

Izazovi poslovanja hrvatskih malih i srednjih poduzeća u uvjetima krize

Juric, Lovro

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:148:899301>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-13**



Repository / Repozitorij:

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



Lovro Juric

**IZAZOVI POSLOVANJA HRVATSKIH
MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U UVJETIMA
KRIZE**

DIPLOMSKI RAD

Lovro Juric

**IZAZOVI POSLOVANJA HRVATSKIH
MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U UVJETIMA
KRIZE**

DIPLOMSKI RAD

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet - Zagreb

Kolegij : Poduzetništvo
Mentor : Izv. prof. dr. sc. Mihaela Mikić
Broj indeksa autora: 0067538164

Zagreb, rujan, 2023.

Lovro Juric

Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a 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 nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 5. 10. 2023.

(potpis)

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.1. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.2. Sadržaj i struktura rada	1
2. MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ.....	2
2.1. Karakteristike malih i srednjih poduzeća	4
2.2. Utjecaj malih i srednjih poduzeća za hrvatsko gospodarstvo	6
2.3. Okruženja u kojem posluju mala i srednja poduzeća	9
3. POSLOVANJE U UVJETIMA KRIZE U HRVATSKOJ.....	16
3.1. Utjecaj financijske krize 2008. godine na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj	16
3.2. Utjecaj Covid-19 krize na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj	19
3.3. Teorijska usporedba financijske krize 2008. godine i Covid-19 krize	24
4. STRAŽIVANJE - REAKCIJA PODUZEĆA NA COVID-19 KRIZU	26
4.1. Metodologija rada.....	26
4.2. Opis uzorka i rezultata istraživanja	26
4.3. Rasprava	41
5. ZAKLJUČAK	42
LITERATURA.....	44
POPIS TABLICA.....	51
POPIS GRAFIKONA I ILUSTRACIJA.....	51

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

U ovom radu se analiziraju izazovi poslovanja hrvatskih malih i srednjih poduzeća u uvjetima krize. Ova tema je posljednjih godina zadobila veliku pozornost kako u stručnim, tako i u znanstvenim krugovima. Analizirane su kriza 2008. godine te kriza uzrokovana pandemijom Covid-19.

1.1. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za pisanje teorijskog dijela rada koristiti će se domaća i strana literatura u obliku znanstvenih i stručnih članaka, dostupnih na *online* bazama podataka. Također će biti napravljeno i anketno istraživanje u kojem će se ispitati stavovi i mišljenja pojedinaca o utjecaju krize na poslovanje malih i srednjih poduzeća.

1.2. Sadržaj i struktura rada

Rad je strukturiran u pet glavnih cjelina. Na početku rada se razmatra pojam malih i srednjih poduzeća, kakva su ona u Republici Hrvatskoj te kako utječu na hrvatsko gospodarstvo, a isto tako opisano je i okruženje u kojem mala i srednja poduzeća posluju. Sljedeće poglavlje je o poslovanju u uvjetima krize. Obrazložen je utjecaj financijske krize 2008. godine na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj te utjecaj Covid-19 krize također na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj. Zatim slijedi teorijska usporedba tih dviju financijskih kriza. Nadalje, provedeno je anketno istraživanje kako bi se dobili rezultati o izazovima poslovanja u uvjetima krize te kako hrvatska mala i srednja poduzeća posluju u takvim uvjetima.

2. MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ

Mala i srednja poduzeća su pokretač razvoja razvijenih nacionalnih gospodarstava. Mali poduzetnici su oličenje načela slobodnog odlučivanja i djelovanja u sferi ekonomije, a ona je dio građanskog, to jest civilnog društva. Prema Horvat i Kovačević (2004) nužni uvjeti koji se moraju ostvariti kako bi se uopće moglo raspravljati o poduzetničkoj ekonomiji jesu razvijena masovna industrija u kojoj rade i privređuju pojedinci koji su formirane ličnosti. Nadalje Želinski i sur. (2002) tvrde kako gospodarstvo ne samo da utječe na razvoj neke države, već kompletno formira njezinu ekonomiju i uvijete na tržištu sa kojima se moraju nositi mikro, mali, srednji i veliki gospodarski subjekti.

U svojoj prošlosti Hrvatska je prolazila kroz društveno, političko i ekonomsko uređenje u kojemu su poslovala velika poduzeća pod kontrolom i nadzorom države, dok mala i srednja poduzeća gotovo da nisu ni postojala. Prvi koraci razvoju i poticanju malog i srednjeg poduzetništva počeli su se događati osnutkom Republike Hrvatske 1991. godine kada se otvaraju poduzetnički inkubatori (prvi takav je bio u Rijeci - ELICON), a nakon nekoliko godina i tehnološki parkovi te razni centri za potporu poduzetnicima. Ipak, nedovoljna ulaganja i stimuliranja, a s druge strane velike barijere i administrativna ograničenja dovela su do današnje situacije u kojoj Hrvatska nema razvijenu poduzetničku infrastrukturu.

„Unatoč nedostacima, mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj ostvarila su udio od 60,3% u ukupnom prihodu, 74,3% u zaposlenosti i 53% u izvozu Hrvatske u 2019. godini“ (Izvešće CEPOR, 2020.).

Sukladno izvješću CEPOR za 2020. Zakon o računovodstvu i Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva sadrže taksativno nabrojane elemente u svojim kogentnim pravnim normama kojima se definiraju razlike između malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Udio u sektoru malih i srednjih poduzeća, čini definitivno najveći sastavni dio ukupnoga broja poduzeća. U 2019. godini, taj je udio iznosio nevjerojatnih 99,7 % (Izvešće CEPOR, 2020.).

Tablica 1. Kategorizacija poduzeća prema broju zaposlenih, godišnjem prometu i dugoročnoj imovini

Kategorija poduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji promet	Aktiva/dugoročna imovina

Srednje	manje od 250	do 50 milijuna eura	do 43 milijuna eura
Malo	manje od 50	do 10 milijuna eura	do 10 milijuna eura
Mikro	manje od 10	do 2 milijuna eura	do 2 milijuna eura

Izvor: Hrvatska Gospodarska Komora (2021). Vodič za definiciju malog i srednjeg poduzetništva u natjecajima za dodjelu sredstava iz fondova EU. Centar za EU. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/vodiczadefinicijumalogisrednjegpoduzetnistvaunatjecajimaza-dodjelusredstavaizfondovaeuhgkanaliza0120144457b5747dec0a7.pdf> Pristup (20.9.2022.)

