

# Start-up poduzetništvo u Republici Hrvatskoj - mogućnosti i prepreke

---

Gerić, Elena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:626079>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMET TURIZMA I  
SPORTA

**Elena Gerić, 03130261176**

**Start-up poduzetništvo u Republici Hrvatskoj –  
mogućnosti i prepreke**

Završni rad

Čakovec, srpanj 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMET TURIZMA I  
SPORTA

**Elena Gerić, 03130261176**

**Start-up poduzetništvo u Republici Hrvatskoj –  
mogućnosti i prepreke**

**Start-up entrepreneurship in the Republic of Croatia -  
opportunities and obstacles**

Završni rad

Mentorica:

dr. sc. Ivana Bujan Katanec, prof. struč. stud.

Čakovec, srpanj 2024.



## **ZAHVALA**

*Prije svega prvenstveno se zahvaljujem mentorici dr. sc. Ivani Bujan Katanec, prof. struč. stud. na pruženoj stručnoj pomoći i savjetima prilikom pisanja završnog rada te svim studentima koji su sudjelovali u istraživanju za ovaj završni rad. Zahvaljujem se svim djelatnicima Međimurskog veleučilišta s kojima sam surađivala za vrijeme studiranja.*

*Također se posebno zahvaljujem obitelji, kolegama i prijateljima na podršci tijekom godina studiranja.*

*Elena Gerić*

## SAŽETAK

Ovim završnim radom utvrđena su osnovna i specifična obilježja start-up poduzetništva te su ispitane poduzetničke namjere studenata kao i znanje studenata o osnovnim obilježjima start-up poduzetništva. Uspješan start-up započinje inovativnom idejom te je inovativnost jedna od najvažnijih karakteristika poduzetnika u ovoj grani poduzetništva. Ciljem rada utvrđivan je izazov s kojim se start-up poduzetnici suočavaju s posebnim osvrtom na izvore financiranja i infrastrukturu podrške. Empirijski dio rada odnosi se na sekundarno i primarno istraživanje start-up poduzetništva. Sekundarno istraživanje odnosi se na utvrđivanje čimbenika uspjeha te prikaz relevantnih istraživanja iz područja start-up poduzetništva. Primarno empirijsko istraživanje u ovom radu provedeno je na uzorku studenata u Republici Hrvatskoj na kojim se ispitala informiranost sa start-up poduzetništvom i poduzetničke namjere.

**Ključne riječi:** *start-up, poduzetništvo, poduzetnik, inovacija, razvoj, financiranje, makro razina*

## ABSTRACT

This final paper determined the basic and specific characteristics of start-up entrepreneurship and examined the entrepreneurial intentions of students as well as students' knowledge about the basic characteristics of start-up entrepreneurship. A successful start-up begins with an innovative idea, and innovation is one of the most important characteristics of an entrepreneur in this branch of entrepreneurship. The study aimed to determine the challenges start-up entrepreneurs face, with a special focus on funding sources and support infrastructure. The empirical part of the study refers to the secondary and primary research of start-up entrepreneurship. Secondary research refers to the determination of success factors and the presentation of relevant research in the field of start-up entrepreneurship. The primary empirical research in this paper was carried out on a sample of students in the Republic of Croatia, where familiarity with start-up entrepreneurship and entrepreneurial intentions were examined.

**Keywords:** *start-up, entrepreneurship, entrepreneur, innovation, development, financing, macro level*

# SADRŽAJ

1.	UVOD .....	1
1.1.	Cilj i metode istraživanja.....	2
1.2.	Istraživačke hipoteze .....	2
1.3.	Struktura rada .....	2
2.	OSNOVNA POLAZIŠTA START-UP PODUZETNIŠTVA .....	3
3.	UTJECAJ PODUZETNIŠTVA NA MAKROEKONOMSKU RAZINU REPUBLIKE HRVATSKE.....	8
3.1.	Utjecaj na bruto domaći proizvod .....	8
3.2.	Utjecaj na zaposlenost .....	9
4.	IZVORI FINANCIRANJA I INFRASTRUKTURA PODRŠKE START-UPOVA.....	12
4.1.	Infrastruktura podrške start-up poduzeća .....	12
4.1.1.	<i>Poduzetnički inkubatori.....</i>	<i>12</i>
4.1.2.	<i>Poduzetnički centri.....</i>	<i>16</i>
4.1.3.	<i>Poduzetničke zone .....</i>	<i>16</i>
4.1.4.	<i>Programi Vlade i lokalne uprave .....</i>	<i>17</i>
4.2.	Izvori financiranja start-upova .....	17
4.2.1.	<i>Vlastita sredstva i neformalni investitori .....</i>	<i>18</i>
4.2.2.	<i>Financiranje zaduživanjem .....</i>	<i>19</i>
4.2.3.	<i>Financiranje vlasničke glavnice.....</i>	<i>20</i>
4.2.4.	<i>Državni programi financiranja .....</i>	<i>22</i>
5.	EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE PODUZETNIČKIH NAMJERA I ZNANJA STUDENATA O START-UPOVIMA .....	24
5.1.	Rezultati istraživanja .....	25
5.2.	Ograničenja istraživanja .....	35
6.	ZAKLJUČAK .....	36
	BIBLIOGRAFIJA .....	37



IZJAVA O AUTORSTVU .....	39
POPIS ILUSTRACIJA.....	40

## 1. UVOD

Izraz start-up (*start up / start-up*) engleska je riječ koja u hrvatskom jeziku označava tvrtku razvojnog potencijala ili tvrtku koja se počinje razvijati, a nudi inovativne proizvode ili usluge koji se trenutno ne nalaze na tržištu, a većinom se te tvrtke baziraju na tehnologiji. Start-up se smatra poduzetničkim projektom ili novoosnovanom tvrtkom koja je u fazi razvoja i istraživanja tržišta. To su uglavnom, ali ne i nužno, visokotehnološki projekti koji imaju veliki potencijal za rast. Druga definicija stavlja u fokus osobine nesigurnosti i velikog rizika: „Start-up je institucija koja je osnovana kako bi stvorila novi proizvod ili uslugu u uvjetima koje karakterizira velika neizvjesnost.“ Start-up nije samo proizvod, usluga niti neka ideja koja ima potencijalni uspjeh. Svaki start-up pothvat ima izražen ljudski faktor, što znači da start-up uspjeh može biti postignut tako da se slijede određeni koraci, a to znači da ih se može naučiti. Inovacija je ključan faktor uspjeha svakoga start-up-a te je po njoj svaki start-up prepoznatljiv na svoj način (Lee Tupek & Čorić, 2018).

Poduzeća koja se nalaze u fazi razvoja, traže svoje mjesto na tržištu te način kako ponuditi svoj proizvod. Glavni nedostatak takvih poduzeća jest znanje i iskustvo na tržištu. Iako najčešće imaju razrađen poslovni plan, ideju, većinom ne znaju kako ono što nude pretvoriti u novac. Poduzetnik je osoba, individua koja je spremna na preuzimanje rizika, posjeduje poslovni duh, znanje o poslovanju i djelatnicima s kojima na temelju inovacije dostiže stalan rast i razvoj u poslovanju. Svaki poduzetnik trebao bi posjedovati određene karakteristike kako bi njegov pothvat bio uspješan. Jedna od najvažnijih karakteristika poduzetnika jest inovativnost. Uz inovacije provlači se na tržište uz prihvaćanje rizika i neizvjesnosti kako bi ostvario profit. Neke ostale karakteristike su: kreativnost, hrabrost, poštovanje prema djelatnicima, odgovornost, strpljenje i upornost (Ivanković, 2017).

Mnogi start-up projekti propadaju uslijed nedostatka adekvatne potpore, kao posljedica nekvalitetno izrađenog poslovnog plana, strategije, nedovoljno istraženog tržišta i izostanka financijske podrške. Oni češće čine početničke greške kao što je slijepa povezanost („zaljubljenost“ u ideju koja onemogućava realno sagledavanje stvarnih potencijala za razvoj pothvata), ideje su previše grandiozne, nedostaje im fokus ili su preusko definirali vlastitu poduzetničku ideju te nerealno sagledavaju sve troškove. Praksa pokazuje da tek jedan od deset start-upova u potpunosti ostvari uspjeh, odnosno uspije vratiti uložena sredstva osnivača ili investiciju investitora te ostvariti značajan profit (Lee Tupek & Čorić, 2018).

## **1.1. Cilj i metode istraživanja**

Cilj ovog završnog rada je utvrditi osnovna i specifična obilježja start-up poduzetništva te ispitati poduzetničke namjere studenata kao i znanje studenata o osnovnim obilježjima start-up poduzetništva. Specifični cilj rada je utvrđivanje izazova s kojima se start-up poduzetnici suočavaju s posebnim osvrtom na izvore financiranja i infrastrukturu podrške. Sekundarno empirijsko istraživanje u ovome radu odnosi se na analizu i mogućnosti za razvoj start-upova u Republici Hrvatskoj, analizu poduzetničkih inkubatora te poduzetničkih centara, kako oni rade i pridonose poduzetništvu. Primarno empirijsko istraživanje ispitati će stupanj informiranosti mladih sa start-up poduzetništvom i ispitati poduzetničke namjere. Na uzorku podataka primijeniti će se kvalitativne istraživačke metode indukcije, dedukcije te opisne metode analize dobivenih primarnih podataka temeljem strukturirane ankete.

## **1.2. Istraživačke hipoteze**

Temeljem općeg i specifičnog cilja formiraju se istraživačke hipoteze koje se nakon provedenog istraživanja prihvaćaju ili odbacuju. Hipoteze će se testirati deskriptivnom metodom primarnih podataka temeljem strukturirane ankete. Za potvrđivanje ili opovrgavanje prve hipoteze koristit će se t-statistika nezavisnih uzoraka s vrednovanjem p-vrijednosti, dok će se za drugu hipotezu koristiti prosječna vrijednost binarnih da/ne odgovora.

H1. Mladi koji su slušali kolegij Poduzetništvo iskazuju viši stupanj poduzetničkih namjera.

H2. Mladi su dobro upoznati sa start-up terminologijom.

## **1.3. Struktura rada**

Rad je strukturiran na način da su u uvodnom dijelu analizirane osnovne postavke start-up poduzetništva, definirani ciljevi, metode i hipoteze istraživanja. U prvom dijelu dane su osnovne klasifikacije start-up poduzetništva te inovacija i rizik. U drugom dijelu analiziran je utjecaj poduzetništva na makroekonomsku razinu u Republici Hrvatskoj te izvori financiranja i infrastrukturne podrške start-upova. Treći dio obuhvaća empirijsko istraživanje i zaključak.

## 2. OSNOVNA POLAZIŠTA START-UP PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo bi se moglo definirati kao kreativna aktivnost usmjerena na optimalno komuniciranje proizvodnih činitelja kojim se, primjerenim ulaganjem i motiviranim ponašanjem, uz razumno preuzimanje rizika, ostvaruju određeni ciljevi i odgovarajući ekonomski efekti. Samo poduzetništvo još se može definirati i u užem i u širem smislu. U užem smislu proces je stvaranja, kombiniranja različitih vrijednosti, resursa uz preuzimanje rizika kako bi se iskoristila prilika na tržištu. U širem smislu odnosi se na aktivnosti kao što su: kreativnost, odgovornost, inovativnost, odlučnost, svjesnost o preuzimanju rizika i slično (Tkalec, 2011).

Hrvatska riječ poduzetništvo, engleska "*entrepreneur*" francuskog je podrijetla te je doslovni prijevod "onaj koji uzima između" ili "ići između". Riječ poduzetništvo govori o poduzimanju, stvaranju nečega novog. Pojedinci (poduzetnici) provode aktivnosti – u timu ili samostalno, kako bi svoju ideju pretvorili u stvarnost, a time bi trebali predstaviti svoju inovativnu ideju na tržištu te iskoristiti prilike koje im tržište nudi uz poduzimanje određene razine rizika (Hisrich, et al., 2011).

Poduzetništvo uključuje prvenstveno inovaciju, rad, znanje, upornost, obrazovanje, kreativnost, planiranje, a najviše rizik. Poduzetništvo uključuje stvaranje nečega novog, traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda, donosi nagrade (neovisnost) u obliku novca, profita i preuzimanja rizika. Poduzetništvo se još može nazvati izazovom, stvaranje nečeg novog za rješavanje već nastalog ili starog problema, samo sagledavanje na drugi način kako bi se ponudilo moguće rješenje (Tkalec, 2011).

Prednost ulaska u poduzetništvo jest mogućnost slobode, postizanja ciljeva na svoj način u svojoj kontroli. Cilj poduzetnika jest mogućnost promjene, mijenjanje postojeće stvarnosti na bolje, što je i koncept samog poduzetništva. Većina poduzetnika svoj posao vidi kao igru, rabi ga kao instrument vlastitog samoispunjenja, potiče vještine poduzetnika, kao što su: kreativnost, inovativnost, sposobnost i slično. Novac je jedan od čestih čimbenika zbog kojeg dolazi do ulaska u poduzetništvo, no nije uvijek primaran razlog. Put poduzetništva je jedan od najboljih načina za ostvarenje želja, naročito želje bogatstva. Vlasnici malih poduzeća često poslovanje temelje na povjerenju i obostranom poštovanju zbog čega su najcjjenjeniji članovi svojih zajednica. Poduzetnici odabiru onaj put u poduzetništvu koji ih najviše interesira, u kojem uživaju, stoga posao ne smatraju istinskim poslom (Škrtić & Mikić, 2011).

