Podjela poduzeća prema vlasništvu

Devčić, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic Nikola Tesla in Gospić / Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:107:350002

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

Polytechnic Nikola Tesla in Gospić - Undergraduate thesis repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Poslovni odjel

Stručni studij Ekonomika poduzetništva

Matea Devčić

PODJELA PODUZEĆA PREMA VLASNIŠTVU

DIVISION COMPANY BY OWNERSHIP

Završni rad

Gospić, 2017.

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Poslovni Odjel

Stručni studij Ekonomika poduzetništva

PODJELA PODUZEĆA PREMA VLASNIŠTVU

DIVISION COMPANY BY OWNERSHIP

Završni rad

MENTOR

Dr.sc. Vlatka Ružić

STUDENT

Matea Devčić

MBS: 0296014887/14

Gospić, lipanj, 2017.

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

Prilog 1.

POSLOVNI odjel

Gospić, 24.01. 2017.

ZADATAK

za završni rad

Pristupniku MATEI DEVČIĆ MBS: 0296014887/14

Studentu stručnog studija EKONOMIKA PODUZETNIŠTVA izdaje se tema završnog rada pod nazivom

PODJELA PODUZEĆA PREMA VLASNIŠTVU

Sadržaj zadatka :

UVOD; Pojmovno određenje poduzeća; Sastavnice poduzeća; Poduzetnička okruženje; Vrste poduzeća prema vlasništvu; Poduzeća u privatnom vlasništvu; Holdingsko poduzeće; Obiteljsko poduzeće; Obrtničko poduzeće; Zadružno poduzeće; Korporativno poduzeće; Poduzeća u javnom vlasništvu; Državna poduzeća; Društvena poduzeća; Važnost podjele poduzeća prema vlasništvu; Prednosti i nedostatci javnih poduzeća; ZAKLJUČAK.

Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću.

Mentor: Dr.sc. VLATKA RUŽIĆ (ime i prezime) zadano: 24.01. 2017. (nadnevak), (potpis)

Pročelnik odjela: Dr.sc. VLATKA RUŽIĆ (ime i prezime) predati do: 30.09. 2017 (nadnevak), (potpis)

Student: MATEA DEVČIĆ (ime i prezime) primio zadatak: 24.01. 2017. (nadnevak), Matea Devčić (potpis)

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom PODJELA PODUZEĆA PREMA VLASNIŠTVU izradio/la samostalno pod nadzorom i stručnu pomoć mentora DR.SC. VLATKA RUŽIĆ.

Ime i prezime

Matea Devčić

(potpis studenta)

Sažetak

U Republici Hrvatskoj pojam poduzeća nije zakonski definiran, odnosno za njegovu definiciju potrebno je prethodno odrediti njegovu gospodarsku svrhu. Poduzeće je organizirana pravna cjelina putem koje nositelj poduzeća djeluje na tržištu. Poduzeće nema pravnu osobnost pa u pravne odnose ulazi nositelj poduzeća. Za uspješno poslovanje i funkcioniranje poduzeća bitna je sinergija sva četiri sustava unutar poduzeća. Odnosno, za uspješno funkcioniranje poduzeća vrlo je bitno da svi sustavi funkcioniraju ponaosob te da su svi sustavi usklađeni međusobno, jer se samo na taj način mogu ostvariti postavljeni ciljevi poduzeća. No isto tako, vrlo je bitno i poduzetničko okruženje odnosno okruženje u kojemu poduzeće djeluje. Podjela poduzeća prema vlasništvu vrlo je bitna zbog utvrđivanja načina upravljanja poduzećem. Zastupljenost pojedinih vlasničkih oblika ovisi o gospodarskom i društvenom sustavu zemlje. U sljedećem radu navode se sve vrste poduzeća prema vlasništvu i svaka se zasebno obrađuje. Međutim, najviše pažnje se posvećuje javnim i privatnim poduzećima, odnosno onim oblicima poduzeća koja su dosta često „sukobljena“. Privatni poduzetnici u Republici Hrvatskoj zastupljeni su kroz različite oblike poduzeća, odnosno onim oblikom koji im najviše odgovara u trenutku zasnivanja poduzeća. Nasuprot tome javna poduzeća su sve cjeline u državnom vlasništvu i/ili pod državnom kontrolom koje prodaju industrijska ili komercijalna dobra i usluge širokoj javnosti, a formirana su kao korporacije.

Ključne riječi: poduzeće, poduzetničko okruženje, privatno vlasništvo, mješovito vlasništvo, javno vlasništvo.

Summary

In Croatia, the term company is not legally defined, and for the definition it is necessary to determine its economic purpose. The company is organized legal entity through which the holder of the company acting on the market. The company has no legal personality but in legal relations enters carrier companies.For successful operation and functioning of companies is an important synergy of all four systems in the company. Respectively, for the successful functioning of the company it is very important that all systems function separately and that all systems are aligned with each other, because only in this way can achieve the set objectives of the company. But also, it is very important and entrepreneurial environment or environment in which the company operates. Division company by ownership is very important to determine the mode of enterprise management. The frequency of certain forms of ownership depends on the economic and social system of the country. Further description presents all kinds of enterprises by ownership and each separately processed. However, most attention is given to public and private companies, because those forms of enterprises that are quite often "conflicted". Private entrepreneurs in Croatia are represented through different forms of enterprise, or what shape that suits them at the time of establishing the company. By contrast, public companies are all units of state-owned and / or controlled by the state that sell industrial or commercial goods and services to the general public, and are formed as corporations.

Keywords: company, the business environment, private ownership, mixed ownership, public ownership.

Sadržaj

Sažetak

Summary

1. UVOD 1
   1.1. Problem i predmet istraživanja 1
   1.2. Radna hipoteza 2
   1.3. Svrha i cilj istraživanja 2
   1.4. Znanstvene metode istraživanja 3
   1.5. Struktura rada 4
2. Pojmovno određenje poduzeća 5
   2.1. Sastavnice poduzeća 10
   2.2. Poduzetničko okruženje 12
3. Vrste poduzeća prema vlasništvu 14
   3.1. Poduzeća u privatnom vlasništvu 15
      3.1.1. Inokosno poduzeće 17
      3.1.2. Obiteljsko poduzeće 18
      3.1.3. Ortačko poduzeće 19
      3.1.4. Zadružno poduzeće 21
      3.1.5. Korporativno poduzeće 22
   3.2. Poduzeća u javnom vlasništvu 24
      3.2.1. Državna poduzeća 26
      3.2.2. Društvena poduzeća 28
3.3. Poduzeća u mješovitom vlasništvu 31
4. Važnost podjele poduzeća prema vlasništvu 32
   4.1. Prednosti i nedostaci javnih poduzeća 35
   4.2. Utjecaji javnih poduzeća na ostala poduzeća 39
5. ZAKLJUČAK 41

LITERATURA 43

Popis tablica 45

Popis slika 46

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Poduzećem se smatra svaka samostalna, gospodarska, društvena i tehnička cjelina koja se nalazi u vlasništvu određenih subjekata. Primarni cilj svakog poduzeća je ostvarivanje, tj. maksimalizacija profita. Svako poduzeće motivirano prethodno navedenim ciljem, koristeći se odgovarajućim obnovljivim ili neobnovljivim resursima, proizvodi materijalna ili nematerijalna dobra ili usluge za potrebe tržišta na kojem će konkurirati sa ostalim poduzećima, s ciljem kako bi maksimalizirali svoju potencijalnu dobit, i sukladno tome, snose i odgovarajući poslovni rizik. Cilj poslovanja je naći odgovor na pitanje kako uz što manje troškove i uz što manji rizik poslovanja, ostvariti što veću dobit.

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.

U radu se navode i definiraju vrste poduzeća prema vlasništvu što dovodi do šireg pojašnjenja situacija u kojima se može naći poduzeće, odnosno oblika poduzeća koja susrećemo na hrvatskom tržištu.

Problem rada čini neravnopravan odnos države prema različitim oblicima poduzeća, te utjecaj javnih poduzeća na ostala poduzeća u poduzetničkom okruženju u kojemu djeluju. Iz navedenog proizlazi predmet rada odnosno istraživanje važnosti podjele poduzeća prema vlasništvu, te spoznavanje važnosti pojave različitih oblika poduzeća u poduzetničkom okruženju države.

1.2. Radna hipoteza

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja, definirana je sljedeća hipoteza:

Podjelom poduzeća prema obliku vlasništva dolazimo do spoznaje kako je vrlo važno da sena tržištu pojavljuju različiti oblici poduzeća, odnosno kako primjena navedenih vrsta poduzeća utječe na cjelokupan državni aparat ne samo u pravnom već i u financijskom smislu.

1.3. Svrha i cilj istraživanja

Svrha i cilj ovog rada su sljedeći:

- upoznati se s pojmom poduzetnika, poduzeća te poduzetničkog okruženja,
- upoznati se s važnosti podjele poduzeća prema vlasništvu te svakim od oblika poduzeća ponaosob ,
- ispitati važnost i koristi primjene pojedinih oblika poduzeća,
- upoznati odgovornosti poduzetnika u svakoj od vrsta poduzeća prema vlasništvu,
- upoznati poduzeća u privatnom i javnom obliku, te načine na koji javna poduzeća imaju utjecaj na privatna i ona u mješovitom vlasništvu.

1.4. Znanstvene metode istraživanja

U svrhu istraživanja problema i predmeta rada, postizanja definiranih ciljeva te prihvaćanja ili odbacivanja navedene hipoteze koriste se metode znanstvenog istraživanja koje se mogu klasificirati kao opće metode znanstvenog istraživanja.
Opće metode znanstvenog istraživanja izučavaju i prezentiraju opće spoznaje o procesima znanstvenog istraživanja.

U ovom istraživanju koristit će se sljedeće metode:

- *Induktivna metoda* – primjena induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih i posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu.
- *Metoda analize* - raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove te izučavanje svakog dijela posebno i u odnosu na druge dijelove.
- *Metoda sinteze* - postupak znanstvenog istraživanja putem spajanja dijelova ili elemenata u cjelinu, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i iz složenih u još složenije.
- *Metoda deskripcije* - postupak opisivanja predmeta ili pojava, to jest postupak opisivanja izgleda i osobina predmeta ili tijeka razvoja pojava bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- *Metoda istraživanja za stolom* – metoda istraživanja koja uključuje već objavljene i svima dostupne podatke koji su objavljeni u člancima, knjigama, na internetu.

1.5. Struktura rada

Rad se sastoji od teorijskih i empirijskih dijelova strukturiranih u pet poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvodni osvrt, zatim sljedeća tri poglavlja odnose se na teorijsko istraživanje, te će se navedenim metodama koristiti postojeća objavljena literatura na temu predmeta ovog istraživanja, dok se u zadnjem poglavlju daje zaključak svih navedenih činjenica.

U uvodnom dijelu ovog rada postavljen je i obrazložen problem i predmet rada, svrha rada te metode istraživanja korištene u radu. U nastavku uvoda se dalje navodi i obrazlaže da je svrha ovog rada uloga i značaj podjele poduzeća prema vlasništvu, odnosno utjecaji pojedinih vrsta poduzeća na poduzetnike i ostala poduzeća u poduzetničkom okruženju.

Kroz drugi i treći dio rada obrađuju se temeljni pojmovi, odnosno definicije koje su bitne da bi se razumjela svrha rada i četvrto poglavlje kojim se daje osvrt na utjecaj javnih poduzeća na ostala poduzeća unutar države. Posebni naglasak se stavlja upravo na javna poduzeća koja imaju drugačije uvjete u kojima posluju, odnosno u povoljnijem su položaju usporedno s privatnim poduzećima.

Zaključak naglasak stavlja na rezultate cjelokupnog istraživanja. Odnosno, objašnjava zašto su bitne podjele poduzeća i istraživanje svake od vrsta istih, promatrano sa stajališta vlasništva. Zaključiti se može zašto je nužno uvoditi promjene kako u javna tako i u privatna i mješovita poduzeća.

2. Pojmovno određenje poduzeća

Pojam poduzeća danas se često pogrešno koristi kao istoznačnica za pravnu osobu odnosno trgovačko društvo. Poduzeće je zapravo sredstvo za djelovanje trgovačkog društva, to jest, ono na neki način „pripada“ trgovačkom društvu. Napuštanjem društvenog vlasništva i donošenjem Zakona o trgovačkim društvima 1993. godine, ono je prestalo biti pravna osoba i uveden je taj, bitno drugačiji pojam poduzeća (http://www.iusinfo.hr).

