

# Usporedba oporezivanja startup poduzeća na primjeru Republike Hrvatske, Europske unije i Sjedinjenih Američkih Država

---

Jelenić, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:930034>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-02**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**  
**Ekonomski fakultet - Zagreb**  
**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija, smjer**  
**Menadžment**

**USPOREDBA OPOREZIVANJA STARTUP PODUZEĆA NA  
PRIMJERU REPUBLIKE HRVATSKE, EUROPSKE UNIJE I  
SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA**

**Diplomski rad**

**Ivan Jelenić**

**Zagreb, rujan 2023**

**Sveučilište u Zagrebu**  
**Ekonomski fakultet - Zagreb**  
**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija, smjer**  
**Menadžment**

**USPOREDBA OPOREZIVANJA STARTUP PODUZEĆA NA  
PRIMJERU REPUBLIKE HRVATSKE, EUROPSKE UNIJE I  
SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA**

**COMPARISON OF TAXATION OF STARTUP COMPANIES  
IN THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF CROATIA, THE  
EUROPEAN UNION AND THE UNITED STATES OF  
AMERICA**

**Diplomski rad**

**Student:** Ivan Jelenić

**JMBAG:** 0067567359

**Mentor:** Izv. prof. dr. sc. Mihaela Mikić

**Zagreb, rujan 2023.**

Ivan Jelenić

## **IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad: „Usporedba oporezivanja startup poduzeća na primjeru Republike Hrvatske, Europske Unije i Sjedinjenih Američkih Država“, isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da niti jedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad, u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student: Ivan Jelenić

U Zagrebu, lipanj 2023.

(potpis)

Ivan Jelenić

## **STATEMENT ON ACADEMIC INTEGRITY**

I hereby declare and confirm with my signature that the graduation thesis is exclusively the result of my own autonomous work based on my research and literature published, which is seen in the notes and bibliography used. I also declare that no part of the paper submitted has been made in an inappropriate way, whether by plagiarizing or infringing on any third person's copyright. Finally, I declare that no part of the paper submitted has been used for any other paper in another higher education institution, research institution or educational institution.

Student: Ivan Jelenić

Zagreb, June 2023.

(signature)

# SADRŽAJ

<b>SAŽETAK</b> .....	<b>I</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>II</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problem i predmet istraživanja .....	1
1.2. Metodologija rada i izvori podataka .....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
<b>2. STARTUP PODUZEĆE</b> .....	<b>3</b>
2.1. Definicija startupa kao oblika poduzeća .....	3
2.2. Faze razvoja startup poduzeća .....	8
2.2.1. Idejna faza.....	8
2.2.2. Razvojna faza.....	9
2.2.3. Faza ostvarivanja prihoda.....	10
2.2.4. Faza isplativosti (točka pokrića) .....	11
2.2.5. Izlazna faza .....	12
2.3. Financiranje startup poduzeća .....	13
<b>3. OPOREZIVANJE PODUZEĆA</b> .....	<b>21</b>
3.1. Razvoj poreza kroz povijest .....	21
3.2. Pojam i vrste poreza.....	22
3.3. Karakteristike poreznog sustava Republike Hrvatske .....	28
<b>4. ANALIZA KOMPARACIJOM POREZNOG OPTEREĆENJA STARTUP PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ S ODABRANIM ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE I SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA</b> .....	<b>34</b>
4.1. Oporezivanje startupa u Republici Hrvatskoj.....	34
4.2. Oporezivanje startupova u Europskoj uniji i Sjedinjenim Američkim Državama ...	35
4.3. Razlike između oporezivanja startupova u Republici Hrvatskoj u odnosu na Europsku uniju i Sjedinjene Američke Države .....	40
<b>5. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>42</b>
<b>POPIS IZVORA</b> .....	<b>43</b>
<b>POPIS TABLICA</b> .....	<b>45</b>
<b>ŽIVOTOPIS KANDIDATA</b> .....	<b>46</b>

## SAŽETAK

U današnjem globalnom poslovnom svijetu, startup poduzeća igraju ključnu ulogu u poticanju inovacija, stvaranju radnih mjesta i ekonomskom rastu. Međutim, jedan od ključnih čimbenika koji utječu na uspješnost i konkurentnost startupova jest porezno opterećenje u različitim jurisdikcijama. U skladu s time, ovo poglavlje analizira različite aspekte oporezivanja startup poduzeća u tri različite regije: Republici Hrvatskoj, zemljama Europske unije i Sjedinjenim Američkim Državama. Analiza usporedbe poreznog opterećenja startup poduzeća u Republici Hrvatskoj s odabranim zemljama Europske unije i Sjedinjenih Američkih Država ističe ključnu važnost razumijevanja razlika u poreznim sustavima pri procjeni atraktivnosti tržišta za startup poslovanje. U Hrvatskoj, startupi su podvrgnuti općim poreznim propisima, s PDV-om od 25% na određene prihode i porezom na dobit od 18%. Analiza naglašava potrebu za pažljivim sagledavanjem svih poreznih obveza, uključujući PDV, porez na dobit i druge naknade. Unutar Europske unije, različite zemlje nude različite poticaje za startup poduzeća, što uključuje različite stope poreza na dobit te olakšice za ulaganje u istraživanje, razvoj i inovacije. U Sjedinjenim Američkim Državama, porezni režim za startupove je složen i raznolik, ovisno o strukturi poduzeća, porezima na dohodak, korporativnom porezu te dodatnim porezima poput onih na socijalno osiguranje i kapitalne dobitke. Porezne olakšice igraju ključnu ulogu u podržavanju startup poslovanja i smanjenju poreznog opterećenja. Analiza zaključuje kako različite jurisdikcije nude različite pristupe oporezivanju startupova te ističe važnost pažljivog promišljanja o poreznim faktorima prilikom odabira tržišta za poslovanje startup

**Ključne riječi:** oporezivanje startupa, Republika Hrvatska, Sjedinjene Američke Države, Europska unija

## **SUMMARY**

In today's global business world, startups play a key role in driving innovation, job creation and economic growth. However, one of the key factors affecting the success and competitiveness of startups is the tax burden in different jurisdictions. Accordingly, this chapter analyzes various aspects of taxation of startup companies in three different regions: the Republic of Croatia, the countries of the European Union and the United States of America. The analysis of the comparison of the tax burden of startup companies in the Republic of Croatia with selected countries of the European Union and the United States highlights the crucial importance of understanding the differences in tax systems when assessing the attractiveness of the market for startup business. In Croatia, startups are subject to general tax regulations, with VAT of 25% on certain revenues and corporate tax of 18%. The analysis highlights the need for a careful review of all tax liabilities, including VAT, corporate tax and other charges. Within the European Union, different countries offer different incentives for startup companies, including different corporate tax rates and incentives for investment in research, development and innovation. In the United States, the tax regime for startups is complex and varied, depending on the structure of the company, income taxes, corporate tax, and additional taxes such as social security and capital gains. Tax credits play a key role in supporting startup businesses and reducing the tax burden. The analysis concludes that different jurisdictions offer different approaches to the taxation of startups and highlights the importance of careful consideration of tax factors when choosing a market for startup business

**Keywords:** Startup Taxation, Republic Of Croatia, United States Of America, European Union



## **1. UVOD**

U današnjem globalnom gospodarstvu, startup poduzeća predstavljaju ključnu snagu inovacije, tehnološkog napretka i ekonomskog rasta. Ova dinamična i brzo rastuća poduzeća igraju važnu ulogu u stvaranju novih radnih mjesta, privlačenju investicija i poticanju ekonomskog razvoja. Međutim, jedan od izazova s kojima se startup poduzeća suočavaju je oporezivanje.

Oporezivanje startup poduzeća ima značajan utjecaj na njihovu konkurentnost, održivost i sposobnost rasta. Različite države i regije imaju različite porezne sustave koji se primjenjuju na startup poduzeća. Shodno tome, ovaj diplomski rad analizira oporezivanje startup poduzeća na primjeru Republike Hrvatske, Europske unije i Sjedinjenih Američkih Država.

### **1.1. Problem i predmet istraživanja**

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je usporedba oporezivanja startup poduzeća u Republici Hrvatskoj u odnosu na Europsku Uniju i Sjedinjene Američke države. Naime, startup je relativno novi pojam u poslovanju koji se definirati kao poduzeća koja se pretežito bave inovacijama, a temelje se na brzom širenju i rastu prema skalabilnom ekonomskom modelu. Kod takvih poduzeća se sve svodi na brzi rast, odnosno munjevito širenje koje omogućuje ogromne prihode vlasnicima i investitorima. Finalni proizvodi ili usluge startupova često imaju globalni utjecaj i doseg pa se zbog toga i uvelike temelje na primjeni informatičke tehnologije (IT). Neki od najpoznatijih su AirBnB, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Uber, Snapchat, Twitter i drugi. U izgradnji takvih organizacija, veliki izazov predstavljaju porezni i računovodstveni elementi koji su neizostavan dio uspješnog početka i razvoja startup poduzeća.

Uzevši u obzir važnost i globalni utjecaj startupova, cilj ovog rada je upravo njihova analiza i usporedba oporezivanja u Republici Hrvatskoj te eventualne prednosti, mane i razlike u odnosu na Europsku Uniju i Sjedinjene Američke države. S druge strane, parcijalni ciljevi se odnose na utvrđivanje odrednica i važnosti startupova ne samo u Hrvatskoj već i u cijelom svijetu kao pokretačima inovacije. Očekivani stručni doprinos ovog rada je o startup poduzetništvu u RH te će služiti kao podrška državnim institucijama, inozemnim i domaćim investitorima u sagledavanju financijskih elemenata sa naglaskom na poreznu analizu. Također se ovim radom želi potaknuti pokretanje startupova u RH koji direktno ili indirektno utječe na gospodarski razvitak. Dodatno ovaj rad će pružiti uvid u kompleksan porezni sustav RH.

## **1.2. Metodologija rada i izvori podataka**

Diplomski rad sačinjen je od analize sekundarnih i primarnih izvora podataka. Pri tome, spomenuti izvori baziraju se na stručnoj domaćoj i inozemnoj literaturi, odnosno knjigama, stručnim člancima, publikacijama i referentnim internetskim bazama usko vezanim za metodologiju startupa i njenom važnosti te kompletnom analizom poreza.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Diplomski rad koncipiran je u pet glavnih poglavlja. Nakon uvodnog poglavlja, drugo poglavlje teorijski analizira pojam startup poduzeća. Treće poglavlje bavi se teorijskom analizom oporezivanja poduzeća dok četvrto poglavlje komparira porezno opterećenje startup poduzeća u Republici Hrvatskoj i odabranim zemljama EU i Sjedinjenih Američkih država. U petom poglavlju autor donosi zaključak na zadanu temu diplomskog rada, a zatim slijede popis izvora, tablica te životopis kandidata.

## **2. STARTUP PODUZEĆE**

Startup poduzeća predstavljaju dinamičnu snagu inovacije i poduzetništva te imaju ključnu ulogu u stvaranju novih ideja, tehnološkom napretku i ekonomskom razvoju (Nikolić i Zorić, 2014). U nastavku je detaljno razmatren pojam startup poduzeća, odnosno njihove definicije, karakteristika i važnosti u suvremenom poslovnom svijetu. Zatim, analizirane su faze razvoja startup poduzeća te njihovo financiranje.

### **2.1. Definicija startupa kao oblika poduzeća**

Kroz povijest poduzetništva, definirala su se i objašnjavala poduzeća te kako ona funkcioniraju i posluju, ali se na sam njihov nastanak te njihove početne faze poslovanja (startup) nikada nije stavljao fokus. Rana se faza poduzeća oduvijek manje proučavala što je i razlog zbog kojeg nedostaje informacija o startupovima u postojećoj literaturi. Smatralo se kako se startupove može razmatrati kroz teorije organizacije, menadžmenta ili poduzetništva (Salamzadeh i sur., 2015).

Nakon proučavanja literature o pojmu organizacije zaključeno je kako ta teorija ne istražuje fazu pokretanja – startup. Štoviše, većina postojećih teorija i perspektiva u organizacijskoj znanosti definirana je na način da odgovora isključivo na organizacijska pitanja (Nikolić i Zorić, 2014). Teorije menadžmenta, vođenje i koordiniranje ljudima kako bi se postigao zajednički cilj, u organizacijskom smislu nisu pretjerano povezane s teorijama startupova zato što startup predstavlja pojedinca i/ili timski rad bez ičijeg upravljanja. Mogu se, međutim, poistovjetiti kada se govori o postizanju zajedničkog cilja. Unatoč tome, mnogi teoretičari i stručnjaci koji se bave menadžmentom pokazuju veliki interes za istraživanje startupova (Ries, 2013). Konačno, zaključeno je kako su teorije poduzetništva najviše usmjerene i poistovječene s definicijom startupa iz nekoliko razloga. Prvo, poduzetništvo se bavi idejom, kreativnošću, inovacijama, razvojem novih proizvoda ili usluga, mogućnostima i slično. Ti su pojmovi sastavni dijelovi startupova. Stoga su teorije poduzetništva sklonije razmatrati rane faze bilo kojeg poduzeća ili organizacije. Drugo, nadilazeći teorije poduzetništva, pojavit će se teorije organizacije i upravljanja koje se bave upravljanjem ljudima i organizacijama. Treće, startupovi pretvaraju ideje u posao – profit, što je ključ i u poduzetništvu (Nikolić i Zorić, 2014).

Pojam startup u literaturi definiraju različiti autori. Svaki od njih predlaže svoju teoriju što je detaljnije prikazano tablicom 2.

Tablica 1. Definiranje startup poduzeća kroz godine

AUTOR	IZVORNI NASLOV I GODINA OBJAVE	DOPRINOS RAZVOJU STARUP TEORIJE
Norman R. Smith, John B. Miner	Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: Implications for organizational life cycle theory, <i>Strateg. Manag. J.</i> 1983.	Startupom se smatraju oni obrtnici i poduzetnici u području tehnologije, koji žele ostvariti profit iz vlastite funkcije ili tehnologije, kao i oni poduzetnici čije se inicijative temelje na tržišnim mogućnostima prema njihovoj motivaciji. Motivacije za startup mogu se klasificirati kao motivacije za preživljavanje i uspjeh prema stupnju želje za postignućem.
C.W. Moore, J.W. Petty, L.E. Palich, J.G. Longenecker	Managing Small Business: An Entrepreneurial Emphasis, Ohio: South-Western Cengage Learning, 2008.	Startup je kombinacija postojeće ili stvorene potrebe i načina da se zadovolji. Također smatra kako postoji više vrsta startupova s obzirom na razinu inovativnosti proizvoda i različitih načina za zadovoljavanje potreba kupaca.
Eric Ries	The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Publishing Group: New York, NY, USA, 2011.	Startup je organizacija pokrenuta radi stvaranja novih proizvoda ili usluga u krajnjoj neizvjesnosti. Pri čemu ukoliko stvaranje proizvoda ili usluga je u krajnjoj neizvjesnosti, onda isto tako onda svi oni, poput novih poslovnih jedinica vlade, velikih poduzeća, neprofitnih organizacija i poslovnih poduhvata, mogu spadati pod kategoriju startupova.
Steve Blank	The Startup Owner's Manual, The Step-By- Step Guide for Building a Great Company, K&S Ranch Press: Pescadero, CA, USA, 2012.	Startup je privremena organizacija namijenjena pretraživanju ponovljivog i mjerljivog poslovnog modela.
S. Lee, S. A. Noh	A study on the success factors of ICT Convergence type-specific start-up enterprise, . <i>J. Digit. Converg.</i> 2014.	Startup postavlja samoodržive poslovne modele i putem njega se istražuju kanali prodaje.
Aidin Salamzade, David Kirby	New venture creation: how start-ups grow?, <i>AD-minister.</i> 30. 9-29. 10.17230/ad-minister.30.1., 2017.	Stvaranje startupa je proces koji započinje pothvatnom idejom ili prilikom, pod vodstvom pojedinca-poduzetnika, koji organizira niz aktivnosti uz organične resurse koristeći svoje mreže u okruženju kako bi stvorio vrijednost.

