Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj

Sinanović, Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:348287

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište Sjever

Završni rad br. XX/09/2019

Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj

Magdalena Sinanović 1123/336

Koprivnica, rujan 2019. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Koprivnica
Trg dr. Žarka Dolinara 1, HR–48000 Koprivnica

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL: Odjel za ekonomiju

STUDIJ: preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment

PRISTUPNIK: Magdalena Sinanović | MATIČNI BROJ: 1123/336

DATUM: 02.09.2019. | KOLEGIJ: Poduzetništvo

NASLOV RADA: Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU: Entrepreneurship development incentives in Croatia

MENTOR: doc.dr.sc. Igor Klopotan | ZVANJE: docent

ČLANOVI POVJERENSTVA:

1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik
2. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, član
3. doc.dr.sc. Igor Klopotan, mentor, član
4. Ivana Martinčević, predavač, zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ: 161/PMM/2019

OPIS:

Poduzetništvo, koje je jedan od ključeva razvoja svake zemlje, a tako i Republike Hrvatske, nailazi na niz problema i zapreka. Ujedno, poduzetništvo je ključni faktor za otvaranje radnih mjesta i povećanje konkurentnosti društva kroz generiranje rasta. Ulazak u poduzetništvo je ozbiljan pothvat u koji se mnogi upuštaju zbog prednosti koje poduzetništvo nudi. U završnom radu je potrebno odrediti značenje pojma poduzetnik i poduzetništvo, značaj poduzetništva u nacionalnoj ekonomiji, razvoju inovacija i novih tehnologija i prilagodbu na nove izazove koje razvoj tehnologije stavlja pred poduzetnike. Kroz pregled istraživanja i literature potrebno je definirati koje su to osobine, znanja i vještine koje bi trebao imati poduzetnik u 21. stoljeću, te napraviti osvrt na uspješne poduzetnike u RH. Na kraju završnog rada potrebno je definirati odgovarajući zaključak temeljen na iznesenim stavovima i literaturi.
U radu će se:
(i) definirati pojam poduzetništva, prednosti i nedostataka ulaska u poduzetništvo
(ii) napraviti pregled poticaja i ostalih programa državnih potpora razvoju poduzetništva
(iii) obraditi uspješne poduzetnike u RH
(iv) definirati odgovarajući zaključak.

ZADATAK URUČEN: 17.09.2019. | POTPIS MENTORA:

SVEUČILIŠTE SJEVER

Sveučilište
Sjever

Odjel Ekonomija

Završni rad br. XX/09/2019

Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj

Student

Magdalena Sinanović 1123/336

Mentor

doc. dr. sc. Igor Klopotan

Koprivnica, rujan 2019. godine

Predgovor

Odabrana tema pod naslovom „Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj“ nastala je kao realizacija želje za kvalitetnim prikazom stanja u Hrvatskom poduzetništvu. Oduvijek sam se htjela pripremiti za ostvarivanje vlastite poduzetničke ideje i čim sam shvatila da imam priliku i vrijeme kako bi se posvetila istraživanju mogućnosti u poduzetništvu, shvatila sam da je ovo tema koju želim razraditi.
Sam naslov ne sugerira detalje koji se kriju iza ovog rada, ali mi je želja pripremiti sebe, a i svaku drugu osobu, za upuštanje u poduzetništvo, istraživanje svih mogućnosti koje poduzetništvo u Hrvatskoj nudi, te razvoj kroz povijest, danas, te projekciju prilika koje će se nuditi u poduzetništvu u budućnosti.

Posebna zahvala ide mentoru, doc.dr.sc Igoru Klopotanu na razumijevanju i pomoći tijekom stvaranja završnog rada. Savjeti i smjernice koje sam dobila su uvelike pomogle u izradi konačne verzije rada.

Sažetak

Osnovni je cilj ovoga rada prikazati status poduzetništva u Hrvatskoj, te istražiti prilike za mogućnosti ulaska i ostanka u poduzetništvu, posebno orijentirajući se na mlađu populaciju koja se koristi tehnologijom i uočava sve prednosti iste u vidu proboja na tržište.
Prikazani su podaci o broju poduzetnika, financijski pokazatelji poslovanja poduzetnika, prisutnost žena u poduzetništvu, te uvođenje poduzetništva u obrazovanje.
U radu se govori o povijesti poduzetništva u Hrvatskoj, te programima koji su nizom godina provođeni s ciljem stvaranja stabilne poduzetničke klime, te pomoći u financiranju i mentorstvu novonastalih i postojećih poduzetnika. Navedeni su i primjeri uspješnih poduzetnika i poduzetnica iz Republike Hrvatske koji mogu poslužiti kao primjer svima koji se žele okušati sa svojom idejom ili uslugom na tržištu, samostalno podižući svoje poduzeće na višu razinu.
Temeljem istraživanja u ovome radu utvrđeno je da postoje mnoge mogućnosti za ulazak mladih u poduzetništvo, ali je potrebno i kontinuirano osnaživanje i motivacija za preuzimanje inicijative.

Ključne riječi : poduzetništvo, mladi u poduzetništvu, poduzetnice, Hrvatska, izvori financiranja, Europska unija

The main aim of this final thesis is to present the status of entrepreneurship in Croatia and to explore the opportunities for entry and stay in entrepreneurship, especially focusing on the younger population using technology and recognizing all the benefits of this in the form of market penetration.
The data on the number of entrepreneurs, financial indicators of entrepreneurs' business, the presence of women in entrepreneurship and the introduction of entrepreneurship in education are presented.
The final thesis discusses the history of entrepreneurship in Croatia, and programs that have been implemented over the years with the aim of creating a stable entrepreneurial climate, and to help finance and mentor new and existing entrepreneurs. Examples of successful entrepreneurs from Croatia who can serve as an example to anyone who wants to try their idea or service on the market, independently raising their company to a higher level.

Based on the research , it has been identified that there are many opportunities for young people to enter entrepreneurship, but continuous empowerment and motivation for taking the initiative are also needed.

Keywords: entrepreneurship, youth in entrepreneurship, entrepreneurs, Croatia, sources of funding, European Union

Popis korištenih kratica

CNN - Cable News Network

HBOR - Hrvatska banka za obnovu i razvitak

EBRD - Europska banka za obnovu i razvoj

CESI - Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje

HGK - Hrvatska gospodarska komora

HOK - Hrvatska obrtnička komora

CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

HAMAG BICRO - Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

EU - Europska unija

TEA - Total Early Stage Entrepreneurial Activity

Sadržaj

1. Uvod 1

2. Osnovni pojmovi 2

2.1. Poduzetništvo 2

2.2. Poduzetnik 3

2.3. Poduzetnička ideja 3

2.4. Prednosti i nedostatci ulaska u poduzetništvo 5

3. Poduzetništvo kroz povijest 5

3.1. Razvoj poduzetništva u svijetu u 20. i 21. stoljeću 6

3.1.1. Poduzetništvo u razdoblju od 50-ih do 60-ih godina 20. stoljeća 7

3.1.2. Poduzetništvo u razdoblju od 60-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća 7

3.1.3. Poduzetništvo u razdoblju od druge polovice 70-ih do 90-ih godina 20. stoljeća . 7

3.1.4. Poduzetništvo u 90-im godinama 20. stoljeća 8

3.1.5. Poduzetništvo u današnjem vremenu 8

4. Razvoj poduzetništva u Hrvatskoj 8

4.1. Političke specifičnosti 8

4.2. Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj 9

4.2.1. Sustavni pristup poticanja malog gospodarstva u Hrvatskoj i Probni program poticanja malog gospodarstva 1997. 10

4.2.2. Elementi razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva i Program razvitka malog gospodarstva 1999. godine 10

4.2.3. Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju od 2001. do 2004. godine 11

4.2.4. Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva od 2004. do 2007. godine 11

4.2.5. Programi poticanja poduzetništva i obrta: Poduzetnički impulsi 2012., 2013. i 2014. 13

5. Žene poduzetnice u Hrvatskoj 17

5.1. Programi i projekti poticanja razvoja ženskog poduzetništva 18

5.2. Primjeri uspješnih poduzetnica 24

6. Obiteljsko poduzetništvo 25

7. Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke 27
8. Institucije za potporu poduzetništvu 27
9. Poduzetnička infrastruktura 30
10. Primjer uspješnih poduzetnika u Hrvatskoj 31
11. Zaključak 33
12. Literatura 35

1. Uvod

Poduzetništvo, koje je jedan od ključeva razvoja svake zemlje, a tako i Republike Hrvatske, nailazi na niz problema i zapreka. Ujedno, poduzetništvo je ključni faktor za otvaranje radnih mjesta i povećanje konkurentnosti društva kroz generiranje rasta. Ulazak u poduzetništvo je ozbiljan pothvat u koji se mnogi upuštaju zbog prednosti koje poduzetništvo nudi.

Poduzetništvo i inovacije su u današnjem poslovnom svijetu u središtu interesa jer se daljnji gospodarski rast i smanjenje nezaposlenosti može zasnivati samo na poduzetničkom društvu. Poduzetničko društvo karakterizira poduzetnička ekonomija s poduzetnicima u kojoj postoji veliki broj novih poduzetništva te je njihov broj u kontinuiranom usponu.

Najučestalije prednosti su preuzimanje kontrole nad vlastitom vremenom, autonomija i mogućnost neovisnog donošenja odluka, ostvarivanje neograničenih profita, status u društvu, kreativnost, te na kraju krajeva, rad na stvarima koje volite. Sam ulazak u svijet poduzetništva nosi i određene rizike koji se poistovjećuju s otvaranjem novog „biznisa".

Najčešći nedostaci ulaska u poduzetništvo su nesigurnost dohotka, rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme i naporan rad, niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja, visoka razina stresa, velika odgovornost, te obeshrabrenje. Upravo će se unutar ovog završnog rada govoriti o povijesti poduzetništva i sustavu potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj.

2. Osnovni pojmovi

Različitost razmišljanja govori kako jedna jedinstvena definicija poduzetništva uopće nije moguća jer bi bila ili previše opširna ili neprecizna i beskorisna.

2.1. Poduzetništvo

Poduzetništvo se uglavnom definira kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost.[1]

Također, poduzetništvo možemo definirati kao spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. To je način gospodarskog djelovanja u kojem poduzetnik odlučuje što, kako i za koga stvoriti i na tržištu realizirati posao, ulazeći u poduzetnički pothvat na svoj trošak i rizik s ciljem stjecanja dobiti.[2]

Pojam poduzetništva dolazi od riječi poduzeti, znači ne čekati da se nešto dogodi nego krenuti u akciju. Poduzetnik poduzima određene pothvate i pri tome preuzima neizvjesnost i rizik.