Kategorija MSP odnosno mikro, malih i srednjih poduzeća odnosi se na ona poslovne subjekte koja imaju manje od 250 zaposlenih, a njihov godišnji promet koji ne premašuje 50 milijuna eura (HGK, 2021). U kategoriju mikro poduzeća ulaze oni poslovni subjekti koji imaju manje od 10 zaposlenika te godišnji promet manji od 2 milijuna eura. Mala poduzeća su oni poslovni subjekti koji imaju manje od 50 zaposlenika i godišnji promet koji ne prelazi 10 milijuna eura, dok su srednja poduzeća ona koja nemaju više od 250 zaposlenika te godišnji promet ispod 43 milijuna eura (Europa.eu, 2016).

Velika poduzeća s dugogodišnjom poslovnom tradicijom imaju uređenu organizacijsku kulturu i formalnu hijerarhiju, te zapošljavaju stručni kadar koji se bavi analizama stanja tržišta i upravljanjem rizika, kako bi im osigurao konstantan uvid u kretanja na tržištu, a samim time i prednost na istome. Cvijanović, Marović i Sruk (2008) navode kako velika poduzeća imaju prednost prilikom traženja izvora financiranja od kreditnih institucija, budući da zbog svoje duže tradicije poslovanja te većeg kreditnog rejtinga uživaju veću razinu povjerenja od banaka kako će biti u mogućnosti isplatiti svoje obveze, u odnosu na mala, srednja i mikro poduzeća.

U današnje vrijeme mala i srednja poduzeća lakše ulaze na tržište i izlaze s tržišta, imaju veću mogućnost za promjene te lakše i brže iskorištavaju prilike na tržištu. Mala i srednja poduzeća današnjice koriste moderne tehnologije te brže uvode nove proizvode i usluge. Nadalje Soče Kaljević i Pavičić (2016) smatraju kako velika poduzeća imaju ono što mala i srednja poduzeća nemaju, a to je uloga imidža u zadobivanju povjerenja šire publike potrošača. Velika poduzeća imaju konkurentsku prednost koju im njihov imidž pruža, upravo zbog toga što ne počinju svoje poslovanje od temelja, već ih njihova dugogodišnja prisutnost na tržištu i način na koji šire svoje poslovanje čini prepoznatljivima u očima kupaca.

Značajnu ulogu u gospodarstvu imaju mala i srednja poduzeća, iz razloga što otvaraju nova radna mjesta, potiču uvoz i sklona su inovacijama u modelima poslovanja i tehnologiji. Prema

Učak i Grgić (2016) ulaganje u razvoj malih i srednjih poduzeća se smatra okosnicom gospodarskog rasta svake države. Kao razlog toj tvrdnji navode da mala i srednja poduzeća zbog svoje fleksibilnosti u pogledu novih uvjeta i potreba na tržištu koje se konstantno mijenjaju, su izrazito prilagodljiva na nove trgovinske i tržišne tokove, te nadalje pružaju mogućnosti smanjenja stope nezaposlenosti, budući da se mala i srednja poduzeća smatraju radno intenzivnim sektorom zbog automatskog otvaranja novih radnih mjesta, činjenicom osnivanja malog ili srednjeg poduzeća.

2.1. Karakteristike malih i srednjih poduzeća

Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva globalizacija i današnji suvremeni način života nameću nove trendove i načine poslovanja kojima se najbrže i najlakše prilagođavaju mala poduzeća. Za osnovati malo poduzeće nije potrebno izdvojiti velika financijska sredstva pa samim time je i manji rizik poduzetnika. Ipak, ako su potrebna financijska sredstva za osnivanje ili unaprjeđenje poslovanja, slabost bankarsko-financijskog sustava otežava priljev novca. Tehnologija predstavlja bitan faktor u suvremenom poslovanju. Iako to iziskuje povećana ulaganja financijski sredstava, tehnologija omogućuje poduzetniku veću elastičnost i bolju prilagodbu zahtjevima na tržištu prema Butković i sur. (2011).

Sve veći broj malih i srednjih poduzeća ulažu znatna sredstva u razvoj tehnologije kako bi mogli biti što konkurentniji na tržištu (Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16). Mala i srednja poduzeća čine temelj europskog gospodarstva prema Tafra (2011) iz razloga što su ona nepresušani izvor inovacija te pružaju mogućnost zapošljavanja. Organizacijska struktura tipična za malo poduzeće je uglavnom linijska, budući da je prema Podrug i Burazin (2011) komunikacija unutar malih poduzeća (najčešće se radi o obiteljskim poduzećima) neformalna, a samim time i brža. Rezultat takve strukture je elastičnost i produktivnost (Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16). Mali i srednji poduzetnici bi trebali imati fleksibilnu i otvorenu strukturu kako bi što učinkovitije umrežili lanac vrijednosti i prelijevanja znanja (Horvat, Kovačić, 2004, str. 183).

Mala i srednja poduzeća čine dio gospodarstva kojem bi se svaka zemlja trebala dodatno posvetiti u razvoju poduzetništva. Zahvaljujući njihovoj karakteristici brzog prilagođavanja na promjene (fleksibilnost), lakše primjenjuju nove trendove u menadžmentu, te je bolja komunikacija unutar tvrtke i slično. Jedna suverena država koja želi svoju ekonomiju prilagoditi

tekovinama tržišta, koje se konstantno mijenjaju, mora imati snažan sektor malih, srednjih i mikropoduzeća.

Postoje razne prednosti malih i srednjih poduzeća, a neke od njih su prema Horvat i Kovačić (2004) veća stopa zapošljavanja u odnosu na velika poduzeća, viša stopa povrata od investicija nego velika poduzeća, brzo primjenjivanje inovacija, isporuka velikim poduzećima uz veoma niske cijene, stvaranje novih radnih mjesta, lakši pristup ženama, kreiranje vlastite sudbine, stvaranje novog i različitog, ostvarivanje financijske koristi i profita, ostvarenje zadovoljstva u životu, neovisnost, obiteljsko zapošljavanje. Horvat i Kovačić (2004) također ističu kako postoje četiri čimbenika koja doprinose poslovnom uspjehu malih i srednjih poduzeća, a to su: tržišne prilike, mogućnost upravljanja, određeni kapital i kredit te moderne poslovne metode. Također postoje i nedostaci pokretanja malog gospodarskog subjekta, a neki od njih su: konkurenti na tržištu, velika odgovornost, fluktuacija prodaje, financijski gubici, normativna regulativa, radni odnosi te rizik od propasti (Horvat, Kovačić, 2004).

