

---

# Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj s osvrtom na obiteljsko poduzetništvo

Ana Udovičić

Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, Hrvatska

ana\_u@vus.hr

**Sažetak** - malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj predstavlja jedan od vodećih gospodarskih sektora koji pozitivno djeluje na sveukupno zapošljavanje kao i na postotak gospodarskog razvoja. Zemlje Europske Unije kao i ostale moderne zemlje svijeta prepoznale su značaj poduzetništva te prednosti koje sektor poduzetništva donosi određenoj zemlji. Rastući značaj malog i srednjeg poduzetništva u Hrvatskoj datira kroz zadnje desetljeće. Obiteljsko poduzetništvo predstavlja posebno područje malog poduzetništva u Hrvatskoj. U ovom radu prikazat će se temeljne značajke poduzetništva o Hrvatskoj, definirat će se obiteljsko poduzetništvo, kao i njegove značajke, s posebnim osvrtom na neke od važnijih značajki obiteljskog poduzetništva u Hrvatskoj.

**Ključne riječi** - obiteljsko poduzetništvo, poduzetnička ekonomija, poduzetništvo

## Uvod

Veliki broj razvijenih zemalja Europske Unije, te ostale zemlje modernog svijeta, prihatile su poduzetništvo kao vodeću snagu koja može pridonijeti prosperitetu ekonomskog sistema te pozitivno djelovati na konkurentnost pojedine zemlje. Moderni svijet je motiviran idejama te je poduzetništvo shvaćeno kao vodeća aktivnost ka inovacijama. Sektor malog i srednjeg poduzetništva pruža mogućnosti implementacije modernih rješenja vođenih primjerima uspješnih praksi. Poduzetništvo ima pozitivan utjecaj na stupanj zaposlenosti, povećava

efektivnost, kvalitetu i konkurentnost ekonomskog sistema te unaprjeđuje izvoz i prilagođava ekonomski sistem modernom svjetskom tržištu. S globalizacijskim procesom, pozicija malog i srednjeg poduzetništva postaje kompleksnija, zajedno s rastućom konkurencijom na tržištu, uz sve zahtjevnije potrebe potrošača. Hrvatska ekonomija je još uvijek u procesu tranzicije prema poduzetnički orijentiranom sistemu, no spomenuti sistem predstavlja veliki potencijal za ekonomski rast. Hrvatska ekonomija još uvijek se karakterizira po velikom stupnju nezaposlenosti, privatizacijskim problemima, manjku vladinog razumijevanja za potrebe poduzetnika, manjku inovacija i tehničkim potporama, nedovoljnim vladinim poreznim potporama, ulaganjima u istraživanje i razvoj, ulaganjima u inovacije i ostalo.

Obiteljsko poduzetništvo predstavlja značajno područje malog poduzetništva. U Hrvatskoj literaturi manjak je kvalitetnih i profesionalnih radova potpomognutih empirijskim istraživanjima o obiteljskom poduzetništvu. Obiteljsko poduzetništvo specifično je po razlozima pokretanja obiteljskog biznisa kao i po psihološkim i sociološkim obilježjima. Obiteljsko poduzetništvo stvara tradiciju te predstavlja jedan od najjednostavnijih načina samozapošljavanja s relativno malim troškovima početnog ulaganja. Uspješno obiteljsko poduzetništvo uvelike može pozitivno utjecati na gospodarski razvitak mikro-okoline unutar koje određeni biznis djeluje te na smanjenje mikroekonomskih gospodarskih problema određene države među kojima je poseban naglasak na nezaposlenosti.