Sve do Drugog svjetskog rata poduzeće je bilo shvaćano kao gospodarska cjelina, ali zbog ideoloških razloga taj pojam počeo je označavati pravnu osobu i to najprije kao državno poduzeće, a kasnije kao poduzeće u društvenom vlasništvu čije se upravljanje temeljilo na samoupravljanju. Pojam poduzeća nije se koristio od 1973. do 1989. godine, ali ga Zakon o poduzećima ponovno uvodi u naš pravni i gospodarski sustav. Taj Zakon pojam poduzeća veže uz pravnu osobnost i sam pojam određuje generički, tako da su i trgovačka društva koja su ponovno uvedena u naš sustav bila neki od tipova poduzeća.

U Zakonu o trgovačkim društvima pojam poduzeća ima potpuno drugačije značenje, koje je u skladu sa srednjoeuropskim pravnim sustavima. Za razliku od Zakona o poduzećima, Zakon o trgovačkim društvima ne daje definiciju poduzeća. On u članku 1. određuje pojam trgovca, no taj se pojam ne smije izjednačiti s pojmom poduzeća.

Pojam poduzeća, dakle, kod nas nije definiran zakonom. Da bi se pravno definirao pojam poduzeća, potrebno je poći od njegovog određenja u gospodarskom smislu. Pojam poduzeća tako se može odrediti kao organizirana gospodarska cjelina koju čine objektivni, subjektivni i ustrojbeni sastojci (http://www.iusinfo.hr).

Pri čemu se pod objektivnim sastojcima podrazumijevaju sredstva rada, stvari i prava, odnosno sva imovinska subjektivna prava koja pripadaju nositelju poduzeća. Subjektivni sastojci su ideje, nastojanja, rad, inventivnost, ono što pokreće djelovanje objektivnih sredstava, odnosno osobe koje vode poslovanje i one putem kojih se takvo poslovanje ostvaruje. Ustrojbeni sastojak je spoj subjektivnih i objektivnih poveznica u cjelinu, to jest određivanje načina kako će se spojiti rad i sredstva u cilju ostvarenja poslovnih zamisli. S obzirom da je poduzeće cjelina, njime su obuhvaćeni i klijentela nositelja poduzeća, njegovi ugovori, poslovni ugled, poslovne tajne, itd. Može se zaključiti da je gospodarsko određenje poduzeća ustroj kojemu je cilj da na tržištu uz naplatu nudi svoje gospodarske činidbe.

Poduzeće je i organizirana pravna cjelina putem koje nositelj poduzeća djeluje na tržištu. Poduzeće nema pravnu osobnost pa u pravne odnose ulazi nositelj poduzeća. Isto tako ono nije stvar, ali su u njemu obuhvaćene stvari. Na njega se ne mogu primijeniti propisi koji se odnose na stvari. Ipak, poduzećem se može raspolagati. Raspolaganje poduzećem ne čini se upisom u sudski registar, osim ako je riječ o poduzetničkim ugovorima za čije se stupanje na snagu zahtijeva da su upisani u sudskom registru.

Svako poduzeće mora imati nositelja, a svakome nositelju pridodano je poduzeće. Nositelj poduzeća može biti bilo koja pravna ili fizička osoba, iako Zakon o trgovačkim društvima spominje samo trgovačko društvo i trgovca pojedinca. Nositelj poduzeća nastupa u pravnom prometu i isključivi je nositelj svih prava i obveza. Tužbe i druga pravna sredstva usmjeravaju se prema nositelju poduzeća, a ne poduzeću; protiv nositelja se može provesti ovršni i stečajni postupak.

Poduzeće, dakle, nije trgovačko društvo, nema pravnu osobnost, nije stvar, nego čini imovinsku i radnu cjelinu odnosno trajniji gospodarski pothvat koji pripada nositelju poduzeća (http://www.iusinfo.hr).

Poduzeće, dakle djeluje kao samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva.

Poduzetništvo je temelj gospodarskog sustava i ekonomskog razvoja zemalja. Ono predstavlja sposobnost poduzetnika za pokretanje aktivnosti u okruženju punom rizika i izazova, u svrhu zadovoljenja tržišnih potreba, ostvarenja željenog cilja i profita kao nagrade za uloženi trud i kao dokaz same sposobnosti poduzetnika. Prema Kvratku (1998), poduzetništvo je proces inovacije i pokretanja novih poduzetničkih pothvata utemeljen na individualnim i organizacijskim sposobnostima pojedinaca, a potpomognut državom, obrazovnim sustavom i ostalim pratećim institucijama.

Tablica 1: Prednosti i nedostatci ulaska u poduzetništvo

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: Škrtić, M.; Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2006.

Iz tablice 1. možemo vidjeti koje su prednosti i koji su nedostaci ulaska u poduzetništvo. Bosnić (2012) smatra da se poduzetništvo dijeli na:

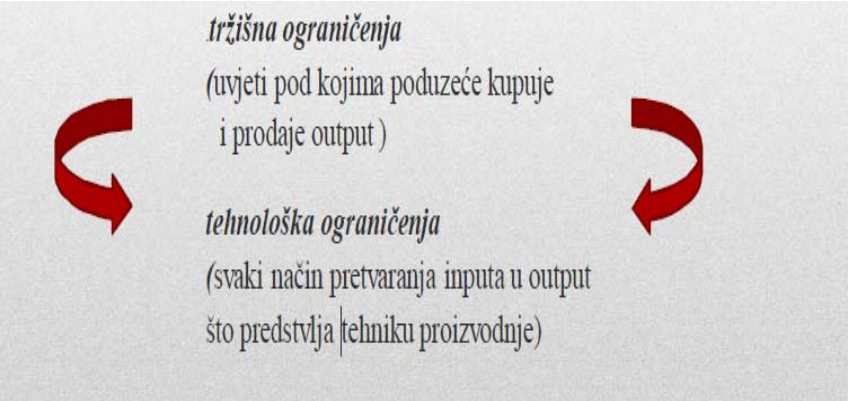
1. Tradicionalno poduzetništvo - prakticira se u mikro, malim i srednjim poduzećima. Vodeći se određenom idejom, poduzetnici ulažu kapital u njezinu provedbu te preuzimajući rizik, stvara se proizvod od čije se prodaje očekuje profit koji pripada vlasnicima kapitala i kojim oni slobodno raspolažu.
2. Korporativno poduzetništvo - primjenjuje se u velikim tvrtkama koje žele primijeniti suvremene principe menadžmenta na novi način. Zahtijeva vještine i alate koji su potrebni da se iskoriste prilike koje se ukažu u organizacijama kako bi se ostvario dobar poslovni rezultat.
3. Socijalno poduzetništvo - socijalno poduzetništvo je koncept koji pokreće stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti kroz izgradnju novih vrijednosti i društvenih promjena koje zadovoljavaju potrebe i nude zapošljavanje teško zapošljivih društvenih kategorija. Možemo reći da je ono neprofitna inicijativa u svrhu stvaranja društvene vrijednosti.

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. Prema Ludvigu von Misesu poduzetnik je svatko tko je stalno spreman iskoristiti nove poslovne prilike odgovarajućim kombiniranjem proizvodnih izvora i preuzimanjem rizika (www.unizd.hr).

Poduzeće je samostalna gospodarska, društvena i tehnička cjelina u vlasništvu subjekata koja proizvodi dobra i nudi usluge radi zadovoljenja potreba tržišta, koristeći se pritom potrebnim resursima, u svrhu ostvarenja određenih ciljeva i postizanja poslovnog uspjeha. O odnosu poduzeća i poduzetništva Gorupić kaže: „Poduzeće je od svojeg postanka neodvojivo od poduzetništva i poduzetnika pomoću kojeg ono obavlja pionirsku ulogu kao dinamički element rasta i razvoja, ekspanzija i promjena.“ (Kolaković, 2006)

Slika 1: Shematski prikaz djelovanja poduzeća



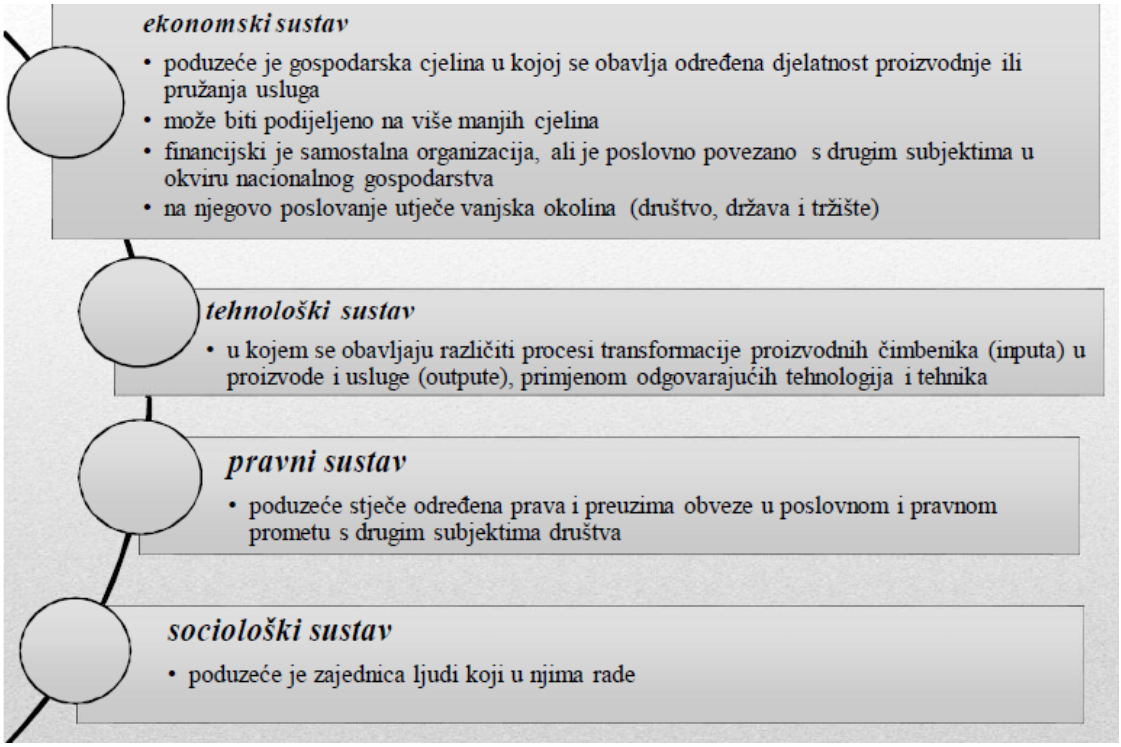
Izvor: Kolaković, M.;Poduzetništvo u ekonomiji znanja,Sinergija, Zagreb, 2006.

Poduzeće je složen sustav koji nastaje, djeluje, razvija se i nestaje ovisno o uspješnosti ostvarivanja gospodarskih i drugih društvenih ciljeva

Ono je (Kolaković, 2006):

- ekonomski,
- tehnološki,
- pravni i
- sociološki sustav.

Slika 2: Prikaz poduzeća kao četiri sustava



Izvor: Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.

Dakle, za uspješno funkcioniranje poduzeća vrlo je bitno da svi sustavi funkcioniraju ponaosob te da su svi sustavi usklađeni međusobno, jer se samo na taj način mogu ostvariti postavljeni ciljevi poduzeća.

2.1. Sastavnice poduzeća

Poduzeće se u globalu može podijeliti odnosno može se sastojati od tri bitne sastavnice a one su (www.vsmti.hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/876-2-poduzece):

- objektivna,
- subjektivna, i
- ustrojbena.

Objektivnu sastavnicu poduzeća čini sve ono bez čega poduzeće ne može poslovati kao npr. zgrade, novac, postrojenje, proizvodi i slično; subjektivna sastavnica se tvori od znanja, stvaralačkih ideja kao i ljudi koji vode poslovanje i pokreću sredstva poduzeća; dok ustrojbena sastavnica određuje način povezivanja sredstava i rada u jednu cjelinu, te omogućuje usklađeni rad osoblja i vođenje poslovanja prema ostvarenju poslovnih ciljeva.