"Poduzetništvo je proces u kojem se stvara nešto vrijedno skoro ni iz čega".[3]

Poduzetništvo je dinamičan proces stvaranja povećane vrijednosti. Vrijednost stvaraju pojedinci koji preuzimaju najveći rizik u smislu kapitala i vremena. Proizvod koji proizvode može i ne mora biti jedinstven, ali vrijednost mora nekako biti stvorena od strane poduzetnika stjecanjem i lociranjem neophodnih vještina i resursa.[4]

Poduzetništvo nije profesija, to je sposobnost da se pokrenu neke aktivnosti radi postizanja određenog cilja, preuzimajući rizik i odgovornost. Bez obzira na to što se mogu poduzimati različite aktivnosti na različitim područjima, poduzetništvo je u uobičajenom smislu vezano uz gospodarstvo i uz pokretanje vlastitog posla.[5]

Kroz vrijeme promijenila su se sredstva, poslovna oruđa i običaji, opće okruženje ali bitna poduzetnička značajka je ostala spremnost da se kombiniranjem novih tehnologija, znanja i tržišnih prigoda uđe u poslovne pothvate koji donose profit. Ako poduzetnik ne uspije u svom

[1] Kolaković M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Zagreb (sinergija)

[2] Rajsman, M., Petričević, N., Marjanović, V. (2013.) Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Osijek

[3] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[4] Kolaković M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Zagreb (sinergija)

[5] Rajsman, M., Petričević, N., Marjanović, V. (2013) Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Osijek

poduzetničkom pothvatu, on mora znati i gubiti, ali ako uspije ne zadovoljava se postignutim već ide dalje, traži nove ideje i mogućnosti.

Poduzetnici su kreatori, inovatori i vođe koji imaju pozitivan utjecaj na zajednicu i pojedince u obliku mijenjanja radnih navika, učenja, vođenja. Oni pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge te na taj način pokreću ekonomiju. Oni stvaraju novu vrijednost s visokim potencijalom.[6]

Poduzetništvo je izazov, više od želje za uspjehom, više od inovativnosti, više od stjecanja znanja i upornog rada, više od novog proizvoda, više od širenja na tržište, više od potrošača.

2.2. Poduzetnik

Poduzetnik je osoba koja poduzima određene pothvate i pritom preuzima određeni rizik.[7]

Poduzetnici su kreatori, inovatori i vođe koji imaju pozitivan utjecaj na zajednicu i pojedince u obliku mijenjanja radnih navika, učenja, vođenja. Oni pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge te na taj način pokreću ekonomiju. Oni stvaraju novu vrijednost s visokim potencijalom. Poduzetnici se ne mire s postojećim stanjem, iz toga se rađaju nove ideje. Sve zajedno, cjelokupno djelovanje poduzetnika, rezultira društvenim napretkom.[8]

Da bi netko postao poduzetnikom, nije dovoljna samo dobra volja i početni kapital. Poduzetnik mora imati i karakteristike poput: inovativnosti, razumnog preuzimanja rizika, samouvjerenosti, sposobnosti postavljanja ciljeva, odgovornosti, ekonomskog i financijskog znanja i sl.

M reći kako se poduzetnikom mora postati. Poduzetnikom se postaje realizacijom poduzetničkog pothvata. Započeti poduzetnički pothvat znači odreći se, u najboljem slučaju privremeno, sigurnosti koju imamo zaposlenjem kod poslodavca. To odricanje ipak donosi jednu drugu veliku prednost, a to je sloboda.

2.3. Poduzetnička ideja

Poduzetnička ideja je zamisao poduzetnika, a na putu do realizacije mora proći razna preispitivanja dok se proglasi mogućom poslovnom prigodom. Poduzetnička ideja se stvara, za

[6] Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb

[7] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[8] Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb

razliku od poslovne prigode koja se ukazuje zbog tržišnih okolnosti ili zbog promjena u društveno-gospodarskom okruženju.[9]

Ideja, domišljatost, dosjetljivost i inovativnost smatraju se jednom od glavnih karakteristika mislioca, izumitelja i vizionara. Bogatstvo ideja prisutno je u svakom čovjeku i bitno je prepoznati ideju kada se pojavi. Ideje najčešće dolaze iznenada, kada nas na to potakne neka situacija, okolina ili problem koji se pojavi pred nama. Ideje treba obgrliti, zapisati i o njima promišljati kad se pojave jer su one prvi korak prema stvaranju. Upravo je stvaranje, tj. realizacija ideje nit vodilja svakoga poduzetnika. Ideju koja ne ostaje samo zamisao, nazivamo poduzetničkom idejom. Poduzetnička ideja potiče nove načine razmišljanja čiji su osnovni elementi kreativnost i inovativnost.[10]

Inovativni i kreativni ljudi koje prepoznajemo kao poduzetnike, odlikuju se sposobnošću stvaranja, samostalnošću, odgovornošću i raznolikošću.
Riječ kreativnost latinskoga je porijekla; creare znači: stvarati, rađati. Kreativnost je mentalni proces koji uključuje stvaranje novih ideja, pojmova ili načina rješavanja problema, a također i pronalaženje poveznica između već postojećih ideja ili pojmova. Osim stvaranja ili predlaganja nečega djelomično ili sasvim novoga, kreativnim se smatra i oblikovanje ili obogaćivanje već postojećega predmeta novim svojstvima ili karakteristikama. Kreativni proces uključuje i zamišljanje novih mogućnosti koje do tog trenutka još uvijek nitko nije osmislio ili izvođenje nečega na sasvim drugačiji način od onog koji se prije smatrao uobičajenim ili jedinim rješenjem. Možemo stoga zaključiti da je **kreativnost** stvaranje novih ideja povezivanjem starih informacija na nov način. Ona se može učiti i razvijati te je za nju, kao i za bilo koje druge vještine, potrebno uložiti energiju, vrijeme i upornost.
Kada se jednom ideja rodi, bitno je analizirati i provjeriti mogućnosti njene realizacije. Ponekad je dobro vježbati na malim stvarima i u svakodnevnim poslovima primjenjivati raznolike načine u nečem što inače predstavlja rutinu. Poduzetnički način razmišljanja i primjenjivanja ideja počinju od malih stvari. Prihvaćanje promjena i stalna motiviranost ključ su kojim se otvara puno više vrata nego što ih se na prvi pogled vidi.[11]

[9] Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb

[10] Lukić I. (2014). Poduzetništvo, EBIZ d.o.o., Zagreb

[11] Lukić I. (2014). Poduzetništvo, EBIZ d.o.o., Zagreb

2.4. Prednosti i nedostatci ulaska u poduzetništvo

Prednost ulaska u poduzetništvo je svakako kontrola nad vlastitom sudbinom, mogućnost iskorištavanja svog potencijala, mijenjanja stvari, ostvarivanja neograničenih profita, te ulaganje profita u daljnji razvoj i probitak na tržište. Poduzetnik sam određuje što će napraviti i kada, te može promijeniti sve u vezi poslovanja svog poduzeća jer sam upravlja svojim resursima i vremenom.

Upravo zbog istih razloga navedenih iznad nedostatak ulaska u poduzetništvo je nesigurnost dohodak, rizik gubitka uloženog kapitala, naporan rad i nedefinirano radno vrijeme, koje je posebno u počecima gotovo dvostruko radno vrijeme. Također dolazi do stresa zbog nesigurnosti s kojom se poduzetnik na svojim počecima mora suočiti.

3. Poduzetništvo kroz povijest

Poduzetništvo i poduzetnici u smislu današnjeg značenja pojavljuju se između 11. i 13. stoljeća. Prvi oblici poduzetništva pojavljuju se ponajprije u trgovini, bankarsko- kreditnim i mjenjačkim djelatnostima, pomorstvu itd.[12]

Trgovci u to doba nisu bili specijalizirani, već su obavljali i trgovačke i prijevozničke poslove, ali i novčarske. U Italiji nastaju i posebna udruženja koja poprimaju osnovne značajke karakteristične i za današnja moderna trgovačka poduzeća. Takva udruženja bila su uglavnom privremenog karaktera; naime, trgovci su se udruživali, tj. stvarali kopnene karavane ili pomorske flote radi smanjenja rizika prijevoza robe.

Krajem 14. stoljeća pojavljuju se trajnija trgovačka poduzetnička udruženja, koja su uglavnom poprimila karakteristike današnjih trgovačkih društava. Takva udruženja temeljila su se na obiteljskoj tradiciji i mobilizaciji ljudi i kapitala unutar nje. Formirala su se na kraće vrijeme, od jedne do pet godina i bavila su se uglavnom izvozničko-trgovačkim poslovima te bila utemeljena na imovinsko-pravnim zaduženjima i raspodjeli dobiti među članovima udruženja. U to doba postojale su i tzv. trgovačke gilde, udruženja trgovaca koja su imala za cilj pružanje uzajamne pomoći prilikom trgovačkog posla. Pritom se svaki trgovac bavio poslom na vlastiti rizik i za vlastiti račun.

[12] Kolaković, M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija

U 17. stoljeću poduzetništvo postaje masovnom pojavom. Dolazi do procvata različitih oblika obrta i trgovačkih poduzeća koja su se bavila trgovinom različitim proizvodima. Raste značenje i međunarodne, a zatim i prekooceanske trgovine. Specijalizacija u trgovini i odvajanje bankarstva pojavljuje se tek u 18. stoljeću.

Na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće kada se pojavila industrijska revolucija, naglo je porasla važnost poduzetništva u novonastalim industrijama. Međutim, nakon industrijske revolucije, a s početkom masovne proizvodnje, opada uloga poduzetništva. Razvoj poduzetničke djelatnosti zamijenjen je rastom i razvojem velikih industrijskih korporacija u kojima se čovjek gubi kao osoba, a njegov identitet poistovjećuje se s idejom kompanije.

Tek krajem 20. stoljeća, s naglim razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije i propašću socijalističkih društvenih uređenja, poduzetništvo ponovno dobiva na intenzitetu i postaje temeljna gospodarska djelatnost. Velika ekonomska tranzicija, promjena kritičnih proizvodnih resursa s materijalnih na nematerijalne s jedne strane, te istodobna liberalizacija i privatizacija u postkomunističkim zemljama s druge, širom je otvorila vrata novom poduzetničkom uzletu.