Najveći nedostatak malih i srednjih poduzeća je visok stupanj neuspjeha prema Bošnjak (2011). Najčešće greške i uzroci tog neuspjeha su: nedovoljan broj stručnih i osposobljenih menadžera, nedostatak iskustva, nemogućnost realne procjene situacije i predviđanja odluka u budućnosti, neznanje (greške prilikom kontrole i planiranja financija – plaćanje računa, isplata plaća zaposlenim osobama), nedovoljno dobar marketing kod privlačenja i zadržavanja kupaca, nedovoljno fokusiranje na strateško planiranje, loša lokacija, loše kontroliranje zaliha (stvaranje prevelikih količina zaliha ili nedovoljna količina proizvoda na tržištu), neodgovarajuće i neprihvatljive (previsoke) cijene te nemogućnost prelaska iz malog u veće ili veliko poduzeće (Horvat i Kovačić, 2004).

Prema Baković i Ledić-Purić (2011) poduzetništvo je proces u kojemu poduzetnik poduzima sve potrebne radnje kako bi stekao prednost na tržištu te ostvario profit od svoje poduzetničke djelatnosti. Navedeno uvelike ovisi o visini kapitala te o mogućnostima ulaganja. U današnjem suvremenom poslovanju događaju se brze i nagle promjene koje zahvaćaju cjelokupno gospodarstvo. Aktivnosti poduzeća moraju biti pomno kontrolirane kako bi se postigla uspješnost poduzeća. Pozornost se treba usmjeriti prema osiguravanju adekvatne informacijske podloge, a i na financijsko izvještavanje i računovodstveni sustav. Pokretači hrvatskog gospodarstva su upravo mikro, mala i srednja poduzeća. Ona stvaraju nova radna mjesta, potiču gospodarski rast i osiguravaju društvenu stabilnost. Prepreke sa kojima se sektor malog, srednjeg i mikropoduzetništva mora suočiti su prema Baković i Ledić-Purić otežan pristup izvorima financiranja, korupcija i rigidni zakonodavni okvir. Za rast i razvoj sektora malog gospodarstva potrebno je okrenuti aktivnim mjerama vlade navedene prepreke.

2.2. Utjecaj malih i srednjih poduzeća za hrvatsko gospodarstvo

Mikro, mala i srednja poduzeća čine 99 % svih aktivnih poduzeća u EU, te predstavljaju radna mjesta za otprilike 100 milijuna ljudi (Cordina, 2023). Osim što su ekonomski stup čitave Europske Unije, izražavaju svih pet temeljnih sloboda Europske Unije u pogledu slobode kretanja radnika i kapitala, slobode poslovnog nastana i slobode pružanja usluga te neometanog kretanja u granicama unutarnjeg tržišta EU. Mikro, mala i srednja poduzeća su dakle od enormne važnosti za EU, pa stoga nedvojbeno vrše određeni utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske koji se može promatrati iz više aspekata (CEPOR, 2021).

U prvome redu mala, mikro i srednja poduzeća otvaraju nova radna mjesta u Hrvatskoj i pridonose nižim stopama nezaposlenosti te povećanju socijalne stabilnosti. Zatim, mala i srednja poduzeća čine značajan dio hrvatskog bruto domaćeg proizvoda (BDP). Njihove zajedničke gospodarske aktivnosti, koje uključuju proizvodnju, usluge i trgovinu, značajno pridonose ukupnom gospodarskom rezultatu zemlje prema Pavković, Soldo i Cesarec (2022). Mala i srednja poduzeća zbog svoje sposobnosti da se brzo prilagode novim zahtjevima na tržištu često prednjače u inovacijama. Otvorenost malih, mikro i srednjih poduzeća ka implementaciji novih tehnologija i poslovnih modela stimulatивно djeluje na razvoj hrvatskog gospodarstva.

Mala i srednja poduzeća često su raspršena diljem zemlje, uključujući ruralna i manje gospodarski razvijena područja. Njihova prisutnost može potaknuti gospodarski razvoj i smanjiti regionalne razlike pružanjem prilika za lokalno poduzetništvo i zapošljavanje prema Cetina i Škrinjar (2023). Vrlo je važno da se na razini Republike Hrvatske potiče razvoj ruralnih gravitacijskih područja, jer poticanje poduzetništva u tim zonama ima povoljan učinak na cjelokupno hrvatsko gospodarstvo.

Mnoga mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj uključena su u međunarodnu trgovinu, izvozeći svoje proizvode i usluge u druge zemlje. To pridonosi trgovinskoj ravnoteži zemlje i povećava njezinu ekonomsku otpornost diversifikacijom tržišta. Rastući izvozni sektor, čiji integralni dio čine mala, mikro i srednja poduzeća predstavlja najveći potencijal hrvatskog gospodarstva za rast i razvoj u sljedećem desetljeću (Nacrt prijedloga Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine, 2021). Mala i srednja poduzeća čine sastavni dio opskrbnih lanaca za različite industrije, pridonoseći ukupnoj konkurentnosti tih industrija (Plan za industrijsku tranziciju sjeverne hrvatske, 2021).

Mala i srednja poduzeća osnažuju poduzetnike, žene i manjinske skupine, pridonoseći inkluzivnijem i raznolikijem gospodarstvu te generiraju porezne prihode za vladu, koji se mogu

ponovno uložiti u javne usluge i infrastrukturu, donoseći dobrobit cjelokupnom gospodarstvu (CEPOR, 2011). Prema Dečman (2012) prepoznate su određene specifičnosti u pogledu financijskog izvještavanja za potrebe prikaza uspješnosti poslovanja malih i srednjih poduzeća, no to je potpuno irelevantno u kontekstu utjecaja malih i srednjih poduzeća na hrvatsko gospodarstvo, već se više odnosi na specifične osobine poduzetnika koji je vlasnikom malog ili srednjeg poduzeća te njegove spremnosti da se uhvati u koštac s računovodstvenom regulativom.

Konkretno što se Republike Hrvatske tiče podaci ukazuju kako je u dalekoj 2009. godini, kada Hrvatska još nije postala službeno članicom EU, iako je već tada provela brojne reforme u sklopu pregovora za pridruživanje EU; prema Dečman (2012) ukupno udio malih i srednjih registriranih poduzetnika iznosio 99,5%. Već u 2015. godini kada je Republika Hrvatska nekoliko godina članica EU, dostupni su podaci o promjenama u prihodima malih i srednjih poduzeća, te utjecaju na izvoz u odnosu na 2014. godinu. Prema CEPOR (2016) prihod malih poduzeća u 2015. godini porastao je za 4,8%, a srednjih poduzeća za 6%, dok je vrijednost izvoza malih poduzeća u 2015. godini uvećana za 6,7%, a srednjih poduzeća za 13,2%.