Sastavnice organizacije su dakle sve ono što je potrebno da bi poduzeće poslovalo ili ostvarivalo svoje ciljeve, a to su (www.vsmti.hr/nastava) :

- ljudi,
- pravila,
- djelatnost,
- ciljevi,
- prostor,
- resursi,
- vrijeme,
- ustroj.

Za što uspješnije funkcioniranje poduzeća vrlo je bitno međusobno uskladiti sastavnice poduzeća, kao i pratiti svaku od njih posebno. Naime, svi resursi kao i postrojenja i oprema trebaju biti prilagođeni onome što se njima želi postići, u određenim terminima i na određenom prostoru. Ukoliko neka od sastavnica poduzeća nije usklađena sa ostalima za očekivati je da poduzeće neće poslovati u skladu s očekivanjima, a vrlo vjerojatno to poslovanje neće biti ni na optimalnoj razini.

2.2. Poduzetničko okruženje

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 opasnosti te maksimalno iskoristiti prednosti i poslovne prilike koje mu se pružaju.

Prema Horvatu i Tintoru (2006), važnim faktorom gospodarskog razvoja smatramo malo i srednje gospodarstvo. Sve promjene u okruženju imaju utjecaj na pojedine krajeve u RH, osobito kada je riječ o zajedničkoj suradnji s različitim gospodarskim i drugim subjektima iz Europe. Tom suradnjom stekli smo nova znanja, došli do novih informacija, a ljudi su promijenili način razmišljanja. Razvojem tržišnog gospodarstva na našim prostorima među gospodarskim subjektima jača se borba za podizanje konkurentnosti, tehnološki razvoj i veća učinkovitost cijelog društva.

"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.).

Okruženje poduzeća možemo svrstati na više razina (Kuvačić, 2005):

1. razina – interno okruženje
2. razina – okruženje zadatka (mikrookruženje)
3. razina – opće okruženje (makrookruženje).

Da bi se stvorilo kvalitetno poduzetničko okruženje, potrebno je stvaranje tzv. poduzetničkih koalicija koje bi (Horvat, Tintor, 2006.):

- usvojile koncept razvoja,
- brže se koristile sredstvima i izvorima financiranja poduzetništva,
- stvorile lokalne garancijske fondove,
- stvorile rizični kapital,
- otvorile poduzetničke centre i inkubatore,

- organizirale pružanje usluga savjetničkih službi,
- osnivale regionalne razvojne agencije,
- razvijale komunalnu infrastrukturu,
- omogućile uključivanje u međunarodne projekte i pretpristupne fondove.

U tablici 2. prikazana je usporedba sadašnjeg i budućeg poduzeća i njegovog okruženja.

Tablica 2: Usporedba sadašnjeg i budućeg poduzeća i njegovog okruženja u Republici Hrvatskoj

Sadašnje tradicionalno poduzeće	Buduće poduzetničko poduzeće
Industrijsko društvo	Informacijsko društvo
Klasična tehnologija	Visoka moderna tehnologija
Nacionalno gospodarstvo	Svjetsko gospodarsvo
Kratkoročni ciljevi	Dugoročni ciljevi
Centralizacija	Decentralizacija
Pomoć investicijama	Samopomoć putem znanja
Predstavnička demokracija	Participativna demokracija
Hijerarhijska struktura	Mrežna struktura
Postojeće tržište	Novo globalno tržište
Pojedinačne odluke	Timske odluke
Jedna opcija	Više alternativnih opcija

Izvor: https://repozitorij.vup.hr

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 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.

3. Vrste poduzeća prema vlasništvu

Podjela poduzeća prema vlasništvu bitna je zbog utvrđivanja načina upravljanja poduzećem. Zastupljenost pojedinih vlasničkih oblika ovisi o gospodarskom i društvenom sustavu zemlje. Prema vlasništvu razlikuju se (Kuvačić, 2005):

- privatna,
- javna,
- zadružna, i
- mješovita poduzeća.

Privatna poduzeća su ona poduzeća koja su u privatnom vlasništvu pojedinih ili individualnih vlasnika ili većeg broja vlasnika. U takvim poduzećima vlasnik najčešće zapošljava manji broj ljudi, to su često i članovi njegove obitelji. Glavne djelatnosti takvih poduzeća jesu uslužne djelatnosti, sitna industrija, neke grane ugostiteljstva ili trgovina na malo. U ovaj oblik vlasništva ubrajaju se i sva trgovačka društva koja se razlikuju po svom pravnom obliku (Horvat, Tintor, 2006.).

Javna poduzeća se još dijele na društvena i državna. Društvena mogu biti u vlasništvu crkve, mirovinskih fondova, sindikata i ostalih raznih udruga. Državna poduzeća su pak u vlasništvu države i pod njezinom kontrolom. Državna poduzeća se većinom bave proizvodnjom i uslugama koje su od posebnog društvenog interesa, kao što je npr.: gradska čistoća, javni prijevoz, željeznički promet, elektroprivreda, itd. (Horvat, Tintor, 2006.).

Javna poduzeća su poduzeća u monopolskom položaju koja nude bitna dobra i usluge, a podložna su javnoj upravi koja treba osigurati da posluju u javnom interesu. Javnim poduzećima se obično smatraju ona koja pružaju usluge posredstvom žica, kabela, cijevi i tračnica.

Zadružna poduzeća osnivaju zadruge radi obavljanja gospodarske djelatnosti koje su u interesu zadrugara. Tim poduzećima upravljaju radnici i zadrugari koji su međusobno osnovali radni odnos. Cilj im nije ostvarivanje dobiti, već je njihov cilj unaprijediti poslovanje i djelatnost svojih članova (Horvat, Tintor, 2006.).

Mješovita poduzeća su ona poduzeća koje se nalaze u mješovitom vlasništvu, tj. koja su npr. i u vlasništvu države i u vlasništvu privatnih osoba, ili u nekoj od drugih mogućih kombinacija vlasništva. Ovakav tip vlasništva najzastupljeniji je u zemljama koje su u tranziciji, u razvoju. Ovakav način vlasništva omogućuje vlasnicima dobar pregled djelatnosti stranog kapitala, tj. prilagodbu djelovanja tog kapitala prema interesima zemlje u kojoj djeluje. Usto omogućuje i zapošljavanje domaće radne snage i korištenje stranog, međunarodnog iskustva (Horvat, Tintor, 2006.).

3.1. Poduzeća u privatnom vlasništvu

U privatnom vlasništvu su poduzeća pojedinih (individualnih) vlasnika i zajednička poduzeća većeg broja vlasnika (ortaštva i dionička društva). Poduzeće u pojedinačnom vlasništvu osniva jedna osoba (poduzetnik) i u njega unosi svoj kapital, takvo poduzeće zapošljava obično manji broj radnika, a među njima mogu biti članovi njegove obitelji (npr. trgovina na malo, ugostiteljstvo, uslužne djelatnosti i sitna industrija).

U privatna poduzeća s više vlasnika ubrajamo sve oblike trgovačkih društava koja se razlikuju po svom pravnom obliku. Za uspješno privatno poduzetništvo odnosno poduzetnički pothvat, važno je odrediti cilj poduzeća, imati dobar poslovni plan, i odrediti izvore financiranja.

Poduzetnički pothvat je spoj poduzetničke ideje, odnosno poslovne prigode s dovoljnim kapitalom u izvedbi poduzetnika kao nositelja poduzetničke aktivnosti. Proces nastajanja poduzetničkog pothvata vidljiv je iz slike 3. Poduzetnička ideja je među prvim koracima na poduzetnikovom putu, ali ona je tek misao o budućem poslovanju. Poduzetnička inicijativa je poticaj za započinjanje nekog posla od kojeg se očekuju pozitivni gospodarski rezultati, kao što su zapošljavanje i zarada.

„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.)

Slika 3: Proces nastajanja poduzetničkog pothvata



Izvor: www.efzg.hr, prema Škrtarić, Mikić (2011.)

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. prikazuje koji su mogući oblici financiranja vlastitog poduzetničkog pothvata.

Tablica 3: Mogući oblici financiranja vlastitog 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: https://repozitorij.vup.hr

3.1.1. Inokosno poduzeće

Inokosno poduzeće predstavlja najjednostavniji oblik i pravnu formu poduzetničkog organiziranja u privredi. To je poduzeće koje osniva, organizira proces rada i kojim upravlja pojedinac – vlasnik. On ulaže kapital u inokosno poduzeće i vodi ga kao svoj vlastiti biznis. Poduzetnik– vlasnik, u okviru ovog poduzeća, obavlja trajnu privrednu djelatnost radi stjecanja dobiti (Škrtić, 2006).

Inokosno poduzeće osniva se putem osnivačkog akta o obavljanju djelatnosti ili ugovorom između više poduzetnika.

Osnovne karakteristike inokosnog poduzeća ogledaju se u sljedećem (Vujić, 2010.):

- osniva ga i vodi jedna osoba – vlasnik ili poduzetnik;
- cjelokupan osnivački kapital pribavlja vlasnik;
- vlasnik snosi i cjelokupni rizik poslovanja poduzeća;
- vlasnik odgovara cjelokupnom svojom privatnom imovinom za obaveze poduzeća;
- osnivanje inokosnog poduzeća, po pravilu ne podleže oporezivanju;
- tokom poslovanja, ovo poduzeće podliježe porezima kao i druge vrste poduzeća;
- životni ciklus ovih poduzeća, po pravilu je kraći od drugih poduzeća.

Prednosti inokosnih poduzeća u suvremenoj privredi su (Vujić, 2010.):

- visoka motiviranost za profit (dobit),
- efikasnost kontrole i
- efikasni menadžment.

Dodatna prednost jest što jedna osoba raspolaže ostvarenim rezultatom ili pokriva sve gubitke poduzeća. Ova poduzeća organiziraju svoje poslovanje uz relativno niske troškove i jednostavnije prestaju sa radom.

Ovakvo poduzeće uglavnom je usmjereno na podmirivanje svakodnevnih potreba građana na užem prostoru. Nositelj poslovne aktivnosti je jedna fizička osoba kojoj pripada dobit, a koja za svoje obveze kao što je već navedeno, odgovara cjelokupnom svojom imovinom – osobnom i poslovnom.

3.1.2. Obiteljsko poduzeće

Pojam obiteljskog poduzeća u Hrvatskoj nije službeno definiran što onemogućuje identifikaciju, praćenje razvoja niti projekciju utjecaja obiteljskih poduzeća na gospodarstvo Hrvatske. Trenutna statistička praćenja ekonomske djelatnosti u Hrvatskoj (Državni zavod za statistiku, FINA) ne omogućuju razlikovanje obiteljskih poduzeća od drugih pravnih oblika ekonomskog djelovanja (http://www.cepor.hr).

Postojeći zakonodavni okvir koji regulira poslovne subjekte, također, ne sadrži definiciju obiteljskog poduzeća. Zakonodavni okvir u Hrvatskoj prepoznaje obiteljska poduzeća u poljoprivrednoj i ugostiteljskoj djelatnosti i obrtništvu kao jedan od mogućih pravnih oblika ekonomske djelatnosti u tim sektorima. Niti jedan od općih zakona kojima su definirani oblici ekonomskih djelatnosti ne spominje koncept obiteljskih poduzeća.

U prošlosti, obrt je gotovo uvijek bio obiteljsko poduzeće koje se nasljeđivalo s „koljena na koljeno“. Danas, obrt predstavlja pravni okvir koji se u različitim aspektima razlikuje od drugih pravnih oblika (npr. društva s ograničenom odgovornošću), kao što su razina osobne odgovornosti, plaćanje poreza, i dr.

Prema definiciji EU, obiteljsko poduzeće je poduzeće u kojem većinu prava odlučivanja ima osnivač ili osoba koja je kupila poduzeće i najbliži srodnici, u upravljanje poduzećem uključena je najmanje jedna osoba iz obitelji, te, u slučaju dioničkih društava osnivač / vlasnik dijela poduzeća sa srodnicima i nasljednicima posjeduje najmanje 25% prava odlučivanja.

U javnim raspravama obiteljsko poduzeće predstavlja poduzeće koje je u vlasništvu obitelji, osigurava radno mjesto i prihode za članove obitelji. Pretpostavlja se da 50% zaposlenih u Hrvatskoj radi u obiteljskim poduzećima, da su većina mikro i malih poduzeća u Hrvatskoj obiteljska, te da su u vlasništvu prve generacije poduzetnika koja u isto vrijeme i upravlja poduzećem (http://www.cepor.hr).