Globalnu ekonomiju 21. stoljeća obilježavat će snažan porast brzine poslovanja i nadmetanje velikog broja agilnih konkurenata. Na scenu stupaju nova mala, fleksibilna i inovativna poduzeća koja samostalno ili međusobno povezano nastupaju na tržištu. U takvom okruženju multinacionalne kompanije izgubit će dominantni položaj. Ekonomski teoretičari, želeći slikovito prikazati stanje u suvremenom poslovnom svijetu, ispisuju „osmrtnice“ tradicionalnim, klasično organiziranim korporacijama. Također tvrde da su današnje integrirane kompanije „posrćući dinosauri“ koji će uskoro biti zamijenjeni usko fokusiranim, brzim i fleksibilnim poduzećima. Poslovnim svijetom budućnosti dominirat će svjetske kooperativne i uzajamno povezane mreže malih poduzeća. Vrhunske poslovne rezultate i nova rješenja bit će moguće ostvariti samo uz suradnju različitih specijaliziranih poduzeća, poduzetnika, znanstvenika, tehnologa, te organizacijskih i drugih eksperata. U tom smislu potrebno je i u Hrvatskoj razviti svijest da će mala poduzeća umrežavanjem, uzajamno utječući jedno na drugo, postići veći ukupan rezultat negoli bi bio zbroj njihovih rezultata da djeluju samostalno.[13]

3.1. Razvoj poduzetništva u svijetu u 20. i 21. stoljeću

Razvoj poduzetništva u svijetu u 20. stoljeću može se pratiti kroz nekoliko faza:

[13] Kolaković, M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija

- Razdoblje od 50-ih do 60-ih godina 20. stoljeća
- Razdoblje od 60-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća
- Razdoblje od druge polovice 70-ih do 90-ih godina 20.stoljeća
- Razdoblje 90-ih godina 20. stoljeća
- Današnje vrijeme – početak 21.stoljeća

3.1.1. Poduzetništvo u razdoblju od 50-ih do 60-ih godina 20. stoljeća

Nacionalnim gospodarstvom dominiraju velika poduzeća orijentirana na masovnu proizvodnu i na masovnu potrošnju, a u javnosti prevladava shvaćanje da budućnost gospodarskog razvoja svijeta lezi u velikim gospodarskim jedinicama. Uloga malog, privatnog poduzetništva u ovom razdoblju je neznatna, a države velikim proizvodnim organizacijama upravljaju bez posredovanja tržišta. Svijet je nakon Drugog svjetskog rata u procesu obnove i država je najveći investitor.[14]

3.1.2. Poduzetništvo u razdoblju od 60-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća

Prve države u kojima se počelo primjećivati povećano sudjelovanje radne snage u malim i srednjim poduzećima bile su Japan i Tajvan. U visokorazvijenim zemljama Europe, poput Njemačke, Velike Britanije i Švedske, zastupljenost malih i srednjih poduzeća bila je neznatna. Naftna kriza početkom 70-ih godina izazvala je i krizu velikih gospodarskih subjekata. Mnogo nezaposlenih i izdvajanje ogromnih sredstava za socijalni program utjecali su na osmišljavanje aktivne politike zapošljavanja i samozapošljavanja.[15]

3.1.3. Poduzetništvo u razdoblju od druge polovice 70-ih do 90-ih godina 20. stoljeća

Potkraj 70-ih godina u SAD-u se intenzivira razvoj poduzetništva. Intenzivno se razvijaju:

[14] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[15] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

kompjuterska industrija (Bill Gates – Microsoft, Steve Jobs – Apple Computers), masmediji (Ted Turner – CNN), franšizing (Ray Kroc osniva McDonald's), proizvodnja glazbeno-zabavnih sadržaja (Morita- Sony, Yamaha – Yamaha).[16]
Ovako povećano poduzetništvo u SAD-u posljedica je i povećanog dioništva drugih oblika financiranja poduzetništva (rizični fondovi) u odnosu na klasično bankarsko kreditiranje.

3.1.4. Poduzetništvo u 90-im godinama 20. stoljeća

Godinama poduzetništva nazivaju se 90-te. Stvara se mnogo novih poduzeća u svim dijelovima svijeta, od razvijenog zapada, do zemalja u razvoju. Formiraju se poduzetničke grupe u svim gospodarskim djelatnostima.[17]

3.1.5. Poduzetništvo u današnjem vremenu

Razvoj informatičkih i informacijskih tehnologija omogućile su malim poduzećima izvoz na globalna tržišta. U razvijenim zapadnim zemljama uočava se trend da potražnja kupaca seli od proizvoda priznatih proizvođača prema proizvodima koji ne figuriraju kao renomirani brendovi, što je značajna prilika manjim poduzećima.[18]

4. Razvoj poduzetništva u Hrvatskoj

4.1. Političke specifičnosti

Za Hrvatsku je specifično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na spomenuto, iz godine u godinu raste broj poduzetnika.
Proces pridruživanja Europskoj uniji ubrzava neke procese, ali svaki takav proces treba vrijeme. Pozitivni projekt je Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva, zatim poticanje projekta Hitro, Hitrorez, osnivanje nacionalnog vijeća za konkurentnost i slično.
I u prošlosti se razmišljalo o konkurentnosti, pa su se poduzetnici (obrtnici) povezivali u bratovštine, kasnije u zadruge, te su osnivane komore (gospodarska, obrtnička itd.).

[16] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[17] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[18] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

Vrijeme provedeno u socijalizmu negativno je djelovalo na razvoj poduzetništva i na privatnu inicijativu. Zadrugarstvo je znatno pridonijelo gospodarskom rastu u Sjevernoj Italiji i Nizozemskoj, pa je tu i porast broja obrtnika u Hrvatskoj nakon Drugog svjetskog rata.
U posljednjih petnaestak godina u Hrvatskoj je pokrenut sustavni pristup poticanja poduzetništva, te je počela izgradnja sustava institucijske potpore. Tako dugo dok se ne provedu reforme u obrazovnom sustavu (osnovnom i srednjoškolskom) i dok se ne razvije civilni sektor, sporo će se dostizati karakteristike društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladavati poduzetničko upravljanje.[19]

4.2. Počeci poticanja poduzetništva u Hrvatskoj

Prva inicijativa za pokretanje institucijske potpore, prema načelima suvremenog pristupa poticanju poduzetništva, nastala je u Sisku 1991. godine kada je unutar Željezare Sisak pokrenut poduzetnički inkubator Elicom. Nakon jednogodišnjeg rada poduzetnički inkubator prekinuo je rad zbog rata i zbog nekonzistentne potpore menadžmenta Željezare. U Rijeci je 1991. lokalna uprava pokrenula osnivanje poduzetničkog inkubatora, a koji je ostvaren tek 1996. godine. Tada je osnovan Porin koji podupire poduzetnike koji pokreću vlastiti posao. Godine 1992. Vlada RH i Hrvatska gospodarska komora, osnovali su u Zagrebu Croateh d.o.o. koji je zamišljen kao potpora tehnološkom razvitku malih tvrtki. U Zagrebu je 1993. počeo raditi prvi Centar za poduzetništvo d.o.o. i to kao privatna inicijativa. Centar je osnovan s ciljem provođenja rezultata postignutih u sklopu međunarodnog projekta Menadžment i poduzetništvo – 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća. U Zagrebu je 1994. godine u sklopu koncerna Končar osnovan tehnološki park. U početku je udomljavao končarevce koji nisu realizirali svoje ideje u matičnom poduzeću, a sada djeluje kao Tehnološki park Zagreb. Ministarstvo znanosti i tehnologije uz pomoć SR Njemačke od 1996. godine osniva tehnološke centre za razvijanje visokotehnoloških i inovativnih projekata, koji sada djeluju u Rijeci, Splitu i Zagrebu. Ministarstvo znanosti i tehnologije uz pomoć Republike Italije 1997. godine osnovalo je Poslovno – inovacijski centar Hrvatska - BICRO (Business Innovation Centar Croatia) u Zagrebu.[20]

[19] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[20] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

4.2.1. Sustavni pristup poticanja malog gospodarstva u Hrvatskoj i Probni program poticanja malog gospodarstva 1997.

Intenzivniji razvitak sustavnih poticajnih aktivnost za razvitak malog gospodarstva počeo je 1997. godine osnivanjem Uprave za obrt, zadruge, mala i srednja poduzeća pri Ministarstvu gospodarstva, te provođenje Probnog programa razvitka malog gospodarstva. U sklopu Programa, diljem Hrvatske osnovano je desetak poduzetničkih centara, inkubatora i zona za malo gospodarstvo, pokrenuto je kreditiranje poduzetnika s kamatama od 3 do 8%, te je osnovana savjetodavna mreža za malo gospodarstvo s 270 članova.[21]

Program predstavlja skup mjera i aktivnosti za uspostavu i izgradnju okruženja za razvoj poduzetništva. Mjere i aktivnosti određene su na temelju rezultata istraživanja i obuhvaćaju:

- promidžbu privatnog poduzetništva putem medija radi stvaranja pozitivnog odnosa prema poduzetništvu i informiranja poduzetnika o poticajima
- bespovratnu potporu poduzetnicima za korištenje usluga Hrvatske mreže
- povoljne kredite koji se dodjeljuju na temelju županijskih kriterija i javno objavljenih natječaja
- izgradnju institucionalne potpore
- komercijalizaciju inovacija koja obuhvaća dodjelu potpora za tehničko-tehnološko vrednovanje i opremanje inovacija
- izobrazbu za potrebe razvitka poduzetništva putem licenciranih učitelja poduzetništva, savjetnika i promotora[22]

4.2.2. Elementi razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva i Program razvitka malog gospodarstva 1999. godine

Vlada Republike Hrvatske je u svibnju 1999. godine usvojila Elemente razvojne politike malog gospodarstva s politikom razvoja poduzetništva, te je donesen prijedlog Programa razvitka malog gospodarstva. Tri glavna elementa programa su bila:

- dodjela nepovratnih sredstava

[21] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[22] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

- subvencioniranje kamatnih stopa
- osnivanje kreditnih linija s određenim komercijalnim bankama, uz sudjelovanje lokalnih vlasti [23]

4.2.3. Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju od 2001. do 2004. godine

Na prijedlog Ministarstva za obrt, malo i srednje poduzetništvo, Vlada RH je u lipnju 2001. godine usvojila Program razvitka malog gospodarstva u razdoblju 2001. - 2004. godine. Program se odnosi na razdoblje od četiri godine.Hrvatski sabor je 2002. godine usvojio Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva kojim se uređuju osnove za primjenu poticajnih mjera gospodarske politike te osnivanje Hrvatske agencije za malo gospodarstvo. Program se donosi na razdoblje od četiri godine. Ministarstvo donosi Godišnji plan provedbe programa koji sadrži poticajne mjere i aktivnosti, potrebna sredstva, izvore i način njihova korištenja.[24]

Izrađeni su programi za dodjelu nepovratnih sredstava kako bi se osigurala financijska sredstva poduzećima, lokalnim vlastima (za potporu razvoju poduzetničkih zona) te obrtima i strukovnim organizacijama (za potporu poduzetnicima te razvijanje kapaciteta obrtnika). Subvencioniranje kamatnih stopa na kredite koje su poduzetnicima odobravale komercijalne banke zajednički su financirali ministarstvo i županije. Uspostavljeni su regionalni jamstveni instrumenti za promicanje ulaganja u malom gospodarstvu u kojima su sudjelovali ministarstvo, županije, općine i neke komercijalne banke.[25]

4.2.4. Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva od 2004. do 2007. godine

Na prijedlog Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva, Vlada RH je usvojila Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva za razdoblje 2004. - 2007. godine za provedbu mjera i aktivnosti. Ministarstvo je izradilo godišnje planove u kojima su detaljnije razrađene provedbene aktivnosti, zadaci svakog nositelja, rokovi i iznos sredstava. [26]
U razdoblju od 2004. do 2007. godine, Ministarstvo gospodarstva rada i poduzetništva kroz projekte poticaja malog i srednjeg poduzetništva dodijelilo je ukupno 13,490 potpora u iznosu

[23] Ministrarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva, Zagreb

[24] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[25] Ministrarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva, Zagreb

[26] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

od 542 milijuna kuna. Sve potpore mogu se podijeliti u tri skupine: bespovratne potpore, ulaganja u izgradnju poduzetničke infrastrukture i subvencije kamata u poticajnim kreditnim linijama. Temeljem provedene ankete malih i srednjih poduzetnika, korisnika potpora u razdoblju 2004. do 2007., oni bilježe rast ukupnog prihoda (indeks 138,1), rast zaposlenosti (indeks 128,1), rast ulaganja u dugotrajnu imovinu (indeks 181,4) i rast izvoza (indeks 162,4).