Prema CEPOR (2018) u 2017. godini udio mikro, malih i srednjih poduzeća na razini čitave Hrvatske iznosio je 59,6%. Navedeni podaci upućuju na minimalno smanjenje u odnosu rezultate iz 2016. godine. Iako se je cjelokupni udio smanjio, ukupan prihod u mikro poduzećima je uvećan za 8,4%, malim poduzećima za 7,9% te srednjim poduzećima za 4,7%. Sektor malih i srednjih poduzeća je u ukupnome izvozu trgovačke robe i usluga u 2017. godini sudjelovao 52,5%. Navedeni rezultat predstavlja povećanje od 2,8 % u usporedbi s prethodnom 2016. godinom. Može se konstatirati kako navedeni podaci predstavljaju povoljan utjecaj mikro, malih i srednjih poduzetnika na razvoj hrvatskog gospodarstva.

Mikro, mala i srednja poduzeća u 2018. godini prema CEPOR (2019) ostvarila su 58% ukupnog prihoda na razini Republike Hrvatske. Prihod mikro poduzeća uvećan je za 8,2%, malih poduzeća za 7,1% te srednjih poduzeća za 8,7%. U ukupno ostvarenom izvozu za 2018. godinu mala i srednja poduzeća ostvarila su udjel od 53%, s time da su mikro poduzeća povećala su ukupni izvoz za 3,1%, mala poduzeća za 9,9% te srednja poduzeća za 7,4% . Prema CEPOR (2020) u izvozu hrvatskih poduzeća za 2019. godinu, sektor malih i srednjih poduzeća ima udio od 52,9% što predstavlja neznatan pad u odnosu na poslovne rezultate za 2018. godinu. Unutar tog udjela može se primijetiti kako je vrijednost izvoza mikro poduzeća u 2019. godini porasla za 18,7% te malih poduzeća za 4,7%. Iako je primjetan minimalan pad, i dalje se može govoriti o pozitivnome utjecaju sektora malih, srednjih i mikro poduzeća na hrvatsko

gospodarstvo. U prilog toj tvrdnji slijedi tablica s prikazom udjela sektora malih srednjih i mikro poduzeća u ukupnome trgovinskome izvozu od 2017 do 2019. godine.

Tablica 2 Prikaz udjela malih, srednjih i mikro poduzetnika u ukupnome izvozu RH za period od 2017. do 2019. godine

GODINA POSLOVNOG CIKLUSA	UKUPNI UDIO U TRGOVINSKOM IZVOZU MALIH, SREDNJIH I MIKRO PODUZEĆA
2017	52,5%.
2018	53%
2019	52,9 %

Izvor: izrada autora prema : Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2017, Cepar.hr, preuzeto s :

<https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/> (1.09.2023.)

Kako je već i ranije u radu naglašeno, utjecaj na razvoj hrvatskog gospodarstva u globalu od strane sektora malih, srednjih i mikro poduzeća očituje se ponajviše u utjecaju na izvoz. Naime, što je veća stopa izvoza jedne države u odnosu na stopu uvoza, to je razvijenije njezino gospodarstvo. Rezultati sadržani u tablici br. 2 upućuju na to kako sektor malog, srednjeg i mikro poduzetništva ne samo da čine polovinu hrvatskoga izvoza, već ukoliko ne rastu, održavaju konstantu. Podaci za 2020. te 2021. godinu namjerno su izostavljeni iz razloga što se isti detaljno obrađuju u narednim poglavljima rada u kojima se analizira sektor malog, srednjeg i mikro poduzetništva u uvjetima pandemije uzrokovane virusom COVID-19.

U Republici Hrvatskoj postoji nemali broj primjera malih i srednjih poduzetnika koji zahvaljujući visokim razinama inventivnosti u tehnološkom i organizacijskome smislu ostvaruju zavidne poslovne rezultate. Riječ je o *start-upovima* poput CircuitMess-a koji je u 2021. ostvario prihod od milijun eura (Infobiz.fina.hr, 2022) te Cidrani koji je u 2021. godini ostvario pola milijuna eura prihoda (Infobiz.fina.hr,2022). Oni svoje poslovanje baziraju upravo na osvajanju stranih tržišta i izvozu originalnih hrvatskih proizvoda. U Republici Hrvatskoj je u 2022. godini uloženo preko milijardu eura kapitala u domaće start-upove koji čine sektor mikro, malog i srednjeg poduzetništva.

Navedeni podaci potvrđuju navode s početka diplomskoga rada kako se utjecaj sektora malog, srednjeg i mikro poduzetništva očituje u inovativnosti. Pritom se ne misli na inovativnost u smislu nekog revolucionarnog proizvoda već na inovativnost u pogledu modela poslovanja (npr. start-up umjesto osnivanja obrta, d.o.o.-a ili j.d.o.o.-a) i organizacijske kulture te inovativnost u modelima financiranja (npr. financiranje grupom umjesto kredita banaka ili državnih poticaja za samozapošljavanje).

U vremenskom periodu od 2018.g. do 2020. g. inovativno je 49,5% poslovnih organizacija u Republici Hrvatskoj (DZS, 2022). Istraživanje Državnog zavoda za statistiku, glede inovativnih poduzeća za vremensko razdoblje od 2018. g. d 2020. g. utemeljeno je na ukupno 4 500 poduzeća, a udio inovativnih malih poduzeća u potonjem istraživanju iznosi 47,2%. Istraživanje je također pokazalo kako se mala poduzeća u kontekstu inovativnosti bore s problemom previsokih troškova i nedostatnim financijskim sredstvima potrebnima za ulaganje u inovacije i stručnost kvalificiranog kadra. Prema Baković i Ledić-Purić (2011) upravo su problemi financiranja i nemogućnost ulaganja tipični za mala poduzeća, te predstavljaju prepreku rastu i razvoju malih poduzeća u znatno većoj mjeri nego što je to slučaj u srednjim poduzećima.

