik.hr, službena stranica, www.dnevnik.hr
13. HAMAG BICRO, http://www.hamagbicro.hr/mikrokreditiranje/

pdfelement

Remove Watermark Now

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Tablica 1. Vrste poduzetništva po broju ljudi i prometu (str. 3.)
Tablica 2: Prednosti i mane poduzetništva (str. 11.)
Tablica 2: Prednosti i mane poduzetništva (str. 12.)

Slika 1: Profil start-up poduzetnika u Hrvatskoj (str. 7.)
Slika 2: Proces nastajanja poduzetničkog pothvata (str. 10.)
Slika 3.: Poduzeća u Hrvatskoj (str. 18.)

Graf 1.: Vrste poduzetničkog okruženja u RH (str.23.)
Graf 2: Elementi mikrookruženja poduzeća u RH (str. 28)

pdfelement