### **Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj**

Hrvatska je na svome putu ka stvaranju moderne i suvremene države te efikasnih ekonomskih uvjeta relativno dugo zanemarivala potrebe malog i srednjeg poduzetništva. Mnoge moderne zemlje Europske Unije kao i ostale razvijene zemlje svijeta shvatile su i ukazale posebnost malog i srednjeg poduzetništva te je Hrvatska, vođena istim saznanjima, 2002. godine pristupila donošenju zakonske regulative za uporište malog i srednjeg poduzetništva. Jedan od značajnijih trenutaka je bio donošenje Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva kojim su se uredile osnove mjere za primjenu poticajnih gospodarskih mjera usmjerenih razvoju, restrukturiranju i tržišnom prilagođavanju malog gospodarstva te osnivanje Hrvatske agencije za malo gospodarstvo (Kersan-Škrabić & I. Banković, 2008., 59).

Malo gospodarstvo u Hrvatskoj uključuje više od 78.000 trgovačkih društava i time čini 99% registriranih poslovnih subjekata u Hrvatskoj. Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj polako postaje sektor koji je zadužen za pokretanje i poticanje nacionalne ekonomije u cijelosti te stalno generira ubrani i povećani rast u samom broju zaposlenih kao i broju poduzetnika (Kersan-Škrabić & I. Banković, 2008., 59).

Malo i srednje poduzetništvo u današnjem ekonomskom sistemu definiraju se kao snaga koja može u najvećoj mjeri utjecati na poboljšanje određene nacionalne gospodarske strukture. Malo i srednje gospodarstvo u Hrvatskoj predstavlja jedan od mogućih generatora zapošljavanja i ekonomskog te gospodarskog razvoja. Europska unija predstavlja veliku šansu za Hrvatsko malo gospodarstvo budući da mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u ovome trenutno značajno zaostaju za ekonomskom efikasnošću malog gospodarstva Europske unije. Hrvatska mala i srednja poduzeća moraju smanjiti svoje troškove poslovanja, dodatno investirati u inovacije i razvoj novih proizvoda i usluga, pronalaziti nova atraktivna tržišta kao i kanale distribucije te povećati kvalitetu poslovanja (Škrtić & Mikić, 2006., 202).

## Broj poduzetnika

Poduzeća	2003.	%	2004.	%	2005.	%	2006.	%	2007.	%	2008.	%	2009.	%
Velika	889	1,3	962	1,4	1.074	1,5	441	0,6	475	0,6	453	0,5	436	0,5
Srednja	2.597	3,8	3.692	3,9	2.969	4,1	1.480	1,9	1.590	1,9	1.396	1,6	1.446	1,5
Mala	64.698	94,9	65.327	94,7	67.760	94,4	76.588	97,5	81.467	97,5	87.807	97,7	89.438	98,0
Ukupno	67.295	98,7	68.019	98,6	70.729	98,5	76.068	99,4	83.057	99,4	89.203	99,5	90.884	99,5
M+S poduzeća	67.295	98,7	68.019	98,6	70.729	98,5	78.068	99,4	83.057	99,4	89.203	99,5	99.884	99,5

Izvor: Službene stranice Hrvatske gospodarske komore *Odjela za industriju i tehnologiju*: Malo i srednje poduzetništvo; page 5.; available at: [http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo\\_gospodarstvo\\_10\\_web.pdf](http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo_gospodarstvo_10_web.pdf)

Tablica 1. Broj poduzetnika – u odnosu na veličinu – od 2003. do 2009.

## Broj zaposlenika

Poduzeća	2003.	%	2004.	%	2005.	%	2006.*	%	2007.	%	2008.	%	2009.	%
Velika	375.081	47,1	386.988	47,7	391.219	48,1	305.263	35,2	328.856	35,7	315.117	33,7	302.161	33,9
Srednja	158.651	6,9	156.401	6,3	159.791	6,6	172.545	20,2	171.218	19,7	170.038	18,2	164.515	18,4
Mala	262.844	33,0	268.389	33,0	262.797	32,3	388.275	44,8	410.103	44,6	448.803	48,1	422.720	47,5
Ukupno	796.896	110,0	811.776	100,0	813.762	100,0	865.883	100,0	920.173	100,0	933.958	100	889.396	100,0
M+S poduzeća	421.815	52,9	424.794	52,9	422.543	51,9	560.620	64,8	591.317	64,3	618.841	66,3	587.235	66,0