Pojam start-up dolazi iz engleskog jezika, riječ se obično ne prevodi, dok je hrvatski prijevod te riječi razvojno poduzeće, a označava novo osnovani poduzetnički pothvat, a glavni mu je

zadatak razvijati se i rasti kako bi opstao na tržištu. „Start-up poduzeća ljudska su tvorevina dizajnirana za izradu inovativnih proizvoda i usluga u nesavršenim uvjetima“ (Ries, 2013).

Najčešće su start-up poduzeća mala tehnološka poduzeća koja imaju visoki potencijal na tržištu. Iz procesa poduzetničkog odlučivanja proizlaze tri vrste start-up poduzeća, a to su (Hisrich, et al., 2011):

1. tvrtke životnog stila,
2. osnivačke kompanije,
3. pothvat visokog potencijala – gazele.

Start-up poduzeća životnog stila privatna su poduzeća koja dostižu skroman rast. Razlog tome je priroda posla, ciljevi poduzetnika te ograničene količine resursa, to jest novaca za razvoj tehnologije i istraživanja, zbog čega imaju male mogućnosti proširivanja. U teoriji ova vrsta start-upa nakon nekoliko godina može narasti do 30 ili 40 zaposlenika te imati prihod od 2 milijuna dolara. Ta vrsta start-upa primarno se osniva kako bi se poduprlo vlasnike da ulaze u poduzetničke pothvate te kako bi se time razvilo gospodarstvo neke zemlje.

Kod osnivačke kompanije, temelj za njihovo osnivanje su razvoj i provedena istraživanja. Ova vrsta start-up poduzeća ima vrlo visoki potencijal zbog čega može u periodu od pet do deset godina dostići do 400 zaposlenih te ostvariti od 10 do 20 milijuna dolara godišnje. Ovakva vrsta start-upa većinom privlači interese privatnih ulagača, to jest financiranja iz rizičnog kapitala zato što takve vrste tvrtki rijetko izlaze na burzu te zbog toga ne privlače zajednice pothvatnih kapitalista, već privatne ulagače.

Visoko potencijalni start-up, tvrtka je koja dobiva najveću popularnost, publicitet te stoga i ulagački interes. Mala su visokotehnološka poduzeća s velikim potencijalom za rast i razvoj koja imaju veliki utjecaj na gospodarstvo u nekoj zemlji, zbog čega se većinom te vrste start-upova nazivaju „gazele“. U rasponu od pet do deset godina mogu zaposliti oko 500 ljudi te ostvariti prihod od 30 milijuna dolara.

Start-up tijekom svog razvoja prolazi kroz različite faze. Kao što nema univerzalne definicije start-upa tako u literaturi nisu zastupljene ni opće prihvaćene faze u razvoju start-upa. Zrilić i Širola navode četiri faze razvoja start-upa. Identificirane faze su sljedeće (Zrilić & Širola, 2013):

- prva faza ili faza sjemena (engl. *seed phase*), u kojoj se donose odluke o osnivanju start-upa i definiraju se nositelji projekta i modeli upravljanja;
- druga faza, odnosi se na javnu komunikaciju nositelja start-upa s potencijalnim korisnicima;
- treća faza je faza u kojoj se okuplja, vodi i usmjerava korisnika ka poslovnom sektoru;

- četvrta faza je usmjerena ka završetku inkubiranja za pojedinačne korisnike.

Životni ciklus start-up poduzeća sastoji se od faze ideje, faze rasta i faze izlaza. Prva faza je faza ideje u kojoj je start-up mala organizacija koja se služi raznim tehnikama generiranja ideja, ne ostvaruje profit te ima nekoliko zaposlenika ili je jedini zaposleni osnivač. Ta faza završava odabirom ciljanog tržišta i povećanjem prepoznatljivosti proizvoda. Sljedeća, faza rasta, ključna je faza koja traje najduže. Organizacija počinje ostvarivati profit, dolazi do povećanja broja zaposlenih te organizacija dobiva formalni stil rukovođenja. Posljednja faza je faza izlaza u kojoj postoje različite izlazne strategije za poduzeće, a izlazne faze su prodaja start-upa, ulaganje u poduzeće koje je već poznato na tržištu za veliku svotu novca ili bankrot. Do bankrota dolazi ako se start-up ne razvije pravilno u fazi rasta (Cvijanović, et al., 2008).

Inovacije i rizik glavna su obilježja start-up poduzeća. Sposobnost nekoga da stvara nešto novo, nove proizvode i usluge, glavni je čimbenik za opstanak na tržištu. Stvarajući inovacije, poduzeće izbacuje manje i slabije inovativna poduzeća, konkurenciju. Time poduzeća koja ne mogu pratiti i prilagoditi se tako brzom razvoju bivaju istjerana iz tržišta. Tako poduzeća koja uspiju pratiti i prilagoditi se tržištu proširuju granice proizvodnje, potiču vlastito poslovanje, ali time potiču i ekonomski rast svoje zemlje. Uz svaku inovaciju dolazi određen rizik s kojim se poduzeće mora suočiti. Rizik i neizvjesnost se vežu jedno uz drugo (Škrtić & Mikić, 2011).

U inovacije se u najširem smislu ubraja stvaranje i usvajanje novih znanja i tehnologija. Važan dio strategije za razvoj zemlje u današnje vrijeme je stvaranje okruženja pogodnog za inovacije provedbom inovacijskih politika. Kontinuirane promjene rezultat su kontinuiranog ekonomskog rasta. Ključna zadaća inovacijskih politika je postizanje i stvaranje dinamičkih komparativnih prednosti. Inovacije potiču stvaranje novih proizvoda i usluga te time stvaraju nova tržišta. Mogu potaknuti rast i razvoj malih inovativnih poduzeća, a izbaciti poduzeća koja to nisu. Zbog navedenih razloga inovacija je čimbenik za ostvarivanje ekonomskog napretka te rast i razvoj poduzetništva neke zemlje (Bilas & Franc, 2018).

Danas svaka zemlja svijeta potiče povećanje produktivnosti i poticanje rasta, a to danas mogu samo poticanjem inovacije. Ključ uspjeha na globalnom tržištu je inovacija, suočavanje s brojnim izazovima, ali i važan element u postizanju održivog razvoja. Istraživanja su pokazala da inovacije omogućavaju daljnju korist poduzeću te se time povećava nastup i uspjeh poduzeća na tržištu. Međutim, inovacija ne podrazumijeva samo čin osmišljavanja nove ideje, već čitav proces inovacijskog životnog ciklusa. Inovacije su sveobuhvatan proces, posljedica tehnološkog razvoja, od nastanka ideje do tržišnog predstavljanja novog proizvoda ili usluge. Sama inovacija razlikuje se od noviteta, izuma. Izum je prva pojava ideje o nekom novom proizvodu ili procesu, dok je inovacija prvi pokušaj već sastavljenog novog proizvoda ili procesa u praktične svrhe

pod određenim okolnostima. Inovacija i izum međusobno su povezani pojmovi, ali glavna razlika je da nastaju u različito vrijeme. Nekad nakon pojave izuma do inovacije dođe tek nekoliko desetljeća ili stoljeća kasnije. Kako bi izum postao inovacija, poduzeće mora kombinirati različite sposobnosti, znanja, resurse i vještine iz unutarnjih i vanjskih izvora (Bilas & Franc, 2018).

Sukladno različitim definicijama, postoje različiti oblici inovacije (OECD, 2007) (Bilas & Franc, 2018):

- inovacije proizvoda, koje uključuju uvođenje novih proizvoda ili usluga ili njihovo poboljšanje;
- inovacije procesa, koje obuhvaćaju potpuno novo ili unaprjeđenje novih načina distribucije i proizvodnje;
- marketinške inovacije, koje uključuju korištenje novih marketinških metoda kao što su promjena dizajna ili pakiranja, određivanje cijena ili promocije proizvoda ili usluga na tržište;
- organizacijske inovacije, koje obuhvaćaju stvaranje novih praksi poslovanja ili poboljšanje postojećih, stvaranje novih radnih mjesta, partnerskih odnosa i kontakata.

U ekonomskoj znanosti nema čvrste granice između neizvjesnosti i rizika jer se neizvjesnost može zamijeniti rizikom. Prema tome rizik ima nekoliko značenja, a to su (Škrtić & Mikić, 2011):

- opće značenje je da rizik upućuje na opasnost od nastupa nekog događaja do kojeg je došlo neočekivano, a zbog kojeg je nastala šteta i gubitak;
- u poslovnom životu poduzeća, rizik može nastati lošim odlukama, zakazivanjem ljudskog faktora ili nekim neočekivanim događajem;
- u poslovnim financijama opasnost da poduzeće u poslu prouzroči gubitak u financijskom poslovanju;
- u osiguranju od opasnosti koje radi neka osiguravajuća institucija.

Rizik se može klasificirati na razne načine. Općenita i najjednostavnija klasifikacija obavlja se podjelom rizika prema uzroku nastajanja mogućeg gubitka, kao što su požar, krađa, financijski gubici i drugi. Prema tome danas se najčešće govori o četiri glavne vrste rizika koje omogućuju daljnju detaljniju podjelu, ovisno o karakteristikama poduzeća (Škrtić & Mikić, 2011):

- ekstremni rizici – zakonski, pravni, prirodni, tehnološki, politički i drugi,
- interni rizici – organizacijski, kulturalni, menadžerski, komunikacijski i drugi,

- operativni rizici – prodaja, proizvodnja, razvoj, logistika, proces i drugi,
- financijski rizici – likvidnost, cjenovni rizici, tržište, promjena tečaja i drugi.

Upravljanje rizikom ili menadžment rizika (eng. risk management) označava proces aktivnosti i pristup menadžmenta koji je usredotočen na očuvanje imovine i moć poduzeća te sprečavanje rizika, gubitka u nepredvidivim događanjima. Instrument anticipativnog kriznog menadžmenta kojemu je cilj povećanje sigurnosti poduzeća uobičajeno se ostvaruje pomoću (*Ibidem*):

- analize rizika
- mjere za povećanje sigurnosti
- nadzor nad rizicima.

Svrha upravljanja rizicima je povećanje transparentnosti rizika kako bi se pojednostavio proces upravljanja i odlučivanja, omogućio jasniji pogled na budućnost otvarajući nove horizonte menadžmentu te procjenjujući strategije i ciljeve menadžmenta s obzirom na rizike. Postoji program upravljanja rizikom koji uključuje (*Ibidem*):

- točno utvrđivanje rizika
- procjena posljedica gubitka
- odabiranje načina postupanja s rizikom.

Glavni cilj svakog poduzetnika jest da se rizik minimalizira odmah na početku, a to može smanjenjem svoje izloženosti riziku. Po tom pitanju poduzetnici mogu (*Ibidem*):

- minimalizirati vjerojatnosti požara ili nesreća na radu u svojem poduzeću, tvornicama, uredima i prodavaonicama
- održavati sigurnosne obrazovne programe za radnike
- redovito pregledavati uređaje te ih popravljati ako je to potrebno
- štititi imovinu zapošljavanjem zaštitara i postavljanjem protuprovalnih alarma.



### **3. UTJECAJ PODUZETNIŠTVA NA MAKROEKONOMSKU RAZINU REPUBLIKE HRVATSKE**

Okolina poduzeća podrazumijeva sveukupnost čimbenika i pojave koje okružuju poduzeće ili su njegov sastavni dio, koji može izravno ili neizravno utjecati na njegovo poslovanje i ponašanje, na njegovo pozicioniranje na tržištu te na njegov rast i razvoj. S obzirom na dijelove okoline ili ključne dimenzije razlikuju se unutarnja i vanjska okolina (Štavlić, 2018).

Poduzetništvo i gospodarski razvoj usko su povezani pojmovi. Kako bi poduzetništvo na nekom prostoru bilo razvijeno i uspješno, potrebno je osigurati različite uvjete na nacionalnoj razini. Neki od njih su (Kružić, 2007):

- „fleksibilnost tržišta rada,
- ulaganje u istraživanje i razvoj,
- dostupnost znanja i upravljačkih vještina,
- poticaji i programi vlade,
- pristup fizičkoj infrastrukturi,
- dostupnost financijskih resursa,
- obrazovanje i obučenosť kadrova za poduzetništvo,
- i drugo.“

Poduzetništvo je ključni pojam za gospodarski rast i razvoj neke zemlje, pozitivno utječe na bruto domaći proizvod, tržište rada, inovativnost i drugo. Investiranje u poduzetništvo i podupiranje rasta i razvoja poduzeća pozitivno utječu na kretanje BDP-a. Zbog pozitivnog utjecaja poduzetništva na BDP, ali i na druge makroekonomske pokazatelje kao što je zaposlenost, u interesu svake zemlje je stvoriti poticajno okruženje koje će poticati rast poduzetničkih pothvata, aktivnosti te time povećavati konkurentnost na globalnom tržištu (Buble & Kružić, 2006).

#### **3.1. Utjecaj na bruto domaći proizvod**

Jedan od najvažnijih gospodarskih pokazatelja je bruto domaći proizvod (BDP). Označava proizvedena finalna dobra i usluge, odnosno njihove vrijednosti u nekoj zemlji u određenom vremenskom razdoblju. Najčešće je to jedna kalendarska godina. BDP omogućuje usporedbu gospodarstva zemalja i stupanj njihove razvijenosti. Razvijenost zemlje najčešće se mjeri i procjenjuje preko BDP-a.

BDP se sastoji iz četiri komponente (Komazec & Ristić, 2011):

- rashoda za osobnu potrošnju (C),
- bruto domaćih investicija (I),
- državnih rashoda za dobra i usluge (G),
- neto izvoz (X), odnosno izvoza (M) umanjenog za uvoz (X - M).