U Hrvatskoj postoje primjeri velikih poduzeća koja funkcioniraju kao obiteljska poduzeća – i u smislu strukture vlasništva, i u smislu upravljanja poslovnim procesima i uključenosti obitelji vlasnika u donošenje strateških odluka u poduzeću. Neka od

najuspješnijih poduzeća u Hrvatskoj u post-tranzicijskom razdoblju pokrenuta su kao obiteljska poduzeća.

Centar za obiteljska poduzeća Sveučilišta St. Gallen iz Švicarske publicira listu 500 najvećih obiteljskih poduzeća na svijetu (Global Family Business Index) na koju je uvrštena i jedna hrvatska tvrtka: Agrokor d.d., u većinskom vlasništvu obitelji Todorić (271. mjesto na rang listi objavljenoj u svibnju 2015. godine).

Prednosti obiteljskih poduzeća su znatno veća predanost poslu i obitelji jer su članovi obitelji za svoje poduzeće spremni uložiti puno više truda nego što bi za nekog drugog. U obiteljskim poduzećima obično ne treba puno vremena da se donesu važne odluke, i mogu se brže prilagoditi tržišnim uvjetima. Obiteljska poduzeća često su pouzdani sustavi sa jasnom organizacijskom kulturom i kao takvi ulijevaju povjerenje među kupcima i partnerima (http://she.hr/obiteljsko-poduzetnistvo/).

Nedostaci su da obiteljska poduzeća često pružaju otpor promjenama jer su navikli na određen način rada. U obiteljskim poduzećima je ponekad teško modernizirati poslovanje; od traženja dokapitalizacije, promjene zastarjele tehnologije do načina upravljanja. Utjecaj emocija na poslovanje je jedan od najčešćih izvora konflikata u obiteljskom poduzeću jer je teško odvojiti obitelj i posao. Problemi oko nasljedstva se javljaju ako osnivač poduzeća nije definirao svog nasljednika koji će imati glavnu riječ nego ih ima više s podijeljenom odgovornošću (http://she.hr/obiteljsko-poduzetnistvo/).

3.1.3. Ortačko poduzeće

Ortačko poduzeće je privredno poduzeće koje osnivaju dva ili više fizičkih i/ili pravnih lica u svojstvu ortaka društva radi obavljanja određene djelatnosti pod zajedničkim poslovnim imenom, a radi stjecanja profita. Ovo privredno poduzeće se uglavnom osniva u slučajevima kada se radi o manjem privrednom subjektu, tj manjem poduzeću, a osobe koja ga čine su ortaci. Ortačko poduzeće ima nekoliko osnovnih karakteristika. Ortačko društvo karakterizira ugovorni način njegovog nastanka – ono nastaje na osnovu ugovora o osnivanju, koji trebaju prihvatiti i potpisati svi njegovi osnivači, budući ortaci (https://burza.com.hr).

Ortačko poduzeće nastaje simultanim osnivanjem (izuzetno, može nastati na osnovu promjene oblika) i to ugovorom o osnivanju. U našem pravu bitna je pisana forma ovog ugovora što je slučaj i sa drugim zemljama koje ovom društvu priznaju pravni subjektivitet. Zakonom se određuje minimum obaveznih elemenata ovog ugovora (poslovno ime i sjedište, djelatnost društva – cilj društva,određivanje osnivača, određivanje vrste i vrijednosti uloga svakog ortaka). Osnivački akt ortačkog društva, pored ovih bitnih elemenata može sadržavati i druge elemente koji su od značaja za društvo i ortake, a naročito odredbe o: višoj sili, djelomičnoj ništavnosti, trajanju i raskidu ugovora, eventualno o pratećim ugovorima i njihovom odnosu sa glavnim ugovorom, prepisci ugovornih strana, rješavanju sporova i ako je riječ o ugovoru sa stranim elementom: klauzule o primjeni prava, jeziku ugovora itd.

Osnivački akt u formi ugovora o osnivanju je obavezan konstitutivni akt ovog društva, a pored ovog akta, ortačko društvo može da ima i poseban akt – ugovor ortaka društva, koji se ne prilaže registru a kojim ortaci mogu bliže urediti svoje međusobne odnose, čime se rasterećuje konstitutivan akt nepotrebnog sadržaja, a sa druge strane omogućuje ortacima da pobliže urede upravljanje društvom i svoje međusobne odnose i odnose prema društvu. U slučaju nesuglasnosti osnivačkog akta i ugovora ortaka, prednosti imaju odredbe osnivačkog akta (Švaljek, 2007).

Početna imovina društva formira se iz uloga ortaka osnivača, koji mogu biti u novcu, stvarima i pravima. Ako je riječ o nenovčanim ulozima, potrebno je da njihovu procjenu obave sami osnivači. Ulozi po pravilu ulaze u imovinu društva koja se ne upisuje u registar (za to služe poslovne knjige društva i druge javne knjige), jer nije riječ o društvu kapitala, a ulagači dobivaju svojstvo ortaka društva, sa određenim udjelom u društvu. Ako ugovorom nije drugačije utvrđeno ortaci ulažu uloge jednake vrijednosti (princip jednakosti uloga i ravnopravnost ortaka).

Raspolaganje ortačkim udjelom među ortacima je slobodno ukoliko ugovorom ortaka nije drugačije definirano. Prijenos udjela trećem licu je po pravilu ograničen pravom preče kupovine i davanjem suglasnosti od strane svih ostalih ortaka. U svim slučajevima prijenosa udjela, prenosilac udjela i stjecatelj prenijetog udjela odgovaraju solidarno prema društvu za sve obaveze prenosioca udjela prema društvu u trenutku prijenosa, osim ako se ortaci ne sporazume drugačije (Švaljek, 2007.).

3.1.4. Zadružno poduzeće

Zadruga je, kao poseban pravni oblik, definirana Zakonom o zadrugama („Narodne novine“, broj 34/11., 125/13. i 76/14.) kao dragovoljno, otvoreno, samostalno i neovisno društvo kojim upravljaju njezini članovi, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga, na temelju zajedništva i uzajamne pomoći ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana (http://zadruge.coop/hr).

Član zadruge je osoba koja neposredno sudjeluje u radu zadruge, posluje putem zadruge ili koristi njezine usluge ili na drugi način neposredno sudjeluje u ostvarenju ciljeva zbog kojih je zadruga osnovana.

Iz same definicije zadruge i njenog člana razvidno je da zadruga i članovi zapravo čine jedinstveni gospodarski subjekt, koji počiva upravo na radu članova zadruge.

Svrha zadruge je ostvarivanje i promicanje gospodarskih interesa članova zadruge, a ne stjecanje profita, kao što je slučaj u društvima kapitala. U društvima kapitala maksimalizira se rezultat poslovanja, a u zadrugama rezultat svakog člana – zadrugara.

Zadruge su gospodarski subjekti koji se od ostalih pravnih subjekata razlikuju i po funkcioniranju po međunarodnim zadružnim načelima, koja su usvojena na Generalnoj skupštini Međunarodnog zadružnog saveza održanoj 1995. u Manchesteru (http://zadruge.coop/hr):

1. Dragovoljno i otvoreno članstvo

- članstvo u zadruzi je dragovoljno i otvoreno prema svim osobama koje vide mogućnost rada i sudjelovanja u radu putem zadruge, te prihvate pravila zadruge;

2. Nadzor poslovanja od strane članova

- zadruga je demokratsko društvo osoba čiji rad nadziru njezini članovi koji na skupštinama odlučuju po modelu jedan član -jedan glas bez obzira na opseg poslovanja putem zadruge;

3. Gospodarsko sudjelovanje članova zadruge i raspodjela

- članovi sudjeluju u radu i doprinose razvoju zadruge, nije dovoljno samo uplatiti članski ulog i tako postati član zadruge, nužno je aktivno sudjelovanje u radu zadruge;

4. Samostalnost i neovisnost

- kao samostalna i neovisna pravna osoba zadruga se u pravnom prometu oslanja na rad svojih članova i zadružne resurse, pod neposrednim nadzorom svojih članova;

5. Obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruge

- nužno je da članovi budu dobro educirani kako bi mogli donositi valjane odluke i kako bi pridonijeli razvitku svoje zadruge;

6. Suradnja među zadrugama

- zadruge služe svojim članovima i jačanju zadružnog sustava povezivanjem i suradnjom na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini;

7. Briga za zajednicu

- uspješnim poslovanjem zadruge doprinosi se poboljšanju uvjeta života članova zadruge, pa tako i održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice (http://zadruge.coop/hr).

3.1.5. Korporativno poduzeće

Korporacija je postojala već u rim. doba pod nazivom *corpus* ili *universitas*. U sr. vijeku korporacije su bile organizacije trgovaca *(gilde)* i obrtnika *(cehovi),* koje su na području svoje djelatnosti uživale određene feud. povlastice i monopolska prava, pa su, među ostalim, i zbog toga ukinute u doba građanskih revolucija. Snažan poticaj stvaranju korporacija dali su industrijska revolucija i razvoj kapitalizma. One su se osnivale kao različite dobrotvorne, sindikalne i druge strukovne i polit. udruge radništva, ili pak kao raznovrsni oblici centralizacije kapitala i udruživanja kapitalista, kao što su to u razdoblju imperijalizma različita industrijska, trgovačka i bankarska dionička društva (www.enciklopedija.hr).

Korporacija je društvo kapitala, koje do sredstava za osnivanje i poslovanje dolazi izdavanjem dionica. Novčani iznos potreban za osnivanje i rad korporacije zove se osnovna glavnica, koja se dijeli na određeni broj dionica. Dionice se nalaze u rukama dioničara, vlasnika korporacije. Korporacije se najčešće osnivaju kao dionička društva. U

gigantskim korporacijama broj dioničara se penje na stotine tisuća pa, u nekim slučajevima, i više od milijuna. Korporacija je jedan od najsavršenijih načina prikupljanja kapitala, posebno u onim djelatnostima u kojima priroda procesa proizvodnje zahtijeva velik novac.
Korporacije imaju složenu organizacijsku strukturu, s većim brojem poduzeća (kćeri) u svom sastavu (http://www.map.hr).

Korporacija je, zaključuje se najrazvijeniji oblik kapitalističkoga poduzeća. Ima mnoge prednosti u odnosu na druge pravne oblike trgovačkih društava jer je uspjela otkloniti sve slabosti ortačkih društava, osobito one koje se odnose na rizik; u slučaju bankrota, vlasnik dionica gubi samo ono što je uložio u dionice. Korporacija je jedan od najsavršenijih načina prikupljanja kapitala, posebno u djelatnostima gdje proces proizvodnje zahtijeva velika financijska sredstva. Korporacije su vrlo elastične, onda kada su poduzeća organizirana prema načelu konfederacije ili mreže poduzetnika. Lako se preorijentiraju s jedne investicije na drugu, a ako su uspješne, vrlo lako dolaze do dodatnoga kapitala novom emisijom dionica.

Njihova se elastičnost očituje i u tome što lako mogu smijeniti menadžment, a i vlasnici se lako mijenjaju kupnjom ili prodajom dionica na burzi vrijednosnih papira. U korporacijama se sve više razvija unutarnje poduzetništvo (intrapoduzetništvo). To je proces stvaranja malih, razmjerno autonomnih poduzeća ili jedinica u korporaciji, kojima se dodjeljuju potrebna sredstva, ljudi i organizacijska samostalnost kako bi pojedinci koji imaju poduzetničke ideje, talent i sposobnost, a u velikim su sustavima sputani, mogli svoje ideje ostvariti otvaranjem novih tvrtki u postojećem poduzeću.

Korporacija je društvo kapitala koje do sredstava za osnivanje i poslovanje dolazi izdavanjem dionica. Iznos sredstava potreban za osnivanje i rad korporacije naziva se osnovnom glavnicom, koja se dijeli na određeni broj dionica. Dionice su u vlasništvu dioničara, vlasnika korporacije. Gigantske korporacije imaju stotine tisuća dioničara, a u nekim slučajevima imaju ih više od milijun. Korporacija ima složenu organizacijsku strukturu, s većim brojem poduzeća (kćeri) u svojem sastavu.