U strukturi dodijeljenih potpora prema broju poduzetničkih zahtjeva za isto razdoblje, najveći udio imaju projekti namijenjeni konkurentnoj proizvodnji (22%), tehničkom usklađivanju (9,5%), poduzetništvu žena (18%), poduzetništvu ciljnih skupina (17%) i marketinškim aktivnostima (15%). U odnosu na iznose potpora, najveći je udio u poduzetničkim zonama (52,5%), konkurentnoj proizvodnji (19,8%) i tehničkom usklađivanju (4,8%), a visoko je sufinancirano i obrazovanje u poduzetništvu čiji je udio 3,4%.
Jamstva su odobrena za ulaganja poduzetnika koji su imali ekonomski opravdane projekte, ali zbog nedostatka osiguranja nisu mogli dobiti kreditna sredstva za svoje investicije. Jamstva su izdavana kroz jamstvene programe „Novi poduzetnik“, „Rast i razvoj“, „Poljoprivreda“, „Područja od posebnog državnog interesa“ i „Obrtni kapital“ .
U 2007. godini Agencija je započela provedbu novih jamstvenih programa za ulaganje u poduzetničke zone, nove tehnologije kao i za financiranje velikih projekata, a to su: „Poduzetnik u zoni“, „Nove tehnologije“ i „Podređeni dug“. Provodila je također nekoliko projekata iz Operativnog plana poticanja malog i srednjeg poduzetništva za 2007. godinu.
Agencija je značajno unaprijedila poslovanje, te je uz izdavanje jamstava djelatnost proširena na izdavanje bespovratnih financijskih sredstava, razvoj mreže konzultanata i razvoj poduzetničke infrastrukture. Ostvarila je napredak u suradnji s poduzetnicima i potpornim institucijama poduzetništva, naročito regionalnim razvojnim agencijama i centrima za poduzetništvo. Projekti poticanja obrtništva bili su namijenjeni jačanju konkurentnosti obrtnika, uvođenju novih tehnologija, edukaciji obrtnika i naučnika, opremanju obrtničkih radionica, sudjelovanju obrtnika na specijaliziranim sajmovima, očuvanju tradicionalnih i umjetničkih obrta te jačanju sustava strukovnog obrazovanja za obrtnička zanimanja prema potrebama tržišta. U razdoblju 2004.-2007.provedeni su sljedeći poticajni projekti:
- „Tradicijski obrti“ - bespovratnim potporama potaknut je razvoj tradicijskih obrta, te povezana tradicionalna znanja sa suvremenim tehnologijama kako bi finalni obrtnički proizvodi bili konkurentniji na sve zahtjevnijem tržištu
- “Umjetnički obrti“ - bespovratnim potporama potaknut je razvoj umjetničkih obrta koji se obavljaju pretežitim udjelom ručnog rada i u manjim serijama.

- „Očuvanje obrtničke tradicije“ - provođenjem programa predstavljanja i edukacija ostvaren je cilj očuvanja tradicijske obrtničke djelatnosti, te zaštite kulturnog naslijeđa i gospodarske vrijednosti Republike Hrvatske.
- „Dokvalifikacije i prekvalifikacije u obrtništvu“ - dodjelom bespovratnih sredstava potaknute su fizičke osobe na stjecanje kompetencija za obavljanje obrtničkih djelatnosti.
- „Razvoj strukovnih škola za obrtnička zanimanja“ - dodjelom bespovratnih potpora poboljšani su materijalni uvjeti za rad srednjih strukovnih škola za obrtnička zanimanja.
- „Poticaji obrtnicima i trgovačkim društvima – izvođačima praktične nastave“ - bespovratnim potporama poticani su obrtnici i trgovačka društva na primanje učenika na praksu.
- „Stipendiranje učenika u deficitarnim zanimanjima“ - dodjelom stipendija poticani su učenici na školovanje za obrtnička zanimanja.
- „Stručno usavršavanje obrtnika“/„Informatičko obrazovanje obrtnika“ - bespovratnim potporama utjecalo se na stjecanje osnovnih informatičkih znanja obrtnika i unapređenje osnovnih znanja.
- „Cjeloživotno obrazovanje obrtnika“ – projekt se provodio s ciljem stvaranja boljih materijalnih uvjeta u školama i ustanovama koje provode cjeloživotno obrazovanje obrtnika (pripreme kandidata za polaganje majstorski ispita, pomoćničkih ispita i ispita o stručnoj osposobljenosti te provode prekvalifikacije).

Od 2004. do 2007. godine po projektima poticaja obrtništva odobren je 4371 zahtjev za dodjelu potpora u iznosu oko 35 milijuna kuna. [27]

4.2.5. Programi poticanja poduzetništva i obrta: Poduzetnički impulsi 2012., 2013. i 2014.

Prvi ciklus natječaja iz programa Poduzetnički impuls proveden je 2012. godine:

- Razvoj i primjena inovacija 2012.
- Normizacija i znakovi kvalitete 2012.
- Gazele 2012.
- Žena poduzetnica 2012
- Poduzetnik početnik 2012.

[27] Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2008) Operativni plan poticaja malog i srednjeg poduzetništva, Zagreb

- Mladi u poduzetništvu 2012.
- Obrazovanje za poduzetništvo 2012.
- Cjeloživotno obrazovanje za obrtništvo

Rezultati Poduzetničkog impulsa za 2012. godinu pokazuju da su ostvareni prioriteti razvoja poduzetništva i obrta jačanjem konkurentnosti kroz tehnološki razvoj, te je ojačano međunarodno pozicioniranje i internacionalizacija malih gospodarstava.
U sklopu Poduzetničkog impulsa za 2012. godinu provedena su 24 poticajna projekta bespovratnih potpora. [28]

Program poticanja poduzetništva i obrta Poduzetnički impuls 2013. godine provodi se u skladu s Programom Vlade RH za razdoblje od 2011. do 2015. godine u kojem su mjere poticanja konkurentnosti poduzetništva i obrta definirane kroz tri glavna područja:

- gospodarski oporavak i razvoj poduzetništva
- tehnološki razvoj i jačanje konkurentnosti
- regionalni razvoj i korištenje fondova EU

Cilj navedenog impulsa je povećanje stope rasta gospodarstva od oko 5%. Dolazi do pripreme i izrade zakonskih regulativa, predlaganja mjera i instrumenata gospodarske politike, te do harmoniziranja nacionalnog sustava sa strateškim okvirom Europske unije. Poduzetnički impuls za 2013. godinu sastoji se od četiri poticajne mjere (sustav potpora s mjerama, financiranje malog i srednjeg poduzetništva i obrta, EU programi i projekti, institucionalna podrška) i 14 aktivnosti, a namijenjen je subjektima malog gospodarstva. [29]

Glavna odrednica programa poticanja poduzetništva i obrta „Poduzetnički impuls" u 2014. godini je stvaranje povoljnijeg poduzetničkog okruženja te poticanje inovacija i internacionalizacije u svrhu povećanja dodatne vrijednosti stvorene u sektoru malog gospodarstva. Cilj je stvaranje novih i jačanje postojećih poduzeća, te pronalazak novih tržišta kako bi došlo do veće konkurentnosti i rasta malih gospodarstava.
Strategija razvoja poduzetništva za 2014. godinu je definirana kroz četiri prioriteta:

- jačanje konkurentnosti malog gospodarstva putem podizanja inovativnosti poduzetnika

[28] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2012) Plan poticanja poduzetništva i obrtništva za 2012. godinu, Zagreb
[29] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Poduzetnički impuls 2013., Plan poticanja poduzetništva i obrta, Zagreb

- unaprjeđenje poduzetničkog okruženja te poticanje investicija i internacionalizacije
- promocija i učenje za poduzetništvo i obrt
- lakši pristup financiranju

Važnost se daje prerađivačkoj industriji, te se posebno ističe ulaganje u istraživanje, razvoj, inovaciju te stjecanje novih znanja i tehnologija što će doprinijeti podizanju dodatne vrijednosti svih djelatnosti. Poduzetnici u prerađivačkoj industriji poticat će se na suradnju sa znanstveno-istraživačkim ustanovama i tehnološkim parkovima u smislu transfera tehnologije. U sklopu unaprjeđenja poduzetničkog okruženja predviđa se podrška poduzetničkim potpornim institucijama kako bi poboljšali kvalitetu potpore poduzećima s ciljem unaprjeđenja poslovanja. Sve to može pridonijeti otvaranju novih radnih mjesta, gospodarskom rastu i stvaranju dodatne vrijednosti u hrvatskom gospodarstvu. Prioritet je razviti financijsku mogućnost za subjekte malog gospodarstva u smislu lakšeg i jednostavnijeg pristupa odgovarajućem obliku financiranja. Da bi se osigurali uvjeti za dostupnost financija potrebnih za realizaciju poduzetničkih projekata te za rast poslovanja u 2014. godini, dodatno se pružaju podrške u obliku mikro kreditiranja, jamstvenih programa, fondova za gospodarsku suradnju i subvencioniranje kamata za poduzetničke kredite. [30]

U listopadu 2013. godine hrvatski Sabor donio je Strategiju razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. godine, koja će zamijeniti sve druge programe i projekte sustava potpora malom i srednjem poduzetništvu i obrtu. Strategija je usklađena s Europskom strategijom razvoja 2020. [31]

Vizija europske socijalne tržišne ekonomije za 21. stoljeće su sljedeće tri stavke koje se nadopunjuju:

- pametan rast - razvoj gospodarstva utemeljenog na znanju i inovacijama
- održiv rast - promicanje zelenijeg, konkurentnijeg gospodarstva temeljenog na učinkovitom korištenju resursa
- uključiv rast - poticanje ekonomije visoke stope zaposlenosti, uz rezultat ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije

[30] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Poduzetnički impuls 2014., Program poticanja poduzetništva i obrta, Zagreb

[31] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. do 2020., Zagreb

Ciljevi su međusobno povezani, pa tako povećanje razine obrazovanja povećava zapošljavanje, a povećavanje zapošljavanja smanjuje siromaštvo. Jačanje kapaciteta za istraživanje i razvoj, te inovacija u svim sektorima gospodarstva, pridonijet će rastu konkurentnosti i otvaranje novih radnih mjesta. Da bi se ciljevi postigli, treba snažno vodstvo, predanost i učinkoviti mehanizmi djelovanja.

Ulaganje u istraživanje, razvoj, u inovacije, obrazovanje i tehnologije imat će pozitivan učinak na tradicionalne sektore, na ruralna područja, te će ojačati ekonomsku, socijalnu i teritorijalnu koheziju. Pametan rast omogućava jačanje znanja i inovacija, zahtijeva podizanje kvalitete obrazovanja, jačanje učinka istraživanja, promicanje transfera inovacija i znanja u Uniji, učinkovitije korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a pretvaranje inovativnih ideja u nove proizvode i usluge rezultira rastom i kvalitetom poslova.