Izvor: rad autora

Svi autori predlažu teorije s različitog kuta gledišta, ali se u srži one sve mogu poistovjetiti na temelju nekoliko ključnih riječi; ideja, inovacija, proizvod, tehnologija, potrebe kupaca. Startup kultura najviše se veže uz Sjedinjene Američke Države što je vidljivo i iz činjenice da su većina autora navedenih tablici 2. upravo Amerikanci. Što se tiče hrvatskih autora, pet se autora najviše ističu pri definiranju startup poduzeća. Nikolić i Zorić, startup definiraju kao vrstu poduzeća s ograničenim poslovima iskustvom, odnosno da su to poduzeća u najranijoj fazi razvoja (Nikolić i Zorić, 2014). Autorice Čalop, Horvat te Lalić (2014) u svojem

istraživanju pak navode kako su startupovi novoosnovana poduzeća ili poduzetnički pothvati koji su u fazi razvoja i istraživanja tržišta. Oni su obično, ali ne nužno, povezani s visokotehnološkim projektima jer je njihov proizvod uglavnom softver koji se lako proizvodi i reproducira. Čalop i sur. (2014) dodaju kako je startup svojevrsna ideja, najčešće povezana uz tehnologiju, koja će se pretvoriti u novoosnovano poduzeće čiji vlasnik ne mora nužno biti iskusan poduzetnik već to tek postaje.

Shodno tome, startup je relativno novi termin i pojava u poduzetničkom svijetu. Smatra se kako startup kultura započinje devedesetih godina 20. stoljeća kada je upotreba interneta postala sve ključnija u svakom segmentu ekonomskog razvoja (Ries, 2013). Startup poduzeća, kako i danas, tako i pri samom početku njihovog razvoja, implementiraju tehnologije kao što su Internet, e-trgovina, računala, telekomunikacije ili robotika (Ries, 2013). Logično je, dakle, da se pojam međunarodno raširio tijekom pojave interneta krajem 90-ih godina 20. stoljeća, u vrijeme kada je osnovan veliki broj internetskih kompanija (Klačmer-Čalopa, 2014). Tada su brojni investitori uložili novac u internetske Startupove u nadi da će ta poduzećajednog dana postati profitabilna te se stoga smatra kako startup kultura započinje otprilike u tom razdoblju.

Takvi su uvjeti omogućili nastanak i razvoj startup kulture u razvoju sveukupnog poduzetništva. Stvoren je ekonomski oblik koji ujedinjuje tehnologiju s inovacijama te rezultira globalnim uspjehom uz veliku zaradu. Upravo je inovacija ključna pri uspjehu startupa, kao i kod ostalih oblika poduzeća, jer što je ona posebnija to će startup biti prepoznatljiviji. Inovacija često proizlazi iz nove tehnologije ili pak nove primjene već postojeće, iz razvoja poslovnog modela, a može biti i znanstveno otkriće ili jednostavno inovacija u obliku proizvoda (Tupek i Ćorić, 2018). Startup kultura relativno je nova na poduzetničkoj sceni, ali sve se više poduzetnika oslanja na upravo taj model pri pokretanju vlastitog poslovanja. Daljnji razvoj startup poduzetništva i cjelokupne startup kulture od velike je važnosti za ekonomski svijet te predstavlja jednu od konkurentnih prednosti nacionalnog gospodarstva pojedine države (Tupek i Ćorić, 2018).

Startup je poduzeće koje se nalazi u prvoj fazi svog poslovanja, neki oblik poduzeća koji traga za svojim tržištem i mogućim načinima kako bi ponudili svoje usluge ili proizvode na tom istom tržištu. U pravilu, startup već ima poslovnu ideju, model i prototip određenog proizvoda ili već razrađeni funkcionalni proizvod. Za razliku od ostalih poduzeća, startupovima nedostaje znanje te iskustvo kako ideju pretvoriti u prihod (Nikolić i Zorić, 2014). Takva poduzeća često u početku dovedu do bankrota svoje poduzetničke osnivače dok pokušavaju iskoristiti novac za razvoj proizvoda ili usluge za koje vjeruju da postoji potražnja. Zbog ograničenih prihoda

ili visokih troškova, većina ovih malih operacija dugoročno nije održiva bez dodatnih sredstava, odnosno kapitala (Sevilla-Bernardo i sur., 2022). Za razliku od definiranja veličine poduzeća prema Hrvatskom Zakonu o računovodstvu, startup poduzeća u RH nisu zakonski definirana, odnosno ne postoje točni kriteriji koji ih definiraju. Ipak postoji definicija koju je usvojila Hrvatska banka za obnovu i razvoj koja pojam startupa veže uz individualce koji nisu vlasnici poduzeća, ali pokušavaju osigurati stalno samozapošljavanje, a ujedno ih opisuje i manjak iskustva u upravljanju koji djelomice nadomještavaju poznavanjem tehnološkog područja. Prema Europskom startup monitoru (ESM), postoje tri osnovne karakteristike startup poduzeća; mlađa su od 10 godina, za daljnji razvoj i poslovanje koriste inovativne tehnologije te imaju ili teže što većem rastu prihoda te broja zaposlenika. (EC, 2020).

Startup poduzeća trebaju uložiti vrijeme i novac u istraživanje. Istraživanje tržišta pomaže u određivanju potražnje za proizvodom ili uslugom. Startup zahtijeva sveobuhvatan poslovni plan koji sadrži izjavu o misiji, buduće vizije i ciljeve, kao i strategije upravljanja i marketinga. Sevilla-Bernardo i sur. (2022) ističu tri odrednice koje će utjecati na uspjeh ili neuspjeh svakog startup poduzeća:

- lokacija,
- pravna struktura i
- financiranje.

Lokacija se odnosi na odluku hoće li se posao provoditi internetom, u uredu/kućnom uredu ili trgovini; to najčešće ovisi o onom što se nudi, proizvod ili usluga. Primjerice, prodaja određenih proizvoda gdje je potrebna fizička trgovina, kako bi se kupcima licem u lice demonstrirao složen proizvod. Startupovi zatim trebaju razmotriti koja pravna struktura najbolje odgovara njihovom poduzeću: samostalno vlasništvo je prikladno za osnivača koji je ujedno i ključni zaposlenik poduzeća; partnerstva su pravna struktura za poduzeća koja se sastoje od nekoliko ljudi koji imaju zajedničko vlasništvo(to je ujedno i najlakše uspostaviti) te registracija startupa kao društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Posljednje, financiranje, zahtijeva veće investicijske potrebe, ali su ujedno i visokorizične te imaju nesigurne povrate, stoga nisu atraktivna bankarskim izvorima. Najčešći oblik financiranja su osobna ušteđevina, poslovni anđeli, razni poticajni krediti te poduzetnički inkubatori (Bloomberg, 2013).

Nadalje, kao što se razlikuje nekoliko vrsta poduzeća; mikro, mala, srednja i velika, isto tako startupove je moguće podijeliti u kategorije. Točnije, startup poduzeća mogu se podijeliti u tri osnovne kategorije (Hisrich i sur., 2011):

- poduzeća životnog stila,
- osnivačke kompanije i
- visoko potencijalni pothvati.

Poduzeća životnog stila u privatnom su vlasništvu te ne dostižu veliki rast zbog poduzetnikovih ciljeva, ograničenih resursa i količine novaca zbog kojih stagnira istraživanje i razvoj te zbog oblika samog poslovanja. Unatoč tome, ovakva vrsta poduzeća može s godinama narasti i do 30 zaposlenih s godišnjim prihodom do 2 milijuna dolara, ali njene prilike za daljnji rast vrlo su male (Ries, 2013). Osnivačka kompanija je vrsta startupa koja nastaje zbog istraživanja te razvoja koji su ključni u tom novom poslovnom pothvatu. Za razliku od poduzeća životnog stila, ovaj oblik startupa u vrlo kratkom razdoblju, 5 do 10 godina, može povećati broj svojih zaposlenika od 40 na 400 uz prihod do 20 milijuna dolara godišnje. Svojom prirodom zaokuplja pažnju samo privatnih ulagača. I konačno, visoko potencijalni pothvat je vrsta koja najviše privlači ulagače i time ima veliki publicitet. Iako pri samom početku poslovanja može imati oblik osnivačke kompanije, visoko potencijalni pothvat ima puno veću i bržu tendenciju rasta i razvoja; 500 zaposlenih i prihod do 30 milijuna dolara (Ries, 2013).

Ries (2013) razlikuje startupove prema njihovoj namjeni, odnosno cilju:

- startupovi koji se fokusiraju na osiguravanje proizvoda kupcima iz drugih izvora koji nisu dostupni na određenom području na temelju poznavanja poslovnih modela s drugih tržišta,
- staratupovi koji kupcima pokušavaju pružiti poboljšane verzije poznatih proizvoda te
- startupovi koji koriste tehnologije koje omogućavaju stvaranje novog proizvoda.

Ries (2013) ističe kako je treća vrsta startupova ona najzastupljenija. Iako se poduzetnik početnik pri stvaranju sasvim novog proizvoda izlaže najvećem riziku, zato što ne postoje već poznati poslovni modeli koje bi mogao pratiti, najveći potencijal rasta i uspjeha krije se upravo u ovoj vrsti startupova zbog njihova najinovativnijega karaktera.

Što se tiče zastupljenosti industrija u pogledu startupa, 7,1% startupa u svijetu odnosi se na industriju financijskih usluga, a zatim slijedi industrija zdravstvenih usluga sa 6,8%, umjetna inteligencija s 5,0% i računalne igre sa 4,7%. Iako ne postoje potpuno točni podaci o distribuciji industrije, jasno je kako moderni startupovi gravitiraju internetu i digitalnim tehnologijama

Sjedinjene Američke Države su vodeća zemlja po broju startupa (75.056). Druga na listi je Indija s 15.427 startupova, a na trećem mjestu je Velika Britanija sa 6.843 startupa. Međutim, u svijetu se proteklih godina primjećuje zabrinjavajući fenomen koji se ogleda u rapidnom opadanju novoosnovanih startupova (Subrahmanya, 2022).

Iako je broj krugova financiranja možda rastao prethodnih godina, postoje dokazi kako su investitori sve više okretali svoju pažnju prema zrelijim poduzećima i startupovima u fazi rasta, umjesto prema ranim fazama razvoja. Ovaj pomak u investicijskom fokusu smanjio je pristup financiranju za nove startupove, postavljajući veće izazove za poduzetnike u ranim fazama razvoja pri pribavljanju potrebnog kapitala za svoje projekte. Razdoblje prije pandemije, kao i prvi dio 2020. godine, označavao je procvat startupova, s investitorima koji su ulagali u svaki potencijal, ma koliko mali bio, kako bi pronašli sljedećeg "jednoroga".

## **2.2. Faze razvoja startup poduzeća**

Oblik startup poduzetništva ima svoj razvojni put – faznost. Način nastanka jednog startup poduzeća podijeljen je u faze koje se mogu poistovjetiti sa živom materijom, s nečim što se rađa, raste, razvija, producira i nestaje (Ries, 2013).

Pojedine faze u ostvarenju startup poduzetništva predstavljaju točno određene aktivnosti koje je nužno poduzeti za uspješno ostvarenje sljedeće faze. Ove aktivnosti se ciklično pojavljuju u svakom startupu, a sastoje se od idejne, eksperimentalne ili sjemenske faze, faze rasta, faze ostvarenja prihoda, faze točke pokrića ili faze isplativosti i faze izlaska.

### **2.2.1. Idejna faza**

Dobra ideja može biti motiv i poticaj budućem poduzetniku za ostvarivanje dobrog poslovnog rezultata u budućnosti. Za realizaciju poslovne ideje potrebno je učiniti dobru analizu njezine ostvarivosti u datim okolnostima. Bitno je kod razmatranja mogućnosti realizacije ideje, uzeti u obzir sve mogućnosti i predvidive i nepredvidive (Salamzadeh i sur., 2015). Zbog rizika od neuspjeha realizacije poslovne ideje, uputno je da mladi poduzetnici svoje početničke poduzetničke korake učine u poduzetničkim inkubatorima jer su to prostori prilagođeni poduzetnicima-početnicima za razvoj ideja u pozitivnom i poticajnom okruženju. U poduzetničkim inkubatorima, kao potpunim institucijama, dobivaju se, osim prostora, savjetodavne i stručne usluge (Salamzadeh i sur., 2015).



Naime, u idejnoj fazi startup poduzeća, kada poduzetnik, često, nema percepciju tržišne pozicije svoje ideje, a nužno je učiniti analizu ostvarivosti, pristupa se izradi poslovnog plana (Salamzadeh i sur., 2015). Dobar poslovni plan temelj je svake poslovne aktivnosti, a osobito one koja se po prvi puta susreće s postulatima poslovanja. Izrada poslovnog plana jedna je od usluga koje pružaju poduzetnički inkubatori (Grčić Fabić, 2022). Poslovni plan sadrži aktivnosti koje je potrebno temeljito razraditi prije pokretanja poslovanja, a budućem poduzetniku u trenutku “rađanja ideje” su totalna nepoznanica. Tu ulogu može preuzeti potporna institucija na način da poduzetniku predloži najbolja rješenja za uspješno poslovanje, uzimajući u obzir sve relevantne elemente od sektora u kojem poduzeće djeluje, raspoloživih resursa, poduzetnikovih ambicija i ciljeva, trenutnih i budućih kretanja tržišta (Grčić Fabić, 2022).

Poslovni plan mora imati odgovore na pitanja vezana za stvarnu motivaciju pokretanja poslovanja, realni pogled na poduzetnikove sposobnosti, karakteristike proizvoda(usluge), ponudu i potražnju na tržištu s prognozama za buduća kretanja, realna predviđanja prihoda, pitanje lokacije, proizvodne, marketinške, organizacijske, pravne, financijske, računovodstvene planove, planove osiguranja. Posebnu pažnju potrebno je obratiti na pisanje popratnog pisma koje se upućuje kreditorima i investiorima. Svrha popratnog pisma je prikazati očekivane poslovne rezultate sadržane u poslovnom planu, ali i očekivano vrijeme povrata, stopu dobiti i solventnost projekta (Salamzadeh i sur., 2015).

### **2.2.2. Razvojna faza**

U razvojnoj fazi, potrebno je uložiti u realizaciju ideje. Nije jednostavno privući ulagače u neizvjesnu ideju, ali to i je karakteristika poduzetnika – sklonost riziku. Ovo je vrijeme prikupljanja financijskih, savjetodavnih, tehnoloških i inih drugih pomoći koje je najbolje odraditi na jednom mjestu – poduzetničkom inkubatoru (Bomberg, 2013). Autor ističe kako ta faza predstavlja materijaliziranja ideje i njene implementacije u izlazak na tržište. Za to su potrebna ulaganja koja novi poduzetnik, često nije u mogućnosti samostalno realizirati, no postoje slučajevi kada je poduzetnik u mogućnosti samostalno financirati svoj startup projekt (Bomberg, 2013). Pri tome, financiranje se može provesti kroz *bootstrapping* oblik financiranja (vlastitim sredstvima), financiranjem od strane okoline (obitelji, prijatelja i sl.) te *crowdfundingom* (model prikupljanja sredstava za financiranje projekata od većeg broja ljudi preko međumrežnih platformi).

Razvojna faza startupa označava ključno razdoblje u kojem se ideja pretvara u konkretni proizvod ili uslugu te se stvaraju temelji budućeg poslovanja. U ovoj fazi, osnivači i timovi rade na pretvaranju koncepta u stvarnost, prolazeći kroz niz koraka koji uključuju razvoj prototipa ili testiranje na stvarnom tržištu i iterativno poboljšavanje na temelju povratnih informacija korisnika (Salamzadeh i sur., 2015). Ključni korak u ovoj fazi je razvoj prototipa, što je osnovna verzija proizvoda ili usluge koja sadrži ključne funkcionalnosti potrebne za rješavanje problema ciljane publike. Ovaj prototip omogućava osnivačima dobivanje stvarne povratne informacije od potencijalnih korisnika, što je ključno za daljnje usavršavanje. Timovi se često koriste agilnim metodologijama kako bi brzo razvili i testirali prototip te brzo reagirali na promjene i potrebe tržišta (Grčić Fabić, 2022).

Nakon razvoja prototipa, slijedi faza testiranja na stvarnom tržištu. Startupovi koriste različite kanale kako bi privukli prve korisnike i stvorili bazu korisnika koji su spremni isprobati njihov proizvod ili uslugu. Ovaj korak omogućava startupu procjenu kako korisnici reagiraju na proizvod, koje su značajke najprivlačnije i koje treba dalje razvijati (Bomberg, 2013). Povratne informacije korisnika igraju ključnu ulogu u iterativnom procesu poboljšavanja. Startupovi često prate analize korisničkog ponašanja i prikupljaju povratne informacije kako bi identificirali nedostatke i prilike za unaprjeđenje. Ovaj ciklus iteracija može uključivati dodavanje novih značajki, optimizaciju performansi ili poboljšanje korisničkog iskustva (Salamzadeh i sur., 2015).

Zaključno, razvojna faza je ključno razdoblje u kojem se iz ideje stvara stvarni proizvod ili usluga. Ovaj proces zahtijeva kreativnost, brze prilagodbe i fleksibilnost kako bi se osiguralo da proizvod ili usluga zadovoljava stvarne potrebe korisnika i priprema temelje za daljnji rast i skaliranje.