Valja istaknuti razliku između nominalnog i realnog BDP-a. Nominalni BDP predstavlja ukupnu vrijednost robe i usluga proizvedenih u gospodarstvu neke države tokom određenog vremenskog razdoblja. No, ukoliko se želi mjeriti gospodarska aktivnost neke zemlje, glavni čimbenik je koliko je robe i usluga proizvedeno u tom gospodarstvu u nekom razdoblju uvažavajući i oscilacije u cijenama, to mjeri realni BDP. Realni BDP predstavlja tekuću vrijednost koja je svedena na jednu baznu godinu. Realni BDP se dakle računa tako što se nominalni BDP podijeli s razinom cijena. Često se koristi i pokazatelj BDP per capita, odnosno vrijednost BDP-a po stanovniku neke zemlje (Komazec & Ristić, 2011).

Iz BDP-a jasno je da poduzetništvo ima velik utjecaj na vrijednost BDP-a. Poduzetnici kao nositelji poduzetničkih aktivnosti jedan su od ključnih elemenata napretka i razvoja zemlje (Buble & Kružić, 2006):

- „razvijaju i implementiraju nove tehnologije,
- generiraju nove proizvode i usluge,
- doprinose razvoju edukacijskih procesa,
- doprinose porastu općeg blagostanja zajednica u kojima djeluju“.

### **3.2. Utjecaj na zaposlenost**

U posljednjih nekoliko godina broj poduzeća u Hrvatskoj raste. U tablici 1 navode se strukture poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine.

**Tablica 1.** Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Sektor malih i srednjih poduzeća	114.156	119.752	130.757	135.890	138.618
- mikro poduzeća	102.764	107.635	117.942	122.403	124.348
- mala poduzeća	10.045	10.717	11.317	11.962	12.638
- srednja poduzeća	1.347	1.400	1.498	1.525	1.632
Velika poduzeća	327	329	360	370	391
Ukupno	114.483	120.081	131.117	136.260	139.009

Izvor: autorica prema CEPOR (2021). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: MALA I SREDNJA PODUZEĆA U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19 prema FINA (2021). Analiza financijskih rezultata poduzetnika RH 2016. – 2020. godine.

Iz tablice je moguće zaključiti kako se poduzetništvo u Republici Hrvatskoj svake godine razvija. Najviše je mikro poduzeća, dok je najmanje velikih poduzeća. Sektor malih i srednjih poduzeća čini 99,7% udjela u ukupnom broju poduzeća.

Mala i srednja poduzeća nositelj su gospodarskog razvoja u većini zemalja, kao i u Republici Hrvatskoj, što je i opisano u Planu oporavka i otpornosti. U njemu stoji kako Plan treba pridonijeti povećanju konkurentnosti Hrvatske, povoljnijem poslovnom okruženju, većoj proizvodnji i izvozu te većoj privlačnosti za ulaganje, da „nositelji gospodarskog rasta budu ponajprije privatni sektori te mala i srednja poduzeća“ (Vlada Republike Hrvatske, 2021).

Gledano prema vrstama poduzeća prema veličini, dijelimo ih na mikro, mala, srednja i velika. Velika poduzeća zbog velikog kapaciteta zapošljavaju najveći broj ljudi, raspolazu s najviše prihoda te imaju najveću vrijednost izvoza. S druge strane, mikro, mala i srednja poduzeća često se promatraju kao zajednička skupina. S time, ako ih se gleda sve zajedno imaju veliki značaj na gospodarstvo jer zapošljavaju najveći broj ljudi, s toga se kaže da su oni pokretač gospodarskog razvoja. Tablica 2 daje pregled veličine poduzeća, zaposlenosti, ukupnog prihoda i izvoza u 2020. godini.

**Tablica 2.** Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2020. godini

	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Broj zaposlenih	258.644	244.445	180.166	264.619
Zaposlenost (udio)	27,3%	25,8%	19%	27,9%
Ukupni prihod (mil. HRK)	97.371	176.372	158.040	312.058
Ukupni prihod (udio)	13,1%	23,7%	21,2%	42%
Izvoz (mil. HRK)	9.968	28.779	35.977	66.275
Izvoz (udio)	7,1%	20,4%	25,5%	47%

Izvor: CEPOR (2021). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: MALA I SREDNJA PODUZEĆA U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19 prema FINA (2020). Rezultati poduzetnika Hrvatske u 2019. godini razvrstanih po veličini 3 FINA (2021).  
Financijski rezultati poduzetnika u 2020. godini - razvrstani po veličini.

Iz tablice je moguće zaključiti da sektor malih i srednjih poduzeća zapošljava ukupno 72,1% ljudi te ima 58% udjela u ukupnim prihodima te 53% udjela i izvoza. S obzirom da su mala i srednja poduzeća najbrojnija, s njima je moguće raditi velike promjene usmjerenjem politike i vlade na njih.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2020. godini prosjek broja zaposlenih iznosio je 1 543 869. Na kraju 2020. godinu u poduzećima, neovisno o veličini, bilo je zaposleno 947 874 osobe. Prema tim podacima, u malim, srednjim i velikim poduzećima bilo je zaposleno oko 62% ljudi, što označava da takva poduzeća imaju velik utjecaj na ukupnu zaposlenost pa tako i na razvoj gospodarstva zemlje.

## **4. IZVORI FINANCIRANJA I INFRASTRUKTURA PODRŠKE START-UPOVA**

Poduzetničku infrastrukturu uključuju poduzetnički inkubatori, centri, zone i programi Vlade i lokalne uprave. U izvore financiranja spadaju vlastita sredstva i neformalni investitori, financiranje zaduživanjem, financiranje vlasničke glavnice i državni programi financiranja.

### **4.1. Infrastruktura podrške start-up poduzeća**

Poduzetnička infrastruktura podrazumijeva ukupnost svih prostorno specifičnih oblika odvijanja različitih poduzetničkih aktivnosti nastalih kao rezultat promišljenog i organiziranog prostorno razvojnog koncepta jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, odnosno Republike Hrvatske (Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, NN 93/13, 114/13, 41/14, 57/18, 138/21).

Svrha unapređenja poduzetničke infrastrukture i poslovnog okruženja je poticanje gospodarskog rasta, planiranjem i pravo vremenskom izgradnjom poduzetničke infrastrukture koja je u funkciji ravnomjernog regionalnog razvoja Republike Hrvatske, bržeg rasta poduzetništva i povećanja investicija te zaposlenosti (Ivanković, 2017).

Programi poduzetničke infrastrukture uključuju (Ivanković, 2017):

- poduzetničke inkubatore
- poduzetničke centre
- poduzetničke zone
- program Vlade i lokalne uprave.

#### **4.1.1. Poduzetnički inkubatori**

Poduzetnički inkubatori pojavili su se početkom 80-ih godina prošlog stoljeća kao jedno od rješenja, odgovora recesijskih procesa u razvijenim zapadnim zemljama. Temeljni koncept poduzetničkih inkubatora je putem vlade transferirati višak kapitala i radnih mjesta iz razvijenih u nerazvijene dijelove zemlje. Time je odgovornost osnivanja i razvoja prenesena s centralnih vlasti na regionalne, to jest lokalne. Poduzetnička inkubacija je proces podupiranja i potpomaganja poduzetništvu, odnosno novonastalim poduzećima koja su tek započela poslovanje ili su još u fazi razvoja. Cilj, temelj poduzetničkih inkubatora je proizvoditi uspješna poduzeća koja će jednog dana napustiti inkubaciju s financijskom moći i samostalnošću (Ivanković, 2017).

Poduzetnički inkubatori podrazumijevaju (*Ibidem*):

- inkubatorski prostor
- zajedničke usluge
- konzalting
- umrežavanje (networking)
- brigu o poduzećima nakon izlaska iz inkubatora.

Dvije su temeljne vrste poduzetničkih inkubatora (*Ibidem*):

- poduzetnički inkubatori koji se povezuju adaptacijom starih ili praznih prostorija u proizvodno-poslovne namjene;
- poduzetnički inkubatori sa strategijom stvaranja novih poduzeća.

Cilj poduzetničkog inkubatora koji se locira u starim ili praznim prostorijama je da osigura budućim poduzetnicima poslovni prostor po znatno nižoj cijeni. Zadatak lokalne zajednice je da poduzetnicima omogući realizaciju tog zahtjeva, a u pogledu poduzetničkih inicijativa, planova i programa prepuštati iste njihovim sposobnostima (to jest riziku). Cilj poduzetničkih inkubatora sa strategijom stvaranja novih poduzeća je razvijanje kreativnosti, kombinacije i razvijanje poslovnih talenata, tehnologije, kapitala kao temelj za uspjeh kod osnivanja novog poduzeća. Ponuda poslovnog prostora samo je dio modela. Surađuju s poduzetnikom sve do komercijalizacije njihovih poslovnih zamisli, ideja, to jest do trenutka dok se poduzetnik ne osamostali (*Ibidem*).

Temeljne vrste inkubatora su:

- sveučilišni poslovni inkubatori
- državni inkubatori
- inkubatori korporacija
- inkubatori franšizinga
- inkubatori kao samostalna poduzeća.

Cilj sveučilišnih inkubatora je stvaranje povoljnog prostora za primjenu znanstvenih dostignuća, zapošljavanja diplomiranih studenata, praćenja stupnja primjenjivosti znanja sveučilišnih kadrova te privlačenja znanstvenika. Državni inkubatori se osnivaju radi rješavanja ekonomskog rasta o razvoja nerazvijenih područja s posebnim naglaskom na rješavanje problema nezaposlenosti. Inkubatori korporacija nastaju kao rezultat unutarnjeg poduzetništva, koncept korporativnog razvoja u kojem veća poduzeća osiguravaju prostor za specifične aktivnosti koje ostvaruju sami radnici pod određenim ugovorom (radnici koji su zainteresirani za osnivanje vlastitog poduzeća). Cilj im je brže i efikasnije restrukturiranje korporacije kroz

poticanje inovativnosti i razvoj malog poduzetništva. Inkubatori franšizing svoju djelatnost temelje na međusobnom odnosu između davatelja i korisnika franšize. Inkubatori kao samostalna poduzeća najčešće nastaju kroz korporativne inkubatore i kao posljedica internog poduzetništva. Ona su mala poduzeća koja mogu konkurirati velikim sustavima, no mogu i razvijati partnerske odnose s njima (*Ibidem*).

Uz poduzetničke inkubatore postoje i razne druge institucije specijalizirane za pružanje potpore malim i srednjim poduzećima, a koje su prikazane u Tablici 3, a to su: županijske i lokalne razvojne agencije kao i razvojne agencije za određene djelatnosti, poduzetnički centri, poslovni inkubatori, odnosno poduzetnički inkubatori i inkubatori za nove tehnologije, poduzetnički akceleratori, poslovni parkovi, znanstveno-tehnološki parkovi i centri kompetencije. Sve navedene potporne institucije imaju iste ciljeve koji se odnose na stvaranje radnih mjesta i konkurentskih proizvoda te ih je zbog toga teže razlikovati (Morić Milanović & Tutić, 2021).

**Tablica 3.** Vrste poduzetničkih potpornih institucija

Oblici poduzetničkih potpornih institucija	
Razvojne agencije	Cilj im je operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva na regionalnoj (lokalnoj) i nacionalnoj razini te usmjerenje na privlačenje investicija, iniciranje i realizaciju projekata.
Poduzetnički centri	Registrirane pravne osobe kojima je cilj operativno provođenje mjera za poticanje poduzetništva u sredinama u kojima su osnovani djelujući kao središta stručne i edukativne potpore poduzetnicima.
Poduzetnički inkubatori	Registrirane pravne osobe koje pružaju potpore poduzetnicima u početnoj, ranoj fazi razvoja poduzetničkih pothvata nizom poslovnih usluga i resursa, uzimajući u obzir i uključujući poslovne, radne prostore po povoljnim uvjetima za početničke poduzetnike.
Inkubatori za nove tehnologije	Usmjereni su na inovativno poduzetništvo te inkubacijskim programima pružaju resurse i profesionalne usluge novonastalim inovativnim poduzećima.
Poduzetnički akceleratori	Registrirane pravne osobe koje pružaju usluge potpore poduzetnicima u fazi razvoja i širenja.

Poslovni parkovi	Registrirane pravne osobe koje su usmjerene na privlačenje investicija i koje raspolažu fizičkim prostorom i resursima za smještaj poduzetnika na komercijalnoj osnovi.
Znanstveno-tehnološki parkovi	Cilj im je promidžba znanstvenih rezultata poticanjem suradnje znanstvenika i gospodarstvenika.
Centri kompetencije	Specijalizirani poslovni subjekti koji provode razvojna i primijenjena istraživanja, usmjereni su na njihovu promidžbu te na jačanje intelektualnog vlasništva unutar specifičnih tematskih područja i grana kompetencije.

Izvor: Morić Milovanović, B. & Tutić, Ž. (2021). Poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke institucije... HKJU-CCPA, 21(4), 729–757.

U tablici 4 prikazan je broj i vrste poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj.

**Tablica 4.** Vrste poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj

<b>VRSTE PODUZETNIČKE POTPORNE INSTITUCIJE</b>	<b>UKUPNO U REPUBLICI HRVATSKOJ</b>
Razvojna agencija	52
Poduzetnički centri	31
Poslovni inkubatori	34
Poduzetnički akceleratori	3
Znanstveno-tehnološki parkovi	3
Centar kompetencije	4
<b>UKUPNO</b>	<b>127</b>

Izvor: Štavlić, K. (2018), Mikro poduzetništvo, na temelju podataka Središnjeg državnog portala (2016).

Prema podacima u tablici, poduzetnička infrastruktura u Hrvatskoj sastoji se od 127 potpornih institucija.