Održiv rast označava izgradnju održivog i konkurentnog gospodarstva koje učinkovito iskorištava resurse, korištenje europskog vodstva s ciljem razvoja novih procesa i tehnologija, uključujući i zelenu tehnologiju, ubrzanje razvoja pametnih mreža korištenjem informacijskih i komunikacijskih tehnologija, jačanje konkurentnih prednosti našeg poslovanja u proizvodnji u malim i srednjim poduzećima, sprečavanje uništavanja okoliša, gubitak biološke raznolikosti te neodrživo iskorištavanje resursa. [32]

Uključiv rast omogućuje visok stupanj zaposlenosti, ulaganje u vještine, borbu protiv siromaštva i modernizaciju tržišta rada, osposobljavanje u svrhu pružanja pomoći osobama u predviđanju promjena i upravljanja njima, te izgradnju povezanog društva. Aktivnosti u sklopu ovog prioriteta zahtijevat će modernizaciju, jačanje naše politike obrazovanja i osposobljavanja za zapošljavanje, jačanje sustava socijalne zaštite povećanjem zaposlenosti, te podizanje korporativne društvene odgovornosti u poslovnoj zajednici.

Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. godine donesena je u skladu s Ekonomskim programom Republike Hrvatske 2013. s ciljem jačanja poduzetničkog potencijala i unapređenja kulture poduzetništva. Poduzetništvo i gospodarstvo Republike Hrvatske i Europske unije dugoročno će napredovati samo ako većina hrvatskih građana prepozna poduzetništvo kao atraktivnu opciju. [33]

[32] Europska komisija (2010) Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast, Zagreb

[33] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. do 2020., Zagreb

5. Žene poduzetnice u Hrvatskoj

Žensko poduzetništvo je prepoznato kao važan element gospodarskog rasta i učinkovita metoda postizanja demokratskog društva utemeljenog na osnaživanju žena i jednakosti spolova. Nužno je osigurati poslove za veći broj žena kako bi se izgradilo poduzetničko okruženje zasnovano na jednakim prilikama za oba spola.[34]

Poduzetništvo osnažuje žene i dovodi do pozitivnih promjena u gospodarstvu i društvu. Žensko poduzetništvo stvara nova radna mjesta i nove sektore te donosi inovativnost, kreativnost i raznolikost.

Analiza podataka prikupljenih u Registru godišnjih financijskih izvještaja prema vlasničkoj strukturi društava i to prema rodnom kriteriju, ukazuju na činjenicu da žensko poduzetništvo nema tradiciju u hrvatskome društvu. Unatoč brojnim poticajima razvoju ženskoga poduzetništva, srednjoročnim strategijama razvoja i nastojanjima da se žene u većoj mjeri uključe u područje biznisa, brojke pokazuju da to područje još uvijek, u velikome dijelu, pripada muškome dijelu stanovništva. [35]

Strukturne prepreke:

- obrazovni izbori žena smanjuju mogućnost žena da pokreću poslovne pothvate u tehnološki intenzivnim djelatnostima
- stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji
- tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu
- nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija)
- političko-regulatorni okvir i njegova provedba u cilju jačanja rodne ravnopravnosti

Ekonomske prepreke:

- otežan pristup financiranju (dokazano u Strategiji razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. kao ključni problem malog i srednjeg poduzetništva, kod poduzetnica dodatno otežan zbog pitanja vlasništva)
- nedovoljno poslovnih veza (neumreženost) otežava pristup izvorima financiranja

"Meke" prepreke:

- nedostatak savjeta i mentorstva
- nedostatak pristupa mrežama poduzetnika/ca

[34] Ng-Lun K., Shahbaz N., Ozbay N. (2013) The Importance of female entrepreneurship

[35] Fina (2016) Registar godišnjih financijskih izvješća, Zagreb

- nedostatak treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate i uzora, posebno iz područja poduzetničkih pothvata u tehnološki intenzivnim djelatnostima i znanosti
- percepcija žena o nedostatku samopouzdanja i kapaciteta za preuzimanje rizika[36]

5.1. Programi i projekti poticanja razvoja ženskog poduzetništva

Velike razlike u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca ukazuju na nedovoljnu djelotvornost programa i mjera za razvoj i jačanje poduzetništva žena u Hrvatskoj. Vlada Republike Hrvatske je u 2014. godini usvojila nacionalnu Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. - 2020. 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 i promocija poduzetništva žena.

Strateški su ciljevi upotpunjeni mjerama, provedbenim aktivnostima i Akcijskim planom u kojemu su prikazani pokazatelji uspješnosti kako bi se mjerila učinkovitost Strategije.

Izostanak većeg učinka Strategije na zatvaranje jaza u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca ukazuje na ukorijenjenost prepreka za razvoj poduzetništva žena u Hrvatskoj, te nužnost provedbe evaluacije učinkovitosti Strategije razvoja poduzetništva žena sukladno definiranim pokazateljima uspješnosti kako bi se, na temelju rezultata, redefinirao spektar policy instrumenata i programa u cilju ostvarivanja većih pomaka u razvoju ženskog poduzetništva. Strategija je na odgovarajući način povezana i prati Strategiju razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. čiji je opći cilj povećanje konkurentnosti malog gospodarstva. Ujedno je i ispunjenje obveze iz Nacionalne politike za ravnopravnost spolova za razdoblje od 2011. do 2015. godine u dijelu koji se odnosi na osnaživanje poduzetništva žena.[37]

Strategija je dugoročno usmjerena na kontinuiranu provedbu aktivnosti kojima se utječe na promjene u vrijednosnom sustavu, ponašanju i okolini, čimbenicima o kojima ovisi jačanje poduzetničke aktivnosti žena, a srednjoročno – do 2020. godine povećati broj žena koje pokreću poslovni pothvat i broj žena – vlasnica rastućih poslovnih pothvata, kako bi se ostvarila razina

[36] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

[37] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

poduzetničke aktivnosti žena na razini koja se ostvaruje u prosjeku EU, mjereno TEA pokazateljem muškaraca i žena. TEA pokazatelj (engl. Total Early Stage Entrepreneurial Activity) iskazuje broj novopokrenutih poslovnih pothvata, ne starijih od 42 mjeseca, na 100 odraslih stanovnika u dobi od 18 do 64 godine. Pokazatelj prati poduzetničku aktivnost u svijetu kroz provedbu istraživanja u međunarodnom Projektu GEM. U Republici Hrvatskoj odnos između poduzetničke aktivnosti žena i muškaraca je u 2013. godini bio 1 prema 2,24, što znači da je na jedan poduzetnički pothvat žena bilo 2,24 poduzetničkih pothvata muškaraca. Ciljana vrijednost ove Strategije je smanjivanje jaza na vrijednost TEA pokazatelja u EU, koji je 1,86. [38]

Za ostvarenje utvrđenog srednjoročnog cilja potrebno je dosljedno i vremenski usklađeno osigurati provođenje sljedećih strateških ciljeva:

- Strateški cilj 1. – poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika

Ojačati rad Međuresorne radne skupine i koordinacije, utvrditi mehanizme za praćenje provedbe, utvrditi početno stanje temeljem raspoloživih pokazatelja, razvijati statističku osnovicu i veze među izvorima informacija o poduzetništvu žena te djelovati u poticajnom okruženju.

- Strateški cilj 2. – poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena

Osigurati potporu poduzetnosti žena, razvijati poslovno umrežavanje, jačati postojeće i razvijati nove modele obrazovanja i osposobljavanja, poboljšati pristup žena povoljnim oblicima financiranja, razvijati nove oblike financiranja i korištenje EU sredstava, fondova i financijskih instrumenata.

- Strateški cilj 3. – uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu

Mentorstvo na regionalnoj razini, podrška poduzetništvu žena kroz potpornu infrastrukturu, pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena.

- Strateški cilj 4. – promocija poduzetništva žena

Komunikacijske aktivnosti i plan promidžbe Strategije te razvoj poduzetništva žena.
Podizanje poduzetničke aktivnosti žena zahtijeva definiranje šireg konteksta javne politike unutar kojeg se mora osigurati komplementarnost i vremenska povezanost različitih programa

[38] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

i inicijativa (vladinih i civilnih), koji svi moraju doprinositi ostvarenju identificiranog cilja postizanja jačeg učešća poduzetnički aktivnih žena.

Iako je uvijek bolje imati cjeloviti kontekst javne politike, unutar kojeg svi građani ravnopravno i pravedno imaju pristup prilikama, realnost postojanja marginaliziranih društvenih skupina u koje spadaju i žene zahtijeva i postojanje ciljanih strategija kao što je ova koja se odnosi na jačanje poduzetničkog kapaciteta žena.[39]

Zbog toga je Strategija u prošlom razdoblju (2010. – 2013.) i u novom planskom razdoblju od 2014. do 2020. temeljena na sljedećim odrednicama:

- Ciljevi javne politike (uključenost, pametni razvoj, održivi razvoj)

Uključenost žena u poduzetničke aktivnosti, jačanje udjela rastućih poduzeća u vlasništvu žena i regulatorni okvir koji uvažava potrebe malih poduzeća moraju biti osnova svih vladinih politika, jer predstavljaju kombinaciju ljudskih prava (uključenost), ekonomskih očekivanja (samo rastuća poduzeća imaju značajniji kapacitet rješavanja problema nezaposlenosti i stvaranja nove vrijednosti) i djelotvornosti javne uprave.

- Umreženost i konzistentnost različitih vladinih politika (obrazovanje žena, dostupnost financijskih resursa, samozapošljavanje, raspoloživost vrtića, topli obroci u školi, smještajni kapaciteti za starije osobe)

Složenost uključivanja žena u poduzetničku aktivnost zahtijeva odličnu umreženost, ali i konzistentnost različitih vladinih politika tijekom vremena.

- Komplementarnost vladinih programa

Ostvarivanje sinergije između različitih programa i njihov doprinos ostvarivanju postavljenih ciljeva moguće je samo ako svi vladini programi uvažavaju ciljeve i strateške prioritete postavljene ovom Strategijom. U protivnom, svaki od pojedinačnih programa može biti kvalitetan, ali ako vremenski nisu usklađeni, ili ako nisu povezani, neće dati očekivane rezultate, odnosno rezultati će biti manji od mogućih.