O važnosti malih, srednjih i mikro poduzeća najbolje govori citat izjave predsjednika Europske komisije Jean-Claude Juncker-a koji je jasno dao do znanja kako je apsolutni prioritet europskog gospodarstva uklanjanje birokratskih i financijskih zapreka malim, mikro i srednjim poduzetnicima.

„Zapošljavanje, rast i ulaganja vratit će se u Europu samo ako uspostavimo primjereno regulatorno okruženje te promičemo poduzetničku klimu i otvaranje novih radnih mjesta. Ne smijemo kočiti inovacije i konkurentnost pretjerano preskriptivnim i detaljnim propisima, osobito kad je riječ o malim i srednjim poduzetnicima (MSP). MSP-ovi su temelj našega gospodarstva; u njima je otvoreno više od 85 % novih radnih mjesta u Europi, a mi ih moramo osloboditi tereta prekomjernih propisa.” (Vodič za korisnike o definiciji malih i srednjih poduzeća, 2015.)

2.3. Okruženja u kojem posluju mala i srednja poduzeća

Utjecaji koji djeluju na poslovanje poduzeća predstavljaju okolinu. Okolina konstantno stvara nove prilike i opasnosti za svako poduzeće. Stoga je vrlo važno promatrati i na vrijeme uočiti

potencijalne prilike i prijetnje. Istodobno i poduzeće utječe na okolinu, a i okolina utječe na poduzeće. U slučaju kada se dogodi situacija u kojoj utjecaj okoline dominira u odnosu na poduzeće, u tom trenutku poduzeće upada u krizu iz koje teško izlazi (Buble, 2003).

Slika 1 Vrste poduzetničkog okruženja



1. Izvor: izrada autora prema Craig, T., Campbell, D. (2005) *Organisations and the Business Environment*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

Slika 1. prikazuje vrste poduzetničkog okruženja, a to su: stupanj razvijenosti gospodarstva, zakonodavni okvir, aktivne mjere političara koji obnašaju svoju službenu dužnost, društvene norme i društveni običaji, tehnološki razvoj u vidu digitalizacije podataka i globalizacije koja omogućava brzu razmjenu podataka, dostupnost informatičkih alata, marketing te naposljetku mikro-okruženje; odnosno zajednica u kojoj poslovna organizacija djeluje te čija okolina na nju vrši određeni utjecaj. Ekonomski faktori u najvećoj mjeri utječu na poslovanje poduzeća. Kako bi poduzeća opstala, vrlo je bitno bogatstvo države i zdrava ekonomija prema Škrtić i Mikić (2011). Mala i srednja poduzeća posluju u zahtjevnom okruženju u kojemu se isprepliću zakonska rješenja, programima politike te institucionalna infrastruktura (Izješće CEPOR, 2020.).

Kvaliteta poduzetničkog okruženja ovisi o pravnome i političkome okruženju, odnosno o efikasnosti zakonodavnog i institucionalnog okvira povezanog sa sektorom malih i srednjih poduzeća. Upravo zbog toga su u analizi poduzetničkog okruženja fokusi na konzistentnost politika, implementaciji donesenih odluka na razini državnih institucija, kvaliteti i postojanosti regulatornog okruženja te raspoloživosti podrške sektoru malih i srednjih poduzeća (Izvješće CEPOR, 2020.).

Poduzetnička problematika u Republici Hrvatskoj je zamršena te je vidljiv nezadovoljavajući tempo pokretanja financijske snage i poduzetničkih inicijativa malih i srednjih poduzeća. Neke od osnovni slabosti su preopterećenje sektora i kronični deficit obrazovnih programa za poduzetništvo, a Vladine politike su nekoordinirane u stvaranju stimulirajućeg okruženja za poduzetništvo. Ističe se važnost povećanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva te je to jedno od kontinuiranih nastojanja hrvatskih poduzetnika. Nemoguć je opstanak hrvatskih poduzeća na tržištu bez osiguravanja potrebne konkurentnosti. U takvom okruženju bi mala poduzeća trebala biti sposobna pronaći svoje mjesto te se brzo prilagoditi zahtjevima tržišta na kojem posluju. Zbog promjenjive potražnje i ostalih okolnosti kao što je na primjer ekonomija opsega, mala gospodarstva ne mogu postići visoku produktivnost u usporedbi s velikim poduzećima (Bistričić i sur., 2011, str. 147-149).

Vanjska okolina odnosno eksterno okruženje poduzeća se odnosi na sve pojave koje se nalaze u okolini organizacije, a mogu potencijalno utjecati na njezino poslovanje i organizacijsku kulturu. Ono predstavlja izvor resursa koji su poduzeću važni kako bi se odvijao interni, odnosno unutarnji potencijal poduzeća na zakonskoj razini. Poduzeće se stalno mijenja sukladno eksternom okruženju te je to razlog njegova održanja. Poduzeće ne može uvijek dobiti sve potrebne resurse iz vanjskog okruženja zbog njihove ograničenosti, a upravo je to bio slučaj kod situacije s Covid-19 krizom.

Pojam vanjskih poremećaja se odnosi prirodne nepogode i druge vrste nepredvidivih događaja (npr. epidemija), a koji značajno utječu na poslovanje poduzeća i kretanja na tržištu. Neki poremećaji više sile mogu dovesti do potpunog prekida gospodarskih aktivnosti, ukoliko je to potrebno kako bi se zaštitilo zdravlje i sigurnost ljudi. Navedeni poremećaji osim što utječu na mikro-okruženja utječu i na prekogranična kretanja robe, međunarodnu trgovinu i mobilnost ljudi.

Mala i srednja poduzeća zbog svojih karakteristika su osjetljivija na utjecaj čimbenika koji se nalaze u široj i užoj okolini poslovnih organizacija. Pandemija se ubraja u one događaje koje nije moguće predvidjeti, te čije posljedice imaju razoran učinak. Naime, gospodarstvo i privreda su bili prisilno zaustavljeni u svrhu očuvanja zdravlja i života ljudi. Mnoga moćna gospodarstva

bila su poljuljana mjerama zabrane okupljanja, te su poduzetnici zbilja morali biti kreativni kako bi održali bilo kakvo poslovanje. U Republici Hrvatskoj su mjere zabrane okupljanja i karantena bile na snazi puna dva mjeseca, što je naravno uzelo danak gospodarstvu, privredi i turizmu. Riječ je primjeru poduzetničkog okruženja koje dolazi izvana u utječe na gotovo sve grane gospodarstva. Covid-19 je naravno značajno utjecao na kretanje uvoza i izvoza.