Temeljni kriteriji, to jest procedura izbora kriterija poduzetnika za poduzetnički inkubator su (Ivanković, 2017):

- sposobnost osiguranja rasta poduzeća
- sposobnost generiranja novih radnih mjesta
- sposobnost redovnog plaćanja obveza
- postojanje dugoročnog poslovnog plana, tržišnih analiza.

Prednosti koje poduzetnik postigne ako djeluje u poduzetničkom inkubatoru su (*Ibidem*):

- ugled kod poslovnih partnera – smatra se da poduzeća koja djeluju u poduzetničkom inkubatoru sposobnija su ispunjavati svoje obveze prema kupcima i dobavljačima;
- skraćivanje razdoblja osposobljavanja poduzeća za lansiranje novog proizvoda ili usluge na tržište;
- brže rješavanje pojedinih problema;
- pristup poslovnim informacijama, izgradnja poslovnih veza te razmjena iskustava.

#### **4.1.2. Poduzetnički centri**

Poduzetnički centri, nezamjenjiv čimbenik edukacije, su u funkciji stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima kao i u funkciji promocije poduzetništva kao pokretač razvoja gospodarstva. Razvijaju se u svim županijama, različitim gradovima i općinama ovisno o broju poduzetnika na tom području kojima su takve usluge potrebne i čiji broj opravdava uspostavu takvih oblika pomoći. Temeljna zadaća poduzetničkog centra je poduzetnicima pružati informacije: o mogućnostima ulaska u poduzetništvo, o poticajnim mjerama (koje se mogu koristiti prilikom osnivanja poduzetničkog pothvata), o osiguravanju pomoći kod izrade poslovnog plana, o savjetovanju poduzetnika o uspješnom i sigurnom vođenju poduzetničkih aktivnosti te upućivanje na suradnju i koordinaciju poslova sa stručnim organizacijama i lokalnom samoupravom (Ivanković, 2017).

#### **4.1.3. Poduzetničke zone**

Poduzetničke zone su infrastrukturno opremljena područja definirana prostornim planovima. Namijenjena su obavljanju gospodarskih aktivnosti u različitim vrstama poduzetničkih pothvata. Osnovna karakteristika je zajedničko korištenje infrastrukturno opremljenog i organiziranog prostora od strane poduzetnika kojima poslovanje unutar poduzetničke zone omogućuje racionalizaciju poslovanja i korištenje raspoloživih resursa poduzetničke zone s ostalim korisnicima. Poduzetničke zone većinom se osnivaju u blizini proizvodno gospodarski

jakih centara jer je temelj inicijative u poduzetničkim zonama upravo na proizvodnim kapacitetima. Uz poduzetničku zonu uvijek mora ići i poduzetnički centar radi edukacije i pružanja potrebnih financijskih savjeta poduzetniku te pružanje savjeta, načina poslovanja i izrade poslovno proizvodnog plana sve do njegove tržišne realizacije. Osnivanje poduzetničkih zona potiče sama država, odnosno organi lokalne uprave, a to čine ustupanjem zemljišta ili nekretnina u njihovom vlasništvu (najčešće je davanje poduzetnicima najam bez naknade) (Ivanković, 2017).

#### **4.1.4. Programi Vlade i lokalne uprave**

Sve razvijene zemlje kroz program vlade razvijaju efikasne i konkretne programe kao pomoć novim i rastućim poduzećima na svim razinama (nacionalnim, regionalnim i lokalnim). Vlada se javlja kao temeljan čimbenik u formiranju poduzetničkih uvjeta poslovanja nastojeći poticajno graditi poduzetnički interes kroz afirmaciju poduzetničkih inicijativa – stupanj angažiranja u području poreza i regulative.

Temeljni elementi preko kojih vlade mogu direktno poticati poduzetništvo su (Ivanković, 2017):

- porezna politika
- institucionalizacija poduzetničke orijentacije samih vlada
- uređena pravna regulativa.

#### **4.2. Izvori financiranja start-upova**

Prikupljanje novčanih sredstava za pokretanje poduzetničkog poslovanja jedan je od najvećih izazova svakog poduzetnika uz stalne promjene na tržištu koje to samo otežavaju. Problem financiranja najviše imaju poduzetnici čiji je pothvat „manje privlačan“, to jest oni koji se nalaze na početku poduzetničke pustolovine. Banke teško odlučuju financiranje novonastalih poduzetničkih ideja jer najčešće poduzetnici ne mogu osigurati odgovarajuće kontrole. No, postoje i fondovi rizičnog kapitala koji također nisu baš zainteresirani za takva ulaganja jer se za njih često radi o vrlo malenim iznosima. Zbog navedenih situacija poduzetnici moraju primarna financijska sredstva potražiti negdje drugdje, zbog čega se često koriste različitim izvorima financiranja (Škrtić & Mikić, 2011).

Kod odabira izvora financiranja poduzetnici trebaju usmjeriti pozornost na sljedeće faktore (Stokes & Wilson, 2006):

- pravni oblik poslovanja (trgovci pojedinci su u nemogućnosti dobiti pristup vlasničkom kapitalu jer ne postoji mogućnost prodaje udjela poduzeću);
- faza životnog ciklusa poduzeća;
- priroda sredstva za koje je potrebno financiranje (stalna, obrtna, imovna sredstva, izvoz) – u slučaju stalnih financijskih sredstava većinom se obavlja vlasničkom glavnicom, a izvor financiranja najčešće se nalazi u udjelu poduzetnika u poduzeću ili osobnim kreditima ili njihovim partnerima.

Navedeno služi za financiranje početnih troškova poslovanja ili u fazi razvoja, ekspanzije za razvoj novog proizvoda.

U Hrvatskoj poduzeća se najčešće koriste unutarnjim izvorima financiranja. Takvi oblik financiranja osobito je izražen u malim i velikim poduzećima. Od vanjskih izvora financiranja najviše se ističu bankarski krediti i lizing koji je najzastupljeniji u srednjim poduzećima (tablica 5).

**Tablica 5.** Struktura financiranja poduzeća u Republici Hrvatskoj, 2008. godina

	Mala poduzeća	Srednja poduzeća	Velika poduzeća
a) unutarnji izvori	58	45	59
b) vanjski izvori	42	55	41
1.bankarski izvori	24	33	28
2.nebankarski izvori	18	22	13
lizing	5	11	4
kredit dobavljača	2	1	4
neformalni izvori	2	0	0
ostali izvori	9	10	5

Izvor: Škrtić, Mikić (2011), Poduzetništvo, prema Cvitanović, V., Marović, M., Struk, B.:  
Financiranje malih i srednjih poduzeća.

#### 4.2.1. Vlastita sredstva i neformalni investitori

Svi poduzetnici bi najradije investirali samo iz tuđih kapitala, kako bi smanjili svoj rizik, no investitori zahtijevaju ulaganja kapitala od strane poduzetnika. Time im dokazuju da vjeruju u svoj poduzetnički pothvat. Poduzetnici pri pokretanju pothvata najprije moraju zaviriti u svoj

džep. Vlastita sredstva poduzetnici najčešće pronalaze u ušteđevini koju su stekli tijekom radnih godina. Istraživanja pokazuju da se većina poduzetnika u Hrvatskoj na poduzetništvo odlučuju iz nužde. Znatan izvor vlastitog financiranja čine i otpremnine koje mogu biti poprilično visokog iznosa. Vlastito financiranje čine i osobna zaduživanja koja se najčešće očituju zaduživanjem putem minusa na tekućem računu ili kreditiranjem od strane kartičnih kuća. Kad poduzetnici iscrpe vlastite izvore, okreću se svojim neformalnim investitorima kao što su prijatelji i obitelj. Članovi obitelji i prijatelji često su strpljivi i ne miješaju se u poslovanje poduzetnika te najčešće ne sklapaju formalni ugovor. Time poduzetnik za posuđena sredstva ne plaća nikakve kamate. Informacije o povratu sredstava te koristi također su neformalne. Rok povrata je fleksibilan te se prilagođava mogućnostima poduzetnika, a sama odluka posuđivanja je na osobi koja posuđuje te koliko vjeruje u poduzetnikov uspjeh. U takvom odnosu može doći do sukoba između poduzetnika i prijatelja ili obitelji. Glavni uzrok tih sukoba su nerealna očekivanja ili pogrešno shvaćanje rizika od strane onih koji su uložili u poduzetnički projekt. Da bi poduzetnik to izbjegao potrebno je iskreno i realno prezentirati prilike, mogućnosti, prijetnje i slabosti projekta kao i mogućnost rizika investiranja. Postoji i poseban oblik „neformalnih investitora“ kao mreže internog kapitala. Njih čine grupe ljudi koje su često isključene iz šireg ekonomskog sustava, kao na primjer Afrikanci u Francuskoj, janjevački Hrvati u Hrvatskoj i drugi. Karakteristike navedene vrste financiranja su ohrabrivanje investicija unutar grupe, formiranjem internih mreža kapitala koje preusmjeravaju novčana sredstva u nove poduzetničke pothvate unutar zajednice (Škrtić & Mikić, 2011).

#### **4.2.2. Financiranje zaduživanjem**

U financiranje zaduživanjem spadaju bankarski krediti i ostali oblici financiranja (trgovački krediti, faktoring i lizing).

##### **a) bankarski krediti**

Najčešći oblik financiranja je podizanje kredita u banci. Financiranje može biti dugoročno i kratkoročno, a obilježava ga davanje kolaterala koje služe bankama kao osiguranje naplate potraživanja od poduzetnika. Zbog navedenog razloga taj oblik je iznimno težak za poduzeća koja se nalaze na početku životnog ciklusa jer banke žele dokaz o uspješnom poslovanju. Kratkoročni krediti (do godinu dana) najčešće se rabe za obrtni kapital, a isplaćuju se ostvarenim prihodom poduzeća. Dugoročni krediti (više od jedne godine) rabe se za kupnju imovine ili strojeva, za pokretanje poslovanja i drugo, a često predmet kupnje služi i kao kolateral za kredit. Neke od prednosti bankarskih kredita su da nema ustupanja vlasništva i niske kamatne stope, dok s duge strane nedostaci bankarskog kredita su mjesečno plaćanje

kamata, visoki krediti koji mogu ugroziti rast i razvoj poduzeća te problemi u novčanom toku radi redovitog vraćanja duga (Škrtić & Mikić, 2011).

b) ostali oblici financiranja zaduživanjem

U ostale oblike financiranja zaduživanjem prema Škrtić i Mikić (2011) spadaju trgovački krediti, faktoring i lizing.

Trgovački kredit (kredit proizvođača kupcu) je kreditiranje poduzetnika od strane dobavljača. Kredit se realizira putem odobravanja prema ugovoru o isporuci robe uz odgođeno plaćanje, najčešće od 30 do 90 dana. Uz navedeni kredit se često ne veže plaćanje kamata te zbog toga poduzetnici često koriste taj oblik kredita (*Ibidem*).

Factoring (eng. Factoring) je oblik kratkoročnog financiranja na temelju prodaje kratkoročne, po pravilu neosigurane aktive poduzeća specijaliziranoj financijskoj organizaciji koja se naziva faktor. Korištenjem faktoringa poduzetnik može povećati svoju likvidnost te smanjiti gubitke (*Ibidem*).

Lizing (eng. Leasing) je oblik financiranja koji se zasniva na ideji da je objekt lizinga bolje koristi nego kupiti. Često se koristi za opremu ili nekretninu koju korisnik treba na korištenje na neko vrijeme. Razlikujemo dvije vrste lizinga: operativni i financijski. Financijski lizing označava ugovaranje osnovnog razdoblja trajanja lizinga u kojem ga ugovorene strane ne mogu otkazati, korisnik lizinga tijekom trajanja ugovora davatelju lizinga isplaćuje punu vrijednost predmeta lizinga. Operativni lizing s druge strane označava kratkoročni ugovor koji se može raskinuti u bilo kojem trenutku, traje kraće od ekonomskog vijeka predmeta, lizing-naknada je manja od vrijednosti predmeta lizinga. Nakon isteka lizinga poduzetnik može ako je ugovorom zaključeno otkupiti predmet lizinga (*Ibidem*).

#### **4.2.3. Financiranje vlasničke glavnice**

U svim oblicima financiranja vlasničke glavnice zajedničko je da investitori od poduzetnika traže vlasnički udio u poduzeću za dana sredstva. U financiranje vlasničke glavnice spadaju fondovi rizičnog kapitala, poslovni anđeli i javno financiranje (Škrtić & Mikić, 2011).

a) fondovi rizičnog kapitala

Oblik financiranja vlasničke glavnice, označava fondove nekog društva koje upravlja znatnim kapitalom namijenjenim prvenstveno srednjoročnom i dugoročnom investiranju u poduzeća koja ne kotiraju na burzi te imaju visoki potencijal rasta. Navedeni fondovi prikupljaju sredstva privlačeći kvalificirane ulagače, kao što su bogati ulagači i/ili institucionalni ulagači poput mirovinskih fondova, osiguravajućih društva, Europske banke za obnovu i razvoj i drugi, ali s obavezom vraćanja uloženi sredstva uvećanih za određenu stopu

povrata. Fondovi rizičnog kapitala najčešće ulažu u poduzeća koja se bave visokotehničkim djelatnostima, poduzeća koja imaju potencijal brzog rasta kao što su start-upovi (*Ibidem*).

b) poslovni anđeli

Poslovni anđeli su pojedinci ili grupe koji nude kapital za financiranje novih poduzetničkih projekata (start-upovi). Isto tako najviše financiraju inovativna poduzeća koja imaju visoki potencijal. Najveću važnost imaju za razvoj malih i srednjih poduzeća. Poslovni anđeli imaju iskustva u poslovanju, stvorili su kontakte tijekom svog rada s uspješnim poduzetnicima, bankarima, osiguravajućim društvima i drugima te se tom mrežom kontakata koriste kako bi pomogli tim poduzećima u razvoju i postizanju pozitivnih financijskih rezultata (*Ibidem*).