- Dugoročna vizija

Uključenost žena u poduzetničku aktivnost ovisi o različitim čimbenicima od kojih neki zahtijevaju značajnije više vremena kako bi od prepreka postali snaga koja doprinosi razvoju poduzetničke klime i za žene (npr. promjene u vrijednosnom sustavu, uklanjanje stereotipa)

[39] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

- Regionalna dimenzija

Razlike u regionalnoj razvijenosti Hrvatske za sobom povlače i razlike u mogućnostima žena za uključivanje u poduzetničku aktivnost – nedostatak vrtića, cjelodnevnog boravka djece u školi, smještajni kapaciteti za starije osobe, samo su neki primjeri regionalnih razlika koje dovode i do različitih mogućnosti žena da se poduzetnički angažiraju

Za ostvarenje kvantificiranog srednjoročnog cilja potrebno je osigurati provođenje svih strateških ciljeva ove Strategije, konzistentno i vremenski usklađeno, u cjelokupnom razdoblju provedbe, polazeći od ocjene provedbenih rezultata Strategije od 2010. do 2013. kako slijedi:

- Izvori informacija i podataka o poduzetništvu žena postoje, nedostatni su i necjeloviti

Sustavno i trajno praćenje u određenoj periodici postignuto je u odnosu na poticajne mjere tj. programe poticanja poduzetništva i obrta u kojima sudjeluju žene poduzetnice. Rodni kriterij je ustanovljen u određenom broju registara, u evidencijama nezaposlenosti, u statističkim istraživanjima, publikaciji "Žene i muškarci u Hrvatskoj" (prikazani su i podaci o ženama u obrazovanju i znanosti, na sudovima, u politici, informacije se objavljuju za dvije godine unazad). U vremenu provedbe Strategije 2010. - 2013. nije došlo do povezivanja službenih registara s cilj. Nema podataka o broju zaposlenih žena kod poduzetnica, prema rodnom kriteriju se ne vode podaci o osnivanjima, aktivnim subjektima, stečajevima i likvidacijama i ugašenim gospodarskim subjektima (dinamika malog i srednjeg poduzetništva)

Provedene su aktivnosti obrazovanja, osposobljavanja i umrežavanja od središnje do županijske i lokalne razine, te u ruralnim prostorima. Financiranjem poduzetništva žena podržani su projekti žena, olakšano je financiranja povoljnim kreditima i subvencijama kamata uz državna jamstva, ali posebne kreditne linije za žene i/ili kreditiranje s dodatnim pogodnostima više se ne provode, iako su potvrđene analize prema kojima su žene poduzetnice sklone umjerenom riziku i solidni platci svojih dugova. Provedene aktivne mjere zapošljavanja i samozapošljavanja pokazale su rezultate.[40]

Nedovoljno je učinjeno na uspostavi savjetodavaca i mentora za poduzetništvo žena. Na regionalnoj i lokalnoj razini malo je aktivnosti kojima je Strategija od 2010. do 2013. usporedno provedena s lokalnim razvojnim planovima i strateškim prioritetima u gospodarstvu županija. Relativno su malo aktivne lokalne inicijative za umrežavanje. Na razini promidžbe u obliku kataloga nema informacija o poduzetnicama koje su bile predložene za katalog EU o uspješnim

[40] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

poduzetnicima. Prevladavajući način provedbe obrazovanja za poduzetništvo i obrt je u sastavu poticajnih programa nadležnog ministarstva za poduzetništvo i obrt. Poseban projekt poticaja za žene poduzetnice gledano u vremenu provedbe (i prije Strategije) potvrđuje da sustavna i trajnija podrška poduzetništvu žena daje rezultate. Promidžba Strategije prema provedenim aktivnostima pokazuje da je dobro postavljena u odnosu među institucionalnim sudionicima – udrugama – lokalnim inicijativama, te da je promociju poduzetništva žena potrebno provoditi sustavno i vremenski usklađeno.[41]

Jedan od značajnih programa kojima se realizirala ova Strategija bio je program resornog ministarstva Poduzetnički impuls, koji se provodio do 2016. godine.

U 2017. godini su u cilju poticanja razvoja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj bili u provedbi sljedeći programi i projekti:

- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) – program kreditiranja ženskog poduzetništva "Žene poduzetnice"

Cilj ovog Programa HBOR-a je poticanje osnivanja i razvoja poslovanja malih i srednjih poduzeća koja su u većinskom vlasništvu žena, sukladno Akcijskom planu za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014. - 2020. godine.

- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije - HAMAG BICRO

Tijekom 2017. godine iz ESI – Europskih strukturnih investicijskih fondova sufinancirani su projekti 384 poduzeća u većinskom vlasništvu žena. Najveći broj odnosi se na poziv E-impuls (217 projekata). U prosjeku je oko 25% poduzeća sufinanciranih iz ESI fondova u vlasništvu - žena.

- Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD) – Program za poduzetnice „Women in Business"

Europska banka za obnovu i razvoj – EBRD provodi različite programe usmjerene na osnaživanje malih i srednjih poduzeća. Kroz platforme Small Business Initiative i SME Finance and Development, EBRD pruža financiranje i savjetodavnu uslugu za mala i srednja poduzeća. EBRD pruža direktno financiranje, indirektno financiranje putem financijskih institucija i kombinirane proizvode koji uključuju financiranje i savjetodavne usluge.

Women in Business je specifičan program EBRD-a, usmjeren na mala i srednja poduzeća koja vode žene, a za koje EBRD osigurava pristup financiranja putem partnerskih banaka (Raiffeisen

[41] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

Bank i Hrvatska poštanska banka) te poslovno savjetovanje u cilju povećanja konkurentnosti. Program obuhvaća širok spektar savjetodavnih usluga, uključujući strategiju, marketing, organizaciju, operacije, ICT, inženjering, upravljanje kvalitetom, financijski menadžment, energetsku učinkovitost i ekologiju. Program nudi treninge, mentorstvo, umrežavanje, on-line poslovnu dijagnostiku i drugu potporu kako bi se poduzetnicama omogućilo dijeljenje iskustava i učenje. U 2016. i 2107. godini EBRD je u suradnji s lokalnim konzultantima, implementirao i sufinancirao 52 savjetodavna projekta s poduzetnicama.

- Poduzetnički inkubator za poduzetnice – početnice Hrvatska gospodarska komora - Županijska komora Split 2015. godine pokrenula je Poduzetnički inkubator za poduzetnice-početnice.

Poduzetnicama-početnicama, odabranim putem javnog natječaja, daju se na korištenje četiri opremljena uredska prostora u Županijskoj komori Split pod povoljnim uvjetima na vrijeme od tri godine. Uz uredske prostore, korisnice imaju na raspolaganju i logistiku Županijske komore Split, te mentorsku, savjetodavnu pomoć.[42]

- CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje

CESI - Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (www.cesi.hr) je neprofitna udruga koja je u 2017. godini nastavila s provedbom Projekta FREE – Ruralne žene i poduzetništvo čiji je osnovni cilj pružiti podršku ženama iz ruralnih područja prilikom pokretanja vlastitog poduzeća, kao i stručne pomoći ženama koje su već vlasnice poduzeća. Projekt je financirala Europska komisija, a osim Hrvatske uključuje i partnerske zemlje Island, Veliku Britaniju, Litvu i Bugarsku. Slijedeći potrebe ciljane skupine žena, osmišljene su aktivnosti jačanja vještina i kompetencija, umrežavanja, podrške rasta poduzeća poticanjem kreativnosti, poticanje pokretanja startupa ili rasta postojećih poduzeća. U 2017. godini održana je edukacija žena u ruralnim područjima za pokretanje posla, te je 12 žena sudjelovalo u pilot edukaciji on-line programa „Virtualna akademija za žensko poduzetništvo“ kroz osmišljene edukacijske module: Razvoj proizvoda, E-prodaja, Društveni mediji, Financije, Poslovna strategija. Održavani su i redoviti sastanci Lokalne mreže poduzetnica u suradnji s LAG Zagorje – Sutla te je održan i studijski posjet poduzetnica iz Zagorja poduzetnicama u Petrinji. U pilot programu/edukaciji „Virtualni poduzetnički krugovi“ sudjelovalo je 9 žena te je uspješno radilo na razvoju vještina i znanja za vođenje/pokretanje posla.

- Women in Adria

[42] CEPOR (2017) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj za 2016. godinu, Zagreb

Mreža poslovnih žena „Women in Adria“ pokrenuta je 2012. godine s ciljem umrežavanja i razmjene iskustava poslovnih žena. Mreža djeluje kroz web portal (www.womeninadria.com), društvene mreže i organizaciju umrežavanja žena (networking). Tako nastoji poduzetnicama kao i ženama iz korporativnog svijeta pružiti podršku i utjecati na poboljšanje položaja žena u poslovnom svijetu. Tijekom 2017. godine u Zagrebu je organiziran niz networking događanja za poduzetnice u svrhu razmjene ideja i iskustava, kao i dodjela Nagrade najboljim poduzetnicama čija uloga je promocija poduzetnica i inspiracija za sve poduzetnice ili one koje se žele uključiti u poduzetništvo. Nagrade se dodjeljuju u više kategorija: Inspirativna poduzetnica godine (poduzetnica koja posluje minimalno 5 godina, ima minimalno 5 zaposlenika, te ostvaruje kontinuirani rast poslovanja), Perspektivna poduzetnica godine (poduzetnica koja zapošljava minimalno 5 zaposlenih, ostvaruje rast iz godine u godinu), Mikro poduzetnica godine (poduzetnica koja zapošljava maksimalno 5 zaposlenika i ostvaruje rast iz godine u godinu) te Startup poduzetnica godine (poduzetnica koja je u razdoblju od maksimalno 5 godina razvila poslovanje, spremno za sljedeću fazu rasta).[43]

- Virtualni ženski poduzetnički centar

Virtualni ženski poduzetnički centar (www.poduzetnica.hr) zamišljen kao digitalna platforma, lansiran je 2016. godine. Osnovni cilj ovog centra je promocija poduzetništva kod žena i unaprjeđivanje poslovne aktivnosti poduzetnica u Hrvatskoj i jugoistočnoj Europi. Glavne aktivnosti Centra su networking i edukacije koje pomažu u razmjeni znanja i iskustava te stvaranje poslovnih kontakata. Svake godine provede se niz projekata i događaja kojima Centar nastoji osvijestiti važnost i značaj ženskog poduzetništva, ali i poduzetništva općenito.

- Aurora

Aurora (www.aurora.hr) je platforma koja prikazuje aktualne informacije vezane uz žensko poduzetništvo, promovira priče uspješnih poduzetnica putem blogova, te organizira mjesečne sastanke (meetup) za razmjenu znanja i kontakata.

5.2. Primjeri uspješnih poduzetnica

- Josipa Maslać-Petričević je osnivačica obrta Naftalina koji posluje već 35 godina u tekstilnoj industriji i jedan je od vodećih dobavljača korporativnog i industrijskog sektora u Hrvatskoj i šire.

[43] CEPOR (2016) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj za 2015. godinu, Zagreb

- Ana Fresl je osnivačica tvrtke Projekt jednako razvoj koja je u 8 godina postala jedna od vodećih u Hrvatskoj u području savjetovanja, razvoja i provedbe projekata financiranih od strane EU te u području javne nabave.
- Lidija Karaga i Anita Cvetić Oreščanin suosnivačice su tvrtke Poslovna inteligencija d.o.o. koja se bavi implementacijom analitičkih sustava i ICT strateškim konzaltingom i jedna je od vodećih tvrtki na ovom području u jugoistočnoj Europi. Tvrtka gotovo 70% prihoda ostvaruje iz inozemstva.
- Katica Hauptfeld je u ratnim godinama, 1992., kad je bilo iznimno teško baviti se turizmom, otvorila turističku agenciju. Danas je Katarina-line d.o.o. jedna od top 5 hrvatskih turističkih agencija i vodeća agencija za krstarenja Jadranom s flotom od preko 50 brodova koja je ove sezone u Hrvatsku dovela oko 35.000 gostiju.[44]

6. Obiteljsko poduzetništvo

Obiteljski biznis predstavlja vlasnički oblik proizvodno-uslužne organizacije poslovanja čiji nastanak nije moguće precizno locirati i odrediti ali se može pretpostaviti da ima veoma bogatu povijest.