Kroz povijest su postojale brojne gospodarske krize koje su utjecale na gospodarstvo i privredu a da im se uzrok može naći u poduzetničkome okruženju; tj. okolini. To se odnosi na krize uzrokovane oružanim sukobima, raznim epidemijama te nepredvidivim kretanjima na tržištu. Pred samo trideset godina gospodarski magnati poput Sony-a i JVC-a nisu niti mogli zamisliti kako više neće prodavati video kazete već mikročipove. To je primjer razine tehnološkog napretka kao poduzetničkog okruženja koje utječe na gospodarske subjekte.

Financijske krize u svim zemljama znatno utječu na poslovanje svih poduzeća, ali se poduzimaju mnoge mjere kao što su traženje financijskih izvora te uklanjanje zapreka kako bi se potaknuo razvoj poduzetništva. Ekonomski faktoru su (Škrtić, 2006, str. 15):

- godišnja stopa rasta;
- bruto domaći proizvod;
- dostupnost kreditnih sredstava za financiranje poslovnih projekata;
- visina kamatne stope;
- devizni tečaj;
- stopa nezaposlenosti;
- dostupnost, cijena i kvaliteta radne snage i energenata;
- bilanca uvoza i izvoza;
- financiranje banaka;
- dostupnost kapitala i uvjeti kreditiranja;
- infrastruktura.

U zemljama u kojima je naglasak stavljen na pojedinca, a ne na društvo, javlja se slobodna tržišna ekonomija, a u zemljama gdje je naglasak na društvu, a ne na pojedincu, država može kontrolirati velik broj poduzeća na tržištu pa će u takvim zemljama postojati ograničenja (Škrtić, 2006).

U Hrvatskoj je socioekonomsko okruženje koje utječe na osnivanje poduzeća na vrlo niskoj razini. Najveći razlozi takvog stanja su: neefikasnost obrazovnog sustava, neefikasnost mjera politika vezanih uz poduzetništvo, manjak strategija za razvoj poduzetništva te teški uvjeti za financiranje poduzetničkih pothvata. Osnivanje poduzeća je vrlo zahtjevna i osjetljiva faza u

kojoj dolazi do najvećeg postotka odustajanja od poduzetničke aktivnosti zbog raznih faktora koji utječu na održivost poslovanja. Osmišljavanje i provođenje mjera od strane vlade nužno je kako bi se poticao razvoj malog, srednjeg i mikro poduzetništva.

Kvalitetno poduzetničko okruženje, učinkoviti zakonodavni okvir, pogodne institucionalne mjere uvelike utječu na poslovanje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Poduzetničko se okruženje smatra kvalitetnim i poticajnim ukoliko pruža adekvatnu podršku malim i srednjim poduzetnicima koji čine stup ekonomije i gospodarstva. Jedno kvalitetno poduzetničko okruženje mora imati konzistentnu politiku koja se sastoji od provođenja čitavog niza odluka državnih institucija koje potiču malo, srednje i mikro poduzetništvo (CEPOR, 2021).

Slijedi popis aktualnih političkih mjera i programa koji utječu na razvoj sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj :

- Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine
- Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020.
- Strateški plan Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za razdoblje 2020. – 2022. godine
- Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020.
- Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011.-2020.
- Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine
- Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj 2014. - 2020.
- Nacionalni plan borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti za razdoblje od 2021. do 2027.
- Strategija poticanja inovacija Republike Hrvatske 2014. -2020
- Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.
- Akcijski plan za administrativno rasterećenje gospodarstva za 2020. godinu
- EUROPA 2020. - Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast
- Nacionalni program reformi 2020. i Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020 (CEPOR, 2021).

Zakonodavni okvir koji uređuje pitanja malih i srednjih poduzeća u pravnome prometu i na tržištu sastoji se od čitavog niza zakona i specijalnih zakona koji se nalaze u odnosu u kojemu specijalni propis ima jaču snagu od općeg propisa. Takav odnos je pokazatelj napretka i razvoja

malog i srednjeg poduzetništva budući da se donosi značaj broj specijalnih propisa koji uređuju neka posebna pitanja iz sektora mikro, srednjeg i malog poduzetništva, a koja nisu uređena nekim općim propisom koji je na snazi, kao što je primjerice Zakon o trgovačkim društvima. Slijedi popis svih posebnih i općih zakona koji su trenutno na snazi, a uređuju pitanja iz sektora malog, srednjeg i mikro poduzetništva.

- Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva
- Zakon o državnim potporama
- Zakon o trgovačkim društvima
- Zakon o vlasništvu i drugim stvarnim pravima
- Zakon o poticanju ulaganja
- Zakon o deviznom poslovanju
- Zakon o platnom prometu
- Zakon o koncesijama
- Zakon o tržištu kapitala
- Zakon o alternativnim investicijskim fondovima
- Zakon o obrtu
- Zakon o trgovini
- Zakon o sudskom registru
- Zakon o uslugama
- Zakon o javno-privatnom partnerstvu
- Zakon o računovodstvu
- Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja
- Zakon o javnoj nabavi
- Zakon o zaštiti okoliša
- Zakon o gradnji
- Zakon o prostornom uređenju
- Zakon o radu
- Zakon o zaštiti potrošača
- Stečajni zakon
- Ovršni zakon,
- Zakon o sprječavanju pranja novca i financiranja terorizma, Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu

- Zakon o provedbi carinskih propisa Europske unije (CEPOR, 2021).

U Republici Hrvatskoj nametima koje određuje javna vlast se smatraju porez na dohodak, porez na dodanu vrijednost, porez na dobit i prirez (prihod lokalnih zajednica - općina i gradova). Propisi glede oporezivanja i visine poreznih stopa često se mijenjaju te stoga knjigovođe, računovođe, revizori i drugi stručnjaci koji se bave financijskim izvještavanjem moraju voditi računa o relevantnosti i valjanosti propisa koji primjenjuju.

3. POSLOVANJE U UVJETIMA KRIZE U HRVATSKOJ

Svaka kriza u svijetu je drugačija, poput otiska prsta svako čovjeka (Tafra-Vlahović, 2011). Vrlo je važan proces pripreme za krizu, zatim procjena rizika, planiranje te scenariji. Sve navedeno pomaže kako bi organizacije i njihovo vodstvo usvojili načine razmišljanja o krizi. „Krizna je situacija koja će na organizaciju djelovati negativno, to jest situacija koja neće biti pod nadzorom. Postoji velik broj uzroka krize ili potencijalne krize koji mogu pogoditi svako poduzeće“ (Tafra-Vlahović, 2011).