### **2.2.3. Faza ostvarivanja prihoda**

Ostvarivanje prihoda je faza u kojoj je potrebno realno sagledati stanje na tržištu. Potrebno je čim preciznije procijeniti potrebnu količinu proizvoda/usluga za plasman na tržište, kako bi se racionalizirala upotreba resursa. Odgovor tržišta na ponudu novog proizvoda / usluge ocjena je opravdanosti ulaganja (Salamzadeh i sur., 2015). U ovoj fazi se javljaju dodatne potrebe za angažiranjem financijskih sredstava za nabavku proizvodnih resursa, ali i povećanje broja zaposlenika. Bomberg, (2013) navodi kako je faza ostvarivanja prihoda ključno prelazno razdoblje u razvoju startupa, gdje se fokus pomjera s razvoja proizvoda na generiranje stvarnih

prihoda. Ovo je važna faza jer označava trenutak kada startup počinje monetizirati svoju ideju i stvarati financijsku održivost.

Jedan od prvih koraka u ovoj fazi je privlačenje prvih korisnika. Startup koristi marketinške strategije kako bi privukao ciljane kupce koji su zainteresirani za njihov proizvod ili uslugu. Ovo uključuje definiranje ciljane publike, kreiranje marketinških materijala i odabir kanala komunikacije koji najbolje dopiru do potencijalnih korisnika (Grčić Fabić, 2022). Kroz ovu fazu, startup stvara prve kanale prodaje. To može uključivati online prodaju putem vlastite web stranice ili platformi trećih strana, kao i izravnu prodaju putem partnerskih odnosa ili distribucijskih kanala. Ključno je stvoriti jednostavan i intuitivan način za korisnike glede kupovine proizvoda ili usluga (Bomberg, 2013).

Generiranje stvarnih prihoda obično uključuje različite modele naplate, kao što su jednokratna prodaja, pretplata, licenciranje ili freemium modeli. Startup prati kako se korisnici ponašaju u odnosu na te modele te prilagođava strategiju naplate prema stvarnim preferencijama korisnika. U ovoj fazi, analiza podataka postaje ključna. Startupovi koriste alate za praćenje i analizu korisničkog ponašanja kako bi dobili uvid u to kako korisnici koriste proizvod, koje su značajke najtraženije i gdje postoje eventualni problemi ili prepreke. Ovi podaci pomažu u optimizaciji proizvoda i prilagodbi strategije kako bi se povećali prihodi (Salamzadeh i sur., 2015).

Naposljetku, faza ostvarivanja prihoda također često uključuje skaliranje marketinških aktivnosti. Kako startup privlači više korisnika, potrebno je osmisliti strategiju koja omogućava daljnji rast bez gubitka kvalitete usluge ili proizvoda. Stoga, faza ostvarivanja prihoda označava prijelaz od razvoja prototipa prema stvarnom generiranju prihoda. Kroz strategije privlačenja korisnika, odabira modela naplate i analize podataka, startup gradi temelje za buduću održivost i rast (Salamzadeh i sur., 2015).

#### **2.2.4. Faza isplativosti (točka pokrića)**

Faza isplativosti, poznata i kao točka pokrića (engl. *break-even point*), predstavlja ključan trenutak u životnom ciklusu startupa. To je trenutak kada ukupni prihodi koje startup generira postaju dovoljni za pokrivanje svih operativnih i fiksnih troškova, što rezultira nulom neto dobiti ili gubitkom (Bomberg, 2013). Jedan od prvih koraka prema postizanju točke pokrića je pažljivo praćenje i analiza troškova. Startup mora jasno razumjeti sve svoje operativne troškove, uključujući troškove proizvodnje, marketinga, plaća, najma i drugih fiksnih troškova.

Ovaj detaljan uvid omogućava startupu izračunavanje koliko prihoda treba generirati kako bi pokrio sve te troškove (Blank i Dorf, 2012).

Nadalje, startupovi trebaju prilagoditi svoje strategije kako bi povećali prihode i smanjili troškove. Ovo može uključivati optimizaciju marketinških napora kako bi privukli više korisnika, kao i razmatranje efikasnijih načina proizvodnje ili isporuke. Startup također može razmotriti diversifikaciju svojih proizvoda ili usluga kako bi povećao višestruke izvore prihoda. Faza isplativosti također zahtijeva upravljanje gotovinom kako bi se osiguralo da se prihodi upotrebljavaju za pokrivanje ključnih troškova. Startup mora održavati dobru ravnotežu između troškova i prihoda te osigurati dovoljno likvidnih sredstava kako bi se nosio s neočekivanim situacijama ili izazovima (Salamzadeh i sur., 2015).

Kada startup postigne točku pokrića, to znači da je postigao stabilnost u svom poslovanju. Iako to može značiti nulu neto dobiti, to omogućava startupu oslanjanje na vlastite prihode za podršku operacijama, umjesto na daljnje investicije ili zaduživanje. Ovaj trenutak često donosi veći osjećaj sigurnosti i samoodrživosti.

U zaključku, faza isplativosti označava trenutak kada startup postiže ravnotežu između prihoda i troškova, osiguravajući da svi operativni troškovi budu pokriveni. Ova faza je ključna za dugoročnu održivost i omogućava startupu usmjeravanje na daljnji rast i razvoj. Pri tome, Salamzadeh i sur., 2015 napominje da, kada se dosegne točka pokrića – točka u kojoj su prihodi jednaki troškovima, pred osnivačima i investitorima startupa otvara se zadaća optimiziranja proizvodnje, formiranja prodajne cijene, smanjenja varijabilnih troškova i drugih potrebnih kalkulacija koje bi dovele do situacije da su prihodi veći od rashoda. Takav odnos prihoda i rashoda generira uspješnost i rast startupa. Faza isplativosti najčešće traje tri do pet godina – od ideje do eksploatacije na tržište (Blank i Dorf, 2012).

### **2.2.5. Izlazna faza**

Izlazna faza može nastupiti najviše nakon deset do dvanaest godina od nastanka ideje. Izlaskom iz startupa, poduzetnik potvrđuje svoj poslovni uspjeh, a izlaz se najčešće pronalazi u prodaji projekta. Kada se startup prodaje, kupac je obično neki od strateških partnera koji je to poduzeće pratio kroz njegov razvoj i rad. Osim prodaje strateškom partneru, izlazak iz startup kategorije može se ostvariti i prodajom dionica na burzama (Salamzadeh i sur., 2015).

Jedna od često promišljenih opcija u izlaznoj fazi je prodaja poduzeća. Startup koji postigne značajan uspjeh na tržištu postaje atraktivan za veće kompanije koje žele iskoristiti njegovu

tehnologiju, proizvode, korisničku bazu ili talente. Ova opcija omogućava osnivačima i investitorima ostvarivanje povrata svojih ulaganja, dok istovremeno daje resurse i podršku veće kompanije za daljnji rast (Salamzadeh i sur., 2015). Spajanje s drugim poduzećem također može biti opcija, a spomenuto omogućava startupima udruživanje snaga i resursa kako bi zajedno postigli veću konkurenciju i bolju poziciju na tržištu. Spajanje također može donijeti operativne sinergije i smanjenje troškova, ali zahtijeva pažljivo upravljanje kulturom i integracijom timova.

Izlazak na burzu, putem inicijalne javne ponude (IPO), omogućava startupu izdavanja dionica javnosti i postane javno trgovan subjekt na burzi. Ovo je često opcija za startupove koji su postigli značajan rast i imaju ambicije daljnjeg širenja. IPO omogućava osnivačima i investitorima konvertiranje svog vlasništva u likvidnost, dok istovremeno pruža priliku za dodatno financiranje rasta (Blank i Dorf, 2012).

Izlazna faza također može uključivati strategije poput otkupa, gdje osnivači ili investitori otkupljuju udjele od drugih dionika, ili čak poništavanje startupa ako ne postiže očekivane rezultate ili se suočava s izazovima. Važno je napomenuti da izlazna faza zahtijeva pažljivo planiranje i analizu, uz suradnju s pravnicima, financijskim stručnjacima i potencijalnim partnerima ili kupcima. Odluka o izlasku iz poslovanja treba uzeti u obzir ciljeve osnivača i investitora te dugoročne perspektive startupa (Salamzadeh i sur., 2015).

U zaključku, izlazna faza predstavlja ključan korak u životnom ciklusu startupa, gdje se donose važne odluke o budućnosti poduzeća i ostvarivanju povrata ulaganja. Ovisno o situaciji i ciljevima, startupovi mogu izabrati različite opcije za izlazak, svaka s vlastitim prednostima i izazovima.

### **2.3. Financiranje startup poduzeća**

Poslovne finanse su neizostavan aspekt pri formiranju startapova. Svaki početnički poduhvat suočava se s financijskim izazovima iz različitih razloga i u različitim etapama svog poslovanja. Na početku, osnivač vodi razgovore s članovima svog bliskog kruga kako bi ih uvjerio u investiranje u njegovu konceptualnu zamisao (). On usmjerava svoja sredstva u inicijalnu fazu, međutim, budući da se projekt nalazi u ranim fazama razvoja, često će mu biti potrebno više financijskih resursa nego što je prvobitno predvidio. Nakon što se koncept detaljnije razradi, osnivač se okreće potrazi za poslovnim anđelima koji bi uložili u njegovu

inovativnu ideju, uvjeravajući ih u njen potencijal za ulaganje. U konačnici, u fazi realizacije, osnivač izrađuje planski okvir za korištenje rizičnog kapitala (Salamzadeh i sur., 2015).

Startupovi obično započinju kao solitarni pothvati osnivača ili s nekoliko suosnivača. Kako vreme odmiče, osnivaču postaje jasno da će mu biti potrebni specijalizirani stručnjaci za razvoj prototipa. Stoga, on se angažira u pregovore s potencijalnim partnerima, oblikuje tim i postepeno dodaje članove osoblja. Ovaj korak ima izuzetno ključnu ulogu za budući uspjeh, budući da nedostatak adekvatnog poznavanja ove dinamike može rezultirati kadrovskim izazovima koji, pak, mogu potkopati osnivačevu viziju. Ovdje se pojavljuje niz podržavajućih mehanizama koji igraju vitalnu ulogu u startup ekosustavu (Ries, 2013). Ovi potporni mehanizmi obuhvaćaju investitore u ranoj fazi, inkubatore poslovnih ideja, znanstveno-tehnološke parkove, akceleratore rasta, centre za poticanje malih poduzeća, te investicijske kapitale visokog rizika, među ostalima. Nepristupanje ovakvim izvorima podrške značajno povećava izloženost riziku neuspjeh (Salamzadeh i sur., 2015).

U nastavku, tablica 3. prikazuje vrste financiranja startup projekata s obzirom na fazu u njihovom životnom ciklusu.

Tablica 2. Vrste financiranja startup projekata

Karakteristika	Poduzeće je još uvijek u fazi pokretanja	Poduzeće razvija proizvode ili usluge, ali još uvijek ne generira profit	Poduzeće prodaje proizvode ili usluge, generira profit i stvara bazu kupaca	Poduzeće ima bazu kupaca i profitabilno je
Mogući izvori financiranja	x	x	x	x
Vlastita uštedovina				x
Pozajmice od strane okoline	x	x		
Potpore i subvencije	x	x	x	x
Bankarski krediti	x	x	x	x
Tržište kapitala				x
Partneri	x	x		
Leasing			x	x
Fondovi rizičnog kapitala				x
Poslovni anđeli	x	x		

Izvor: Učilište Studium (2019).

Tablica 3. prikazuje vrste financiranja u različitim fazama startup poslovanja. Prema tome, kroz sve faze poslovanja koriste se financijska sredstva iz vlastite uštedevine, razne potpore i subvencije te krediti banaka. U fazama u kojima je poduzeće još uvijek u stadiju pokretanja ideje i razvoja proizvoda ili usluge vrste financiranja su i pozajmice obitelji i prijatelja, partneri i poslovni anđeli. U fazi rasta, kada poduzeće prodaje proizvode ili usluge te ostvaruje profit, koristi se i način financiranja putem leasinga. Kada poduzeće postane profitabilno, poslovanje se financira iz zadržane dobiti i sredstvima iz fondova rizičnog kapitala.

Sličan koncept prikazan je na narednom grafikonu s pregledom financiranja pojedinih faza startup poduzeća, od sjemenske faze, do preuzimanja, odnosno do inicijalne ponude dionica (Slika 1.).

Što se tiče procesa od osnutka startupa do ostvarenja cilja (izlaska iz kategorije startupa i prijelaz u poduzeće koje kotira na segmentu tržišta proizvoda i usluga, ovisno o sektoru u kojem se nalazi), Ries (2013) navodi kako su u eksperimentalnoj fazi, koja se još naziva i sjemenska faza (eng. *seed*), financijska sredstva vrlo oskudna, ukoliko uopće postoje. To je razdoblje u kojem financije osiguravaju obitelj i prijatelji, pokretanje – materijalizacija poslovne ideje. Potrebna sredstva za pokretanje, moguće je ostvariti kroz subvencije i/ili bespovratna sredstva. Naime, kroz afirmaciju u poduzetničkom okruženju, startup može privući pažnju poslovnih

anđela koji prepoznaju potencijal poduzeća i pomažu joj u daljnjem razvoju prema ekspanziji. U fazi ekspanzije dolazi do porasta troškova što uzrokuje dodatna financijska ulaganja. U tim, kritičnim trenucima za startup, vrlo je bitna intervencija fondova rizičnog kapitala – investitora koji su prepoznali potencijal poduzeća i spremni su uložiti u nastavak poslovanja. Ovaj čin već predstavlja završnu fazu-fazu izlaska/preuzimanja, strateškim ulagačima ili prodajom većinskog udjela na tržištu dionica (Ries, 2013).

Financiranja razvojne faze mogu se provesti kroz sljedeće oblike (Ries, 2013):

- *Bootstrapping* financiranje,
- FFF financiranje,
- *Crowdfunding* financiranje,
- Krediti
- Poslovni anđeli – (eng. *business angels*) i
- Fondovi rizičnog kapitala.

*Bootstrapping* financiranje (financiranje vlastitim sredstvima) predstavlja oblik financiranja kada poduzetnik ima određena financijska sredstva koja je spreman investirati u ranu fazu realizacije svoje ideje, ali zbog neizvjesnog stupnja uspješnosti tog pothvata, uputno je pridržavati se određenih pravila ponašanja, kako bi se izbjegli financijski problemi. Korištenjem metode *bootstrapping* financiranja, za poduzetnika je bitno da čim ranije plasira proizvod na tržište i na taj način počne ostvarivati prihode. Isto tako, bitno je minimizirati troškove, poželjno je korištenje poslovnog prostora unutar poduzetničkog inkubatora i korištenje rabljene opreme ili kupljene putem leasinga (Blank i Dorf, 2012).

FFF financiranje – (financiranje od strane prijatelja, rodbine / eng. *friend, family, fools*) predstavlja najčešći oblik prikupljanja financijskih sredstava. Kao i sve, i ovaj način ima svoje pozitivne i negativne strane. Pozitivne su te što je to, možda najlakši način osiguravanja sredstava, jer su rodbina i prijatelji više vođeni emocijama nego razumom, lakše se odlučuju na ulaganje. Negativni kontekst ove metode je ispreplitanje rodbinskih i prijateljskih odnosa s poslovnim odnosom i pri tom se ne smije zanemariti činjenica da je takav poslovni odnos, projekt s vrlo neizvjesnim završetkom što može narušiti međusobne odnose (Blank i Dorf, 2012).

*Crowdfunding* financiranje predstavlja model prikupljanja sredstava za financiranje projekata od većeg broja ljudi preko međumrežnih platformi – na taj način novoosnovana trgovačka društva pribavljaju potrebna sredstva za razvoj poslovanja i formiraju zajednicu koja je



zainteresirana za njihova proizvode/usluge (Blank i Dorf, 2012). Ovako prikupljena sredstva mogu biti u obliku donacija, nagrada, posudbe ili u vlasničkim udjelima poduzeća. Ovim načinom financiranja procjenjuje se i tržišno stanje jer ulagači i društvo dobivaju stvarni uvid u tržište. Ono predstavlja marketinški i društveni koncept kroz koji interesne strane mogu predstaviti svoje ideje i postići uspjeh (Blank i Dorf, 2012). Naime, *crowdfunding* mijenja financijsku industriju na nekoliko razina: omogućuje validaciju same ideje prije nego finalni proizvod dođe na tržište, omogućuje pristup kapitalu bez dodatnog depozita, omogućuje uspješnu marketinšku kampanju u kojoj pored financiranja društva, ulagači promoviraju svoje proizvode, manji je rizik za ulagače jer uplaćuju male iznose, raspodjela rizika je na cijelo društvo jer će društvo, tek nakon što skupi potrebna financijska sredstva, krenuti u poslovne aktivnosti (Grčić Fabić, 2022).