Svaki oblik organizacije poslovanja u cilju izvršavanja poslovnih aktivnosti na proizvodnji proizvoda ili pružanju usluga ima svoje prednosti i ograničenja, pa tako i obiteljska poduzeća.[45] Da bi se preciznije odredilo obiteljsko poduzeće, osim krvnog srodstva, kontrole i vlasništva, mogu se koristiti i dodatni kriteriji kao što su: mogućnost kontrole, postotak vlasništva nad poduzećem, uključenost više generacija u poslovanje poduzeća i sl. Razlikujemo tri osnovna tipa obiteljskih poduzeća koja uključuju: [46]

- Aktivna obiteljska poduzeća (engl. active family firms), karakterizirana osobnim menadžmentom i nadzorom poslovanja od strane članova obitelji. Vlasništvo poduzeća je u rukama članova obitelji, koji su uključeni u proces poslovanja i koji su zaposleni u poduzeću. Takva poduzeća često zapošljavaju i brojne radnike koji nisu članovi obitelji.

[44] Women In Adria (pristupano 24.08.2019.) Nagrade najboljim poduzetnicama https://www.womeninadria.com/nagrade-najboljim-poduzetnicama-2018-pobjednice/

[45] Bakotić D., Bulog I., Dulčić Ž., Glamuzina M., Klepić Z., Kružić D., Lovrinčević M., Ostojić Mihić A. (2016), Obiteljsko poduzetništvo, Mostar

[46] Kružić, D., Bulog, I. (2012) Obiteljska poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

- Obiteljska poduzeća s odsutnim vlasnikom (engl. absentee owner family firms), koja su u vlasništvu obitelji i pod kontrolom od strane članova obitelji koji nisu zaposleni u poduzeću i ne upravljaju poslovanjem. Poduzeće vode osobe koje nisu dijelom obitelji u ime i za račun obitelji.
- Latentna (pritajena) obiteljska poduzeća (engl. latent family firms), u kojima je samo jedan član obitelji, najčešće vlasnik ili zakonski nasljednik, uključen u proces poslovanja ili vođenja poduzeća, u pravilu kao predsjednik uprave. Ostali članovi obitelji možda će se u budućnosti uključiti u obiteljski biznis.

Kao prednosti obiteljskog poduzeća najčešće se navode: obiteljska povezanost i želja da se sačuva ono što je stečeno, spremnost obitelji na odricanja, a za račun prosperiteta poduzeća, očuvanje humanosti radnog mjesta iskazivanjem visoke razine brige za pojedince, usmjerenje na dugi rok s obzirom na to da se u obitelji ostaje dugo, ako ne i trajno, naglašavanje kvalitete kako bi se sačuvala tradicija vođenja brige o pruženim vrijednostima kupcu.

Prednosti u fokusu obiteljskog poduzeća su: zajedništvo obitelji, usklađenost djelovanja članova obitelji na realizaciji zajedničkih ciljeva, radno i poslovno zalaganje članova obitelji od vitalnog je interesa budući da je biznis izvor njihove financijske i socijalne sigurnosti, radni angažman članova obitelji i njihovo svakodnevno druženje povećava obiteljsku koheziju i obiteljski sklad.

Obiteljsko poduzeće, slijedom navedenih brojnih prednosti, može predstavljati pravi raj i sigurnost za članove obitelji i neobiteljske članove koji su radno angažirani u poduzeću, koji svojim radom, naporima, energijom i imaginacijom doprinose vlastitim, grupnim, isključivo i općim društvenim koristima.[47]

Pored navedenih prednosti, obiteljska poduzeća mogu postati i izvor nerazriješenih obiteljskih tenzija i konflikata, koji mogu postati krupnom smetnjom za realizaciju obiteljskih poslovnih ciljeva, te mogu generirati brojna ograničenja za poslovanje i razvoj obiteljskih poduzeća.

U slučajevima kada se obiteljsko poduzeće nalazi u teškoćama, a naročito u slučajevima silazne faze poslovnih aktivnosti i prisustva elemenata poslovne krize i neizvjesnosti njezinog ishoda obitelj ostaje bez zaposlenja svojih članova i bez upravljačkih prava u društvu nad kojim se provodi stečajni postupak, često i bez obiteljske imovine kojom se jamčilo za ispunjenje obaveza obiteljskog poduzeća. Obitelj često gubi financijske resurse i resurse uvaženosti i

[47] Buble M. (2003) Management malog poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

dobrog glasa. Obitelj, također, snosi sve rizike iz poduzetničkog pothvata a naročito obiteljski rizik koji često dovodi do raspada obitelji.[48]

7. Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke

Ključ uspjeha mladih u poduzetništvu su ustrajnost, te dobra priprema i spremnost na preuzimanje rizika. Postoje i brojni nedostatci koji otežavaju samo pokretanje i održavanje poslovanja na životu.

S posebnim problemima u pokretanju poslovanja susreću se mladi koji najčešće nisu ozbiljno shvaćeni zbog nedostatka iskustva i upravo taj nedostatak otežava najvažniji dio u pokretanju poslovanja, financiranje.

Tendencije mijenjanja poduzetništva tijekom povijesti su velike, svakim danom otkrivaju se nove tehnologije, novi načini proizvodnje, novi resursi, a samim time zahtjeva se i razvoj kompetencija poduzetnika.

Upravo će uspješnost prilagođavanja poduzetnika i njegova spremnost na učenje i konstantno usavršavanje znanja i vještina biti ključ uspjeha njegovog poduzeća.

Bez dobre financijske potpore i bez dovoljno sredstava nemoguće je pokrenuti poslovanje koje će biti održivo. Upravo tu na snagu stupaju državne i europske potpore koje imaju zadatak da svakoj osobi s razrađenom idejom, koja može dokazati održivost, olakšaju ulazak na tržište.

Osim samih državnih potpora postoje i brojne organizacije koje služe za pomoć mladim i novim poduzetnicima, kao što su poduzetnički inkubatori, poslovni centri i slično, a njihova je osnovna zadaća pomoći novim poduzetnicima u pokretanju poslova te ih informirati kako, što i kada nešto napraviti kako bi unaprijedili svoje poslovanje. Isto tako valja naglasiti važnost financijske pismenosti i edukativnih programa usmjerenih na vođenje financija jer se pokazalo da što je viši stupanj obrazovanja pojedinca, raste i financijska pismenost, nužna za početno vođenje financija poduzetnika.[49]

8. Institucije za potporu poduzetništvu

1. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta,
2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije – HAMAG BICRO,

[48] Buble M. (2003) Management malog poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

[49] Bujan I. (2015) Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke, Čakovec

3. Hrvatska banka za obnovu i razvoj - HBOR,
4. Europski fond za regionalni razvoj,
5. Hrvatska gospodarska komora - HGK,
6. Hrvatska obrtnička komora - HOK,
7. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR

- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije – HAMAG BICRO

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) nastala je 2014. godine spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske (BICRO). Svrha spajanja ovih dviju Agencija jest strateško kreiranje jedinstvenog sustava koji će poduzetnicima pružiti podršku kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja – od istraživanja i razvoja ideje pa sve do komercijalizacije i plasmana na tržište.[50]
Tijekom 20 godina postojanja, Agencija se ustrajno zalaže za poticanje malog gospodarstva i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Djelatnost Agencije obuhvaća poticanje osnivanja i razvoja subjekata malog gospodarstva, poticanje ulaganja u malo gospodarstvo, financiranje poslovanja i razvoja subjekata malog gospodarstva kreditiranjem i davanjem jamstva subjektima malog gospodarstva za odobrene kredite od strane kreditora, kao i davanjem potpora za istraživanje, razvoj i primjenu suvremenih tehnologija.
Agencija također pruža financijsku potporu inovativnim i tehnološki usmjerenim tvrtkama u Hrvatskoj. Usmjerena je na razvijanje i koordiniranje mjera nacionalne politike vezane uz inovacije i potrebne financijske instrumente s krajnjim ciljem motiviranja privatnog i javnog sektora za ulaganje u istraživanje i razvoj. Djelatnosti HAMAG-BICRO-a u nadležnosti su Ministarstva poduzetništva i obrta.

- Hrvatska banka za obnovu i razvoj - HBOR

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

[50] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Poduzetnički impuls 2014., Program poticanja poduzetništva i obrta, Zagreb

konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Osnivač i 100%-tni vlasnik HBOR-a je Republika Hrvatska.[51]

- Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) jedan je od pet fondova koji imaju zajednički naziv Europski strukturni i investicijski fondovi (ESI fondovi).
Cilj mu je jačanje gospodarske i socijalne kohezije te smanjivanje razlika između regija unutar EU, kroz podršku u razvoju i strukturnim prilagodbama regionalnih gospodarstava, kao i podršku prekograničnoj, transnacionalnoj i međuregionalnoj suradnji. Uglavnom je usmjeren na proizvodne investicije u cilju otvaranja radnih mjesta, infrastrukturne investicije te na lokalni razvoj, kao i razvoj malog i srednjeg poduzetništva.[52]

- Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR

CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva je prvi think - tank u Hrvatskoj koji se bavi problematikom malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
CEPOR je neprofitna organizacija osnovana 2001. godine temeljem Sporazuma između Republike Hrvatske i Instituta Otvoreno društvo-Hrvatska. 10 institucionalnih osnivača CEPORA lideri su u svojim područjima djelovanja – od akademske zajednice do udruženja gospodarstvenika, razvojnih agencija i poduzetničkih centara.[53]

- GEM – Global Entrepreneurship Monitor

GEM je najveće svjetsko istraživanje o poduzetništvu u kojem Hrvatska sudjeluje od 2002. godine. GEM istraživanje prati razinu aktivnosti u pokretanju poslovnih pothvata na nacionalnoj razini koju mjeri TEA indeksom. GEM istraživanje prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini (uzorak ispitanika za Hrvatsku: 2000) i poduzetničku okolinu kroz 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).

[51] Hrvatska banka za obnovu i razvitak (pristupano 24.08.2019.) https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/

[52] Europski fond za regionalni razvoj (pristupano 24.08.2019.) http://europski-fondovi.eu/program/europski-fond-za-regionalni-razvoj

[53] Mezulić Jurić P., Alpeza M. (2017) CEPOR - Izazovi prijenosa poslovanja u malom i srednjem poduzetništvu, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Zagreb

GEM projekt godišnje objavljuje indikatore ukupne poduzetničke aktivnosti i poduzetničke okoline, u obliku izvještaja globalnih rezultata (svih uključenih zemalja) te izvještajem za svaku pojedinu zemlju.[54]

9. Poduzetnička infrastruktura

Poduzetnička infrastruktura u Republici Hrvatskoj obuhvaća poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije, a osnovna pitanja njihovog uređenja sadržana su u Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture.

Svrha ovoga Zakona je da se postojećim i potencijalnim korisnicima (poduzetnicima) omogući pokretanje i obavljanje poduzetničkih aktivnosti u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti unutar poduzetničkih zona i poduzetničkih potpornih institucija te u konkurentnom i transparentnom sustavu poticajnih mjera i olakšica, kako u fazi početnog investiranja, tako i u fazi proširenja postojećih investicijskih aktivnosti poduzetnika koji posluju unutar poduzetničke infrastrukture.[55]

Poduzetničke potporne institucije su:

Razvojne agencije (lokalne, županijske, za određene djelatnosti) - zadužene su za operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva, poticanje i privlačenje investicija te iniciranje i realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva, objedinjavajući rad gospodarskih subjekata, lokalnih i regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja.