Razlika između poslovnih anđela i fondova rizičnog kapitala jest da poslovni anđeli ulažu u mala poduzeća i to u početnoj fazi poduzetničkog pothvata. Osnovne razlike navedene su u tablici 6.

**Tablica 6.** Osnovne razlike između poslovnih anđela i fondova rizičnog kapitala

Karakteristika	Poslovni anđeli	Rizični kapital
osoba	poduzetnici	investitori
poduzeća	mala u početnoj fazi	velika, zrela faza
uloženi trud	minimalan	ekstenzivan
lokacija investicije	važna	nije važan
ugovor	jednostavan	opsežan
nadgledavanje investicije	aktivno	strateško
izlaz	nije važno	vrlo važno
stopa povrata	nije važno	vrlo važno

Izvor: Škrtić, Mikić (2011): Poduzetništvo, prema Kuratko, D., Hodgetts, R.:

Entrepreneurship: Theory, Process, Practice.

c) Javno financiranje

Poduzetnici se mogu odlučiti i na prikupljanje kapitala putem javne prodaje dionica na tržištu kapitala, odnosno na javno financiranje. Izlazak na burzu poduzetniku daje mnoge prednosti kao što su: mogućnosti prikupljanja velike količine kapitala, poboljšanje korporativnog imidža, olakšani pristup budućim izvorima financiranja te privlačenje i zadržavanje ključnih zaposlenika. Neke od negativnih posljedica izlaska na burzu su: dijeljenje vlasništva nad

poduzećem, mogući gubitak kontrole, gubitak privatnosti, troškovi javnog financiranja, dioničari s kojima se dijeli rizik te pritisak ostvarivanja kratkoročnih rezultata. Sagledavanje navedenih prednosti i nedostataka javnog financiranja može se zaključiti da izlazak na burzu poduzetniku omogućava prikupljanje velike količine kapitala, no ne bez posljedica (*Ibidem*).

#### 4.2.4. Državni programi financiranja

Državni programi financiranja obuhvaćaju: davanje nepovratnih sredstva, subvencioniranje kamata na kredite, davanje jamstva i drugo. Cilj je poticanje zapošljavanja, povećanja broja inovacija, povećanje efikasnosti i unaprjeđenje konkurencije (Škrtić & Mikić, 2011). U tablici 7 navedene su vrste državnih potpora u Europskoj uniji po duljini trajanja potpore.

**Tablica 7.** Vrste državnih potpora u Europskoj uniji

Vrsta potpore	<od 5 godina	5-10 godina	>10 godina
kreditni garancijskih programa	12	11	8
zajednički generacijski programi	2	2	1
subvencija kamata	2	2	2
nepovratna davanja	2	1	2
ništa od navedenog	78	80	87
neodgovorno	6	6	5

Izvor: Škrtić, Mikić (2011): Poduzetništvo prema European Commission

Iz tablice možemo iščitati da većina državnih potpora u Europskoj uniji traje duže od 10 godina.

U Hrvatskoj ove su institucije zadužene za provođenje programa poticanja poduzetništva (Škrtić & Mikić, 2011):

- Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (MINGORP)
- Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR)
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG)
- Poslovni-financijski centar Hrvatske (BICRO).

Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (MINGORP) svake godine izdaje Operativni plan poticanja malog i srednjeg poduzetništva. Ciljevi plana su jačanje konkurentnosti malog gospodarstva, smanjenje administrativnih prepreka, ravnomjeran regionalan razvoj, jačanje poduzetničke klime u društvu, poboljšanje kvalitete poduzetničke

infrastrukture te internalizacija i elektroničko poslovanje. Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR) zadužena je za realizaciju navedenih projekata, ujedno je i razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske osnovana s ciljem poticanja razvoja hrvatskog gospodarstva kako bi se potaknuo razvoj i realizacija poduzetničkih projekata. HBOR nudi niz kreditnih programa koji se provode izravno ili putem poslovnih banaka s kojima imaju ugovore o suradnji. Hrvatske agencije za malo gospodarstvo (HAMAG) imaju zadaću olakšati pristup poduzetnika izvorima financiranja i obavljanja poduzetničke djelatnosti putem izdavanja jamstva za kredite i bespovratne potpore, razvoj poduzetničke infrastrukture i sufinanciranje konzultacija. Poslovni-financijski centar Hrvatske (BICRO) zadužen je za ostvarivanje inovacijskih projekata u sklopu organiziranja programa kojima se financiraju inovativni tehnološki projekti s ciljem podizanja konkurentnosti domaćih poduzeća i proizvoda. BICRO ne ostvaruje financijsku dobit niti stječe pravo na vlasništvo jer se razvoj projekta provodi u suradnji s domaćim i međunarodnim priznatim stručnjacima iz područja tehnologije (*Ibidem*).



## 5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE PODUZETNIČKIH NAMJERA I ZNANJA STUDENATA O START-UPOVIMA

Predmet istraživanja u ovome radu je utvrđivanje koliko su ispitanici (studenti) upoznati sa pojmom start-up, njegovim djelovanjem i utjecajem na gospodarstvo Republike Hrvatske te žele se i oni sami okušati u start-up poduzetništvu.

Cilj istraživanja je bio identificirati koliko ispitanika zna što je start-up kao jedan od pokretača gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Kroz istraživanje ispitivalo se znanje o start-upovima, utjecaju start-upova na makroekonomiju Republike Hrvatske. Također, utvrđivalo se znanje o njihovom nastajanju i razvoju, koje su njihove mogućnosti kod pokretanja poslovanja te na kraju koliko ispitanika bi se usudilo na put poduzetništva.

U sljedećim poglavljima prikazana je metodologija istraživanja te prikaz i interpretacija rezultata istraživanja.

Analizom relevantne literature iz područja start-up poduzetništva pristupilo se izradi primarnog, jednokratnog, opisnog istraživanja metodom ispitivanja kako bi se pojasnio istraživački fenomen, u ovom slučaju istraživanje poduzetničkih namjera i znanja studenata o start-upovima.

Istraživanje je provedeno metodom ispitivanja pomoću online anketnog upitnika (*Google obrasci*) kao instrumenta istraživanja. Online anketni upitnik je korišten zbog jednostavnosti korištenja, anonimnosti i brzine te besplatnog korištenja. Anketni upitnik korišten je kao instrument ispitivanja, a sastavljen je na temelju prethodno postavljenih ciljeva.

Cilj istraživanja je identificirati koliko ispitanika zna što je start-up kao jedan od pokretača gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Na temelju prikupljenih podataka provedeno je istraživanje stavova studenata, njihovo znanje o start-upovima i utjecaju start-upova na makroekonomiju Republike Hrvatske. Također utvrdilo se znanje o financiranju i razvoju start-upa, koje su njihove mogućnosti kod pokretanja poslovanja te na kraju koliko ispitanika bi se usudilo na put poduzetništva. Anketni upitnik se sastoji od šest odjeljaka. U prvom odjeljku pitanja se odnose na godine ispitanika te od kuda dolaze. U drugom odjeljku razina obrazovanja ispitanika i godina studija te razina obrazovanja majke i oca. Nadalje, u trećem odjeljku pitanja se odnose na kolegij poduzetništva. U četvrtom odjeljku ispitanici su ocijenili svoje znanja o svojoj poslovnoj budućnosti, smatraju li da imaju dovoljno znanja da bi pokrenuli poduzeće te da bi vodili uspješan posao. U petom odjeljku ispitalo se jesu li su se ispitanici već susreli s pojmom start-up te znaju li što znači, jesu li upoznati s financiranjima i njihovim mogućnostima i preprekama.

U posljednjem odjeljku ispitanici su ocijenili hoće li jednoga dana pokrenuti svoj start-up te smatraju li da će ga uspješno voditi.

Istraživanje je provedeno na namjernom prigodnom uzorku, osnovni skup (populacija) su studenti. Odabirom određene populacije uzorak postaje mjerni online uzorak. Navedeni uzorak odabran je radi interesa stavova studenata o navedenoj temi.

Online anketni upitnik ispitanicima je proslijeđen putem aplikacija Messenger, WhatsApp, Instagram i Facebook. Istraživanje se provodilo u vremenskom razdoblju od 8. svibnja do 13. svibnja 2024. godine. Podaci su obrađeni korištenjem Excel softvera za obradu podataka.

U radu su postavljene i dvije istraživačke hipoteze. Za potvrđivanje ili opovrgavanje prve hipoteze koristit će se t-statistika nezavisnih uzoraka s vrednovanjem p-vrijednosti, dok će se za drugu hipotezu koristiti prosječna vrijednost binarnih da/ne odgovora.

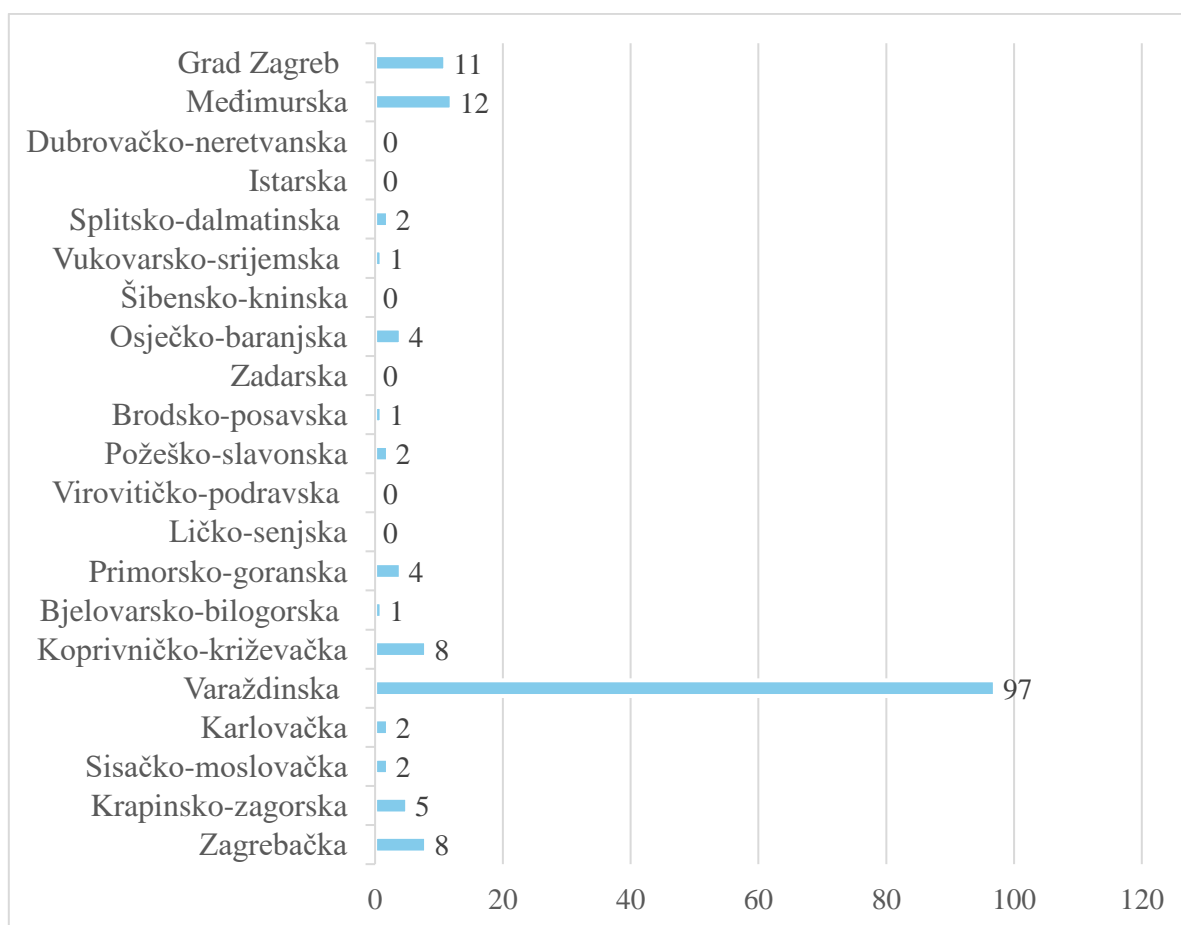
H1. Mladi koji su slušali kolegij Poduzetništvo iskazuju viši stupanj poduzetničkih namjera.

H2. Mladi su dobro upoznati sa start-up terminologijom.

## **5.1. Rezultati istraživanja**

Prvo će se pristupiti deskriptivnoj analizi obilježja uzorka. Anketni upitnik ispunilo je 160 ispitanika od čega je 77,5% ženskog i 22,5% muškog spola. Najviše ispitanika je u dobi od 19 do 22 godine (71,9%), za njima su ispitanici između 23 i 25 godina (20%), dok su u najmanjem postotku oni od 16 do 18 godina (1,3%). Ispitanici su iz raznih dijelova Republike Hrvatske, a najviše ih je iz Varaždinske županije (60,06%) zatim iz Međimurske županije (7,5%) i Grada Zagreba (6,9%) (Grafikon 1).