\*struktura poduzetnika u odnosu na njihovu veličinu značajno se se promijenila u 2006. u usporedbi s 2005. i prethodnim godinama zbog izmjenjene kriterija za određivanje veličine poduzetnika u novom Zakonu o računovodstvu, kojim su ti kriteriji približni onim u EU. Zbog primjene tih kriterija, broj velikih i srednje velikih poduzetnika više se nego prepolovio, a istodobno se povećao broj malih poduzetnika.  
Izvor: FINA – obrada HGK

Tablica 2. Broj zaposlenika – u odnosu na veličinu – od 2003. do 2009.

Međutim, potrebno je napomenuti specifične značajke malog i srednjeg poduzetništva u Hrvatskoj koji u konačnici rezultiraju problemima kojima se pozitivna situacija više ne čini jednako idealna. Jedan od najznačajnijih problema jest veliko raslojavanje među djelatnostima budući da su se poduzetnici vremenom koncentrirali na samo određenu vrstu djelatnosti, budući da su u istoj prepoznali potencijal za rast (trgovina na veliko i malo čini 35% od ukupnog broja poduzetnika u RH, poslovanje nekretninama 22%, prerađivačka industrija 13,2% te građevinarstvo 10,35%, što zajedno čini 80,55% ukupnog broja poduzetnika u Hrvatskoj) (<http://hgk.biznet.hr/hgk/>, navedeno u Kersan-Škrabić & I. Banković, 2008., 60).

U malom i srednjem poduzetništvu prisutno je i regionalno raslojavanje gdje izrazitu dominaciju sačinjava Grad Zagreb. U Zagrebu je koncentrirano 33% poduzetnika i njihovih tvrtki od cjelokupnog malog poduzetništva u Hrvatskoj. Prevlast Zagreba očita je i u drugim pokazateljima kao što su ostvareni prihodi, izvor, uvoz, dobit, ulaganje te broj zaposlenosti (Lozić, 2007.).

Tablica 3. Poduzetništvo u Hrvatskoj u 2009.

Opis	Broj poduzetnika	Udio u br. Poduzetnika %	Broj zaposlenika	Udio u br. zaposlenika%	Udio u profitu %
Malo poduzetništvo	89,438	98,0	422.720	47,52	41,90
Srednje poduzetništvo	1446	1,5	164,515	18,49	15,82
Veliko poduzetništvo	436	0,5	302,161	33,97	42,26
Poduzetnici- Ukupno	91,320	100,0	889,396	100,00	100,00
M+S poduzetništvo	90,884	99,5	587,235	66,01	57,72

Izvor: Službene stranice Hrvatske gospodarske komore *Odjela za industriju i tehnologiju*: Malo i srednje poduzetništvo; str. 5; dostupno na :

[http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo\\_gospodarstvo\\_10\\_web.pdf](http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo_gospodarstvo_10_web.pdf).

Hrvatskom malo i srednje poduzetništvo može i mora iskoristiti svoju kreativnost i poslovni duh. Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj moraju smanjiti svoje troškove poslovanja, povećati i unaprijediti kvalitetu, investirati u obrazovanje svojih zaposlenika te prepoznati važnost ulaganja u nove procese, tehnologiju i istraživanje da bi se približila poslovnim praksama i politikama kao onih u vodećim zemljama Europske unije (Škrtić i Mikić, 2006, 202).