Poslovni anđeli – (eng. *business angels*) - uspješni su poduzetnici i menadžeri koji osiguravaju početni kapital za financiranje poduzetničkih projekata s mentorskom podrškom kroz znanje, vještine i kontakte. Najčešće ulažu u riskantne projekte s visokim potencijalom rasta koji imaju izraženu tehnološku komponentu, a ključni interesi su im usmjereni na ostvarivanje profita, razvoj poduzetničkih inicijativa i entuzijazam za sudjelovanje u stvaranju nove vrijednosti. Moguća su ulaganja pojedinih poslovnih anđela i skupno ulaganje. Za svoje sudjelovanje u financiranju uglavnom dobivaju vlasnički udio kroz koji ostvaruju dobit bilo kroz prodaju drugom ulagaču ili kroz izlazak poduzeća na javnu burzu dionica. (Šimić Šarić i Krstičević, 2018) Prednost ulaska poslovnih anđela u startup projekt je u lakšem poslovanju određenog sektora. Kako je već rečeno, to su ljudi koji iza sebe imaju zapažene poslovne rezultate temeljem kojih stječu i poslovni ugled. Korištenjem poslovnog ugleda i mreže poslovnih suradnika, indirektno pomažu startup projektu u širenju poslovanja, komercijalizaciji ideja, povećanju novih poduzetnika i dizanje razine opće zaposlenosti (Blank i Dorf, 2012).

Vrste poslovnih anđela su sljedeće (Vasilescu, 2009):

- Anđeli čuvari (eng. *Guardian angels*) – bivši uspješni poduzetnici u istoj grani poslovanja kao i startup poduzeće.
- Anđeli poduzetnici (eng. *Entrepreneur angels*) – bivši uspješni poduzetnici ali ne u istoj grani poslovanja kao i startup poduzeće.
- Operativni anđeli (eng. *Operational angels*) – radili su u istoj grani poslovanja kao i startup poduzeće ali u velikoj firmi pa im možda nedostaje znanja s manjim poduzećima.

- Financijski anđeli (eng. *Financial angels*) – sudjeluju samo sa financijskom investicijom u startup poduzeću radi ostvarivanja povrata na svoja uložena sredstva.

U skladu s time, važno je spomenuti European Business Angels Network (EBAN) kao vodeće europsko udruženje investitora u poduzeća u ranoj fazi razvoja. Prema podacima EBAN-a u Europi 2019. prisutno je oko 34.500 “vidljivih” poslovnih anđela koji ulažu sredstva kroz lokalna udruženja poslovnih anđela. Procjenjuje se da je aktivnost poslovnih anđela puno zastupljenija ali većina nije uključena u udruženja poslovnih anđela. Hrvatska predstavnik u EBAN-u je CRANE - Hrvatska mreža poslovnih anđela. Udruga CRANE je pokrenuta 2008. godine i kao takva pronalazi kvalitetne projekte, organizira predstavljanje selektiranih projekata poslovnim anđelima, organizira edukacije za mlade poduzetnike i poslovne anđele, surađuje s EBAN-om i mrežama poslovnih anđela u Europi i SAD-u te fondovima rizičnog kapitala u regiji i Europi, surađuje s partnerima, sveučilištima, institucijama i poduzećima zainteresiranim za razvoj poduzetništva.

Krediti predstavljaju najzastupljenije bankovne usluge te su, uz leasing, najčešći izvor financiranja poduzetnika u Republici Hrvatskoj. Prije odluke o podizanju kredita bitno je izraditi kvalitetan poslovni plan jer na temelju njega banka odlučuje hoće li odobriti kredit ili ne. Kod kredita postoji velik rizik od propadanja poslovanja. Banke u Hrvatskoj su prepoznale značaj sektora malih i srednjih poduzeća i tržište bankovnih kredita za MSP je vrlo razvijeno. Gotovo sve banke malim i srednjim poduzećima nude kredite za financiranje poslovanja. Isto tako, gotovo sve veće banke uz ponudu proizvoda poduzetnicima omogućuju i dodatne linije financiranja koje se očituju kroz razne oblike poslovne suradnje sa ministarstvima, HBOR-om, HAMAG BICRO-m, jedinicama lokalne samouprave, gradovima, županijama, te međunarodnim financijskim institucijama. Primjerice, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) je razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske koja potiče razvoj malih i srednjih poduzeća kreditiranjem, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija te poslovnim savjetovanjem. HBOR potiče poduzetnike na korištenje dostupnih sredstava EU fondova, razvija suradnju s financijskim posrednicima s ciljem olakšavanja pristupa financijskim sredstvima za mala i srednja poduzeća, te provodi mjere sniženja kamatnih stopa i naknada za obradu kreditnog zahtjeva. Fondovi rizičnog kapitala čine menadžeri koji imaju mogućnost ulagati u startupe koji imaju potencijal ostvariti visoki rast u periodu od 3 do 7 godina. Fondovi kroz unaprjeđenje upravljanja, operativnog poslovanja i jačanje tržišne pozicije rade na unaprjeđenju poslovanja poduzeća u koja su uložila sredstva. Cilj ulaganja je ostvariti povrat na uloženi kapital. Prije analiziraju svaki pojedini aspekt

poslovanja i sve odjele unutar poduzeća. Svojim ulaganjem preuzimaju dio vlasništva i postaju suvlasnici u poduzeću. Fondovi očekuju se da će od većine projekata vratiti uloženi novac, no tek 1 od 10 bude isplativ (Kolaković, 2006). U više od 90% poduzeća izgubi se sav novac koji je investiran (Grčić Fabić, 2022).

Vrste fondova rizičnog kapitala su sljedeći (Kolaković, 2006):

- privatni kapital (engl. *Private equity* – PE) - ulagači koji ulažu u poduzeća putem PE fonda ulaze u vlasničku strukturu poduzeća, sudjeluju u raspodjeli dobiti i donošenju poslovnih odluka. Osim u startupe ulažu u poduzeća kojima je potrebno rekonstruiranje, priljev novog kapitala i sl.
- rizičnog kapital (engl. *Venture capital* – VC) - ulagači putem VC fonda ulažu u poduzeća koja imaju jake perspektive rasta, pomažu u poslovanju, upravljanju, donošenju poslovnih odluka i financiranju, ali ne ulaze u vlasničku strukturu poduzeća. Nakon što poduzeće stekne financijsku stabilnost ulagači se povlače iz poduzeća uz uzimanje određene naknade.

Ulagач u kapital može biti (Blank i Dorf, 2012):

- strateški koji želi sudjelovati u poslovanju i najčešće traži većinski udio u vlasništvu te
- financijski kojeg zanima ga povrat na financijsko ulaganje, uglavnom traži manjinski udio, a ponekad ima mehanizme za preuzimanje kontrole ako njegova investicija bude ugrožena.

Uloga rizičnog kapitala u financiranju startup poduzeća (Blank i Dorf, 2012):

- Pomoći što više mladih inovatora u realizaciji svojih ideja pružajući im financiranje, strateške savjete i važne poslovne informacije u kritičnom stadiju razvoja.
- Osigurava financiranje startupova u obliku dugoročnog vlasničkog kapitala kako bi im pomogao realizirati rast, razvoj i poslovni uspjeh.
- Financiranje rizičnim kapitalom predstavlja opciju kada se želi pokrenuti poduzeće ili proširiti njegovo poslovanje, kupiti dio poduzeća ili cijelo poduzeće, restrukturirati ili revitalizirati poduzeće.

Europa po investicijama znatno zaostaje za SAD-om i Japanom. Stoga su fondovi Europske unije fokusirani na financiranje startupa iz područja visoke tehnologije. Radi se o bespovratnim sredstvima koja sufinanciraju dio projekta, ostatak financiraju investitori. Bespovratna sredstva se dodjeljuju putem javnih poziva za dostavu prijedloga projekata koje raspisuju nadležne

institucije. Sredstva su isključivo namijenjena pokrivanju troškova projekta te ne smiju generirati profit i ne mogu biti dodijeljena za projekte koji su završeni (EK, 2023).

Naposljetku, prema izvještaju Europske komisije (2023), 2022. godina je rezultirala s naglim padom investicija u prvom tromjesečju u odnosu na prethodnu godinu. To ukazuje na izazove koje usporavanje tehnološke industrije donosi mladim poduzećima. Autor ističe da Hrvatska i regija još uvijek rade na informiranju o startupima i investiranju u njih, budući da su oni relativno nerazvijeno tržište kapitala. On naglašava da su startupi temeljeni na dokazima o tržištu i stabilnom prihodu u povoljnijem položaju za privlačenje investicija, dok startupi bez tih čvrstih temelja nisu u mogućnosti osigurati investicije, što rezultira usporavanjem njihovog rasta i smanjenjem radne snage. Shodno tome, u regiji, uključujući Hrvatsku, i dalje dolazi znatan kapital od razvojnih banaka, što umanjuje utjecaj likvidnosti u usporedbi s drugim tržištima. Međutim, globalni trendovi usporavajući tehnološki sektor već se osjećaju. Izvještaji komisije napominju da je veći broj inženjerskog osoblja dostupan, a očekivane vrijednosti novoosnovanih poduzeća su razumnije. Pri tome, potrebno je imati na umu da rizični kapital ima dugoročnu dinamiku i smanjenje sredstava danas može rezultirati manjim ulaganjima u narednim godinama.

Uzmu li se u obzir osnovne komponente startupa i razvoja, postaje jasno da porezni faktori igraju značajnu ulogu u njihovom financiranju i razvoju. Dok su faze razvoja startupa (kao što su idejna faza, razvojna faza i ostvarivanje prihoda) ključni za uspješnost, porezni okvir može imati dubok utjecaj na sposobnost startupa da se održi na tržištu. Naime, razumijevanje financiranja startupa uključuje i analizu poreznih posljedica. Na primjer, u fazi osnivanja, odabir pravne strukture može značajno utjecati na porezne obveze startupa. Ovo se dodatno naglašava kroz faze razvoja, gdje se troškovi, investicije i prihodi startupa kreću. Porezni režim također može imati posljedice na razmatranje izlaznih strategija, kao što su prodaja poduzeća ili izlazak na burzu. Porezni faktori također mogu oblikovati izbor između različitih izvora financiranja (Blank i Dorf, 2012). Na primjer, ovisno o poreznim poticajima ili olakšicama, startupi mogu preferirati financiranje iz rizičnog kapitala, zajmova ili drugih izvora. Osim toga, sposobnost startupa u generiranju prihoda i rasta snažno je povezana s poreznim implikacijama. S tim u vezi, u nastavku je obrađen pojam oporezivanja startupa.

### **3. OPOREZIVANJE PODUZEĆA**

S obzirom na različite vrste poreza i njihovu dinamiku, startupi također moraju razmotriti porezno okruženje Republike Hrvatske. Osim općih poreznih obveza, posebne porezne olakšice ili poticaji za startupe mogu pružiti dodatne poticaje za razvoj. Pri tome, razumijevanje poreznih faktora ključno je za uspješan razvoj startupa. Financiranje, izbor pravne strukture, izlazne strategije i druge ključne odluke često su neraskidivo povezane s poreznim posljedicama. Startupi koji su svjesni tih faktora mogu bolje planirati svoj rast i osigurati financijsku održivost. Shodno tome, u nastavku je najprije teorijski određen razvoj poreza kroz povijest, odnosno njihov pojam i vrste, a poglavlje je zaključeno karakteristikama poreznog sustava Republike Hrvatske.

#### **3.1. Razvoj poreza kroz povijest**

Kroz evoluciju društava i razvoj čovječanstva, porezni sustavi su doživjeli značajne transformacije. Još u 1. stoljeću pr. Kr., počeli su se uvoditi razni oblici poreza, kao što su porezi na zemlju, nasljedstvo te čak na osnovne potrepštine poput žita i soli. Ovaj trend nastavio se kroz srednji vijek, gdje su porezi postali sveprisutni i raznovrsni, uključujući takse na zemlju, nasljedstvo, glavarine te različite pristojbe i davanja. Ovi porezi su često odlazili u ruke kraljevima, plemstvu i posebno Crkvi. Crkva je igrala značajnu ulogu u naplati poreza sve dok se feudalni sustav nije srozao (Jelčić i Bejaković, 2012).

Dok oporezivanje ima duboko ukorijenjenu povijest, njegova uloga u starom svijetu bila je ograničenija. U antičkoj Grčkoj i Rimu, nametali su se porezi na potrošnju, pri čemu su carine, porezi na uvoz, često bili važniji od unutarnjih trošarina za prihodovnu stranu proračuna. U vrijeme ratnih nedaća, privremeni porezi na imovinu su se koristili kao dodatno sredstvo prikupljanja financija. Početno su se ti porezi odnosili uglavnom na nekretnine, ali su s vremenom prošireni i na ostale oblike imovine. Prijenos vlasništva nad nekretninama također je bio podložan oporezivanju. Razlike su postojale u poreznoj obvezi između slobodnih građana i robova u Grčkoj, dok su porezni zakoni Rimskog Carstva razlikovali državljane i stanovnike osvojenih područja (Šimović i sur., 2010).

U srednjem vijeku, mnogi od starih poreza, osobito onih direktnih, ustupili su mjesto različitim obveznim službama i sustavima "pomoći", često u obliku darova. Glavni neizravni porezi uključivali su cestarine (naknade za tranzitiranje robe kroz zemlju) i trgovačke takse. Gradovi su razvili koncept sveobuhvatne porezne obveze koja bi obuhvatila sve građane: teret poreza

na specifične prehrambene proizvode i napitke bio bi raspoređen između potrošača i proizvođača/trgovaca. U kasnom srednjem vijeku, neki njemački i talijanski gradovi su uveli direktne poreze, uključujući porez na glavu za siromašne i porez na neto imovinu, a ponekad i progresivno oporezivanje dohotka za bogate. Porezi na nekretnine i kuće postupno su se povećavali (Jelčić i Bejaković, 2012).

Uspón snažnih centraliziranih država tijekom narednih stoljeća doveo je do većeg oslanjanja na prihode iz vlastite imovine vladara, poreze na zemlju i prihode od općeg prometa. Ovo razdoblje je također obilježeno pojavom većeg otpora prema porezima na potrošnju, jer su ti porezi, prema mnjenju mnogih, nerazmjerno više pogađali siromašne nego bogate. Krajem 19. i početkom 20. stoljeća, fokus se sve više preusmjeravao na pravednost i izdašnost poreznog sustava, što je rezultiralo pojavom prvih poreza na dohodak. Iako su ti porezi na početku bili progresivni, mnoge zemlje su kasnije uvele progresivno oporezivanje dohotka (Šimović i sur., 2010).

Povijest je obilježena sukobima između poreznih obveznika i vlasti. Neke države su nastale kao reakcija na nametanje poreza, dok su druge zbog istih razloga propale. Oporbe i pobune su često bile potaknute opterećenjem nameta i poreza. Ratovi su često utjecali na porezne politike, dok su mnogi porezi, uključujući porez na dohodak i porez na promet, prvobitno uvedeni kao privremene mjere tijekom ratnih vremena. U post-ratnom razdoblju, iako su pobune bile usmjerene protiv tih nameta i poreza, oni nisu bili ukinuti; čak su često postajali još opsežniji (Jelčić i Bejaković, 2012).

Kroz izgradnju kapitalističkih i socijalnih država, uloga poreza postala je ključna. Država je preuzela paternalističku ulogu prema svojim građanima, što je rezultiralo povećanjem poreza kako bi se financirale široke društvene potrebe. Ovo je dovelo do značajnog rasta poreznih prihoda kako bi se osigurao kontinuirani izvor financiranja za državne obveze (Šimović i sur., 2010).

### **3.2. Pojam i vrste poreza**

Porezi se opisuju kao prisilna davanja koja građani plaćaju državi te zauzvrat ne dobivaju nikakvu protunaknadu (Roller, 2009). U pravom smislu riječi, ovo je jedan od najstarijih načina na koji se puni državna blagajna te su upravo porezi ono što državama predstavlja jedan od temeljnih prihoda. Kako su se oni razvijali kroz povijest na različite načine i kako je svaka era bila obilježena drugačijem odnosu prema porezima i nametima, ubrzo se nametnulo i pitanje s

kojim pravom neka država uopće uvodi poreze. Iz tog razloga, došlo je do razvitka temeljnih teorija o opravdanosti poreza.