**Grafikon 1.** Prebivalište ispitanika

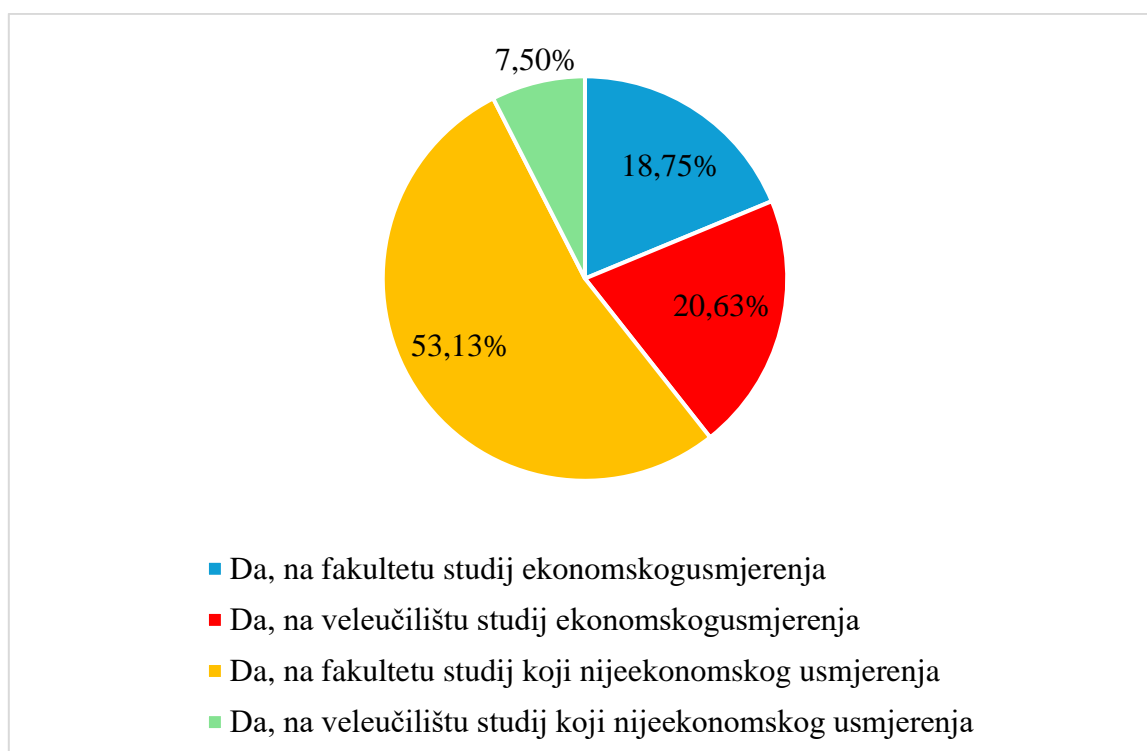


Izvor: izrada autorice

Najveći postotak ispitanika je na razinu obrazovanje svoje majke odgovorio srednja škola (66,9%), zatim visoka ili viša škola (18,8%), magisterij, doktorat (7,5%) i najmanje osnovna škola (6,9%). Na razinu obrazovanja svog oca ispitanici su najviše odgovorili sa srednja škola (67,5%), zatim osnovna škola (14,4%), visoka ili više škola (13,1%) i najmanje magisteriji ili doktorat (5%). S time ispitanici su odgovorili da 68,8% njih ima poduzetnika u obitelji, dok 31,3% njih je odgovorilo da nemaju.

Nadalje, postotak ispitanika studira na fakultetu koji nije ekonomskog usmjerenja, njih 53,1%, zatim 20,6% njih koji studiraju na veleučilištu ekonomskog usmjerenja, a najmanje ispitanika na veleučilištu koji nije ekonomskog usmjerenja, njih 7,5% (Grafikon 2). Najviše ispitanika je treća godina preddiplomskog studija (47,5%), zatim druga godina preddiplomskog studija (23,8%) i prva godina preddiplomskog studija (11,3%) te prva godina diplomskog studija (10%).

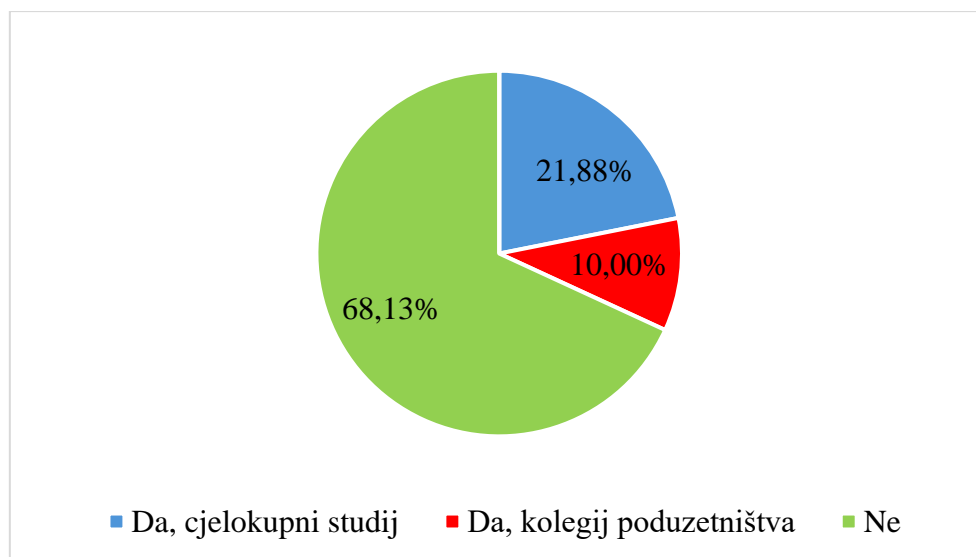
**Grafikon 2.** Prikaz studija ispitanika



Izvor: izrada autorice

Nadalje, od 160 ispitanika njih 41,3% nikad nije slušalo kolegij Poduzetništvo jer studij nije ekonomskog usmjerenja, 35,6% njih je slušalo kolegij Poduzetništvo na svojem studiju te njih 15% je slušalo, ali studij koji pohađaju nije ekonomskog usmjerenja. Također, 68,1% ispitanika je odgovorilo da ih studiranje ne motivira da se okušaju u poduzetničkim vodama te njih 21,9% odgovorilo je da ih cjelokupni studij motivira (Grafikon 3).

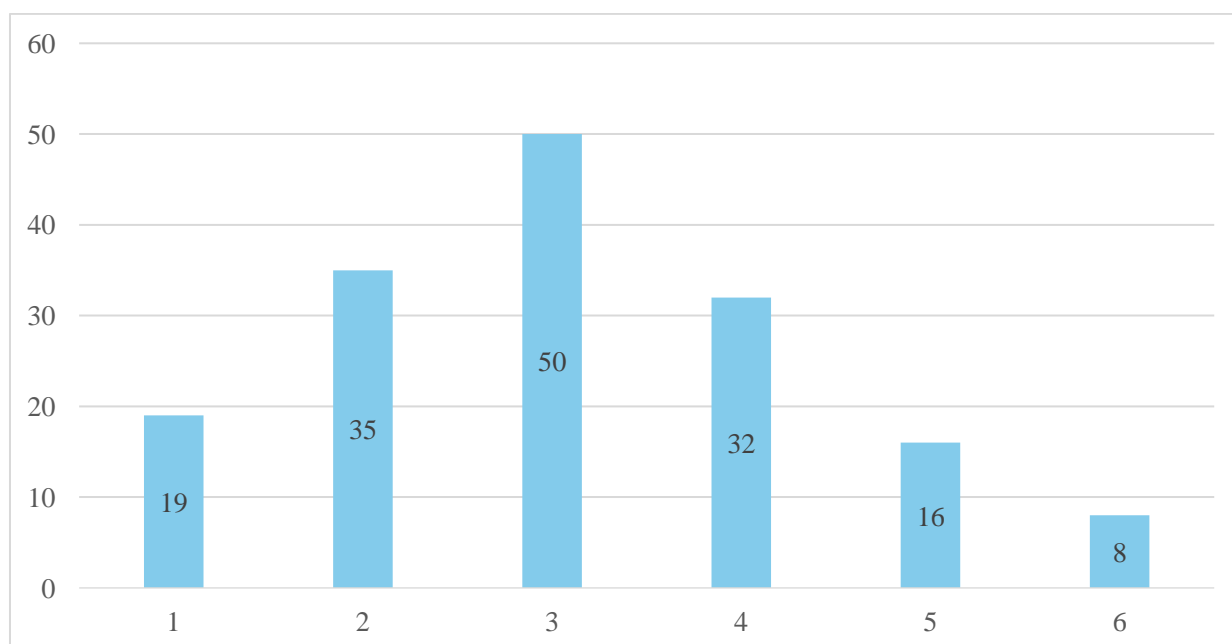
**Grafikon 3.** Prikaz koliko je studenata motivirano studiranjem da bi se okušali u poduzetničkim vodama



Izvor: izrada autorice

Slijedeći grafikon (Grafikon 4) prikazuje kako su studenti ocijenili svoje znanja da pokrenu svoje poduzeće, od broja jedan do broja šest, jedan označava da uopće ne smatraju da posjeduju znanje, dok šest označava da u potpunosti posjeduju znanje.

**Grafikon 4.** Ocjene ispitanika o osobnom znanju u vezi pokretanje poduzeća

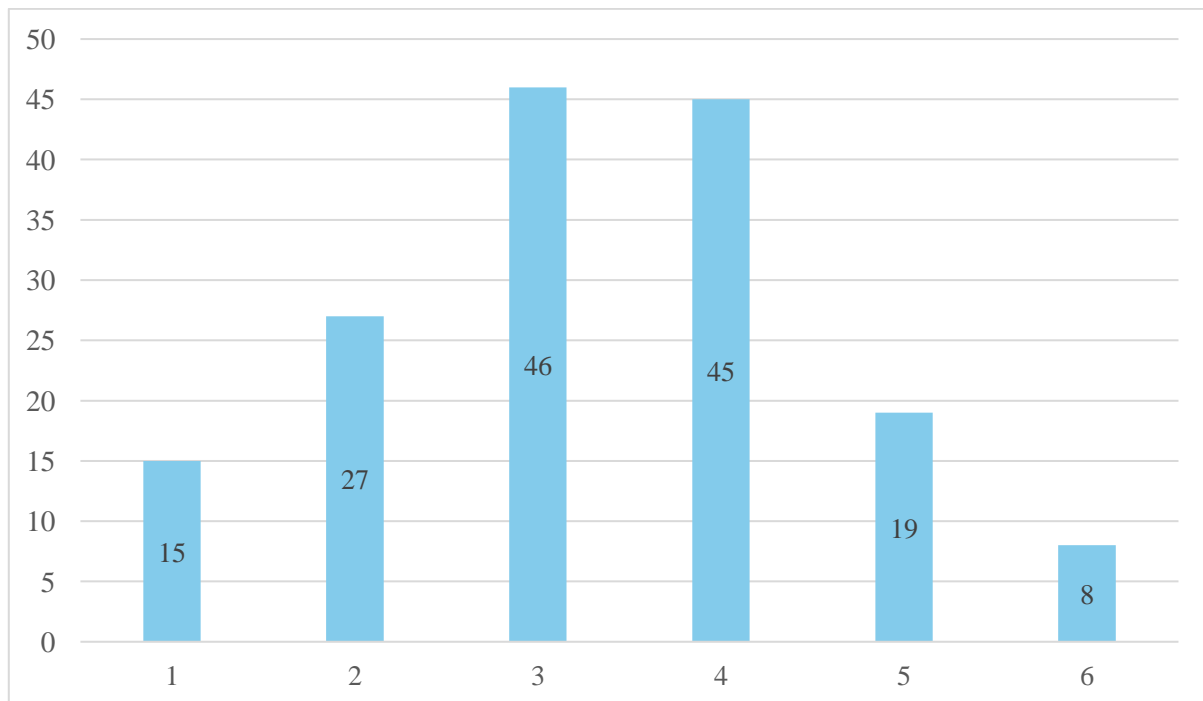


Izvor: izrada autorice

Iz grafikona možemo iščitati da njih 5% smatra da ima znanje za pokretanje poduzeća, dok njih 11,9% smatra da ga uopće nema. Većina ispitanika, 31,3%, ocijenilo je svoje znanje s ocjenom tri. Iz ovog pitanja vidimo da većina studenta smatra da ne posjeduje dovoljno znanja za pokretanje vlastitog poduzeća.

Također, ispitanici su svoje znanje o potrebama potrošača i poznavanju tržištu da stvore uspješan posao ocijenili s ocjenom tri i četiri (Grafikon 5), što je više nego osobno znanje u vezi pokretanja poduzeća, čije su ocjene većinski bile dva i tri.