### Značajke obiteljskog poduzetništva

Obiteljski biznis (eng. family business) osobito je značajno područje malog poduzetništva. Primjerice, prema izvješću Borkovog instituta za obiteljski biznis (Bork Institute for Family Business) samo u Americi ima 13 milijuna tvrtki obiteljskog biznisa. Budući da ga nalazimo u različitim pojavnim formama (glede njegove veličine, djelatnog područja, broja i strukture zaposlenika, pravno-organizacijskih oblika i slično), u literaturi nema jedinstvene definicije obiteljskog biznisa poduzetništva. Svaki uspješan obiteljski biznis s vremenom raste i razvija se te prerasta okvire i poduzetničke mogućnosti jedne obitelji. Izvorni oblici obiteljskog biznisa predstavljaju poduzetništvo u kojem su radno angažirani isključivo članovi jedne obitelji i njihovi prvi srodnici po muškome ili ženskome srodstvu (Kuvačić, 2005., 227).

### Prednosti i nedostaci obiteljskog poduzetništva

Obiteljsko poduzetništvo, kao i svaki drugi oblik malog i srednjeg poduzetništva, ima svoje prednosti i nedostatke. Prema N. Kuvačiću (Kuvačić, 2005., 239-240) *prednosti* obiteljskog poduzetništva su mnogobrojne no među najvažnijima ističu se:

- obiteljsko poduzetništvo predstavlja biznis koji je najjednostavniji, najučinkovitiji te najjeftiniji način samozapošljavanja budući da dostupan svim slojevima pučanstva iz čega proizlazi da se obiteljskim poduzetništvom može baviti svaka obitelj;
- obiteljsko poduzetništvo stvara tradiciju čime pridonosi većoj povezanosti i

uzajamnom povjerenju članova obitelji. Obiteljsko poduzetništvo ujedno pridonosi zdravom natjecateljskom okruženju, stvara ugodnu radnu atmosferu te pridonosi poboljšanom radnom entuzijazmu unutar radne okoline;

- obiteljsko poduzetništvo predstavlja relativno niska ulaganja te niže troškove vezane uz stalna sredstva kao i manje troškove zaposlenika;

- obiteljsko poduzetništvo omogućava veliku transparentnost pri poslovanju; predstavlja učinkovitiju i jednostavniju organizaciju; omogućava jednostavniji i svrhovitiji raspored pojedinaca uz adekvatna radna mjesta te zarađeni novac ostaje unutar obitelji što nadalje omogućava ulaganje u obiteljski posao i širenje biznisa;

- u zdravim ekonomskim uvjetima, svaka država ima osobit interes poticanja i potpore obiteljskog poduzetništva putem poreznih olakšica te povoljnijih zajmova budući da svako novo obiteljsko poduzetništvo pozitivno djeluje na okolinu u cjelini te omogućava razvitak mikro-okoline kao i sanaciju određenih makroekonomskih problema u određenoj zemlji.

Među *nedostacima* obiteljskog poduzetništva podrazumijevaju se (Kuvačić, 2005., 241-242):

- visoka rizičnost pothvata obiteljskog biznisa, uz istodobno nizak stupanj državne skrbi za njegovu sudbinu,

Nemogućnosti pri samofinanciranju razvoja kao i tekućeg poslovanja te korištenja različitih pogodnosti ekonomije obujma,

-visoki stupanj konkurencije na ciljnom tržištu koji iziskuje ulaganje u inovacije ili prilagođavanje nižim cijenama na tržištu,

- nemogućnost utjecaja na vanjske čimbenike koji se odnose na vladinu politiku, poreze, poslovnu legislativu, poduzetničku infrastrukturu i ostalo,

- mogući konflikti među članovima obitelji, nemogućnost objektivnosti te ravnopravnog tretmana svih sudionika obiteljskog biznisa, negativne posljedice nepotizma, manji stupanj osobne odgovornosti,

- mogućnost velikih poslovnih pogrešaka koje je u malom poduzetništvu iznimno

teško ispraviti,

- izražena težnja za poslovnom sigurnošću te se time umanjuje ulazak u rizičnije poslovanje koje može voditi razvitku biznisa.