Korporacije imaju stotine lokalnih kompanija širom svijeta, koje se ujedinjuju u manji ili veći broj poslovnih područja, odnosno programa. Poslovno područje može objediniti veći broj tvornica iz različitih zemalja koje mu po srodnosti pripadaju. Korporacije čine veoma mali postotak od ukupnoga broja poduzeća u gospodarstvu zemlje, ali po svojem ekonomskom potencijalu, proizvodnji i broju zaposlenih, nosivi su dio gospodarstva svake razvijene zemlje (http://www.enciklopedija.hr).

3.2. Poduzeća u javnom vlasništvu

Prema Priručniku MMF-a, javna poduzeća su sve cjeline u državnom vlasništvu i/ili pod državnom kontrolom koje prodaju industrijska ili komercijalna dobra i usluge širokoj javnosti, a formirana su kao korporacije. No, ova definicija nije jednoznačna i detaljna jer je mnogo lakše odrediti vlasnika nekog poduzeća negoli definirati kontrolu države nad njim.

Uobičajeno se vlasnikom poduzeća smatra javna vlast ili privatna osoba koja posjeduje sve ili preko 50% dionica ili druge vrste trajnog kapitala poduzeća, dok se kontrola javnih vlasti određuje kao stvaran utjecaj države na temeljne aspekte poslovanja poduzeća. Daljnji je problem taj što u određivanju javnih poduzeća manjinsko vlasništvo javne vlasti može biti kombinirano s državnom kontrolom, a u nekim slučajevima kontrolu je iznimno teško utvrditi, zbog čega se događa da samo većinsko državno vlasništvo temeljno određuje javno poduzeće. U krajnjem slučaju zakonodavstva u pojedinim zemljama dopuštaju i da poduzeće u privatnom vlasništvu bude javno poduzeće, uz uvjet da ga kontrolira država i da proizvodi za široki krug potrošača (Bejaković, Vukšić, Bratić, 2011.).

U praksi se postupa sasvim pragmatično te se javnim poduzećima smatraju sva zakonom definirana poduzeća koja su najčešće u većinskom državnom vlasništvu i pod državnom kontrolom, a na području su ponude javnih usluga.

Priručnik MMF-a navodi da je »javno poduzeće koncept koji objedinjava elemente javnosti i tržišnosti. Elementi javnosti odražavaju se na način da (http://www.map.hr):

1. najvažnije poslovne odluke donosi država kao vlasnik trajnog kapitala (putem neke svoje agencije ili upravnih odbora u kojima sjede državni predstavnici). Kriteriji za donošenje odluka nisu vezani isključivo uz financijsku dobit, već i uz šire društvene interese (npr. socijalnu politiku);

2. dobit odnosno gubici poslovanja putem državnog proračuna pripadaju cijeloj zajednici;

3. javno je poduzeće odgovorno za svoje poslovanje cijelom društvu, odnosno parlamentu kao krajnjem ‘čuvaru’ javnog interesa.

Elementi tržišnosti odnose se na to da se :

1. očekuje da javno poduzeće bude financijski zdravo u dugom roku i da bude podvrgnuto stalnoj tržišnoj provjeri, te na to da bi;

2. cijene koje javno poduzeće naplaćuje trebale biti zasnovane na troškovima poslovanja (tj. cijene bi trebale pokriti granične troškove).

Ova dva posljednja kriterija razlikuju javno poduzeće od ostalih javnih djelatnosti (obrazovanje, sudstvo i zaštita okoliša)«. Javna poduzeća postoje zbog tržišnih neuspjeha (npr. prirodnih monopola koji bi bez državne regulacije proizvodili nedovoljnu količinu proizvoda uz previsoku cijenu) i potrebe za državnom regulacijom. Zbog toga država najčešće javna poduzeća osniva u komunalnim uslugama (npr. elektroopskrba, komunikacije, transportne usluge, vodoopskrba i luke), ali se one pojavljuju i u drugim sektorima da bi putem njih država utjecala na zaposlenost te povećala štednju i investicije. Dijele se na nefinancijska javna poduzeća i javne financijske institucije, a zajedničko im je vlasništvo i/ili kontrola države.

Nefinancijska poduzeća u mnogim zemljama pružaju usluge na nekomercijalnoj osnovi, obično u obliku nižih cijena od onih potrebnih za pokrivanje troškova (npr. naplaćivanje struje po cijeni nižoj od tržišne za seoska domaćinstva), dok u nekim zemljama prema zahtjevu države pružaju i određene socijalne usluge. Te se nekomercijalne aktivnosti mogu financirati unakrsnim subvencioniranjem između raznih grupa potrošača (neki potrošači plaćaju višu, a neki nižu cijenu za istu uslugu) ili se gubitak nefinancijskih javnih poduzeća pokriva iz proračuna, što narušava transparentnost sustava.

U Hrvatskoj u ovu skupinu primjerice spadaju Hrvatska elektroprivreda, Hrvatska lutrija i Hrvatske šume.

Javne se financijske institucije osnivaju da bi se osigurale određene kvazifiskalne usluge, a najčešće su u tranzicijskim zemljama i zemljama u razvoju. Tipičan primjer su državne razvojne banke koje kreditiraju odabrane sektore ili poduzeća na nekomercijalnoj osnovi (po nižim kamatnim stopama od tržišnih), kao što to u Hrvatskoj čini Hrvatska banka za obnovu i razvoj (Bejaković, Vukšić, Bratić, 2011.) .

3.2.1. Državna poduzeća

Hrvatska javna poduzeća obavljaju različite državne poslove i izvršavaju financijske transakcije na zahtjev vlasnika, tj. državnih jedinica. Zakonom o proračunu definirana su kao pravne osobe u većinskom izravnom ili neizravnom državnom vlasništvu, čije su dionice ili poslovni udjeli u portfelju Republike Hrvatske ili u kojima ona ima osnivačka (vlasnička) prava. No, zbog ovako općenite definicije i nedovoljno precizno definiranog pitanja vlasništva u praksi je otvoreno pitanje (ne)pripadnosti određenih javnih i dioničkih društava u Hrvatskoj ukupnom javnom sektoru, tj. sektoru javnih poduzeća.[1]

Dijele se na financijska i nefinancijska javna poduzeća, a financijska dalje na monetarna i nemonetarna. Monetarna su financijska javna poduzeća rezidentna depozitarna društva pod kontrolom jedinica opće države. Čine ih financijska društva, kvazi javna društva i tržišne neprofitne institucije čija je glavna djelatnost financijsko posredovanje, i koje imaju obveze u obliku depozita ili financijskih instrumenata koji su, praktično, supstituti depozita (Bajo, Jurlina Alibegović, 2008.).

U ovu skupinu ubrajaju se Hrvatska narodna banka (HNB), Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), Hrvatska poštanska banka (HPB), Croatia osiguranje d.d. i Croatia banka. Nemonetarna financijska javna poduzeća su sva rezidentna financijska društva pod kontrolom jedinica opće države (osim javnih depozitarnih društava i središnje banke) i ona su kombinacija nefinancijskih i nemonetarnih financijskih javnih društava.

Te institucije obavljaju pomoćne aktivnosti transakcija vezanih za financijsku imovinu i obveze ili transformaciju sredstava; ne izlažu se riziku osiguranja financijske imovine ili stvaranja obveze, nego obavljaju financijsko posredovanje kao glavnu aktivnost (Bajo, Jurlina Alibegović, 2008.). Prilagodivši se toj definiciji, prema tim autorima u ovoj su skupini

[1] Primjerice, Bajo i Jurlina Alibegović (2008) Zagrebačku burzu d.d. i Tržište novca d.d. ubrajaju u nemonetarna financijska javna poduzeća jer obavljaju određene javne usluge, no upitna je njihova javna pripadnost po pitanju vlasništva i kontrole jer su im vlasnici institucionalni investitori, a ne država, koja ih i ne kontrolira niti njima upravlja. Na drugoj strani npr. Središnje klirinško depozitarno društvo (SKDD) jest javno poduzeće, jer su mu većinski vlasnici RH (62,30%) i javno poduzeće FINA (16,61%), a ostatak dionica (21,09%) raspodijeljen je među sudionicima tržišta kapitala (banke, brokerske kuće i izdavatelji).

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA), Financijska agencija (FINA) te Središnje klirinško depozitarno društvo (SKDD). No, mora se istaknuti da takva funkcijska podjela pojedinih javnih poduzeća, a ponekad i drugih javnih institucija, prema kojoj su primjerice FINA i HANFA javna poduzeća, s pravnog stajališta često nije ispravna.

Nefinancijska javna poduzeća u Hrvatskoj pružaju usluge od posebnog državnog interesa i posebne važnosti za provedbu ekonomske politike Vlade Republike Hrvatske te pokrivaju područja prometa, infrastrukture i ostalih usluga od općeg ekonomskog i društvenog interesa, nad kojima država provodi redovito praćenje, kontrolu i reviziju poslovanja. Sabor je 2009. prema Zakonu o sprečavanju sukoba interesa u obnašanju javne dužnosti (NN 163/03, 94/04, 48/05, 141/06, 60/08, 38/09), na prijedlog Vlade utvrdio novu Odluku o popisu trgovačkih društava od posebnog državnog interesa (NN 132/09) koja sadržava ukupno 66 trgovačkih društava. Prilikom donošenja odluka iz 2004. temeljni je kriterij bio 25% i više vlasništva objedinjenog državnog portfelja, a za novi popis iz 2009.: vlasništvo objedinjenog državnog portfelja, uključujući i kapitalni fond kao vlasnika dionica iznad 25%, te posebno značenje za razvitak pojedinih regija i/ili pojedinih industrijskih grana u Republici Hrvatskoj.

U listopadu 2010. prvi je put Sabor raspravljao o Izvješću o društvima od posebne državne skrbi za 2009. Ukupno je analizirano poslovanje 69 društava/grupa (66 od posebnog državnog interesa, 2 ustanove Hrvatske vode i Hrvatsku radioteleviziju te FINU), koji su do ove odluke bili sastavni dio izvješća o poslovanju koje je Ministarstvo financija upućivalo Vladi na usvajanje. Međutim, na svojim stranicama Ministarstvo financija objavljuje izvješća samo nekoliko društava u većinskom vlasništvu države i društava od posebnog državnog interesa. U skupinu nefinancijskih javnih poduzeća primjerice ubrajaju se Hrvatska pošta, Jadrolinija, Hrvatska elektroprivreda (HEP), Hrvatska lutrija i Odašiljači i veze.

Može se reći da su sličnosti ustroja javnog sektora u Hrvatskoj prema definicijama MMF-a i FINE velike, a u prvom redu se odnose na obuhvat pojedinih podsektora ukupnog javnog sektora. Unatoč tomu, evidentne će razlike i dalje postojati, prvenstveno zbog veličine, obujma i strukture aktivnosti, političkog uređenja te demografskih i zemljopisnih obilježja pojedinih javnih sektora.

3.2.2. Društvena poduzeća

Društvenim poduzećem možemo nazvati ono poduzeće koje je u vlasništvu svojih zaposlenika i/ili članova lokalne zajednice, vođeno podjednako društvenim kao i komercijalnim ciljevima, a upravljano zajednički na demokratskim načelima.
Direktan utjecaj rada društvenih poduzeća prepoznat je u ekonomskom razvoju neke lokalne zajednice ili regije:

- svojim djelovanjem nadopunjuju usluge od javnog interesa (npr. socijalne usluge) koje javne institucije ili privatna profitna poduzeća nisu u mogućnosti dovoljno kvalitetno obavljati;
- doprinose uravnoteženom korištenju i raspodjeli raspoloživih resursa u korist lokalne zajednice;
- generiraju nova radna mjesta u svojim područjima djelovanja, a neka društvena poduzeća posebno su usmjerena integraciji dugotrajno nezaposlenih na tržište rada;
- potiču društvenu koheziju i pridonose rastu i razvoju društvenog kapitala;
- pružaju podršku institucionalizaciji neformalnih poduzetničkih aktivnosti privatnog profitnog sektora, itd. (http://actnow.hr).

Osjećaj nepravde, manjak demokratičnosti, moć i vlasništvo koncentrirano u rukama malog broja osoba, mala mogućnost dolaska do sredstava potrebnih za razvoj vlastitih ideja neki su od razloga koji dovode do društvene uznemirenosti. Zbog toga civilno društvo diljem svijeta uvodi vrijednosti pravednosti, jednakosti i društvene uključivosti ne samo u parlamente već i u radne sredine u kojima se pojam održivosti više ne povezuje samo s ekonomskim uspjehom i nezavisnošću već i sa stvaranjem društvenog bogatstva te odgovornosti prema okolišu.