Nakon krize uvijek dolazi promjena, a ona nije ništa novo. Promjene su prisutne oduvijek, već milijardama godina. Jedina novost je povećanje brzine promjena sve više povećava i promjena postaje sve brža i brža. Upravo ta brzina donosi i određene posljedice. Kada dođe do promjena, javljaju se i problemi, kao na primjer što raditi u novoj situaciji ili događaji s kojima se suočava. Tada se problemi javljaju sve brže (Adizes, 2009).

„Krizna je dobra za izuzetne lidere i poduzeća, odnosno za one koje se uspješno mogu izboriti s promjenom jer u vrijeme krize njihovi slabiji konkurenti nestaju i prepuštaju im tržišta“ (Adizes, 2009).

3.1. Utjecaj financijske krize 2008. godine na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj

Globalne krize već su stariji pojam i poznate su još od 12. stoljeća. Promjene u političko-ekonomskim sustavima doveli su do krize 2008. godine i pada hipotekarnih kredita te su usko povezani s prijašnjim događajima i koji su utjecali na način vođenja poslova i ulaganja velikih multinacionalnih poduzeća i banaka (Kožljan, 2014).

Financijska kriza je krajem 2008. godine poprimila velike razmjere i uzdrmala svjetsku ekonomiju. U uvjetima suvremene globalizirane ekonomije gotovo i nema nacionalne ekonomije koja bi bila imuna na eksterne (vanjske) poremećaje (Mlikotić, 2009). Razlozi su dugogodišnje odsustvo razvojne strategije te neodgovorno ponašanje nositelja izvršne vlasti, a zatim i izostanak primjerene reakcije kada kriza već nastupi, a sve to nacionalnu ekonomiju čini veoma ranjivom u nastaloj kriznoj situaciji (Mlikotić, 2009).

Republika Hrvatska je također bila zahvaćena ekonomskom krizom 2008. godine. Za razliku od mnogih drugih razvijenih europskih zemalja, Hrvatska je gospodarske probleme imala i prije pojave krize. Neki od problema prije pojave krize bili su: ratna razaranja, privatizacija povezana

s kriminalnim radnjama, tranzicija i neusmjerenost na razvoj. Ubrzani rast inozemnog duga pogoršavao je situaciju te se Republika Hrvatska našla u lošoj financijskoj situaciji. Pad je osjetila industrijska proizvodnja, a izvoz je prije krize rastao puno sporije od uvoza. Rezultat toga bio je rast deficita vanjskotrgovinske bilance te rast vanjskog duga. Vlada Republike Hrvatske je u listopadu 2008. godine povećala iznos jamstvenih depozita sa 100 000 kuna na 400 000 kuna te se to smatra jednim od uspjeha tadašnje vlade. Samim time je osigurana stabilnost banaka (Mihaljek, 2009).

Uspjeh je preživjeti i teška vremena, a svi će preživjeti dobra i laka vremena. Rast broja poduzeća s blokiranim računima i u lošem financijskom stanju, loše gospodarske prilike, sve veći problemi s likvidnosti u gospodarstvu jaki su argumenti zbog kojih se trebaju analizirati poslovanje, kupci, dobavljači i drugi partneri (Vrbošić, Princi Grgat, 2014).

Poslovanje određenog poduzeća nije izolirano od partnera i drugih sudionika u poslovanju, već ovisi o njima (Vrbošić, Princi Grgat, 2014).

Rohatinski (2019) navodi kako je u vremenskom periodu od 2000. do 2008. godine porastao inozemni dug sektora poduzeća s 3,8 na 17,8 milijardi eura, dug kod tuzemnih kreditnih institucija porastao je s 4,7 na 14 milijardi eura, što ukupno iznosi povećanje od 23,3 milijarde eura. Navedeni porast duga imao je za rezultat porast ukupnog koeficijenta zaduženosti sektora poduzeća s 45,7 % njihove imovine na 58,9 % imovine u 2008. godini. Nadalje Rohatinski (2019) navodi kako su ukupni prihodi rasli po stopi od 10,6 % godišnje, što je odavalo dojam kako je veći stupanj zaduženosti opravdan, s ciljem pozitivnog utjecaja hrvatsko gospodarstvo. Iluzija opravdanja visoke zaduženosti, postala je jasna ulaskom u recesiju, budući da je problem velikog postotka zaduženosti težište koje je imao na dinamičku komponentu poslovanja preusmjerio na strukturnu komponentu. Samim time dolazi do tereta servisiranja dugova, restrukturiranja imovine i obveza te smanjenja nezaposlenosti. 2014. godine situacija se postupno počela mijenjati. To se događalo usporedno s usporavanjem pada i početkom blago oživljavanja ekonomije, ali su problemi i dalje bili prisutni (Rohatinski, 2019).

U financijskoj krizi poduzeća otpuštaju zaposlenike, smanjuju opseg poslovanja, odnosno smanjuju opseg razvoja i istraživanja, reklamiranja, savjetovanja te obuke zaposlenika. U vrijeme krize bi poduzeća trebala posvetiti vrijeme usmjeravanju pažnje na tijek gotovine i očuvanju organizacijske kulture uzajamnog povjerenja i poštovanja te ljudskih resursa (Adizes, 2009).

Uzroci financijske krize u Hrvatskoj samo su djelomično rezultat globalnih poremećaja. Strukturni preduvjeti već su postojali i ranije. Takva situacija je nastala zbog brojnih okolnosti, a to su tranzicija, ratna razaranja, kriminalno provedena privatizacija, pogrešno koncipirana

ekonomska politika (usmjerena na stabilnost cijena i tečaja umjesto na razvoj). Situacija se nije bitno mijenjala od osamostaljenja, pa i ranije. Inozemni dug i vanjskotrgovinski deficit proteklih godina su veliki, a kreditna ekspanzija i priljev inozemnog kapitala u uvjetima niske inflacije doveli su do napuhivanja “balona” na tržištu vrijednosnih papira i nekretnina. Znakovi stagnacije i krize bili su prisutni i prije nego što su Hrvatsku pogodili odjeci globalne krize u vidu pada potražnje za izvozom, oštrog pada stranih ulaganja i poteškoća u inozemnom zaduživanju. (Mlikotić, 2009, str. 90-91).