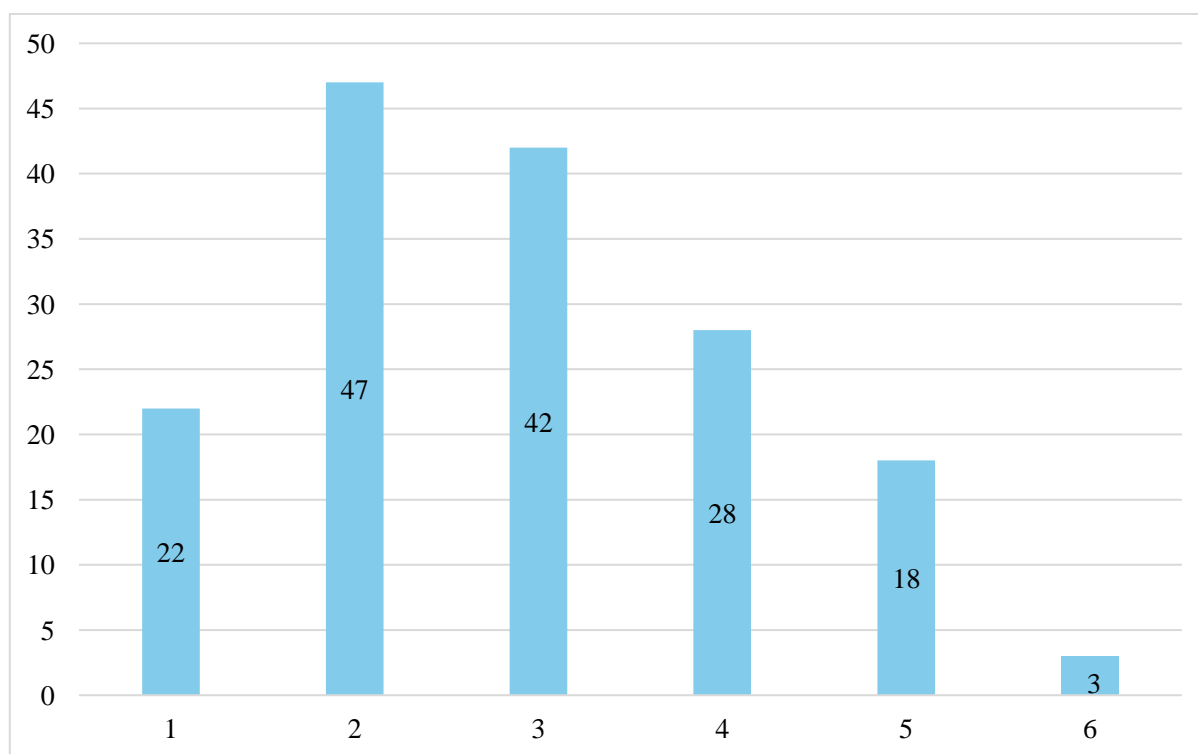
**Grafikon 5.** Ocjene ispitanika o osobnom znanju o potrebama potrošača i poznavanje tržišta da stvore uspješan posao



Izvor: izrada autorice

Na sljedećem grafikonu, grafikonu broj 6, ispitanici su svoje znanje da mogu financirati svoj budući posao ocijenili većinski s ocjenom dva i tri. Samo njih 1,9% smatra da ima dovoljno znanja da mogu financirati budući posao, dok 13,8% njih smatra da nema dovoljno znanja da bi financiralo budući posao.

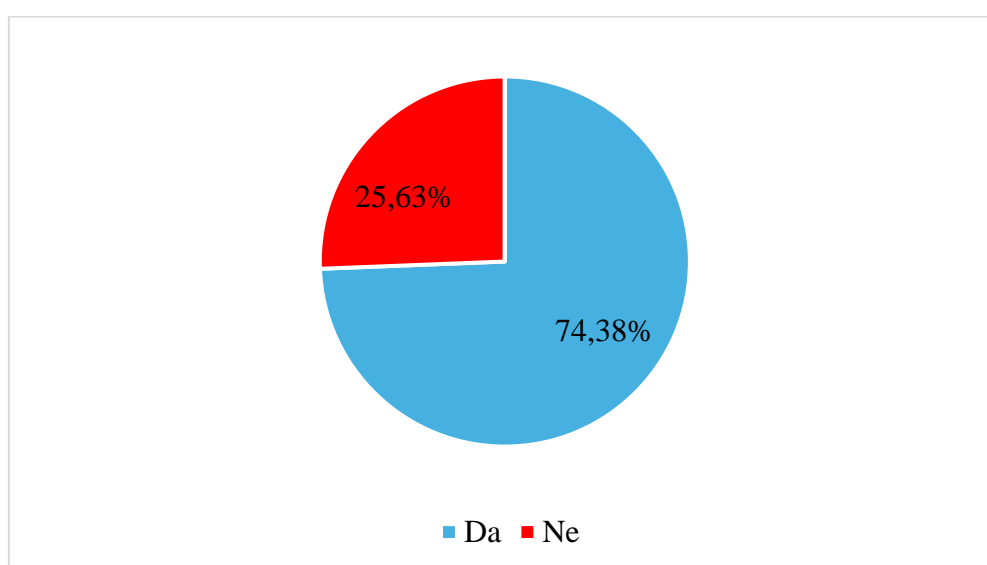
**Grafikon 6.** Ocjene ispitanika o osobnim mogućnosti financiranja budućeg posla



Izvor: izrada autorice

Ispitanici koji su anketirani, njih 74,4% već se susrelo s pojmom start-up i znaju što znači, dok 25,6% njih nije upoznato s pojmom (Grafikon 7).

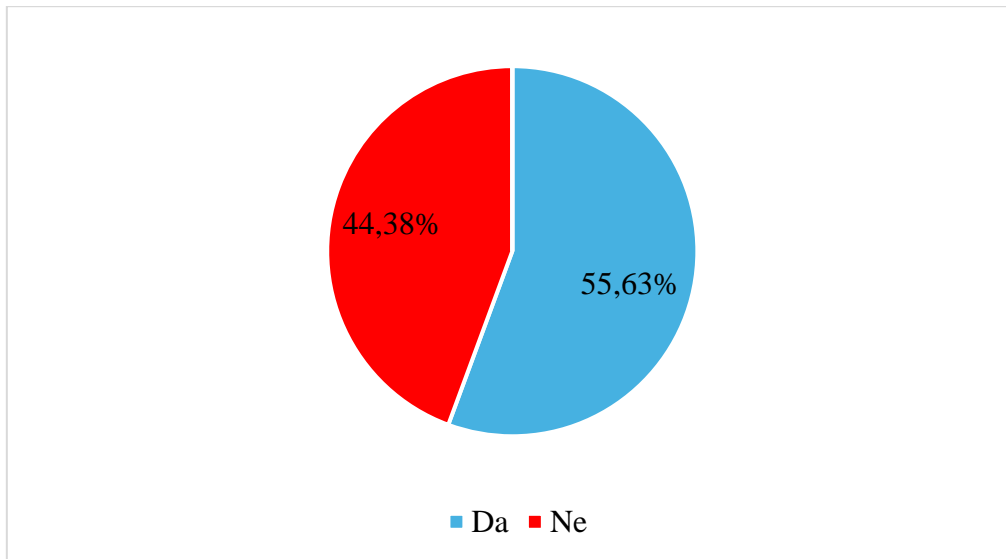
**Grafikon 7.** Prikaz koliko ispitanika je upoznato s pojmom start-up



Izvor: izrada autorice

Nadalje, pola ispitanika smatra da je upoznato s izvorima financiranja start-upova kao što su fondovi rizičnog kapitala i poslovni anđeli, dok druga polovica smatra da nisu upoznati s time. Također, 55,6% njih zna čemu služe poduzetnički centri i poduzetnički inkubatori, dok njih 44,4% ne zna (Grafikon 8).

**Grafikon 8.** Prikaz koliko ispitanika zna čemu služe poduzetnički centri i poduzetnički inkubatori

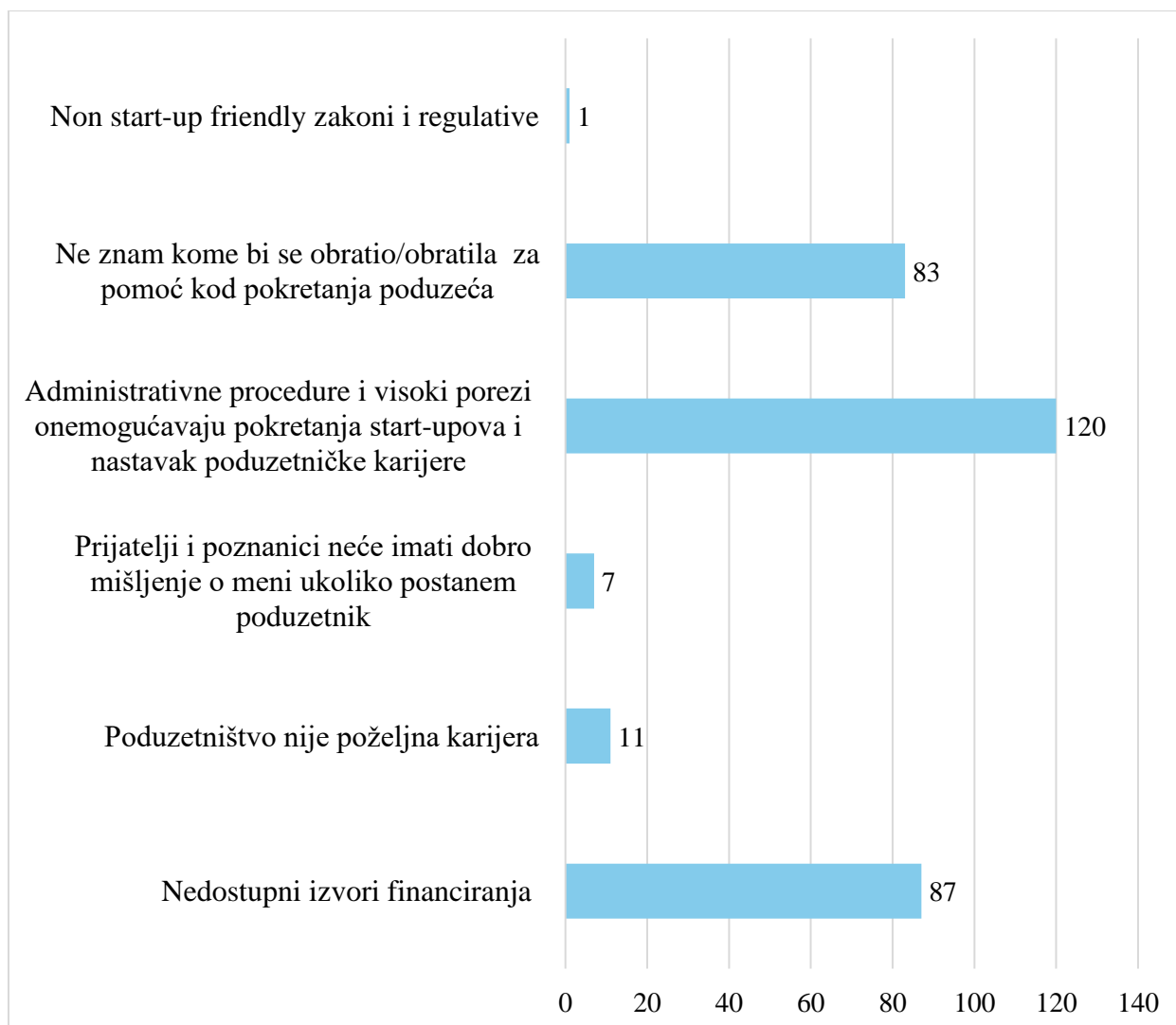


Izvor: izrada autorice

Najveći postotak ispitanika, njih 75% smatra da su najveće prepreke u Republici Hrvatskoj kod pokretanja start-upa i poduzeća, administrativne procedure i visoki porezi koji onemogućavaju pokretanje start-upova i nastavak poduzetničke karijere te 54,4% njih smatra da su najveće prepreke nedostupni izvori financiranja (Grafikon 9).



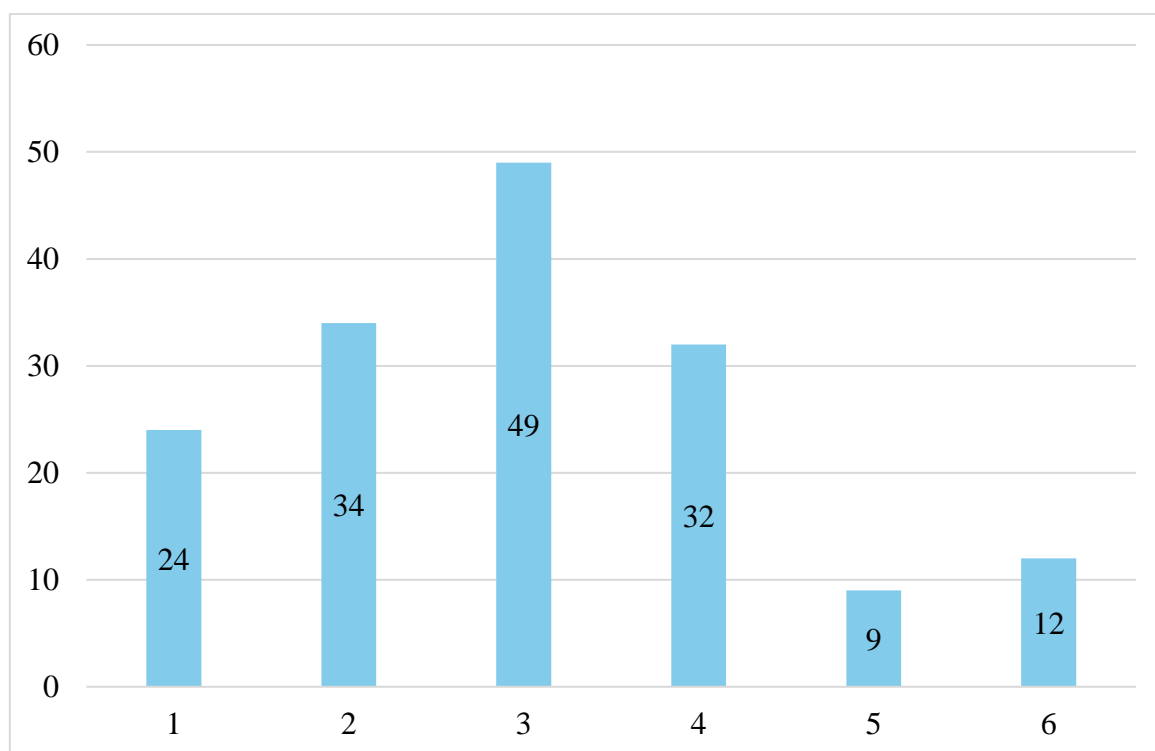
**Grafikon 9.** Stavovi ispitanika o najvećim preprekama u Republici Hrvatskoj kod pokretanja start-upa ili poduzeća



Izvor: izrada autorice

Na sljedećem grafikonu, grafikonu broj 10, ispitanici su ocijenili od broja jedan do broja šest koliko su sigurni da će jednog dana pokrenuti svoj start-up. Broj jedan označava da sigurno neće pokrenuti svoj start-up, dok broj šest označava da će sigurno pokrenuti svoj start-up. Iz grafa možemo iščitati kako je većina ispitanika, njih 30,6% označilo svoju sigurnost s brojem tri, 15% njih je označilo da sigurno jednog dana neće pokrenuti svoj start-up, dok je njih 7,5% označilo da sigurno hoće.