U skladu s time, porezni sustav je skup svih onih poreznih oblika koji se koriste u nekoj zemlji te koji djeluje unutar postojećeg socioekonomskog i političkog sustava. Također, zadatak je poreznog sustava ispunjavati zadane fiskalne, ekonomske i socijalne ciljeve. Porezni sustav uključuje sve oblike javnih prihoda koji su nametnuti od strane države pa tako uključuju i poreze, doprinose, samodoprinos, razne takse i naknade, carine te javni dug kao izvanredni prihod države (Banović i sur., 2020). Broj poreznih oblika se u primjeni razlikuju od zemlje do zemlje pa tako može postojati porezni pluralizam tj. porezni monizam, dok u teoriji postoje dva sustava: povijesni i racionalni porezni sustavi. Povijesni porezni sustav se odnosi na ukupnost svih onih oblika putem kojeg se trenutno oporezuje unutar neke države, dok su racionalni porezni sustavi oni čiji efekt u praktičnoj primjeni zapravo odgovara onim ciljevima koji se žele postići primjenom korištenja te vrste poreza i oporezivanja (Roller, 2009).

Temeljne značajke poreza su spomenuta obvezanost ili prisilnost naplate te njegova derivativnost. Pojam derivativnosti se odnosi na činjenicu kako država izvodi svoju fiskalnu moć iz ukupnih dohodaka i dobiti poreznih obveznika te o visini njihove ekonomske moći ovisi i ukupna ekonomska moć države. Porezi su stoga derivativni ili izvedeni javni prihodi (Goreta i sur., 2016). Porezi su ujedno nepovratna davanja za koja ne postoji mogućnost dobivanja izravne protuusluge od strane države. Jedna od važnih značajki poreza je ujedno njihova nedestiniranost (Goreta i sur., 2016). Nedestiniranost poreza znači da nije unaprijed definirana namjera u koju će se utrošiti (uložiti) određeni prikupljeni porez. Pod nedestiniranošću kao jednom od osnovnih značajki poreza se podrazumijeva da se jednom prikupljeni porezi mogu koristiti za sve stavke javne potrošnje države ili jedinica regionalne te lokalne samouprave, sukladno konkretnim javnim potrebama. Porezi predstavljaju financijski ili novčani javni prihod. Upravo iz poreza se akumulira najveći udio ukupnih javnih prihoda (Tadin, 2012).

S obzirom na mogućnost prevaljivanja poreznog tereta na druge porezne obveznike, razlikuju se izravni (direktni) i neizravni (indirektni) porezi (Ott i sur., 2009). Izravne ili direktne porezne obveze plaća isključivo porezni obveznik i ne postoji mogućnost prevaljivanja poreznog tereta na druge obveznike, za razliku od neizravnih poreza koje porezni obveznik može prenijeti na teret poreznih obveznika. U izravne ili direktne poreze se ubrajaju porez i prirez na dohodak, porez na dobit i imovinu, kao i doprinosi te takse. U kategoriju neizravnih ili indirektnih poreza se mogu ubrojiti porez na dodanu vrijednost te trošarine. To su porezna davanja koja obveznik

ugrađuje u kalkulaciju ukupne cijene proizvoda i usluga te ih na taj način prevaljuje na krajnje potrošače (Kesner Škreb, 2007).

U literaturi postoje brojne definicije koje opisuju što je to porezni sustav, te ga se najlakše može definirati kao „državni sustav kojim upravlja zakonodavno tijelo odnosno vlada Republike Hrvatske koja odlučuje o uvođenju novih poreza ili upravljanjem postojećih poreza koji postoje unutar države i koji za samu državu imaju veliki značaj i utjecaj na provođenje najvažnijih aktivnosti države. U današnjem svijetu ni jedna država nemam jednaki porezni sustav, a to je zbog razloga jer je svaka država različita, svaka ima drugačije kriterije (bilo da su to kriteriji koji se odnose na klimatske uvijete, strukturu stanovništva, veličinu gospodarstva pa čak i različita vjera ima utjecaja na porezni sustav) (Roller, 2009). Naime, opće je poznato da su porezi jedan od najvažnijih prihoda koji cine značajnu stavku u državnomproračunu, poreze se može definirati kao oblik plaćanja koji je prisilnog karaktera koji je propisan od strane države, kako bi se prikupila sredstva za financiranje javnih potreba (Roller, 2009).

Porezni sustavi država diljem svijeta dobivaju obilježja sve veće složenosti te se uglavnom povećava i ukupan broj poreza kao najznačajnijih prihoda države. Unatoč činjenici da se porezni sustavi pojedinih zemalja mogu međusobno razlikovati, pojedine vrste oporezivanja se gotovo univerzalno primjenjuju u svim poreznim sustavima. Vrste poreza koje su zastupljene u velikom broju poreznih sustava su:

- porez na dohodak,
- porez na dobit te
- porez na promet (porez na dodanu vrijednost).

Porez na dohodak predstavlja izravni ili neposredni porez jer se izvodi izravno iz visine dohotka koji je u određenom poreznom razdoblju ostvario porezni obveznik na temelju samostalnog ili nesamostalnog rada. Prilikom obračuna poreza na dohodak se vodi računa o visini ukupnog dohotka kojeg je porezni obveznik ostvario (Ministarstvo financija, 2023). Kako se sustavom oporezivanja ne bi ugrozila socijalna pravednost, država utvrđuje visinu osobnog odbitka ili neoporezivog dijela dohotka čija visina korelira sa sposobnošću zadovoljavanja temeljnih egzistencijalnih potreba te se utvrđuje ovisno o visini prosječne plaće na razini nacionalne ekonomije (Šimović, 2012).

Oporezivim dijelom dohotka se smatra dio koji prelazi godišnju razinu osnovnog odbitka. Uobičajeno se porez na dohodak plaća progresivno što znači da se stopa poreza na dohodak povećava sukladno povećanju ukupne visine poreza na dohodak. Progresivno oporezivanje



porezom na dohodak spada u najvažniju značajku oporezivanja ovom vrstom poreza (Urban, 2006). Tim se strukturnim obilježjem poreza na dohodak osigurava usklađivanje visine stope poreza na dohodak s visinom ukupnog dohotka poreznog obveznika. Uvođenjem poreza na dohodak država osigurava pravedan sustav raspodjele ukupnog dohotka na nacionalnoj razini (Banović i sur., 2020).

U obveznike poreza na dohodak se ubrajaju fizičke osobe. To su obveznici koji ostvaruju dohodak ili nasljednici obveznika plaćanja poreza na dohodak. U Republici Hrvatskoj je dohodak moguće ostvariti na više načina, i to samostalnim i nesamostalnim radom, potom na temelju imovine i imovinskih prava. Osobe koje generiraju dohodak od kapitala, dohodak od osiguranja ili drugi dohodak (npr. obrt uz nesamostalni rad, dohodak od autorskih prava...) također su obveznici plaćanja poreza na dohodak. U obveznike plaćanja poreza na dohodak se uz rezidente ubrajaju i nerezidenti koji u Republici Hrvatskoj nemaju registrirano prebivalište ni boravište, međutim na području Republike Hrvatske ostvaruju dohodak sukladno Zakonu o porezu na dohodak (Banović i sur., 2020). Osnovica poreza na dohodak je ukupna visina dohotka iz svih izvora koja je ostvarena u određenom poreznom razdoblju umanjena za iznos osobnog odbitka ili neoporezivog dijela dohotka u istom vremenskom (poreznom) razdoblju.

Obveznici poreza na dobit su pravne osobe, a osnovica za plaćanje ovog poreza je računovodstvena dobit (bruto dobit prije oporezivanja). Tijekom obračunskog razdoblja obveznici poreza na dobit uplaćuju predumove poreza na dobit, a stvarna visina obveze se utvrđuje na temelju porezne prijave te se utvrđuju razlike za uplatu ili za povrat poreza (Ott i sur., 2009). Porez na promet koji je uveden u Republici Hrvatskoj 1998. godine je porez na dodanu vrijednost kao neto svefazni porez na promet. Njegova je temeljna značajka izdašnost jer se obračun i plaćanje PDV-a odvijaju kroz sve faze proizvodnje i prometa robe i usluga do krajnjeg potrošača, ali se u svakoj fazi obračunava i plaća isključivo dodana vrijednost koja je ostvarena u toj fazi proizvodnje ili prometa (Cindori i Pogačić, 2010).

Porez na dodanu vrijednost ima tri oblika, a to su proizvodni, dohodovni i potrošni oblik, a svaki od navedenih oblika se može utvrđivati prema načelu podrijetla i načelu odredišta. Također je moguće razlikovati tri različite metode izračuna visine poreza na dodanu vrijednost, a to su (Cindori i Pogačić, 2010):

- metoda zbrajanja,
- metoda oduzimanja te
- kreditna metoda.

Porez na dodanu vrijednost kao podvrsta poreza na promet, razvijao se tijekom duljeg vremenskog razdoblja. Jednofazni porezi na promet ili višefazni kaskadni porezi na promet koji su se obračunavali prilikom prodaje dobara ili usluga bili su dominantni oblici poreza na promet sve do šezdesetih godina dvadesetog stoljeća. U to vrijeme je postupno započela primjena poreza na dodanu vrijednost koji je postupno postao prevladavajući oblik poreza na promet u većini poreznih sustava na svijetu.

Francuska i Finska su zemlje koje su prve uvele porez na dodanu vrijednost te se njegova primjena postupno počela širiti diljem drugih zemalja u Europskoj uniji, ali i u tranzicijskim zemljama kao i u zemljama u razvoju. U anglo-saksonskim zemljama SAD-u i Australiji nije usvojen PDV kao oblik oporezivanja potrošnje zbog različitog porezno-pravnog okvira u kojem su se razvijali porezni sustavi tih zemalja (Jurković, 2002).

Na području Europske unije se primjenjuje potrošni oblik poreza na dodanu vrijednost prema načelu odredišta (Sopek, 2012). Kreditna metoda se koristi u svrhu izračuna ukupne obveze ili razlike za povrat poreza na dodanu vrijednost u određenom poreznom razdoblju. Značajka potrošnog oblika poreza na dodanu vrijednost jest da se od ukupne vrijednosti prodaje oduzimaju sve vrste troškova za kapitalna ulaganja u stalna sredstva i u obrtna sredstva koja su utrošena u jednom proizvodnom ciklusu. Oduzimanjem troškova kapitalnih investicija iz vrijednosti dobara i usluga se izbjegava pojava dvostrukog oporezivanja kapitala pri kupnji i outputima za čiju su proizvodnju korištena kapitalna ulaganja. Važan doprinos koji proizlazi iz primjene poreza na dodanu vrijednost je njegova neutralnost u odnosu na različite metode proizvodnje dobara i usluga (kapitalno intenzivne ili radno intenzivne) (Tadin, 2012).

Pod plaćanjem poreza na dodanu vrijednost prema načelu odredišta se podrazumijeva da se porez na dodanu vrijednost plaća u mjestu potrošnje. Plaćanje prema načelu odredišta je osobito važno u međunarodnoj trgovini. Dobra i usluge koje se izvoze oslobođene su obveze plaćanja PDV-a, a oporezivanje se vrši prilikom uvoza dobara i usluga. Ovo je načelo usvojeno kako bi se doprinijelo što ravnopravnijim konkurentskim odnosima na krajnjem tržištu između domicilnih i uvoznih dobara i usluga (Bezjak, 2012). Razlozi za sveprisutnost poreza na dodanu vrijednost (PDV) u velikom broju zemalja proizlaze iz njegovih ključnih karakteristika koje su ranije navedene. PDV omogućava precizno identificiranje poreza na izvoznim proizvodima, osiguravajući da oni napuštaju zemlju bez opterećenja porezom na potrošnju. S druge strane, uvoz se može oporezivati na domaćem tržištu po istoj stopi kao i domaći proizvodi, omogućujući im ravnopravnu konkurenciju (Roller, 2009).

Jedna od ključnih prednosti PDV-a je njegova neutralnost u vezi s vanjskom trgovinom, što znači da ne stvara iskrivljenja u domaćoj proizvodnji i potrošnji. Sustav PDV-a ne uzima u obzir koliko je faza proizvodnje proizvod prošao prije konačne upotrebe. Također je neutralan u odnosu na različite metode proizvodnje koje su korištene. Drugim riječima, PDV ne utječe na cijene i osigurava optimalnu raspodjelu resursa na tržištu. Osim svoje neutralnosti, PDV donosi značajne prihode u državni proračun. Integrirana je samoregulirajuća struktura koja djelomično smanjuje mogućnost izbjegavanja plaćanja poreza (evazije). To znači da je teško izbjeći plaćanje poreza na dodanu vrijednost, što doprinosi stabilnijem financiranju javnih potreba (Tadin, 2012). U konačnici, uspješna implementacija PDV-a u velikom broju zemalja može se pripisati njegovim ekonomski neutralnim svojstvima, sposobnosti podržavanja vanjske trgovine, održavanju ravnoteže u domaćem tržištu te osiguravanju konzistentnih prihoda za državni proračun.

Osnovice za porez na dodanu vrijednost (PDV) obuhvaćaju različite situacije u kojima se određuje oporeziva vrijednost za obračun PDV-a. Prvo, to uključuje naknadu za isporučena dobra ili obavljene usluge. Drugo, osnovica može biti tržišna vrijednost dobara ili usluga koji su predmet razmjene. Treće, u slučaju prijenosa gospodarske cjeline ili pogona, osnovica je pojedinačna naknada za svaki preneseni predmet, koja se zbroji kako bi se dobila ukupna naknada za tu cjelinu ili pogon, pri čemu se uzima u obzir i vrijednost nekretnina. Četvrto, cijena založnice uvećana je za razliku do tržišne vrijednosti založenog dobra (Ministarstvo financija, 2023). Također, osnovica uključuje situacije u kojima porezni obveznik ili njegovi zaposlenici koriste dobra i imovinu iz poduzetničke imovine u privatne ili nepoduzetničke svrhe. Osnovica u tim situacijama je tržišna vrijednost dobara ili usluga u trenutku isporuke ili obavljanja usluge. Isto tako, u slučajevima obavljanja usluga bez naknade od strane poreznog obveznika ili njegovih zaposlenika u privatne svrhe, osnovica je tržišna vrijednost u trenutku obavljanja usluge (Ministarstvo financija, 2023).

Kod uvoza dobara, osnovica je carinska vrijednost koja je utvrđena prema carinskim propisima, uvećana za carinu, posebne poreze, trošarine, pristojbe i slična davanja plaćena pri uvozu. Također, uvoz dobara koja su prethodno izvezena radi oplemenjivanja ima osnovicu plaćene naknade za oplemenjivanje, ili ako takva naknada nije plaćena, osnovica se povećava zbog oplemenjivanja. Dodatno, u situacijama kada se obavljaju isporuke rabljenih dobara, umjetničkih djela, kolekcionarskih i antiknih predmeta preprodavateljem koji primjenjuje poseban postupak oporezivanja marže, osnovica se izračunava kao razlika između prodajne i

nabavne cijene isporučenih dobara, umanjena za iznos PDV-a koji je sadržan u toj marži (Ministarstvo financija, Carinska uprava, 2023).

Naposljetku, može se zaključiti kako svaka država ima različite okvire ustrojstva kao i funkcioniranje svojeg poreznog sustava što zapravo ponajviše ovisi o osnovnim čimbenicima koji određuju neku zemlju. Ti čimbenici su najčešće klimatskih uvjeti, stavovi društva, religije, običaji, ponašanje ljudi unutar neke zemlje te institucionalni okvir (Tadin, 2012). Kada je riječ o modernom tj. suvremenom poreznom sustavu, dominantnu ulogu imaju porez na dohodak, porez na dobit te porez na dodanu vrijednost. Ovi su oblici omogućili razvoj gospodarstava mnogih zemalja kao i njihovo općenito jačanje, a njihov se doprinos osjetio i u sve većem i izdašnjem prikupljanju javnih prihoda. Sve ono što se na pozitivan način dogodilo na ruku države, na neki je način i zahtijevalo njihovo uvođenje baš u danom trenutku. Kao primjer toga se može opisati stvaranje EU koja je donijela određene probleme, ali i ciljeve pred moderne porezne sustave. Poznata je činjenica kako je razlog stvaranja EU bio upravo u težnji za stvaranjem slobodnog kretanja što ljudi što robe te su zato članice EU bile primorane na različite načine oblikovati porezne sustave kako bi se sve to što više olakšalo i to na način donoseći različite zakone, regulative i sl. (Tadin, 2012).