Da bi se taj proces bolje razumio i olakšao, počeo se koristiti novi poslovni model, odnosno društvena poduzeća. Drugim riječima, društvena se poduzeća pojavljuju da bi ponudila alternativan pristup ograničenoj svrsi privatnog sektora, odnosno maksimiziranju

dobiti. Temelj tog novog poslovnog modela čine pravičnost, demokratičnost te društvena i ekološka odgovornost. Radi se o novom poslovnom modelu za 21. stoljeće, temeljenom na spomenutim vrijednostima, ali koji istovremeno zadržava dobre strane tržišne ekonomije, gdje svatko može slobodno trgovati na temelju zakona ponude i potražnje i otvorene konkurencije.

Društveno poduzeće je zapravo oblik komercijalnog poduzeća u kojem su vlasništvo, upravljanje i raspodjela bogatstva ravnomjerno raspoređeni, što u širem kontekstu doprinosi stvaranju pravednijeg društva (http://zaklada.civilnodrustvo.hr/).

Osnovne vrijednosti društvenog poduzeća odnose se na pravičnost u vlasništvu i raspodjeli bogatstva, jednakim mogućnostima sudjelovanja, solidarnosti s ljudima širom svijeta, poštenju u ostvarivanju ciljeva, otvorenosti poslovanja te ravnoteži između tržišnog poslovanja, društvene odgovornosti i skrbi za okoliš. Društvena su poduzeća posebno zanimljiva radnicima koji se u njima pojavljuju kao vlasnici, odnosno suvlasnici i kao takvi neposredno sudjeluju u demokratskom upravljanju poduzećem. To, u konačnici, znači da radnici u društvenim poduzećima imaju neposredan nadzor i utjecaj nad raspodjelom dobiti ostvarenom njihovim radom. Društvena poduzeća zanimljiva su i kupcima jer ona daju kupcu više no što on u osnovi plaća. Dodana vrijednost leži u činjenici da kada kupi neki proizvod ili uslugu društvenog poduzeća kupac zna da će dio ostvarene dobiti biti utrošen za postizanje neke društvene i/ili ekološke svrhe.

Društveno se poduzeće temelji na sljedećim načelima (http://zaklada.civilnodrustvo.hr/):

- u vlasništvu je članova koji imaju jednaka prava;
- članstvo u organizaciji se utvrđuje osnivačkim ili drugim temeljnim aktom; primjerice, ono može biti otvoreno za zaposlenike, stanovnike zajednice, kupce ili korisnike;
- odluke se donose demokratski prema načelu jedan član – jedan glas;
- ostvarena dobit se reinvestira u samu organizaciju i/ ili u zajednicu radi postizanje određene društvene i/ili ekološke svrhe;
- organizacija može ostvarivati prihode iz gospodarskih aktivnosti i dotacija ili donacija;
- organizacija provodi i gospodarske i društvene aktivnosti (koje ponekad mogu biti spojene u jednu aktivnost);

- gospodarski, društveni i ekološki učinak organizacije mjeri se financijskom i društvenom revizijom;
- organizacija je posvećena stvaranju društvenog bogatstva, a ne privatnog kapitala.

Proces planiranja te poslovanje poduzeća trebaju se temeljiti na financijskoj neovisnosti, stvaranju društvenog bogatstva i odgovornosti prema okolišu, koji su ujedno i kriteriji mjerenja učinka društvenog poduzeća. Društveno bogatstvo se može definirati kao korist stvorena kroz samoorganiziranje ljudi radi zajedničkog djelovanja i postizanja rezultata koje oni kao pojedinci ne bi mogli ostvariti. Na koji će način društveno poduzeće podržavati stvaranje društvenog bogatstva ovisit će o njegovu obliku i vrsti gospodarskih aktivnosti koje provodi. Ono može pružati podršku vlastitim zaposlenicima u izgradnji njihovih kapaciteta, kupovati robu od *Fairtrade* dobavljača, ulagati sredstva u zajednicu ili donirati dio ostvarene dobiti organizacijama civilnoga društva.

U Hrvatskoj društvenim poduzećima na raspolaganju stoji više pravnih oblika koje ona mogu preuzimati. Načelno, i u teoriji, sve pravne osobe koje, u skladu s pozitivnim pravnim propisima, mogu obavljati i gospodarsku djelatnost mogu djelovati i kao društvena poduzeća, pri čemu će odabir pravnog oblika ponajviše ovisiti o glavnoj svrsi i osnovnim djelatnostima društvenog poduzeća. Širi popis mogućih pravnih oblika za društvena poduzeća uključuje: trgovačka društva (društva s ograničenom odgovornošću, dionička društva, javna trgovačka društva, komanditna društva, društva za uzajamno osiguranje), zadruge (radničke, socijalne, poljoprivredne, potrošačke, stambene i zadruge lokalne zajednice), udruge, banke, kreditne unije, (privatne) ustanove, (privatne) zaklade i fundacije.

Ipak, društvena poduzeća u Hrvatskoj najčešće se osnivaju i djeluju kao društva s ograničenom odgovornošću (vrlo često u vlasništvu udruga), udruge i zadruge . Donošenje novog Zakona o zadrugama u ožujku 2011. godine i prepoznavanje posebnosti pojedinih vrsta zadruga te mogućnosti da zadruge djeluju bez namjere stjecanja dobiti (kao neprofitne organizacije) stvorilo je osnovne preduvjete za povećanje broja društvenih poduzeća koja djeluju kao zadruge, pa time i za brži razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj u cjelini. Daljnje unapređenje zakonodavnog, institucionalnog, financijskog, poreznog i strateškog okvira za djelovanje društvenih poduzeća tek se očekuje.

Budući da je društveno poduzeće kolektivna organizacija, ključno je u procese njezina razvoja i donošenja važnih odluka uključiti sve potencijalne članove. Upravo je proces planiranja idealan način za uključivanje budućih članova u otvorenu raspravu o poduzeću, razmatranje različitih opcija i, u konačnici, donošenje odluka.
On omogućuje aktivno učenje kroz djelovanje koje pomaže u izgradnji povjerenja između članova, dok sudjelovanje u donošenju odluka osnažuje članove da kao vlasnici preuzimaju odgovornost za svoj rad i svoje postupke.

Planiranje je trajan proces koji je sastavni dio rukovođenja društvenim poduzećem. Kao i proces planiranja, i proces godišnje analize poslovanja trebao bi biti vođen na sudionički način u koji će biti uključeni radnici i drugi dionici, a rezultati tog procesa služit će kao podloga za planiranje narednog razdoblja. Poslovni plan društvenog poduzeća odnosit će se na razdoblje od tri do pet godina i navodit će praktične korake koje je potrebno poduzeti da bi se ostvarili planirani ciljevi. Plan će biti podijeljen na jednogodišnja razdoblja te će sadržavati i godišnje financijske informacije. Ovdje se radi o srednjoročnom planiranju s obzirom da strateško planiranje može obuhvatiti razdoblje i do 20 godina te bi, u tom slučaju, manji naglasak bio stavljen na informacije o praktičnim koracima ostvarivanja plana, a veći na usuglašene dugoročne ciljeve poduzeća.

3.3. Poduzeća u mješovitom vlasništvu

Poduzeća u mješovitom vlasništvu jesu ona poduzeća koja su u kombiniranom vlasništvu države i privatnih osoba; ili nastaju nekom drugom kombinacijom vlasništva.

Mješovito je poduzeće također nastalo udruživanjem kapitala domaćih i stranih subjekata; a takvo udruženje je korisno u zemljama u razvoju, zato što omogućuje kontrolu djelovanja stranog kapitala, prilagodbu djelovanja poduzeća interesima zemlje u kojoj su osnovana, zapošljavanje domaćeg stanovništva, korištenje stranih iskustava i sl.

Često se pojam mješovitog vlasništva miješa s pojmom javno privatnog partnerstva. Javno privatno partnerstvo (JPP ili engl. PPP) je zajedničko, kooperativno djelovanje javnog sektora s privatnim sektorom u proizvodnji javnih proizvoda ili pružanju javnih usluga. Cilj javno privatnog partnerstva je ekonomičnija, djelotvornija i učinkovitija

(uspješnija) proizvodnja javnih proizvoda ili usluga u odnosu na tradicionalan način pružanja javnih usluga.

Međutim, diskusija oko sveobuhvatne definicije pojma „javno privatno partnerstvo“ nije zaključena, obzirom da se javno privatno partnerstvo javlja u različitim područjima javne uprave, u različitim oblicima, s različitim rokom trajanja i s različitim intenzitetom (hk.drustvo.hr/).

4. Važnost podjele poduzeća prema vlasništvu

Podjela poduzeća prema vlasništvu u pravnim direktivama Europske Unije nadilazi glavne kriterije koji se odnose na broj zaposlenih, godišnji promet i aktivu/dugoročnu imovinu. Ovdje se, osim glavnih kriterija za definiranje poduzeća prema vlasništvu (broj zaposlenih, godišnji promet te aktiva/dugoročna imovina), u obzir uzimaju i povezanosti između dvaju ili više poduzeća. Ova definicija ima još jedan uvjet koji je nužno zadovoljiti za konačnu kategorizaciju poduzeća. Kao što je ranije navedeno, u obzir se uzimaju i povezanosti između dva ili više poduzeća.

Ovdje postoje tri kategorije poduzeća: neovisna, partnerska i povezana. Svaka od ovih kategorija sa sobom donosi određene promjene pri konačnoj definiciji poduzeća u jednu od navedenih kategorija, s obzirom na broj zaposlenih, godišnji promet i aktivu/dugoročnu imovinu sa ciljem jasno definiranja prihvatljivih korisnika državnih potpora upućenih prema poduzećima.

Neovisna poduzeća - većina poduzeća u Europskoj Uniji je neovisno. To znači da je poduzeće u potpunosti neovisno ili je partnerski povezano s jednom ili više tvrtki. Kod neovisnih poduzeća, partnerski udio jednog ili više poduzeća mora biti manji od 25% ukupnog udjela poduzeća i obrnuto. No, postoji i iznimka. Poduzeće će se smatrati neovisno čak i kada je prag od 25% udjela ili više, ali ne više od 50% u vlasništvu jednog od sljedećih subjekata ili više njih, pod uvjetom da oni nisu međusobno povezani (http://zaklada.civilnodrustvo.hr/):

- Poduzeća za javna ulaganja, poduzeća koja posluju rizičnim kapitalom i poslovni anđeli,
- Sveučilišta i neprofitni istraživački centri,
- Institucionalni ulagači, uključujući fondove za regionalni razvoj,
- Autonomna lokana vlast sa godišnjim proračunom manjim od 10 milijuna EUR-a i manje od 5.000 stanovnika.

Partnersko poduzeće - ukoliko udio jednog ili više poduzeća u drugom poduzeću iznosi 25% ili više, a ne više od 50%, njihov odnos postaje partnerski te se to poduzeće više ne može smatrati neovisnim. U definiranju ovih odnosa vrijedi pravilo recipročnosti. Poduzeće se smatra partnerskim u slučaju da (www.eu-projekti.info):

- Udio poduzeća u drugom poduzeću ne iznosi manje od 25% ili više od 50% što znači da se taj postotak odnosi na postotak glasačkih prava i kapitalnog udjela te ukoliko udio drugog poduzeća u tom poduzeću ne iznosi manje od 25% ili više od 50% što znači da se taj postotak odnosi na postotak glasačkih prava i kapitalnog udjela,
- Poduzeće nije vezano za drugo poduzeće što znači, između ostalog, da udio glasačkih prava u drugom poduzeću ili obrnuto, ne smije iznositi više od 50%.

U tom slučaju, pri definiranju spada li pojedino poduzeće u jednu od kategorija, konačnom broju zaposlenih i godišnjem prometu / aktivi/dugoročnoj imovini pridodaju se isti pokazatelji drugog ili više poduzeća s kojima je to poduzeće u partnerskom odnosu i to za onoliki postotak koliko drugo poduzeće ili poduzeća imaju udjela u navedenom poduzeću. Pri računanju pokazatelja, radi izbjegavanja prekomjernog računanja, poduzeću se pripisuju pokazatelji samo onih poduzeća s kojima je poduzeće izravno u partnerskom odnosu. Ne pripisuju se pokazatelji onih poduzeća s kojima su partneri prvog poduzeća u partnerskom odnosu.