### **Značajke obiteljskog poduzetništva u Hrvatskoj<sup>65</sup>**

Budući da su empirijska istraživanja o značajkama obiteljskog poduzetništva kako u stranoj tako i domaćoj literaturi vrlo malena i nedostatna, navedeno istraživanje predstavlja jedno od značajnih ukoliko ne i prvo istraživanje o stanju obiteljskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2001.-2004. godine. Istraživanje je vrlo detaljno, no u nastavku slijedi osvrt na neke od temeljnih značajki obiteljskog poduzetništva kao što su: razina obrazovanja, pravni organizacijski oblici poduzeća i oblici jamstva korištenih pri uspostavi biznisa.

### **Struktura obrazovanja nositelja obiteljskog poduzetništva**

Hrvatski poduzetnici početnici, potencijalni nositelji projekata obiteljskog poduzetništva, najčešće imaju srednjoškolsko obrazovanje (38,28%), zatim razna stručna zanimanja (29,53%), visoke škole i fakultete (14,84%), razne više škole (10,53%) i, konačno, osnovne škole (6,82%). Promatrano prema

spolu nositelja projekata, žene su u izrazitoj prednosti pred muškarcima u srednjoškolskom obrazovanju (odnos 52,82% prema 32,36%), ali je znatno više muškaraca nego žena s različitim stručnim zanimanjima (34,24% prema 17,95%).

Naprijed navedeni relativni pokazatelji, moglo bi se reći, svjedoče o visokoj obrazovnoj razini hrvatskih poduzetnika početnika nositelja projekata obiteljskog poduzetništva (jer je čak 25,37% njih završilo neko visokoškolsko obrazovanje).

### **Oblici jamstva pri traženju kredita**

Kao jamstvo za tražene kredite nositelji projekata obiteljskog poduzetništva najčešće 65 Navedeni podatci predstavljaju rezultate preuzete iz četverogodišnjeg istraživanja navedenih u izvornom znanstvenom radu : Analiza empirijskog istraživanja o obiteljskom poduzetništvu u RH; provedenog od strane: N. Renko, Kuvačić i . Renko D. iz 2007. godine.

odabiru hipoteku na vlastite nekretnine (86,05%), što i HBOR, odnosno poslovne banke najčešće navode u svojim propozicijama, osobito kada su to potencijalno brzo unovčive kuće, stanovi, poslovni prostori ili

zemljišta. Na drugom je mjestu kombinacija jamaca i nekretnina (3,56%), zatim Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG), odnosno bivša Hrvatska garancijska agencija (2,97%), potom platno sposobni jamci i kombinacija HAMAG i nekretnina (s po 2,82%) i, konačno, ostali oblici jamstava (1,78%), kao što su kreditom kupljena stalna sredstva, vlastita štednja, jamstva drugih trgovačkih društava, domaćih ili stranih banaka i slično.

Sve to pokazuje da se nositelji projekata obiteljskog poduzetništva, jednako kao i svi drugi poduzetnici, na različite načine, rekli bismo, dovijaju da udovolje rigoroznim uvjetima jamčenja za tražene kredite za realizaciju svojih poduzetničkih projekata, što nije slučaj, primjerice, kod traženja kredita za kupnju osobnih automobila.

#### Planirani pravno-organizacijski oblici obiteljskog poduzetništva

Od ukupno 764 projekta obiteljskog poduzetništva, njihovi su nositelji najviše njih planirali realizirati u pravnom obliku nekih, najčešće slobodnih obrta (38,57%), zatim u obliku društava s ograničenom odgovornošću (19,87%), sezonskih obrta (17,35%), poljoprivrednih gospodarstava (13,95%), ustanova (2,67%), individualnih poljoprivrednika (2,07%), obiteljskih gospodarstava (1,93%), zadruga (1,34%) i, konačno, u ostalim pravnim oblicima (2,25%).