Poduzetnički centri - zaduženi su za operativno provođenje mjera za razvoj i poticanje poduzetništva na lokalnom i/ili širem području (županija, regija) i predstavljaju središta stručne i edukativne pomoći poduzetnicima radi razvoja poduzetništva u svojim sredinama.

Poslovni inkubatori (poduzetnički, za nove tehnologije) - zaduženi su za pomoć i podršku poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata te pružaju stručnu, tehničku i edukativnu pomoć za pokretanje poduzetničkih projekata i poduzeća te njihov brz i održiv razvoj.

Poduzetnički akceleratori - zaduženi su za pružanje podrške poduzetnicima u post-inkubacijskoj fazi, odnosno u fazi razvoja i širenja poslovanja na domaćem i stranom tržištu.

[54] CEPOR (dostupno 24.08.2019.) http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/

[55] Vlada Republike Hrvatske (2018) Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Zagreb

Poslovni parkovi - raspolažu fizičkim prostorima, zemljištem i resursima za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika na komercijalnoj osnovi, s posebnim fokusom na privlačenje domaćih i inozemnih investicija.
Znanstveno-tehnološki parkovi - osnivaju se radi komercijalizacije znanstvenih rezultata i poticanja suradnje znanstvenika i gospodarstvenika.
Centri kompetencije - provode istraživačke projekte razvojnog ili proizvodnog karaktera i razvijaju kompetencije u pojedinim područjima te s kojim drugi poslovni subjekti mogu ugovoriti usluge istraživanja i razvoja u svrhu jačanja pojedinih industrijskih grana.[56]

10. Primjer uspješnih poduzetnika u Hrvatskoj

EY Poduzetnik godine je najveći globalni projekt namijenjen nagrađivanju poduzetnika te je prvi i jedini program ovog tipa koji se provodi na globalnoj razini. Kandidati za nagradu EY Poduzetnik godine™ moraju ispunjavati sljedeće opće uvjete: moraju biti zaslužni za poslovni uspjeh odgovarajuće tvrtke ili tvrtke za koju kandidat radi, s najmanje 2 godine na upravljačkoj poziciji u kontinuitetu, moraju imati značajan vlasnički udio u tvrtki. Ako se radi o dioničkom društvu, kandidat mora biti suvlasnik i imati status koji mu/joj omogućuje ključni utjecaj na donošenje odluka i djelovanje upravnog odbora, tvrtka mora aktivno poslovati barem tri godine i imati minimalno 20 zaposlenih, tvrtka ne može biti podružnica ili predstavništvo strane tvrtke, ako tvrtkom upravlja upravljački tim, svi moraju zadovoljavati gore navedene kriterije, a maksimalan broj kandidata za nagradu je tri člana upravljačkog tima.[57]
Neki od nagrađivanih poduzetnika su :
Silvio Kutić i Izabel Jelenić pokrenuli su 2006. godine tvrtku Infobip d.o.o., a nekoliko godina kasnije im se pridružio i Roberto Kutić. Uspješni je trojac tako izgradio tvrtku koja danas globalno zapošljava više od 1.500 ljudi te kroz 61 ured posluje na 6 kontinenata. Samo u 2018. godini dvije trećine svjetske populacije, odnosno 4.7 milijardi ljudi koristilo je njihove servise i usluge. Svoju priču o uspjehu grade na svom glavnom proizvodu, komunikacijskoj platformi u oblaku i uslugama koje mogu doprijeti do gotovo sedam milijardi korisnika i stvari u više od 190 zemalja, omogućavajući tako besprijekornu mobilnu komunikaciju poslovnih subjekata sa svojim korisnicima – na svakom kanalu i uređaju u bilo kojem dijelu svijeta.

[56] Vlada Republike Hrvatske (2018) Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Zagreb

[57] EY Poduzetnik godine (dostupno 24.08.2019.) https://www.ey.com/hr/en/home/ey-hr-eoy

Mate Rimac, osnivač i vlasnik tvrtke Rimac Automobili realizirao je svoj san o proizvodnji najsnažnijeg i najbržeg električnog automobila na svijetu i to u zemlji koja do tada nije imala automobilsku industriju.

Đuro Horvat je vlasnik i osnivač tvrtke Tehnix d.o.o.. Tvrtka je osnovana 1991. godine. Kompanija Tehnix vodeća je eko industrija u ovom dijelu Europe za projektiranje, proizvodnju, servisiranje strojeva i opreme koji su u funkciji zaštite okoliša.

Alan Sumina i Zoran Vučinić, dvojac ambicioznih i kreativnih programera osnovala su 2008. godine tvrtku Nanobit, a danas broje više od 100 zaposlenika koji su svi stručnjaci u svojem području. Cilj im je zajednički – kreirati najzabavnije mobilne igre.

Marko Pipunić iz tvrtke Žito. Žito grupa vodeća je poljoprivredna i prehrambena industrija u Slavoniji. Osnovana je 1992. godine, a danas broji preko 1500 zaposlenika.

Tvrtku Aquaestil su 1999. godine osnovala dva hrvatska poduzetnika Stjepan Basar i Boris Ferkul. Aquaestil je vodeći hrvatski proizvođač kupaonske opreme, a na hrvatskom tržištu je prisutan od 1999. godine. U četiri proizvodne jedinice zapošljava preko 400 ljudi.[58]

[58] EY Poduzetnik godine (dostupno 24.08.2019.) https://www.ey.com/hr/en/home/ey-hr-eoy

11. Zaključak

Kroz povijest poduzetništva vidimo da su uspješni poduzetnici bili ljudi koji su zadovoljavali nekoliko osnovnih kriterija - upornost, planiranje, preuzimanje rizika, odgovornost, samouvjerenost i inovativnost. Iako se kroz povijest javno mjenje i prihvaćanje poduzetništva od strane vlasti i naroda u Hrvatskom društvu mijenjalo, oduvijek je bilo moguće biti poduzetnik.

U današnje doba pokazuje se kako poduzetnik zaista mora biti netko tko će imati još izraženije osobine navedene u prethodnom paragrafu radi brojne konkurencije na gotovo svim poljima, ali isto tako nikada nije niti bilo lakše upustiti se u poduzetništvo zbog brojnih potpora koje pružaju razne državne, neovisne i financijske institucije.

Mnogo je primjera uspješnih poduzetnika u zadnjih nekoliko desetljeća u Hrvatskoj i svaki mladi poduzetnik ima priliku proučiti model poduzetnika koji ga inspirira, dobiti savjet, mentorstvo, te pronaći velik broj informacija putem interneta.

Hrvatska je danas potpuno otvorena zemlja koja je zalaže za ravnopravnost svih dobnih i spolnih skupina u svim područjima ljudskog djelovanja, pa tako i poduzetništva, što samo može unaprijediti broj kvalitetnih usluga i proizvoda na tržištu, dijelom zbog kvantitete i inovativnosti novih poduzetnika, a drugim dijelom zbog konkurentnosti i motivacije na tržištima.

Svi korisnici u današnje doba imaju priliku gotovo besplatno oglasiti svoje usluge i biznise putem društvenih mreža gdje se na jednostavan i vizualno zanimljiv način može pristupiti svim dobnim skupinama i predstaviti svoju specijalnost i uslugu. To najviše može koristiti početnicima koji nemaju velik kapital s kojim kreću u svoj projekt i time smanjuju rizike. Pogodnost koja se otvorila početnicima koji imaju zanimljive ideje, ali im fali financijska podrška je startup koncept i tako, bez značajnih gubitaka, sa strašću i uloženim vremenom, svi mladi poduzetnici se mogu upustiti u razvijanje vlastitih poduzeća jer imaju sigurnu financijsku potporu.

Hrvatski poduzetnici su dobili mogućnost i lakšeg financiranja i širenja na strana tržišta ulaskom Hrvatske u Europsku uniju, tako da danas zaista svaka osoba koja želi postati poduzetnik, nema niti jednu veliku prepreku, te ne preuzima veliki rizik, a plodovi truda, rada, planiranja, inovativnosti i upornosti se vrlo brzo mogu nagraditi uspješnim poduzećem s profitom i mogućnošću širenja na različita tržišta.

U Koprivnici

Magdalena Sinanović

Sveučilište
Sjever

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Magdalena Sinanović *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Magdalena Sinanović
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Magdalena Sinanović *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom Poticaji razvoja poduzetništva u Hrvatskoj *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Magdalena Sinanović
(vlastoručni potpis)

12. Literatura

[1] Bakotić D., Bulog I., Dulčić Ž., Glamuzina M., Klepić Z., Kružić D., Lovrinčević M., Ostojić Mihić A. (2016), Obiteljsko poduzetništvo, Mostar

[2] Bobera D., Hunjet A., Kozina G. (2015) Poduzetništvo, Sveučilište Sjever, Varaždin

[3] Buble M. (2003) Management malog poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

[4] Bujan I. (2015) Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke, Čakovec

[5] CEPOR (2016) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj za 2015. godinu, Zagreb

[6] CEPOR (2017) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj za 2016. godinu, Zagreb

[7] Europska komisija (2010) Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast, Zagreb

[8] Fina (2016) Registar godišnjih financijskih izvješća, Zagreb

[9] Kolaković, M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija

[10] Kružić, D., Bulog, I. (2012) Obiteljska poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

[11] Lukić I. (2014). Poduzetništvo, EBIZ d.o.o., Zagreb

[12] Mezulić Jurić P., Alpeza M. (2017) CEPOR - Izazovi prijenosa poslovanja u malom i srednjem poduzetništvu, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Zagreb

[13] Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2008) Operativni plan poticaja malog i srednjeg poduzetništva, Zagreb

[14] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2012) Plan poticanja poduzetništva i obrtništva za 2012. godinu, Zagreb

[15] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Poduzetnički impuls 2013., Plan poticanja poduzetništva i obrta, Zagreb

[16] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva, Zagreb

[17] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. do 2020., Zagreb

[18] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Poduzetnički impuls 2014., Program poticanja poduzetništva i obrta, Zagreb

[19] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014) Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb

[20] Ng-Lun K., Shahbaz N., Ozbay N. (2013) The Importance of female entrepreneurship

[21] Rajsman, M., Petričević, N., Marjanović, V. (2013) Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Osijek

[22] Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb
[23] Vlada Republike Hrvatske (2018) Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Zagreb

Internet izvori:
[1] CEPOR (dostupno 24.08.2019.) http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/
[2] EY Poduzetnik godine (dostupno 24.08.2019.) https://www.ey.com/hr/en/home/ey-hr-eoy
[3] Europski fond za regionalni razvoj (pristupano 24.08.2019.) http://europski-fondovi.eu/program/europski-fond-za-regionalni-razvoj
[4] Hrvatska banka za obnovu i razvitak (pristupano 24.08.2019.) https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/
[5] Women In Adria (pristupano 24.08.2019.) Nagrade najboljim poduzetnicama https://www.womeninadria.com/nagrade-najboljim-poduzetnicama-2018-pobjednice/