Povezano poduzeće - isto tako, poduzeće može biti i povezano. Karakteristika povezanog poduzeća je većinski udio jedne ili više tvrtki u udjelu povezanog poduzeća. Točnije, ukoliko je više od 50% udjela poduzeća u vlasništvu jedne ili više tvrtki, poduzeće se smatra povezanim, budući da tvrtka s većinskim udjelom ima dominantan utjecaj u odlučivanju poduzeća. U definiranju ovih odnosa vrijedi pravilo recipročnosti. Dva ili više poduzeća se smatraju povezanim ako (www.eu-projekti.info):

- Jedno poduzeće je u vlasništvu većine udjela ili većinskih glasačkih prava unutar drugog poduzeća;
- Jedno poduzeće ima pravo postavljanja ili smjenjivanja većine administrativnog, upravljačkog ili nadzornog tijela drugog poduzeća;
- Ugovor potpisan među poduzećima ili zakonska odredba u memorandumu ili statutu jednog poduzeća dopušta drugom poduzeću da ostvari dominantan utjecaj u poduzeću;
- Jedno poduzeće ima mogućnost, na temelju ugovora, potpune kontrole i upravljanja glasačkim pravima dionika ili članova.

U tom slučaju, pri definiranju spada li pojedino poduzeće u jednu od kategorija, konačnom broju zaposlenih i godišnjem prometu / aktivi/dugoročnoj imovini pridodaju se isti pokazatelji tvrtke ili tvrtki s kojima je poduzeće u povezanom odnosu i to u iznosu od 100% tvrtke za koje je poduzeće povezano. Također, u slučaju da vezane tvrtke ne sastavljaju konsolidirane račune te da je tvrtka za koju je poduzeće vezano također povezano za drugu tvrtku ili tvrtke, konačnom broju zaposlenih i godišnjem prometu / aktivi/dugoročnoj imovini pridodaju se isti pokazatelji svih tvrtki koje su u povezanom odnosu.

Poduzeće se ne može smatrati malim ili srednjim ukoliko je 25% ili više udjela izravno ili neizravno kontrolirano, jedinstveno ili zajednički, od strane jednog ili više tijela javne vlasti. Ovo ograničenje postoji iz razloga što bi takva poduzeća, zbog svoje vlasničke i upravljačke strukture, mogla imati određene „prednosti“ s obzirom na ostala poduzeća čija vlasnička struktura nije definirana na ovaj način. Pod pojmom prednosti, ovdje se misli prvenstveno na financiranje. Također, pri takvom odnosu postoje određene poteškoće u definiranju konačnih nužnih pokazatelja potrebnih za definiranje poduzeća prema kategorijama malih i srednjih poduzeća.

Poduzeće će se smatrati neovisno čak i kada je prag od 25% udjela ili više, ali ne više od 50% u vlasništvu jednog subjekata ili više njih, koji prema nacionalnom zakonodavstvu imaju status javnih tijela, pod uvjetom da oni nisu međusobno povezani (http://www.eu-projekti.info/) .

4.1. Prednosti i nedostaci javnih poduzeća

U izvješću Svjetske banke o uvjetima poslovanja u 2015. Godini Republika Hrvatska zauzela je 40. mjesto među 189 zemalja svijeta, što podrazumijeva tek na 21. mjesto u Europskoj Uniji, a iza zemalja u CEE regiji poput Makedonije na 12., Poljske na 25., Slovačke i Slovenije na 29. mjesto. Hrvatska mora provesti daljnje reforme kako bi se pozicionirala među najatraktivnija investicijska odredišta. Prema udjelu izravnih stranih ulaganja u BDP-u, hrvatski investicijski trendovi ne razlikuju se previše od usporedivih zemalja, no problem je u njihovoj strukturi.

Ulaganja u Hrvatsku uglavnom su bila usmjerena na sektor nerazmjenljivih dobara, za razliku od ostalih zemalja srednje i istočne Europe, koje su razvoj gradile na izvozno orijentiranim *greenfield*[2] i *brownfield*[3] ulaganjima u proizvodnju ili pružanje usluga. U Hrvatskoj se ističe problem nesklada ponude i potražnje radne snage, otud nekonkurentnost tržišta rada u odnosu na zemlje u okruženju. Najviša porezna stopa na dohodak od 40% stvara probleme pri zapošljavanju i zadržavanju kompetentnih zaposlenika.

Kad se govori i piše o javnim poduzećima gotovo je intuitivno jasno da se radi o poduzećima u državnom vlasništvu. No, da li je takva definicija potpuna? Jedno od najcjenjenijih pomagala na području definiranja pojmova iz državnih financija, *A Manual on Government Finance Statistics* (Priručnik o državnoj financijskoj statistici) u izdanju Međunarodnog monetarnog fonda ukazuje kako je takva definicija manjkava. Naime, u Priručniku o javnim poduzećima smatraju se cjeline u državnom vlasništvu i/ili pod državnom kontrolom koje prodaju

[2] Greenfield je jedna od vrsta investicija, za koju je značajno, da se sa poslom počinje posve od početka, bez prethodne infrastrukture, poslovnih prostora i radnika. Greenfield investicija je alternativa ostalim vrstama investicija, kao što su na primer preuzimanje, partnersko udruženje, otkup licence itd

[3] Nazivom brownfield investment u engleskome se označuje kupnja ili unajmljivanje postojećega zemljišta, često onečišćenoga ili zagađenoga, objekta ili infrastrukture kako bi se pokrenula nova aktivnost. U hrvatskome se jeziku često u tome značenju upotrebljava naziv brownfield investicija. Umjesto njega bolje je upotrijebiti naziv ulaganje u postojeće kapacitete.

industrijska ili komercijalna dobra i usluge širokoj javnosti, a formirana su kao korporacije. Dilemu izaziva sklop riječi i/ili koji povezuje dvije ključne odrednice javnih poduzeća: državno vlasništvo i državnu kontrolu.

Odabir riječi «i» značio bi da su javna poduzeća, poduzeća u državnom vlasništvu i pod državnom kontrolom. Dakle, moraju istovremeno biti zastupljena dva kriterija. Ovdje dileme nema. Čini se, naime, sasvim jasnim da vlasnik imovine ujedno imovinu i kontrolira. No, odabirom riječi «ili» isključuje se zajedničko promatranje pojma vlasništva kontrole. Time samo jedan kriterij postaje dovaljan za određivanje pojma javnog poduzeća. Prema tome, javna su poduzeća ona poduzeća koja su u državnom vlasništvu ili pod državnom kontrolom.

No, pokušajmo prvo slijediti Priručnik u određivanju pojmova kontrole vlasništva, mnogo je lakše odrediti vlasnika nekog poduzeća negoli definirati kontrolu države nad nekim poduzećem. Vlasnikom poduzeća smatra se javna vlast ili privatna osoba ako ona posjeduje sve ili većinu (preko 50%) dionica ili druge vrste trajnog kapitala poduzeća.

Kontrola javnih vlasti obično se određuje kao stvaran utjecaj države na sve glavne aspekte poslovanja, a ne samo na upotrebu klasičnih, državnih regulativnih mjera. U Priručniku se naglašava da zajednička odsutnost većinskog državnog vlasništva i kontrole ne treba biti zaustavljena u svim slučajevima klasifikacije javnih poduzeća. U određivanju javnih poduzeća manjinsko vlasništvo države može biti kombinirano s državnom kontrolom. U drugim slučajevima kontrolu je tako teško utvrditi da samo većinsko državno vlasništvo temeljno određuje javno poduzeće. Iz rečenog slijedi da u krajnjem slučaju i poduzeće u privatnom vlasništvu može biti javno poduzeće ako ispunjava uvjet državne kontrole, te proizvodi za široki krug potrošača.

Tako zakonodavstva pojedinih zemalja uvažavaju mogućnost postojanja javnih poduzeća u privatnom vlasništvu. U još uvijek važećem Zakonu o poduzećima i u našem je gospodarskom zakonodavstvu predviđeno da i privatna poduzeća mogu biti javna poduzeća . No, u praksi je drugačije, Zakoni o osnivanju pojedinačnih javnih poduzeća u Hrvatskoj, javna poduzeća određuju kao poduzeća u vlasništvu Republike Hrvatske. Treba napomenuti da mnoga poduzeća u fazi pretvorbe koja su prešla u vlasništvo Fonda za razvoj i čije članove upravnih odbora imenuje Vlada, ispunjavaju kriterije državne kontrole i državnog vlasništva. Ta bi se

poduzeća mogla smatrati javnima. No, zakonodavac ih ipak nije imenovao javnim poduzećima. Ona, naime, ne zadovoljavaju posljednji dio definicije (ma koliko on bio rastezljiv) o proizvodnji dobara i usluga za široki broj potrošača.

No, iako se definicijom u Priručniku dopušta i privatno vlasništvo javnih poduzeća, ipak se u obimnoj literaturi iz tog područja obično podrazumijeva da su javna poduzeća, poduzeća u državnom vlasništvu. Vrlo se često javna poduzeća i državna poduzeća upotrebljavaju kao sinonimi. Cijeli sklop pitanja vezan uz loše poslovanje i prijedloge za njegovo poboljšanje identičan je u obje vrste poduzeća. Tako se privatizacija javnih i državnih poduzeća predlaže kao glavni lijek u liječenju njihove niske operativne učinkovitosti. Ukratko, javno poduzeće, kao što mu i samo ime kaže, predstavlja koncept koji objedinjava elemente javnosti s jedne, i poduzeća, tj. tržišnosti s druge strane.

Tako se elementi javnosti ogledaju u tri točke:

- najvažnije poslovne odluke donosi država kao vlasnik trajnog kapitala, bilo putem neke svoje agencije, bilo putem upravnih odbora u kojima sjede državni predstavnici. Kriteriji za donošenje odluka nisu vezani isključivo uz financijsku dobit, već i uz šire društvene interese (npr. socijalnu politiku);
- dobit odnosno gubici poslovanja putem državnog proračuna pripadaju cijeloj zajednici;
- javno poduzeće je odgovorno za svoje poslovanje cijelom društvu, odnosno parlamentu kao krajnjem „čuvaru“ javnog interesa.

Elementi vezani uz tržišno poslovanje javnog poduzeća trebali bi se odražavati u sljedećim naznakama:

- očekuje se da javno poduzeće bude financijski zdravo u drugom raku. To znači da je podvrgnuto stalnoj tržišnoj provjeri;
- cijene koje javno poduzeće naplaćuje trebale bi biti zasnovane na troškovima poslovanja (tj. cijene bi trebale pokriti granične troškove).

Upravo ova dva posljednja kriterija razlikuju javno poduzeće od ostalih javnih djelatnosti kao što su, na primjer, obrazovanje, sudstvo i zaštita okoliša. Teorijski razlozi za formiranje javnih poduzeća obično se nalaze u postojanju tržišnih neuspjeha, tj. stanja kada tržište proizvodi

nezadovoljavajući ekonomski rezultat. To su najčešće tržišna stanja postojanja „prirodnih monopola“. Bez regulacije države oni bi proizvodili nedovoljnu količinu proizvoda uz previsoku cijenu.

„Prirodni monopoli“ koji se najčešće javljaju u javnim komunalnim uslugama kao što su: elektoroopskrba, komunikacije, transportne usluge, vodoopskrba i luke, smatraju se klasičnim primjerima tržišnih neuspjeha koji opravdavaju formiranje javnih poduzeća. Država često osniva svoja poduzeća i u sektorima izvan komunalnih javnih usluga. Ona obično vjeruje da će posjedovanjem i kontrolom javnih poduzeća pomoći „strateškim“ sektorima, dobiti međunarodnu financijsku pomoć koja se teže dodjeljuje malim privatnim poduzećima, pomoći brojčano velikim i ekonomski slabim slojevima pučanstva, održati razinu zaposlenosti te povećati štednju i investicije. U praksi se naravno postupa sasvim pragmatično i ne vodi se računa o zamršenosti definicija. Tako se javnim poduzećima smatraju ona poduzeća koja su zakonom određena kao takva. Ukratko, najčešće su to poduzeća ti većinskom državnom vlasništvu i pod državnom kontrolom na području ponude javnih, komunalnih usluga.