### **3.3. Karakteristike poreznog sustava Republike Hrvatske**

Porezni sustav Republike Hrvatske je relativno mlad, stvoren sredinom 90-tih godina, te je proteklih desetljeća prošao kroz značajne promjene. U svojim počecima bio je jednostavan imao je mali broj stopa i oslobođenja te široku poreznu osnovicu, a od tada je porezni sustav prošao brojne porezne reforme kojima se nastojalo stvoriti sto kvalitetniji i pouzdaniji i pravedniji porezni sustav. Prepravljanje poreznog sustava je obavljeno u dvije faze za čiju su provedbu bili zaduženi stručnjaci iz Njemačke na čelu sa profesorom Rose Manfredom. Prva faza je uključivala reorganiziranje porezne administracije po pitanju efikasnosti, a također su utvrđeni načini kojima će biti oporezivane fizičke osobe ali i pravni subjekti, druga faza porezne reforme odnosila se na uvođenje poreza na dodanu vrijednost (PDV) i definiranje posrednih poreza (Sokol, 2008). Važno je napomenuti da je suvremeni porezni sustav Republici Hrvatskoj u skladu sa direktivama EU i da je nalik poreznim sustavima ostalih zemalja članica EU, te se također vrši primjena 57 međunarodnih ugovora kojim se sprječava dvostruko oporezivanje (Kesner-Škreb, 2005).

Ciljevi provedbe porezne reforme u Republici Hrvatskoj obuhvaćaju niz ključnih aspekata s ciljem postizanja pozitivnih ekonomskih i društvenih efekata. Prvi cilj je smanjenje ukupnog

poreznog opterećenja za građane i poduzeća kako bi se potaknula gospodarska aktivnost i stvorila povoljnija okolina za ulaganja. Reforma također ima za cilj razvoj poreznog sustava koji olakšava, umjesto otežava, zapošljavanje te potiče veću konkurentnost i rast gospodarstva (Banović i sur., 2020).

Kroz promjene u poreznom sustavu, želi se stvoriti pravedniji model oporezivanja koji olakšava poslovanje i podržava održivost. Stabilnost, održivost i jednostavnost poreznog sustava postižu se širenjem porezne osnovice i ukidanjem nekonkurentnih rashoda. Uz to, reforma ima ambiciju preoblikovati poreznu administraciju kako bi postala jednostavnija, a troškovi administracije niži, primjenom smanjenja vođenja evidencije i eliminacijom određenih poreznih obrazaca (Banović i sur., 2020). Načela poreznog sustava Republike Hrvatske dodatno naglašavaju osnovne smjernice. Prvo, porezi trebaju omogućiti prikupljanje adekvatnih prihoda kako bi država mogla financirati svoje rashode. Također, princip neutralnosti u poreznom sustavu osigurava da porezi ostvaruju prihod bez narušavanja ekonomske odluke koju bi pojedinci ili poduzeća donijeli iz čisto ekonomskih razloga. Važno je postići i pravednu raspodjelu poreznog opterećenja kako bi oni s manjim primanjima bili razmjerno manje opterećeni (Banović i sur., 2020).

Složenost poreznog sustava Republike Hrvatske ogleda se u različitim poreznim oblicima koji zajedno čine njegovu strukturu. To uključuje državne poreze poput poreza na dobit, poreza na dodanu vrijednost (PDV) te trošarina. Županijski porezi obuhvaćaju poreze na nasljedstva i darove, porez na motorna vozila, plovila i automate za zabavne igre, pridonoseći županijskim proračunima. Gradski i općinski porezi uključuju prirez porezu na dohodak, porez na potrošnju, poreze na nekretnine i druge lokalne poreze, čime se financiraju proračuni gradova i općina. Porez na dohodak i porez na promet nekretnina su zajednički porezi koji djeluju na višem razini i pridonose stabilnosti poreznog sustava. Sve ove komponente čine temelj strukture poreznog sustava u Republici Hrvatskoj.

Dakle, može se zaključiti da su državni porezi isključivo prihod državnog proračuna, županijskim porezima se ostvaruje prihodi koji ulaze u županijske proračune, gradski/općinski porezi su prihodi gradskih ili općinskih proračuna, jedine iznimke jesu porez na dohodak i porez na promet nekretnina zbog toga što se prihod ostvaren ubiranjem ovih poreza dijeli na dva dijela i to tako da jedan dio ulazi u državni proračun, a drugi dio pripada županijama i gradovima/općinama. Porezna uprava je zadužena za kontrolu i praćenje plaćanja poreza kako bi se spriječilo izbjegavanje plaćanja poreza, poreznu upravu može se definirati kao nadzorni organ koji je dio Ministarstva financija.

Porezne stope koje se primjenjuju na oporezivi dohodak fizičkih osoba u Republici Hrvatskoj su definirane prema različitim nivoima godišnjeg dohotka. Ove stope igraju ključnu ulogu u određivanju iznosa poreza koji pojedinac treba platiti državi. Prva porezna stopa iznosi 20% i primjenjuje se na ukupan godišnji dohodak do iznosa od 47.780,28 eura (što je ekvivalentno 360.000,00 kuna). Odnosno, za mjesečni dohodak do 3.981,69 eura (30.000,00 kuna), primjenjuje se ista stopa. Ova stopa olakšava porezno opterećenje za one s nižim dohocima. Druga porezna stopa iznosi 30% i primjenjuje se na ukupan godišnji dohodak koji prelazi 47.780,28 eura (360.000,00 kuna). Za mjesečni dohodak iznad 3.981,69 eura (30.000,00 kuna), također se primjenjuje stopa od 30%. Ova stopa se primjenjuje na više dohotke, kako bi se osigurala odgovarajuća prihodovna struktura (Ministarstvo financija, 2023).

Nadalje, porez na dobit može se okarakterizirati kao jedan od ključnih poreznih oblika te je također i porez koji je evidentno prisutan u gotovo svakom poreznom sustavu na ovom svijetu, te u ekonomskoj teoriji može se pronaći razne razloge koji nastoje opravdati svrhu uvođenja i ubiranja poreza na dobit (Cindori i Pogačić, 2010):

- Teorija ekvivalencije prema ovoj teoriji uzrok postojanja ovog poreza ogleda se u svim događajima bez kojih ne bi rezultiralo nekom posljedicom, jednostavnije rečeno državi su potrebna sredstva uz pomoć kojih će financirati određene javne potrebe.
- Teorija žrtve – prema ovoj teoriji oni koji ostvaruju veliku ekonomsku korist bi trebali se žrtvovati i plaćati veći iznos poreza.
- Gospodarsko-politički razlozi koji se odnose na financiranje važnih javnih dobara i javnih ustanova.

U sferi oporezivanja, porez na dobit ima svoje relevantne aktere. Ovaj oblik oporezivanja obuhvaća široku lepezu poreznih obveznika, uključujući trgovačka društva te različite pravne i fizičke osobe. Unutar ovog koncepta, pažnju privlače i tuzemne poslovne jedinice inozemnih poduzetnika, kao i fizičke osobe koje se bave samostalnim djelatnostima.

Porez na dobit također zahvaća fizičke osobe koje ostvaruju prihod iznad određenog praga. Osobe s ukupnim primitkom premašuju li 995.421,06 eura u prethodnom poreznom razdoblju, također postaju obveznici ovog poreza. U sklopu prilagodbi, primjećuje se i specifičan spektar subjekata koji se često ne bi smatrali obveznicima poreza na dobit. Tijela državne uprave, kao i udruge, vjerske zajednice, i sportski klubovi, obavezni su ovim porezom ako obavljaju određene gospodarske djelatnosti, što osigurava jednakost uvjeta na tržištu.

Porez na dobit po odbitku također ima svoju ulogu. Ovaj oblik poreza primjenjuje se na tuzemne isplatelje koji iznose kamate, dividende, autorska prava i druga prava intelektualnog vlasništva inozemnim osobama. Osim toga, također se odnosi na plaćanja za istraživanje tržišta, porezno i poslovno savjetovanje te revizorske usluge inozemnim osobama. Ključan element u ovim konceptima je porezna osnovica. Za porez na dobit, osnovica se formira kroz računovodstvene propise, uz prilagodbe prema zakonskim smjernicama. S druge strane, porezna osnovica poreza na dobit po odbitku predstavlja bruto iznos isplate tuzemnih isplatelja inozemnim primateljima (Ministarstvo financija, 2023).

Dinamika poreznih stopa dodatno odražava ovu raznolikost. Porez na dobit varira ovisno o ostvarenim prihodima, s 10% za prihode do 995.421,06 eura te 18% za one koji prelaze taj iznos. Porez na dobit po odbitku ima nekoliko dimenzija. Stopa od 15% primjenjuje se na širok spektar isplata, s izuzetkom dividendi i udjela u dobiti koje oporezuje stopa od 10%. Posebna stopa od 20% ima svoju primjenu kada se plaćanja usluga odvijaju prema određenim kriterijima. Kroz ovu raznolikost poreza na dobit, porezni sustav Republike Hrvatske uspijeva odgovoriti na razne scenarije, osiguravajući pošteno i pravedno oporezivanje u širokom spektru situacija.

Pri tome, potrebno je razlikovati porez na dobit i oporezivanje isplaćene dobiti. Naime, poduzeće plaća porez na dobit koju ostvari u prethodnoj godini. S druge strane, ako se ostvarena dobit odluči isplatiti vlasniku, onda se radi o dohotku od kapitala i na njega valja platiti porez na dohodak. Prema Zakonu o porezu na dohodak (NN 151/22), dohotkom od kapitala smatra se isplata dobiti i dividendi. Ovaj porez ima stopu od 10 % + prirez, koji se obračunava prema mjestu prebivališta primatelja dohotka. Postupak isplate dobiti uključuje utvrđivanje računa dobiti i gubitka za poslovnu godinu, izračun udjela svakog člana društva u dobiti te donošenje odluke o raspodjeli dobitka (Ministarstvo financija, 2023). Porez na dohodak od kapitala (10 % + prirez) obračunava se i plaća na dan isplate dobiti. Važno je napomenuti da se isplate predujmova dobiti tretiraju slično kao i isplate zadržane dobiti te da isplata dobiti može biti elektronički na žiro-račun ili tekući račun, no gotovinska isplata nije dopuštena. Isplatu dobiti i dividendi mogu primiti samo članovi društva, odnosno vlasnici, dok se isplate zaposlenicima oporezuju drugačije, kao dohodak od nesamostalnog rada (Ministarstvo financija, 2023).

Nadalje, porezna politika igra ključnu ulogu u financiranju države te reguliranju tržišnih aktivnosti. Porez na dodanu vrijednost (PDV) predstavlja bitan segment ovog sustava, usmjeravajući oporezivanje na raznolike aspekte ekonomske aktivnosti. PDV, definiran kao

porez na finalnu potrošnju, temelji se na konceptu dodane vrijednosti. To predstavlja razliku između finalne cijene proizvoda ili usluge koju kupci plaćaju i troškova inputa koje proizvođači koriste pri proizvodnji. Ključna je karakteristika PDV-a da se ne oporezuju inputi, već samo dodana vrijednost stvorena kroz proizvodni proces. Ovaj koncept omogućuje poreznim obveznicima odbijanje PDV-a koji je već obračunat prilikom kupnje inputa za proizvodnju (Ministarstvo financija, 2023).

Složenost PDV-a reflektira se u različitim stopama i pravilima primjene. Postoje različite stope PDV-a koje se primjenjuju ovisno o vrsti dobara ili usluga. Također, postoje varijacije u načinu obračuna PDV-a prema naplaćenim računima ili izdanim računima. PDV utječe na različite obveznike, uključujući poduzetnike, fizičke osobe i uvoznike. Raznolikost obveznika i načina primjene PDV-a stvara kompleksnost u poreznom sustavu.

Porez na dodanu vrijednost po odbitku je poseban aspekt PDV-a. Ovaj model primjenjuje se na tuzemne isplatelje koji plaćaju kamate, dividende, autorska prava i druga prava intelektualnog vlasništva inozemnim osobama. Također, obuhvaća i plaćanja za istraživanje tržišta, porezno i poslovno savjetovanje te revizorske usluge inozemnim osobama. Također, važno je naglasiti kako račun igra ključnu ulogu u ovom konceptu. On je temeljni dokument za obračun porezne obveze i istovremeno osigurava kontrolu poreza. Ovaj model olakšava obveznicima precizno izračunavanje porezne obveze, čime se smanjuje mogućnost izbjegavanja poreza.

U skladu s novim ekonomskim okvirom, Republika Hrvatska postala je dijelom ekonomske i monetarne unije s eurom kao službenom valutom od 1. siječnja 2023. Kako bi se prilagodilo ovoj promjeni, donesene su izmjene i dopune poreznih zakona i pravilnika za istu godinu. Naime, izmjene Zakona o porezu na dodanu vrijednost (PDV) usklađene su s uvođenjem eura kao službene valute. Ključne izmjene koje stupaju na snagu 1. siječnja 2023. godine uključuju (Vlada RH, 2022):

- Prag za ulazak u sustav PDV-a: Dosadašnji prag za ulazak u sustav PDV-a bio je 300.000 kuna, ali od 2023. godine, taj iznosi 39.816,84 eura. To znači da će porezni obveznici koji premaše ovaj iznos isporukom dobara i usluga biti obvezni registrirati se za PDV.
- Prilagodba poreznih evidencija: S obzirom na uvođenje eura, sve porezne evidencije moraju biti prilagođene novoj valuti.



- Nulta stopa PDV-a: Uvođenjem nulte stope PDV-a primjenjuje se na isporuku i ugradnju solarnih ploča na privatne stambene objekte, prostore za stanovanje i javne zgrade koje služe javnom interesu te isporuku i ugradnju solarnih ploča u njihovoj blizini.

U nastavku rada, pri usporedbi poreznog opterećenja startup poduzeća u RH, EU i SAD, naglasak je stavljen na porez na dobit.

## **4. ANALIZA KOMPARACIJOM POREZNOG OPTEREĆENJA STARTUP PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ S ODABRANIM ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE I SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA**

Startupi širom svijeta doživljavaju rastući značaj, te je razumijevanje razlika u poreznom tretmanu ključno za ocjenu privlačnosti određenih tržišta. Kroz dubinsku komparaciju poreznih regulativa, u nastavku se istražuje kako se porezna politika prema startupima razlikuje među analiziranim zemljama te kako to može utjecati na atraktivnost Republike Hrvatske kao odredišta za startup poslovanje. Ova analiza pomoći će osvijetliti specifične porezne aspekte koji utječu na konkurentnost hrvatskih startupova te će pružiti uvid u komparativne prednosti i izazove koje svaka od navedenih jurisdikcija pruža.

### **4.1. Oporezivanje startupa u Republici Hrvatskoj**

Osnivanje startupa u Republici Hrvatskoj morat će uključivati potpune informacije o režimu oporezivanja za svaku vrstu strukture, osim troškova pokretanja. Primjerice, PDV u Hrvatskoj iznosi 25 posto i nameće se startupima koje posluju na tržištu i imaju godišnji prihod od oko 39.816,84 eura. Prema Zakonu o porezu na dodanu vrijednost (NN 33/23), niska stopa PDV-a od 13% primjenjuje se na smještaj, opskrbu vodom, usluge zabave i proizvode koji sadrže šećer. Stopa PDV-a od 5% primjenjuje se na medicinske potrepštine, novine i časopise, mliječne proizvode i lijekove.

Što se tiče ostalih poreza u Hrvatskoj, poduzetnici bi trebali razmotriti porez na dobit od 18% za poduzeća osnovana u zemlji. Pri tome, strana poduzeća u Hrvatskoj zaštićena su ugovorima o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja sklopljenim sa državama svijeta zbog dvostrukog izbjegavanja plaćanja poreza. Porez na nasljedstva i darove, porez na promet nekretnina, porez na potrošnju i porez na kuće za odmor među su naknadama koji se trebaju uzeti u obzir prilikom pokretanja startupa u Hrvatskoj.

S obzirom na to da se zakon u Republici Hrvatskoj ne pruža posebne pogodnosti za startupove, njihovo oporezivanje tretira se kao oporezivanje poduzeća prema Zakonu (Zakon o porezu na dodanu vrijednost, Zakon o porezu na dobit i sl.). Pri tome, kako je ranije navedeno, u kontekstu poreznih propisa, važno je istaknuti da porez na dobit zahvaća raznolike aktere u Republici Hrvatskoj. Ovaj oblik oporezivanja obuhvaća široku lepezu poreznih obveznika, uključujući trgovačka društva te različite pravne i fizičke osobe. Osim toga, specifične kategorije subjekata

poput tijela državne uprave, udruga, vjerskih zajednica i sportskih klubova također postaju obveznici poreza na dobit ako obavljaju gospodarske djelatnosti. Porez na dobit po odbitku primjenjuje se na tuzemne isplatelje koji prenose kamate, dividende, autorska prava i druga prava intelektualnog vlasništva inozemnim osobama. Ovdje su ključne različite stope poreza za različite vrste isplata. Porez na dobit varira prema ostvarenim prihodima, s 10% za prihode do 995.421,06 eura i 18% za više iznose. Slično tome, porez na dobit po odbitku ima varijabilne stope: 15% za većinu isplata, 10% za dividende i udjele u dobiti, te 20% za određene usluge. Uz to, treba napomenuti razliku između poreza na dobit i oporezivanja dohotka od kapitala. Porez na dobit se plaća na ostvarenu dobit poduzeća, dok dohodak od kapitala, kao što su isplate dobiti i dividendi, podliježe porezu na dohodak po stopi od 10% + prirez.