#### Zaključak

Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj predstavlja veliki potencijal za ekonomski rast i cjelokupni ekonomski i gospodarski prosperitet zbog velikoga postotka nezaposlenosti i ekonomske neefikasnosti u Hrvatskoj. Hrvatsko poduzetništvo specifično je prema određenim problemima koji predstavljaju velike prepreke za daljnji rast i razvoj malog i srednjeg poduzetništva, za ulazak novih poduzetnika u određene poslovne aktivnosti te za ulaganja stranih poduzetnika. Malo i srednje poduzetništvo definirano je velikim problemima u administraciji, složenom i neefikasnom birokracijom, velikim indeksom korupcije, malenim postotkom ulaganja u inovacije i istraživanje te s nedovoljnim vladinim poticajima. Nedvojbeno je da poduzetništvo pozitivno djeluje na postotak zaposlenosti,

efikasnost, kvalitetu i konkurentnost ekonomskog sistema, poboljšanje i povećanje izvoza i prilagodbu sistema modernim svjetskim tržištima. Obiteljsko poduzetništvo predstavlja poseban potencijal za rast i razvoj ekonomije u Hrvatskoj zbog svojih očitih prednosti. Obiteljsko poduzetništvo pozitivno utječe na porast zaposlenosti, povećava konkurenciju na određenom tržištu te ujedno utječe na smanjenje određenih nedostataka na gospodarskoj razini. Svako obiteljsko poduzeće ima potencijal za daljnji razvitak te za razvoj u uspješno poduzeće. Empirijska istraživanja o prednostima i nedostacima obiteljskog poduzetništva, kao i o stanju obiteljskog poduzetništva u Hrvatskoj, su vrlo nedostatna. Akademski i istraživački zajednica trebala bi posvetiti pažnju upravo ovom aspektu malog i srednjeg poduzetništva.

#### Literatura:

Kersan-Škabić, I. & Banković, M. (2008). Malo gospodarstvo u Hrvatskoj I ulazak u Europsku Uniju, *Ekonomski misao Praksa* Dbk. 1, (57-76), UDK/UCD: 339.92

Kuvačić, N. (2005). *Poduzetnička biblija*, Beretina: Split, (227-244).

Lozić, V. (2007.) *Prevelika dominacija Zagreba*, *Lider*, 13. July 2007., str. 7-9.

N. Renko, Kuvačić i . Renko D. (2007). *Analiza empirijskog istraživanja o obiteljskom poduzetništvu*, *Ekonomski pregled*, 58 (1-2) 72-90.

Škrtić, M. & Mikić, M. (2006). *Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva – šanse i zamke*, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 4, (191-203), UDK: 338:65.012(497.5)

Službene stranice Hrvatske gospodarske komore *Odjela za industriju i tehnologiju*: Malo i srednje poduzetništvo; str. 5; dostupno na : [http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo\\_gospodarstvo\\_10\\_web.pdf](http://www2.hgk.hr/en/depts/industry/Malo_gospodarstvo_10_web.pdf). (preuzeto: 20. travnja 2011) <http://hgk.biznet.hr/hgk/>; (preuzeto 18. travnja 2011.)

## **Small and Medium-Sized Enterprise in Croatia Focusing on Family Business**

**Abstract** - *Small and medium entrepreneurship in Croatia represents one of the leading economic sectors that has a positive effect on overall employment rate and overall economic growth. EU countries as well as the other modern countries have recognized the importance and advantages that the small and medium-sized enterprises have on overall economic development. Croatia has recognized the importance of entrepreneurship during the last decade. Family entrepreneurship represents a special area of small entrepreneurship in Croatia. This paper presents core characteristics of entrepreneurship in Croatia, defined as family enterprise, along with its features, with special interest on some of the more important characteristics of family entrepreneurship.*

**Key words:** *family entrepreneurship, entrepreneurship economy, entrepreneurship*