4.2. Utjecaji javnih poduzeća na ostala poduzeća

Prema podacima Fine, Hrvatska ima 1420 poduzeća u potpunom, pretežitom i djelomičnom vlasništvu koja raspolažu imovinom vrijednom 347 milijardi kuna i ostvaruju prihode od 171 milijardu kuna. Radi se o 41 posto ukupne imovine poslovnog sektora i 28 posto svih prihoda (http://www.poslovni.hr) .

Umjesto da se smanjuje u posljednje vrijeme, broj društava s djelomičnim ili potpunim državnim vlasništvom čak se povećao zbog zamjene duga za vlasništvo u okviru postupaka predstečajnih nagodbi. Veleposlanik Europske Unije Merten primijetio je kako je javni sektor u Hrvatskoj sveprisutan, te je upozorio na nužne reforme spominjući njegov prevelik udjel u BDP-u i rast broja zaposlenih za vrijeme krize, tijekom koje je u privatnom sektoru zatvoreno 150 tisuća radnih mjesta.

Koliko je uistinu glomazan javni sektor u gospodarstvu, zorno svjedoči podatak da je među 10 najvećih pojedinačnih kompanija u Hrvatskoj čak šest u dominantno državnom vlasništvu. Pritom su prve dvije po ostvarenom prihodu INA, u kojoj je država, uz MOL, ključni dioničar s 47-postotnim vlasničkim udjelom, te HEP d.d., u 100-postotnom vlasništvu države.

Javno vlasništvo prevladava u sektoru električne energije i plina, vodnoj industriji i prijevozu, a značajno je i u građevinskom sektoru te sektoru nekretnina.

Na preveliku zastupljenost državnog sektora u gospodarstvu, što guši privatnu inicijativu, upozoravaju i međunarodne institucije poput Svjetske banke i MMF-a, a neučinkovitost javnih poduzeća posebno apostrofira Europska komisija u izvješću o makroekonomskim neravnotežama Hrvatske.

Prema podacima Europske komisije, produktivnost državnih poduzeća u prosjeku je 30-ak posto slabija od privatnih. Drugim riječima, ako se usporede dva društva jednake veličine

koja posluju u istom sektoru te upotrebljavaju istu količinu rada i kapitala, društvo u javnom vlasništvu u prosjeku ostvaruje tek oko dvije trećine dodane vrijednosti koju ostvaruje privatno društvo.

Drugi velik problem na koji Komisija upozorava je činjenica da su javna poduzeća veliki generatori rasta javnog duga. Do toga dolazi zbog uobičajene prakse da država izdaje jamstva prilikom zaduživanja, a onda preuzima dugove javnih poduzeća u problemima poput HAC-a, HŽ-a, Croatia Airlinesa i sl.

Premda se Vlada na nedavnom predstavljanju rezultata javnih poduzeća u 2015. godini hvalila značajnim napretkom u poslovanju, preglomazni državni sektor još uvijek je velik uteg cijelog gospodarstva. Istraživanje koje je provela Maruška Vizek s Ekonomskog instituta u Zagrebu pokazuje da poduzeća u državnom vlasništvu nemaju jasno postavljene ciljeve, u velikoj mjeri ih kontrolira politika, a nedostatak političke volje za provođenjem reformi glavna je prepreka dobrom gospodarenju (http://www.poslovni.hr).

Vizek naglašava poguban utjecaj politike na poslovanje javnih poduzeća, a on se očituje u političkom kadroviranju rukovodećih struktura i masovnom zapošljavanju stranačkog kadra. Prema njezinim procjenama, na taj način političke stranke u četiri godine političkog ciklusa imaju priliku zaposliti 20-ak tisuća ljudi.

Jedini put za podizanje efikasnosti javnih poduzeća, smatra Vizek, uvođenje je profesionalnog menadžmenta i ubrzavanje procesa privatizacije.“Upravljanje javnim poduzećima treba profesionalizirati, a sva ona poduzeća koja nisu od strateškog značenja za Republiku Hrvatsku trebaju biti privatizirana. Na primjer, nema ni smisla ni razloga da država bude vlasnik Kaštelanskih staklenika“, ističe Vizek.

S druge strane, poduzeća koja su prirodni monopoli (poput PLINACRO ili JANAF-a) trebaju ostati u državnom vlasništvu, ali upravljanje tim poduzećima treba profesionalizirati kako bi ona učinkovitije poslovala.

Pritisnuta zahtjevima Bruxellesa, i Vlada je u plan reformi uvrstila mjere za poboljšanje upravljanja javnim poduzećima. Između ostaloga, obećala je smanjenje broja trgovačkih društava od posebnog i strateškog interesa te ubrzavanje procesa privatizacije. Također, najavljuje napuštanje pogubne prakse političkih imenovanja čelnih ljudi državnih tvrtki i unajmljivanje *headhunting* agencija za pronalaženje kvalitetnih menadžera. U planu je i

objava specifičnih ciljeva državnih poduzeća s ciljem odgovornijeg poslovanja i jačanja ocjenjivanja uspješnosti društava. U tu svrhu postavit će se jasni srednjoročni ciljevi i indikatori za mjerenje uspješnosti, a visine rukovodećih plaća i nagrađivanje vezat će se uz uspješnost u ostvarivanju tih ciljeva.

5. ZAKLJUČAK

Pojam poduzeća podrazumijeva organiziranu pravnu cjelinu putem koje nositelj poduzeća djeluje na tržištu. Poduzeće kao takvo nema pravnu osobnost pa u pravne odnose ulazi nositelj poduzeća, no ono nije stvar, ali su u njemu obuhvaćene stvari. Spomenuvši pojam poduzeća nezaobilaznim se čini spomenuti i poduzetništvo; a ono je proces inovacije i pokretanja novih poduzetničkih pothvata utemeljen na individualnim i organizacijskim sposobnostima pojedinaca,koje može biti potpomognuto državom, obrazovnim sustavom i ostalim pratećim institucijama.

Poduzetničko okruženje je turbulentno i poduzetnik se svakodnevno susreće s problemima, a brzina i kvaliteta njihovog rješavanja utječu na učinkovitost poduzeća. U Republici Hrvatskoj ne možemo smatrati poticajnim institucionalni i zakonodavni okvir za razvoj poduzeća. Za Republiku Hrvatsku problem uspješnog poslovanja poduzeća predstavljaju česte promjene Zakona koji se donose velikom brzinom. Za zaključiti je dakle 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, no te promjene moraju biti dugoročne. Podjela poduzeća na privatna javna i mješovita vrlo je bitna da bi se mogla uočiti razlika u potporama i načinima poslovanja poduzeća.

Privatna se poduzeća javljaju u vlasništvu jedne ili više osoba a svima je zajedničko to da je za uspješno privatno poduzetništvo odnosno poduzetnički pothvat, važno je odrediti cilj poduzeća, imati dobar poslovni plan, i odrediti izvore financiranja. Svaki od oblika privatnog vlasništva donosi prednosti i nedostatke koje poduzetnik sam mora procijeniti, odnosno sam mora donijeti odluku koji oblik poduzeća mu u trenutku pokretanja najbolje odgovara.

Poduzeća u javnom vlasništvu su uglavnom ona koja se nalaze pod državnom kontrolom, a sredstva za svoje poslovanje osiguravaju u državnom proračunu, što ih na neki način stavlja

u povlašteni položaj u odnosu na privatna poduzeća. Najveći problem javnih poduzeća je taj što u određivanju javnih poduzeća manjinsko vlasništvo javne vlasti može biti kombinirano s državnom kontrolom, a u nekim slučajevima kontrolu je iznimno teško utvrditi, zbog čega se događa da samo većinsko državno vlasništvo temeljno određuje javno poduzeće. U krajnjem slučaju zakonodavstva u pojedinim zemljama dopuštaju i da poduzeće u privatnom vlasništvu bude javno poduzeće, uz uvjet da ga kontrolira država i da proizvodi za široki krug potrošača. Javna poduzeća u praksi su najčešće uslužna poduzeća, a javljaju se u obliku državnih i društvenih poduzeća.

Kao zasebna cjelina u radu se promatraju javna poduzeća, te njihov utjecaj na ostala poduzeća unutar poduzetničkog okruženja. Vrlo važno je naglasiti da se kontrola javnih vlasti obično određuje kao stvaran utjecaj države na sve glavne aspekte poslovanja, a ne samo na upotrebu klasičnih, državnih regulativnih mjera. Javno poduzeće, kao što mu i samo ime kaže, predstavlja koncept koji objedinjava elemente javnosti s jedne, i poduzeća, tj. tržišnosti s druge strane, a najvažnije poslovne odluke donosi država kao vlasnik trajnog kapitala, bilo putem neke svoje agencije, bilo putem upravnih odbora u kojima sjede državni predstavnici. Kao najveći nedostatak a ujedno i kao prednost u radu se spominje pripadanje dobiti odnosno gubitka, koji u slučaju javnih poduzeća pripada državnom proračunu odnosno građanima.

Najveći utjecaj državnog sektora tj. javnih poduzeća na privatni sektor vidljiv je u gospodarstvu, na što upozorava i Europska Unija, no i količina javnog duga isto tako čini velik utjecaj na javna poduzeća kojima se povećavaju nameti i zapravo ih se guši.

Zaključiti se može da su u Republici Hrvatskoj hitno potrebne radikalne promjene, državna poduzeća bi trebala biti ekonomičnija a privatnim poduzećima bi se trebalo osigurati olakšice i poticaji iz fondova Europske Unije, no ta rješenja bi trebala biti dugoročna, odnosno politički neovisna.

Matea Devčić

Matea Devčić

LITERATURA

Knjige:

1. Bajo A., Jurlina Alibegović D.; Javne financije lokalnih jedinica vlasti , Školska knjiga, 2008.
2. Horvat, Đ.;Tintor, Ž.(2006.) Poduzetnička ekonomija, Zagreb: Trgovačka akademija
3. Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.
4. Kuvačić, N.; Biznis-plan ili poduzetnički projekt, NK Beretin-Split, 2005.
5. Škrtić, M.; Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2006.
6. Škrtić M.,Mikić M.; Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb,2011.
7. Vujić, V.;Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2010

Internet izvori:

http://actnow.hr

Bosnić, I. (2012./2013.) Socijalno poduzetništvo, nastavni materijal www.vsmti.hr/nastava - posjećeno 2.3.2017.

Bejaković P., Vukšić G., Bratić V.; file:///C:/Users/Administrator/Downloads/pdf - posjećeno 3.3.2017.

hk.drustvo.hr – posjećeno 23.2.2017.

https://burza.com.hr– posjećeno 22.2.3017.

http://www.cepor.hr- posjećeno 18.2.2017.

www.enciklopedija.hr- posjećeno 17.2.2017.

http://www.eu-projekti.info- posjećeno 13.2.2017.

http://www.iusinfo.hr- posjećeno 14.3.2017

http://www.map.hr- posjećeno 12.2.2017.

www.mingo.hr- posjećeno 8.3.2017.

http://www.poslovni.hr- posjećeno 12.02.2017.

https://repozitorij.vup.hr- posjećeno 12.3.2017

http://she.hr/obiteljsko-poduzetnistvo- posjećeno 30.03.2017

Švaljek, S. (2007.), Ulaganje u privatni vlasnički i rizični kapital u Hrvatskoj, znanstveni rad URL: http://www.eizg.hr/Data/Doc/PKIEP113-svaljek.pdf, 2016-03-08- posjećeno 18.3.2017.

www.unizd.hr – posjećeno 12.2.2017.

www.vsmti.hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/876-2-poduzece – posjećeno 3.5.2017.

http://zadruge.coop/hr - posjećeno 3.3.2017.

http://zaklada.civilnodrustvo.hr – posjećeno 2.3.2017.

Popis tablica

Tablica 1: Prednosti i nedostatci ulaska u poduzetništvo 7
Tablica 2: Usporedba sadašnjeg i budućeg poduzeća i njegovog okruženja u Republici Hrvatskoj 13
Tablica 3: Mogući oblici financiranja vlastitog poduzetničkog pothvata 16

Popis slika

Slika 1: Shematski prikaz djelovanja poduzeća 9
Slika 2: Prikaz poduzeća kao četiri sustava 10
Slika 3: Proces nastajanja poduzetničkog pothvata 16