U kontekstu poreza na dodanu vrijednost (PDV), ključne informacije uključuju opća pravila, stope oporezivanja, izuzeća, registraciju u sustavu PDV-a, plaćanje PDV-a te postupak ostvarivanja povrata PDV-a. Prema Zakonu o porezu na dodanu vrijednost (NN 33/23), PDV je primarno reguliran općim pravilima oporezivanja, stopama i izuzećima, te registracijom u sustavu PDV-a. Porezne stope PDV-a variraju od 0%, 5%, 13% do 25% prema odredbama Zakona o PDV-u, članak 38. Izuzeća od plaćanja PDV-a su obuhvaćena člancima 39. do 56. Zakona o PDV-u i uključuju oslobođenja za određene djelatnosti od javnog interesa, isporuke dobara unutar Europske unije (EU) te druge specifične situacije.

Prijavljivanje i plaćanje PDV-a odvija se putem PDV prijave, s rokovima do 20. u mjesecu koji slijedi nakon razdoblja oporezivanja. Povrat PDV-a reguliran je pravilima o pravu na odbitak pretporeza i omogućava poreznim obveznicima s višim pretporezom nego poreznom obvezom povrat viška pretporeza. Posebni postupci oporezivanja primjenjuju se na usluge bez sjedišta unutar EU, prodaju dobara na daljinu unutar EU, i uvoz iz trećih zemalja. Ti postupci omogućuju pojednostavljeno oporezivanje prema pravilima PDV-a.

## **4.2. Oporezivanje startupova u Europskoj uniji i Sjedinjenim Američkim Državama**

Glede oporezivanja startupova u Europskoj uniji, određene zemlje pružaju razne pogodnosti u kontekstu oporezivanja startupova. Naime, startupi nisu nužno mala poduzeća, iako se često poistovjećuju s početnim malim poduzećima. Pojam "startup" obično se odnosi na mlade kompanije koje su usmjerene na razvoj inovativnih proizvoda ili usluga te imaju visok potencijal rasta i skaliranja. Iako mnogi startupi započinju kao mala poduzeća, neka od njih

imaju ambicije postati velika globalna poduzeća. Međutim, u nastavku će naglasak biti stavljen na mala poduzeća u funkciji startupa.

Portugal nudi porezne poticaje kroz model *Enterprise Investment Scheme*. Poslovni anđeli mogu ulagati u startupe mlađe od 3 godine i zahtijevati odbitak od 20% svog ulaganja od poreza na dohodak pojedinaca (EC, 2020). Belgija, s druge strane, pomaže mikropoduzećima, ali i malim i srednjim poduzećima mlađim od 4 godine na način da im nudi do 250.000 eura sredstava. Poduzeća moraju biti registrirana u Belgiji, imati svoje početno ili serijsko financiranje unutar prve četiri godine i pridržavati se raznih uvjeta. Također, i Francuska pruža pogodnosti i startupima i investitorima. Poslovni anđeli dobivaju smanjenje poreza na dohodak od 18% za certificirana ulaganja. Kapitalni dobiti i dividende imaju posebne porezne stope, a startupe moraju zadovoljiti kriterije za mala i srednja poduzeća i biti uključeni u operativne aktivnosti (EC, 2020). Njemačka potpora INVEST ima za cilj privući ulaganja u inovativne startupe. Poslovni anđeli koji ulažu više od 10.000 € mogu dobiti bespovratna sredstva od 20%. Potpora se primjenjuje i tijekom raspolaganja dionicama. Startupe moraju ispunjavati kriterije dobi, malog i srednjeg poduzetništva i moraju biti inovativna, a slična situacija je i u Španjolskoj (EC, 2020).

U nastavku će se prikazati usporedba oporezivanja poduzeća u Republici Hrvatskoj s odabranim zemljama članicama Europske unije. Naime, prema Zakonu o porezu na dobit (2020), u Republici Hrvatskoj stopa poreza na dobit iznosi 18%, a za porezne obveznike s godišnjim dohotkom do 7,5 milijuna HRK 12%. Oporeziva dobit u Republici Hrvatskoj uključuje novac koji trgovačko društvo ili udruženje zaradi po osnovi poslovanja, ulaganja i/ili prodaje imovine, i to za cijenu koja je viša od cijene po kojoj je imovina kupljena (kapitalni dobitak). Ukoliko trgovačko društvo ima sjedište u Republici Hrvatskoj, tada treba plaćati porez na svu svoju dobit ostvarenu u zemlji ili inozemstvu. Nadalje, ukoliko trgovačko društvo nema sjedište u Republici Hrvatskoj, no pritom u njoj ima ured ili podružnicu, treba plaćati porez na dobit, ali samo na dobit od svog poslovanja u Republici Hrvatskoj.

Na području Europske unije države članice trebaju plaćati porez na dobit odnosno porez na dobit trgovačkih društava. Pravila glede istoga određuju nacionalna tijela država članica, a ona se mogu razlikovati među tim zemljama. Tablica 4. u nastavku prikazuje stope poreza na dobit, porezne tretmane amortizacije i ostalih troškova te porezne kredite u Republici Hrvatskoj i odabranim zemljama Europske Unije.

Tablica 3. Usporedba stopa poreza na dobit, efektivne prosječne stope poreza na dobit, poreznog kredita, poreznog tretmana amortizacije i ostalih troškova u odabranim zemljama EU

Država članica EU	Stope poreza na dobit Efektivna prosječna stopa poreza na dobit	Porezni tretman amortizacije i porezni krediti	Tretmani ostalih troškova/ izuzeća
Austrija	<ul style="list-style-type: none"> <li>25%</li> <li>minimalni godišnji porez na dobit iznosi 1.750 EUR za društvo s ograničenom odgovornošću i 3.500 EUR za dioničko društvo</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 23,1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trošak amortizacije je porezno priznat. Amortizacija se obračunava linearnom metodom, a stopa ovisi o tipu imovine pa je tako 2,5% na zgrade, 10% na ostalu dugotrajnu imovinu, 12,5% na pokretnine i 10% na nematerijalnu imovinu kao što su patenti</li> <li>Porezni kredit odobrava se za investiranje u istraživanje i razvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Troškovi povezani sa akvizicijom/stjecanjem udjela unutar grupe nisu porezno odbitni.</li> <li>Kamate plaćene povezanom subjektu također se ne mogu odbiti ukoliko se kod primatelja oporezuju po stopi nižoj od 10%.</li> </ul>
Belgija	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ukupna porezna stopa na dobit iznosi 25%</li> <li>Za MSP 20%</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 25%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trošak amortizacije je porezno priznat, a metode amortizacije koje se koriste su linearna metoda i metoda opadajućeg salda. Stopa amortizacije kreće se od 3% za zgrade do 20% za nematerijalnu imovinu</li> <li>Postojanje „ACE“ (<i>Allowance for Corporate Equity</i>) zaštitne kamate i to - 0.092% prihoda za 2020 (negativna stopa), a 0.408 % za MSP</li> <li>porezni kredit odobrava se za ulaganja u istraživanje i razvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kamate koje se pripisuju povezanim osobama ili direktorima društva, a vezane su za dodijeljene predujmove poduzeću, nisu porezno odbitne stavke, iako se u nekim uvjetima mogu smatrati dividendama.</li> <li>Kamate koje se smatraju pretjeranima također se ne odbijaju od porezne osnovice.</li> <li>Primjuje se pravilo o utanjenoj kapitalizaciji (omjer 3:1)</li> <li>Izuzeća od oporezivanja primjenju se na dobit od dividend I dobit od patenata.</li> </ul>
Bugarska	<ul style="list-style-type: none"> <li>10%</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 9%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amortizacija je porezno priznati trošak, a obračunava se stopama od 4% za zgrade, 15% za pokretnu i nematerijalnu imovinu, 30% za dugotrajnu imovinu</li> <li>Strani porezni kredit odobrava se za svaki porez sličan porezu na dobit ili nametnut umjesto takvog poreza i plaćen u inozemstvu, porez nametnut u inozemstvu na bruto iznos prihoda od dividendi, plaćanja kamata, autorskih prava i licenci te najammina, porez koji plaća kontrolirana strano poduzeće u inozemstvu, porez po odbitku na plaćanja hibridnog prijenosa proporcionalno neto oporezivom prihodu koji se odnosi na takvo plaćanje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izuzeće od oporezive dobiti primjenjuje se na: dohodak od dividendi, prihode od patenata, troškove rada za zapošljavanje nezaposlenih, dane stipendije, donacije do 65% knjigovodstvene dobiti</li> </ul>
Cipar	<ul style="list-style-type: none"> <li>12,5%</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 13,4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amortizacija je porezno priznati trošak, a obračunava se linearnom metodom, stopama od 3% za zgrade, 20% za pokretnu i dugotrajnu imovinu, 16,67% za nematerijalnu imovinu</li> <li>Porezni kredit odobrava se za ulaganja u istraživanje i razvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trošak kamate ne odbija se od porezne osnovice do 7 godina za kupnju privatnih vozila i imovine koja se ne koristi u poslovanju, iznimka je kupnja dionica od 2012 u direktnom ili indirektnom punom vlasništvu, pod određenim uvjetima.</li> <li>Izuzeće se primjenjuje na dividende</li> </ul>
Češka	<ul style="list-style-type: none"> <li>19%</li> <li>stopa za osnovne investicijske fondove iznosi 5%, stopa za mirovinske fondove iznosi 0% (uz izuzeća utvrđena Zakonom o porezu na dohodak i porez na dobit)</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 16,7%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amortizacija je porezno priznati trošak, obračunava se linearnom metodom i metodom opadajućeg salda</li> <li>Porezni krediti odobrava se za: ulaganja u istraživanje i razvoj, obuku, donacije u dobrotvorne svrhe, porezni poticaji za zapošljavanje osoba s invaliditetom,</li> <li>Postoje porezni poticaji za ulaganje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Troškovi kamata na zajmove kojima se financira akvizicija ne mogu se odbiti od porezne osnovice kao ni kamate na zajmove za sudjelovanje u dobiti</li> <li>Na prihode od dividendi i dobrotvornih organizacija primjenjuje se izuzeće.</li> </ul>
Francuska	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stopa poreza na dobit: 31% za poduzeća s godišnjim prometom manjim od 250 milijuna eura i 33% za poduzeća s godišnjim prometom od 250 milijuna eura i više</li> <li>stopa od 28% odnosi se na prvih 500.000 eura oporezivog dohotka društveni doprinos od 3,3 % plaća se ukoliko je porezna obveza veća od 763.000 eura (osim za MSP čiji su prihodi manji od 7.630.000 EUR)</li> <li>15% snižena stopa za MSP na prvih 38.120 EUR oporezive dobiti (od 2019. dobit između 38.120 EUR i 500.000 EUR</li> <li>stopa 28%; iznad 500.000 dobit se oporezuje po stopi 31%)</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit 33,4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amortizacija je porezno priznati trošak. Obračun se vrši linearnom metodom ili metodom opadajućeg salda, a stope se kreću od 4% za zgrade, 10% za dugotrajnu imovinu i 20% na pokretnine i nematerijalnu imovinu</li> <li>Porezni krediti odobrava se za: ulaganja u istraživanje i razvoj, obuke, inovacije, umjetničke produkcije i ulaganja u ciljana područja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izuzimanja iz oporezive dobiti odnose se na prihode od dividendi, prihode od patenata i kapitalne dobitke na dugoročnim vlasničkim vrijednosnim papirima</li> <li>Kod pravila utanjene kapitalizacije- primjenjuje se omjer 150:100</li> </ul>
Njemačka	<ul style="list-style-type: none"> <li>15%</li> <li>Porez na dobit, zajedno sa dodatkom za solidarnost i porezom na poduzetničku aktivnost (njem. <i>Gewerbesteuer</i>, eng. <i>Business tax</i>), rezultira poreznim opterećenjem od oko 30% (stope lokalnih poreza su 14,072% + 0,825%)</li> <li>Efektivna prosječna stopa poreza na dobit iznosi 28,9%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amortizacija je porezno priznati trošak.</li> <li>Obračun se vrši linearnom metodom</li> <li>Ne postoje porezni krediti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ograničenja za odbitak kamate:</li> <li>- "Kamatna barijera" ograničava odbitak neto rashoda za kamate na 30%</li> </ul>

Izvor: izrada studenta prema European Commission, 2020

Iz tablice 4., usporedbom s odabranim zemljama, može se primijetiti kako dobit u različitim zemljama EU podliježe različitim stopama oporezivanja, razlike također postoje i u izuzećima i poreznim kreditima. Od uspoređenih zemalja, nanižu poreznu stopu na dobit ima Bugarska, a ona iznosi 10%, potom Cipar čija je stopa 12,5%. Najvišu stopu ima Francuska čija maksimalna stopa iznosi 33%. U svim uspoređenim zemljama, amortizacija se priznaje kao porezno odbitna stavka, odnosno porezna osnovica umanjuje se za njen iznos. Sve zemlje, osim Njemačke, odobravaju porezni kredit za troškove ulaganja u istraživanje i razvoj. Većina zemalja primjenjuje pravilo utanjene kapitalizacije, odnosno ograničeno priznavanje kamate kao rashoda kod kamata od zajmova povezanim društvima, ali u različitim omjerima. Primjerice, u Republici Hrvatskoj taj omjer iznosi 4:1, u Belgiji 3:1 dok se u Francuskoj isto pravilo primjenjuje uz omjer 150:100. Primjerice, u Belgiji se primjenjuje zaštitna kamata kao mehanizam rješavanja problema financiranja vlastitim ili dužničkim kapitalom.

Prema Banović i sur. (2020), efektivna prosječna porezna stopa ističe se kao najznačajnija u donošenju odluka o investiranju, prilikom odabira lokacije, odnosno postotno povećanje efektivne prosječne stope dovodi do smanjenja izravnih stranih ulaganja u povezana društva. Efektivne prosječne stope navedene u tablici 3 izračunate su metodologijom Devereuxa i Griffitha (1999) budući da se prema OECD tako izračunate smatraju boljom opcijom u svrhu donošenja odluka o investiranju. Ova stopa mjeri efektivno porezno opterećenje koje se temelji na neto sadašnjoj vrijednosti investicije u nekoj zemlji, a kod izračuna u obzir se uzimaju samo određeni parametri koji su izravno vezani za investicije u neko trgovačko društvo. Od uspoređenih zemalja, najnižu efektivnu prosječnu stopu imaju Bugarska, 9% i Cipar, 13,5%.

S druge strane, oporezivanje startupova, odnosno poduzeća u SAD-u može biti prilično kompleksno, s obzirom na različite aspekte poslovanja i različite razine poreza prema državi u kojima startup djeluje. Jedan od osnovnih poreza je porez na korporacijski dohodak: Startupovi često biraju organizacijsku strukturu korporacije (C korporacija) ili strukturu sa smanjenom dvostrukom oporezivošću (S korporacija). Korporacije plaćaju porez na korporacijski dohodak, koji se obračunava na temelju prihoda minus rashoda i odbitaka. Porezne stope za korporacije mogu varirati, ali federalna stopa obično je 21%. S druge strane, ako startup nije korporacija, već je strukturiran kao jednostavno vlasništvo, partnerstvo, S korporacija ili društvo s ograničenom odgovornošću (LLC), vlasnici startupa će oporezivati dohodak kao individualni porezni obveznici. To znači da će dohodak od startupa biti prijavljen na njihovim osobnim poreznim obrascima. Stopa poreza na dohodak varira ovisno o dohotku pojedinca i statusu bračne zajednice.

Nadalje, osim poreza na dohodak i korporacijski dohodak, postoje i dopunski porezi kao što su porez na socijalno osiguranje (FICA) i porez na *Medicare* (zdravstveno osiguranje). Ovi porezi primjenjuju se na plaće i prihod od samozapošljavanja, a namijenjeni su financiranju programa socijalnog osiguranja i zdravstvenog osiguranja. Također, ako vlasnik startupa proda svoje dionice ili udjele i ostvari kapitalnu dobit, ta dobit će biti oporezovana porezom na kapitalne dobitke. Stopa poreza na kapitalne dobitke ovisi o duljini posjedovanja imovine i poreznoj stopi vlasnika. Ako se dionice drže duže od godinu dana, primjenjuju se niže stope poreza na kapitalne dobitke.