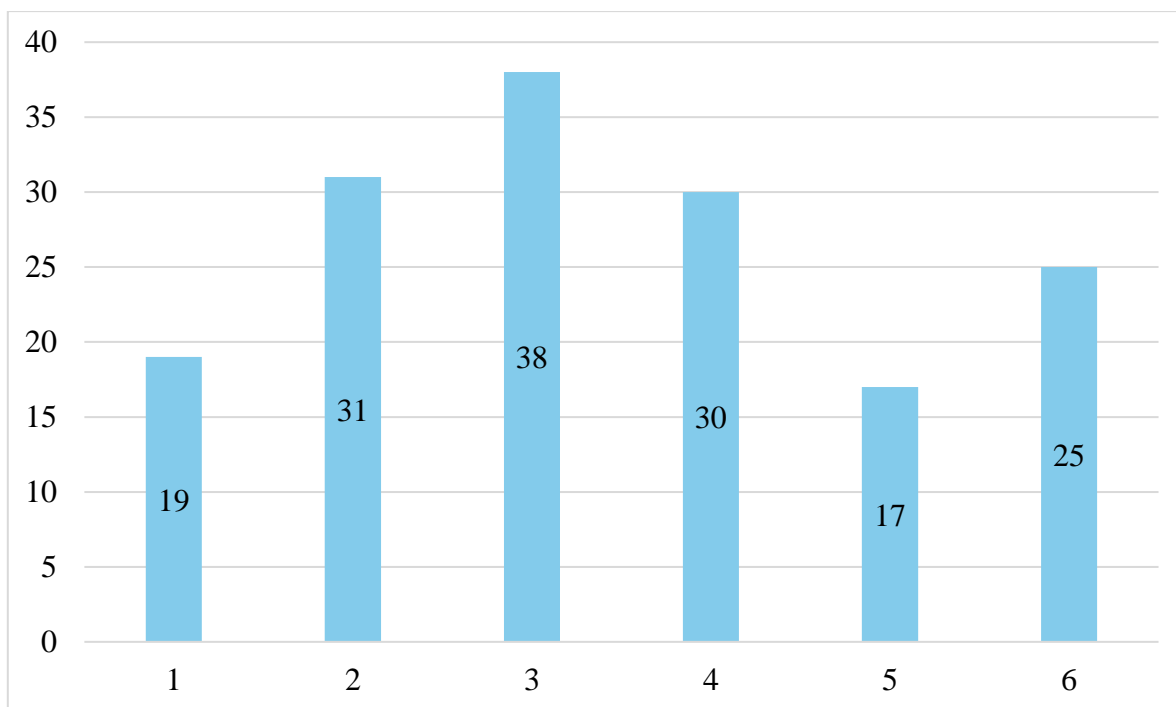
**Grafikon 10.** Prikaz broja ispitanika koji smatraju da će jednog dana pokrenuti svoj start-up



Izvor: izrada autorice

Nadalje, u grafikonu broj 11, možemo vidjeti da su ispitanici ocijenili od broja jedan do broja šest koliko su sigurni da će jednog dana voditi svoje uspješno poduzeće te da im je to cilj. Broj jedan označava da sigurno neće voditi uspješno poduzeće i da im to nije cilj, dok broj šest označava da će sigurno uspješno voditi uspješno poduzeće te da im je to cilj. Iz grafikona možemo vidjeti da je njih 15,6% odgovorilo da će sigurno voditi uspješno poduzeće te da im je to cilj, dok je njih 11,9% odgovorilo da sigurno neće te da im to nije cilj.

**Grafikon 11.** Prikaz broja ispitanika koji smatraju da će sigurno u budućnosti voditi uspješno poduzeće te da im je to cilj



Izvor: izrada autorice

Po provedenom opisnom istraživanju pristupa se testiranju hipoteza.

Za testiranje hipoteze 1 *Mladi koji su slušali kolegij Poduzetništvo iskazuju viši stupanj poduzetničkih namjera* dobiveni su sljedeći rezultati t-testa nezavisnih uzoraka: t-statistika: 3,037 i p-vrijednost 0,0028. Kako je p-vrijednost manja od signifikantne razine od 0,05 možemo odbaciti nultu hipotezu i odabrati postavljenu hipotezu te utvrditi da pohađanjem kolegija Poduzetništvo postoji statistički signifikantan utjecaj na poduzetničke namjere pokretanja start-upa.

Za hipotezu 2 *Mladi su dobro upoznati sa start-up terminologijom*, primijenjena je srednja vrijednost odgovora da/ne upoznatosti s postavljenim pitanjem o poznavanju start-up terminologije. Za potrebe utvrđivanja srednjih vrijednosti odgovori su se kodirali s 1 za da i 0 za ne. Srednje vrijednosti su kako slijedi:

**Tablica 8.** Prikaz poznavanja pojmova start-upa

	Jeste li se već susreli sa pojmom start-up i da li znate što znači?	Da li ste upoznati sa izvorima financiranja start-upova kao što su fondovi rizičnog kapitala i poslovni anđeli?	Da li znate čemu služe poduzetnički centri i poduzetnički inkubatori?
Mean	0.744	0.500	0.556

Izvor: izrada autorice

Temeljem rezultata možemo vidjeti da su odgovori iznad 0,5 ili oko 0,5 što govori o relativno dobrom poznavanju terminologije te mogućim poduzetničkim namjerama.

## **5.2. Ograničenja istraživanja**

Provedeno istraživanje imalo je nekoliko određenih ograničenja. Istraživanje je provedeno na namjernom online uzorku metodom ispitivanja pomoću online anketnog upitnika, *Google obrasci*. Rezultati bi bili reprezentativniji kada bi se uključio veći broj ispitanika. Nadalje, u istraživanje su bili uključeni samo studenti iz Republike Hrvatske. Također ograničenje postoji i zbog toga što prevladavaju ispitanici u dobi od 19 do 22 godine te ispitanici iz Varaždinske županije, dok su oni iz drugih županija izraženi u manjem postotku. Kako bi istraživanje bilo kvalitetnije spektar ispitanika bi trebao biti raznolikiji.

## 6. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je ključni pojam za gospodarski rast i razvoj neke zemlje. Investiranje u poduzetništvo i podupiranje rasta i razvoja poduzeća pozitivno utječu na kretanje BDP-a neke zemlje. Zbog pozitivnog utjecaja poduzetništva na BDP, ali i na druge makroekonomske pokazatelje kao što je zaposlenost, interes svake zemlje je stvoriti poticajno okruženje koje će poticati rast poduzetničkih pothvata, aktivnosti te time povećavati konkurentnost na globalnom tržištu.

Najveći problem s kojim se poduzetnici susreću su financijske poteškoće, a rješenja većinom leže u izvorima financiranja i infrastrukturnim podrškama. U izvore financiranja spadaju vlastita sredstva i neformalni investitori, financiranje zaduživanjem, financiranje vlasničke glavnice i državni programi financiranja. Poduzetničku infrastrukturu uključuju poduzetnički inkubatori, centri, zone i program vlade i lokalne uprave.

Rezultati istraživanja ukazali su da pohađanje kolegija Poduzetništvo pozitivno utječe na poduzetničke namjere i da je poznavanje poduzetničke terminologije relativno dobro među mladima. Ispitanici smatraju da poznaju tržište i potrebe potrošača, no da nemaju dovoljno znanja kao i mogućnosti financiranja budućeg posla. Najveće prepreke u Republici Hrvatskoj kod pokretanja start-upa ili poduzeća po ispitanicima su administrativne procedure i visoki porezi koji onemogućavaju pokretanje start-upova i nastavak poduzetničke karijere te nedostupnost izvora financiranja i ne znanje ispitanika kome bi se obratili za pomoć kod pokretanja poduzeća. Iako je velikom broju ispitanika cilj jednom voditi svoje uspješno poduzeće, može se zaključiti da studenti nisu dovoljno upoznati s mogućnostima pokretanja i financiranja start-upa i poduzeća, znaju teorijsko značenje, no svoje znanje ne znaju pretvoriti u praksu te im trebaju dodatna osnaženja i edukacija za pokretanje vlastitih poslova.

## BIBLIOGRAFIJA

1. Bilas, V. & Franc, S., 2018. *Inovacije i razvoj*. Zagreb: Notitia d.o.o..
2. Buble, M. & Kružić, D., 2006. *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF plus.
3. Cvijanović, V., Marović, M. & Sruk, B., 2008. *Financiranje malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: BINOZA PRESS d.o.o..
4. CEPOR (2021). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: MALA I SREDNJA PODUZEĆA U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19. <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>.
5. Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Shepherd, D. A., 2011. *Poduzetništvo*. s.l.:Mate d.o.o..
6. Ivanković, D., 2017. *Poduzetništvo*. Vukovar: Veleučilište "Lavoslav Ružička" .
7. Komazec, S. & Ristić, Ž., 2011. *Makroekonomija - makroekonomske teorije i makroekonomska analiza*. Beograd: ETNOstil.
8. Kružić, D., 2007. Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, pp. 167-191.
9. Lee Tupek, K. & Čorić, G., 2018. Utjecaj poduzetničkih inkubatora na generiranje ideja i uspjeh start-up projekta u Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo* , pp. 125-152.
10. Morić Milanović, B. & Tutić, Ž., 2021. Poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke potporne institucije u Hrvatskoj. *Hrvatska i komparativna javna uprava : časopis za teoriju i praksu javne uprave*, pp. 729-757.
11. Ries, E., 2013. *Lean Startup*. s.l.:Mate d.o.o. .
12. Stokes, D. & Wilson, N., 2006. *Small Business Management & Entrepreneurship*. London: Thomas Learning.
13. Škrtić, M. & Mikić, M., 2011. *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinrgija-nakladništvo d.o.o..
14. Štavlić, K., 2018. *Mikro poduzetništvo: resursi, potencijal i uspješnost*. Požega: Veleučilište u Požegi.

15. Tkalec, Z., 2011. Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, pp. 35-43.
16. Vlada Republike Hrvatske, 2021. *Nacionalni plan oporavka i otpornosti*. [Mrežno]  
Available at:  
<https://planoporavka.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Plan%20oporavka%20i%20otpornosti%20C%20srpanj%202021..pdf?vel=13435491>
17. Zrilić, N. & Širola, D., 2013. Razvoj poduzetništva mladih – neiskorišteni potencijal Hrvatske. *Zbornik Velučilišta u Rijeci*, pp. 95-111.
18. Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture. NN 93/13, 114/13, 41/14, 57/18, 138/21.

# IZJAVA O AUTORSTVU

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

Bana Josipa Jelačića 22/a, Čakovec

## IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta 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, internetskih i drugih izvora) bez pravilnog citiranja. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom i nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, ELENA GERIĆ (ime i

prezime studenta) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog rada pod naslovom

START-UP PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ -  
MOGUĆNOSTI I PREPREKE

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Gerić

(vlastoručni potpis)



## POPIS ILUSTRACIJA

### POPIS TABLICA

Tablica 1. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine .....	10
Tablica 2. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2020. godini .....	11
Tablica 3. Vrste poduzetničkih potpornih institucija .....	14
Tablica 4. Vrste poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj.....	15
Tablica 5. Struktura financiranja poduzeća u Republici Hrvatskoj, 2008. godina.....	18
Tablica 6. Osnovne razlike između poslovnih anđela i fondova rizičnog kapitala .....	21
Tablica 7. Vrste državnih potpora u Europskoj uniji .....	22
Tablica 8. Prikaz poznavanja pojmova start-upa.....	35

### POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Prebivalište ispitanika .....	26
Grafikon 2. Prikaz studija ispitanika .....	27
Grafikon 3. Prikaz koliko je studenata motivirano studiranjem da bi se okušali u poduzetničkim vodama .....	28
Grafikon 4. Ocjene ispitanika o osobnom znanju u vezi pokretanje poduzeća.....	28
Grafikon 5. Ocjene ispitanika o osobnom znanju o potrebama potrošača i poznavanje tržišta da stvore uspješan posao .....	29
Grafikon 6. Ocjene ispitanika o osobnim mogućnosti financiranja budućeg posla.....	30
Grafikon 7. Prikaz koliko ispitanika je upoznato s pojmom start-up.....	30
Grafikon 8. Prikaz koliko ispitanika zna čemu služe poduzetnički centri i poduzetnički inkubatori .....	31
Grafikon 9. Stavovi ispitanika o najvećim preprekama u Republici Hrvatskoj kod pokretanja start-upa ili poduzeća .....	32
Grafikon 10. Prikaz broja ispitanika koji smatraju da će jednog dana pokrenuti svoj start-up	33
Grafikon 11. Prikaz broja ispitanika koji smatraju da će sigurno u budućnosti voditi uspješno poduzeće te da im je to cilj.....	34