Nadalje, što se Sjedinjenih Američkih država tiče, porezne olakšice su ključne za održavanje poslovanja startupova, pružajući im financijske olakšice za promicanje različitih aktivnosti i smanjenje poreznog opterećenja. Ove olakšice su posebno korisne za sektore s visokim kapitalnim zahtjevima. Različite vrste poreznih olakšica obuhvaćaju otvaranje radnih mjesta za marginalizirane skupine, istraživanje i razvoj te mirovinske planove. Ove olakšice reguliraju savezni i državni zakoni, a Porezna uprava ih nadzire. Iako obično postoje određeni rokovi za primjenu, postoji i određena fleksibilnost, poput prenošenja neiskorištenih kredita ili retroaktivne primjene.

Ključne porezne olakšice za američke startupe uključuju (Startups USA, 2023):

- Savezni porezni kredit za istraživanje i razvoj kojim startupi mogu odbiti do 250.000 USD godišnje od poreza na plaće za troškove istraživanja i razvoja. Uvjeti uključuju starost startupa manju od pet godina, godišnji prihod manji od 5 milijuna dolara i nedostatak zarade.
- Porezni kredit za zdravstveno osiguranje za startupe s manje od 25 zaposlenika, koji plaćaju barem 50% premija za zaposlenike s prosječnom plaćom manjom od 56.000 USD, kojim mogu dobiti kredite koji pokrivaju polovicu doprinosa poslodavca za premije.
- Porezni kredit za mirovinske planove za startupe koji nude mirovinske planove. čime mogu dobiti do 50% naknade za troškove postavljanja ili limit od 5000 USD godišnje. Pri tome, poduzeće mora imati manje od 100 zaposlenika, a zaposlenici ne smiju imati drugi mirovinski plan.
- Porezna olakšica za zapošljavanje ranjivih skupina koja koristi poslodavcima koji zapošljavaju osobe iz ciljanih skupina koje su suočile s preprekama pri zapošljavanju. Kredit iznosi 40% ili 6000 USD plaće za kvalificirane zaposlenike.

### **4.3. Razlike između oporezivanja startupova u Republici Hrvatskoj u odnosu na Europsku uniju i Sjedinjene Američke Države**

U Republici Hrvatskoj, startupovi su se susretali s određenim poreznim olakšicama koje im je omogućila država kako bi potaknula inovacije i poduzetništvo. Primjerice, program "Porezna olakšica za ulaganja u rizični kapital" omogućava fizičkim osobama ostvarenje povrata dijela uloženog novca u startupove kroz smanjenje porezne osnovice. Ova je mjera trebala privući privatne investitore u podržavanju mladih poduzeća. Međutim, nedostatak jasnoće u zakonodavstvu i administrativni teret često su otežavali startupovima u iskorištavanju te olakšice. Također, stopa poreza na dobit kod poduzeća relativno je visoka, što može umanjiti potencijalni rast startupova. Nedostatak kapitala i nedostatak tržišta za rizični kapital dodatno su otežavali financiranje i održivost mladih tehnoloških poduzeća.

Unutar Europske unije, zemlje članice imaju znatnu autonomiju nad svojim poreznim sustavima, što dovodi do raznovrsnosti u oporezivanju startupova. Zemlje poput Irske poznate su po niskim stopama poreza na dobit i povoljnom okruženju za tehnološka poduzeća. To je dovelo do pojave tzv. "poreznih oaza" unutar EU-a, privlačeći brojne startupe u registraciji svojih poslovanja radi povoljnijeg poreza. S druge strane, neke su se zemlje odlučile za politiku oporezivanja koja pogađa i veće tehnološke kompanije. Primjerice, Francuska i Njemačka podržavaju ideju oporezivanja digitalnih usluga temeljem njihovih prihoda unutar zemlje, umjesto samo njihove dobiti. Ovakvi pristupi često nailaze na otpor unutar EU-a zbog nedostatka usklađenosti.

SAD nude raznolik spektar poreznih pravila ovisno o državi i razini vlade. Osim federalnih poreza, države imaju svoje porezne stope i pravila. Niska stopa poreza na dobit za korporacije privlači mnoge startupove, posebno u saveznim državama s dodatnim poreznim olakšicama za tehnološke investicije kao što su Kalifornija i Teksas. Unatoč nižim stopama poreza na dobit, kompleksnost američkog poreznog sustava može predstavljati izazov za startupove. Postoji mnoštvo poreznih poticaja, ali oni su često usko povezani s određenim industrijama ili vrstama poslovanja. Ovo može rezultirati nedoumicama i zahtijevati konzultacije s poreznim stručnjacima kako bi se iskoristile sve mogućnosti.

Navedeno je tablično prikazano u narednoj tablici.



Tablica 4. Usporedba određenih poreznih aspekata startupa s obzirom na zemlje

Aspekti oporezivanja	Republika Hrvatska	Europska Unija	Sjedinjene Američke Države
Porezna olakšica za ulaganja u rizični kapital	Dostupna, ali administrativni teret i nedostatak jasnoće	Varira ovisno o zemlji članici EU-a	Nema sličnog programa na nacionalnoj razini, ali postoje porezne olakšice na saveznoj razini i u nekim savezним državama
Stopa poreza na dobit za poduzeća	Relativno visoka	Raznolikost poreznih stopa u zemljama članicama	Raznolikost poreznih stopa na saveznoj i državnoj razini
Porezne oaze	Nisu poznate po niskim poreznim stopama	Postoje zemlje poput Irske s niskim poreznim stopama	Postoje države poput Kalifornije i Teksasa s niskim porezom na dobit i dodatnim olakšicama za tehnološke investicije
Oporezivanje digitalnih usluga	Nema posebnog oporezivanja digitalnih usluga	Neke EU članice podržavaju oporezivanje prihoda od digitalnih usluga	Pitanje oporezivanja digitalnih usluga je kompleksno i raznoliko na saveznoj i državnoj razini
Porezni poticaji	Postoje, ali su specifični i usko povezani s određenim industrijama	Raznoliki porezni poticaji u različitim zemljama	Različiti porezni poticaji dostupni, ali usko povezani s industrijom i lokacijom

Izvor: rad autora

Kako je prikazano u tablici 5., oporezivanje startupova varira u svakoj od jurisdikcija, stvarajući jedinstvene prednosti i izazove za poduzetnike. Dok su neke zemlje usmjerene na privlačenje inozemnih startupova putem niskih poreznih stopa, druge se fokusiraju na oporezivanje većih tehnoloških kompanija radi pravednije raspodjele poreza. Važnim se smatra, od strane startupa, pravilno razumijevanje poreznih propisa u svojoj odabranoj jurisdikciji kako bi donijeli informirane odluke o svojoj financijskoj strategiji.

## 5. ZAKLJUČAK

Startup poduzeća predstavljaju dinamičnu i inovativnu komponentu suvremenog poslovnog svijeta. Ona se nalaze u fazi razvoja i traganja za tržištem za svoje proizvode ili usluge. Unatoč nedostatku iskustva i financijskih sredstava, startupovi su prepoznati kao generatori inovacija i novih poslovnih praksi. Njihov uspjeh ovisi o faktorima poput lokacije, pravne strukture i pravilnog financiranja. Rad je pokazao kako financiranje startupova ima mnoge oblike, uključujući bootstrapping, FFF financiranje, crowdfunding, ulaganja poslovnih anđela te fondove rizičnog kapitala. Svaka faza razvoja zahtijeva drugačiji pristup financiranju, a poslovni anđeli igraju važnu ulogu kao investitori i mentori za mlade poduzetnike. Krediti i leasing su također česti izvori financiranja, dok institucije poput HBOR-a podržavaju razvoj malih i srednjih poduzeća kroz kreditiranje i druge oblike potpore.

Zaključak analize usporedbe poreznog opterećenja startup poduzeća u Republici Hrvatskoj s odabranim zemljama Europske unije i Sjedinjenih Američkih Država naglašava važnost razumijevanja poreznih razlika u ocjeni atraktivnosti tržišta za startup poslovanje. U Republici Hrvatskoj, porezna politika prema startupima ne nudi posebne pogodnosti, već su oni podložni općim poreznim propisima. PDV od 25% primjenjuje se na tržišne prihode iznad određenog iznosa, dok su ostali porezi kao porez na dobit od 18% relevantni za poduzetnike. Ova analiza ukazuje na potrebu za razmatranjem svih poreznih obaveza, uključujući i porez na dodanu vrijednost, porez na dobit te druge naknade. U Europskoj uniji, različite zemlje pružaju različite poticaje za startup poduzeća. Neki primjeri uključuju Portugal, Belgiju, Francusku, Njemačku i druge zemlje koje nude porezne olakšice za investicije, istraživanje i razvoj, te ulaganje u inovacije. U ovim zemljama, efektivne prosječne stope poreza na dobit variraju, što može značajno utjecati na privlačnost određenog tržišta za investitore.

U Sjedinjenim Američkim Državama, oporezivanje startupova je složeno i varira ovisno o organizacijskoj strukturi, porezima na dohodak, korporacijskom porezu te dodatnim porezima kao što su porezi na socijalno osiguranje i kapitalne dobitke. Porezne olakšice igraju ključnu ulogu u održavanju poslovanja startupova te su usmjerene na poticanje različitih aktivnosti i smanjenje poreznog opterećenja. U konačnici, analiza pokazuje da različite jurisdikcije nude različite porezne pristupe startupima. Porezni faktori trebaju biti pažljivo razmotreni pri odabiru tržišta za poslovanje startupa. Ova analiza pomaže u osvjetljavanju ključnih poreznih aspekata koji utječu na konkurentnost startupova i njihovu privlačnost za investitore.

## POPIS IZVORA

1. Banović, I., Blažić, H. i Drezgić, S. (2020.), Utjecaj poreza na dobit na kretanje izravnih stranih ulaganja u zemljama članicama Europske unije, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 8(1), 41-58.
2. Blank, S. i Dorf, B. (2012.), *The Startup Owners Manual*, California - Pescadero: K&S Ranch.
3. Bomberg, M. (2013.), *Startup CEO: Field Guide to Scaling Up Your Business*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Hoboken
4. Cindori, S. i Pogačić, L. (2010.), Problematika utvrđivanja broja i visine stopa poreza na dodanu vrijednost, *Ekonomski misao i praksa*, (2), 227-249.
5. Čalopa, M. K., Horvat, J. i Lalić, M.. (2014.), Analysis of financing sources for start-up companies, *Management (Croatia)*. 9(1), 19-44.
6. Startups USA (2023.), America's Rising Startup Communities – tax report law, preuzeto 2. rujna 2023. s <https://startupsusa.org/americas-rising-startup-communities/>.
7. Giurca Vasilescu, L. (2009.), Poslovni anđeli: potencijalni financijski alati za pokretanje posla, *Economic research - Ekonomski istraživanja*, 22 (3), 86-98.
8. Grčić Fabić, M. (2022). Proces izgradnje legitimiteta startup poduzetnika kroz crowdfunding, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 10(1), 245-263.
9. Hisrich, R., Peters, M. i Shepherd, D. (2011.), *Poduzetništvo*, Zagreb: Sinergija
10. Jelčić, B i Bejaković, P. (2012.), *Razvoj i perspektive oporezivanja u Hrvatskoj*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Radovi Odsjeka za ekonomska istraživanja Zavoda za povijesne i društvene znanosti
11. Kesner-Škreb, M. (2005.), Dvostruko oporezivanje, *Financijska teorija i praksa*, 29(4), 443-444.
12. Klačmer-Čalopa, M., Horvat, J. i Lalić, M. (2014.), Analysis of financing sources for start-up companies, *Management*, 19(2), 19-44.
13. Kolaković, M. (2006.), *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Zagreb: Sinergija
14. Narodne novine. Zakon o porezu na dodanu vrijednost (NN 33/23).
15. Narodne novine. Zakon o porezu na dohodak (NN 151/22).
16. Nikolić, G. i Zorić, D. (2014.), Razvoj startup kulture u Hrvatskoj u funkciji razvoja gospodarstva, *Praktični menadžment*, 5(2), 98-102.
17. RH Ministarstvo financija – carinska uprava (2023.), Obračunski PDV pri uvozu, preuzeto 12. svibnja 2023. s <https://carina.gov.hr/obracunski-pdv-pri-uvozu/12205>.

18. RH Ministarstvo financija (2023.), Promjene koje su na snazi od 1. siječnja 2023., preuzeto 1. lipnja 2023. s <https://mfin.gov.hr/vijesti/promjene-koje-su-na-snazi-od-1-sijecnja-2023/3394>.
19. Ries, E. (2013.), *Lean Startup*, Zagreb: MATE
20. Roller, D. (2009.), *Fiskalni sustavi i oporezivanje poduzeća*, Zagreb: RRiF Plus
21. Sevilla-Bernardo, J., Sanchez Robies, B. i Herrador, T. C. (2022.), Success Factors of Startups in Research Literature within the Entrepreneurial Ecosystem, *Administrative sciences*, 12(3), 1-22. <https://doi.org/10.3390/admsci12030102>.
22. Sokol, N. (2008.), Analiza učinaka porezne konkurencije pri oporezivanju poduzeća u Europskoj Uniji, *Economic research - Ekonomska istraživanja*, 21(4), 34-44.
23. Šimić Šarić, M. i Krstičević, N. (2018.), Obilježja poslovnih anđela u Hrvatskoj, *Ekonomska misao i praksa*, 27(1), 249-266.
24. Šimović, J., Arbutina, H., Mijatović, N., Rogić Lugarić, T., Cindori, S. (2010.), *Hrvatski fiskalni sustav*, Zagreb: Narodne novine.
- Salamzadeh, A. i Kesim, H. K. (2015.), Startup Companies: Life Cycle and Challenges, 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia, 2015, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2628861>.
25. Tadin, H., (2012.), *Europska unija – unutarnje tržište i porezi*, Zagreb: Hita
26. Tupek, K.L. i Ćorić, G. (2018.), Utjecaj poduzetničkih inkubatora na generiranje ideja i uspjeh start-up projekata u Hrvatskoj, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 8(1), 125-152.
27. Učilište Studium (2019.), *Izvori financiranja start-up poduzeća*, Vukovar: Grad Vukovar

## POPIS TABLICA

### **Tablice**

Tablica 2. Definiranje startup poduzeća kroz godine.....	4
Tablica 3. Vrste financiranja startup projekata.....	15
Tablica 4. Usporedba stopa poreza na dobit, efektivne prosječne stope poreza na dobit, poreznog kredita, poreznog tretmana amortizacije i ostalih troškova u odabranim zemljama EU .....	37
Tablica 5. Usporedba određenih poreznih aspekata startupa s obzirom na zemlje .....	41

# ŽIVOTOPIS KANDIDATA

## Ivan Jelenić

Date of birth: 14/06/1998 | **Nationality:** Croatian | **Gender:** Male | (+385) 958863985 |

[ivanjelenic1998@gmail.com](mailto:ivanjelenic1998@gmail.com) | [www.linkedin.com/in/jelenicivan](http://www.linkedin.com/in/jelenicivan) | Nikole Pavića 26, 10090, Zagreb, Croatia

### ● WORK EXPERIENCE

28/06/2021 – CURRENT – Zagreb, Croatia

**TAX INTERN/ AUDIT INTERN – KPMG CROATIA D.O.O.**

- Helping clients with corporate and income tax compliance matters such as reviewing tax computation, preparing tax returns and reviewing tax provision (CIT, VAT, WHT and PIT)- focus on PIT
- Researching tax laws, rules and regulations and analyze their application to specific situations
- Assist in preparation of annual financial statements, testing various financial documents for accuracy and completeness while applying professional skepticism
- Assist in writing and translating documents and customer correspondence

01/07/2018 – 01/11/2018 – Zagreb, Croatia

**ACCOUNTING AND ADMINISTRATIVE ASSISTANT – OTP LEASING D.O.O.**

- Leasing application processing, bookkeeping, documenting transactions, insurances and instalments.
- Controlling income and expenditure and compiling reports
- Preparing leasing documents for potential car renters.

### ● EDUCATION AND TRAINING

30/09/2017 – CURRENT – Trg J.F. Kennedyja 6, Zagreb, Croatia

**INTEGRATED UNDERGRADUATE AND GRADUATED STUDY PROGRAMME-5TH YEAR – Faculty of Economics and Business, Univerisity of Zagreb**

#### Field(s) of study

- Analysis and Business Planning

<https://www.efzg.unizg.hr/en>

01/09/2013 – 19/05/2017 – <http://gimnazija-lvranjanina-zg.skole.hr/>, Zagreb, Croatia

**HIGH SCHOOL DEGREE – Gimnazija Lucijana Vranjanina**

### ● LANGUAGE SKILLS

Mother tongue(s): **CROATIAN**

Other language(s):

**ENGLISH**

### ● DIGITAL SKILLS

#### My Digital Skills

Microsoft office(WordExcel Powerpoint Outlook) | Digital skills | Communication Skills