U trenutku kada je financijska kriza zadesila Republiku Hrvatsku, dogodio se eksterni šok kao kombinacija naglog pada inozemne potražnje za robama i uslugama i zaustavljanja priljeva inozemnog kapitala. Tada je to bio samo „okidač“ urušavanja hrvatske ekonomije. Potrebne su radikalne promjene ključnih mehanizama te parametara i relacija funkcioniranja ekonomije i društva u cjelini. Ograničavajući čimbenici razvoja i formiranja snažnih impulsa održivog ekonomskog rasta i razvoja su: niska razina zaposlenosti i investicija, socijalno raslojavanje i depopulacija (Rohatinski, 2019).

Tijekom krize su hrvatska poduzeća bila financijski uništena, a socijalna struktura društva osiromašena. Navedene strukturne reforme trebaju biti praćene i podržavane konzistentnom proaktivnom ekonomskom politikom. Ona bi trebala biti kombinacija razumno restriktivne fiskalne politike s naglašenim promjenama u strukturi fiskalnih rashoda i otvaranju novih radnih mjesta te razumno ekspanzivne monetarne politike. 2010. i 2011. godine došlo je do parcijalno iniciranih pokušaja uspostavljanja takve kombinacije ekonomskih politika, ali tada nije došlo do konsenzusa među glavnim političkim i ekonomskim akterima. Stoga su rezultati tih pokušaja bili mnogo manji od objektivno mogućih i potrebnih te željenih od strane države. Krizom u hrvatskoj bila su zahvaćena mnoga poduzeća, a ne smije se ni malo zanemariti i kriza iz aspekta života ljudi koji su platili njezinu cijenu gubitkom imovine, radnih mjesta, dohotka, životnih perspektiva i neiskorištenog obrazovanja (Rohatinski, 2019).

Zahvaljujući turizmu i doznakama iz inozemstva tek nakon 2018. godine se hrvatsko gospodarstvo polagano oporavlja i vraća na razinu na kojoj je bila prije krize. Deset godina nakon početka financijske krize, odnosno 2018. godine hrvatsko društvo i ekonomija su se suočavali s izravnim i neizravnim posljedicama. Posljedice su se ogledale u financijskom, materijalnom, socijalnom, idejnom i demografskom smislu. Hrvatska je imala mnogo radikalnije posljedice od mnogih drugih zemalja. Uzor tomu leži u tromostima i imanentnim neracionalnostima sustava, a hrvatska politika trajno nailazi na velike probleme u funkcionalnom artikuliranju raznih interesa ključnih ekonomskih i socijalnih struktura društva. Nakon krize hrvatskom gospodarstvu su bile potrebne strukturne reforme na području tržišta

rada, javne uprave, zdravstvenog, mirovinskog i obrazovnog sustava te tehnološkog razvoja i druge (Rohatinski, 2019).

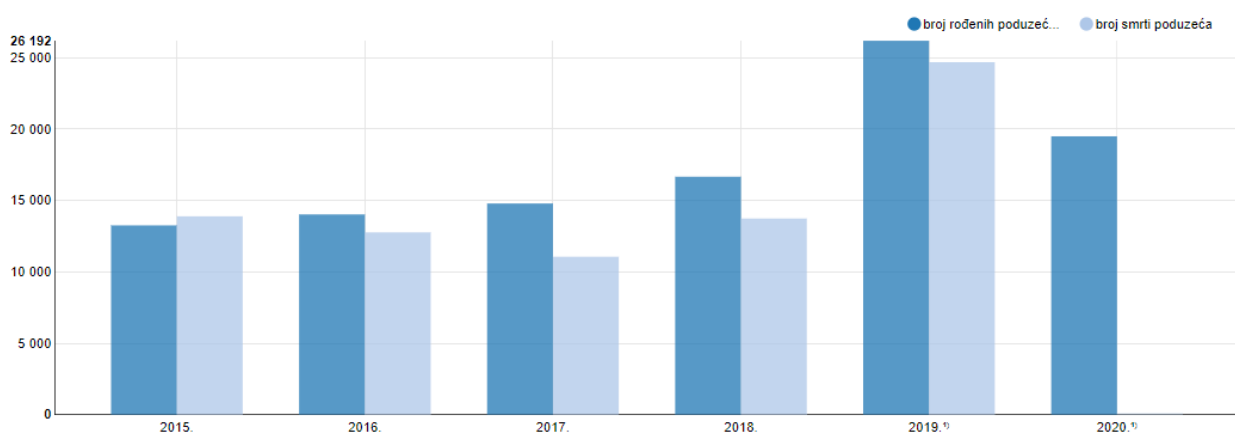
Financijska kriza 2008. godina imala je mnoge posljedice na hrvatski proračun. Porezni prihodi su smanjeni jer dolazi do sporijeg rasta gospodarske aktivnosti te samim time i potrošnje. Veći je i trošak inozemnog financiranja. Globalni ulagači postali su neskloni riziku i smanjena su im se sredstva za ulaganje u rizične oblike financijske imovine kao na primjer hrvatske državne obveznice. Trošak domaćih izvora financiranja raste i manje je sredstava na raspolaganju zbog prelijevanja krize s globalnih tržišta kapitala (Mihaljek, 2009).

Svjetska ekonomija donosi mnoge izazove, a svjetska ekonomska i financijska kriza jedan su od najboljih testova poslovne stabilnosti i poslovne politike koja se provodi unutar poduzeća. Kriza u Hrvatskoj završila je nakon 7 godina (2015. godine) s ubrzanjem rasta i razvoja te povećanjem broja zaposlenih, a izlazak iz krize rezultirao je porastom potrošnje i uvoza.

3.2. Utjecaj Covid-19 krize na mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj

Pandemija korona virusa (Covid-19) prvi se put pojavila u Kini 2019. godine te se u rekordnom roku proširila na velik broj zemalja svijeta. Brzo širenje virusa i velik broj smrtnih slučajeva uvelike je utjecalo na poslovanje velikog broja poduzeća diljem svijeta, ali i globalnu ekonomiju općenito. Postavlja se pitanje kako postići ekonomski oporavak uslijed enormnih ekonomskih troškova izazvanih od strane pandemije.

Slika 2. Broj poduzeća prema statusu aktivnosti od 2015. do 2020. godine



Izvor: DZS, 2020. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10022> Pristup: 19.9.2022.

Slika 6. prikazuje broj poduzeća prema statusu aktivnosti u razdoblju od 2015. do 2020 godine, a utjecajem Covid-19 krize, mnogobrojni poduzetnici su zatvorili svoja poduzeća, ali veći je ipak broj rođenih poduzeća.

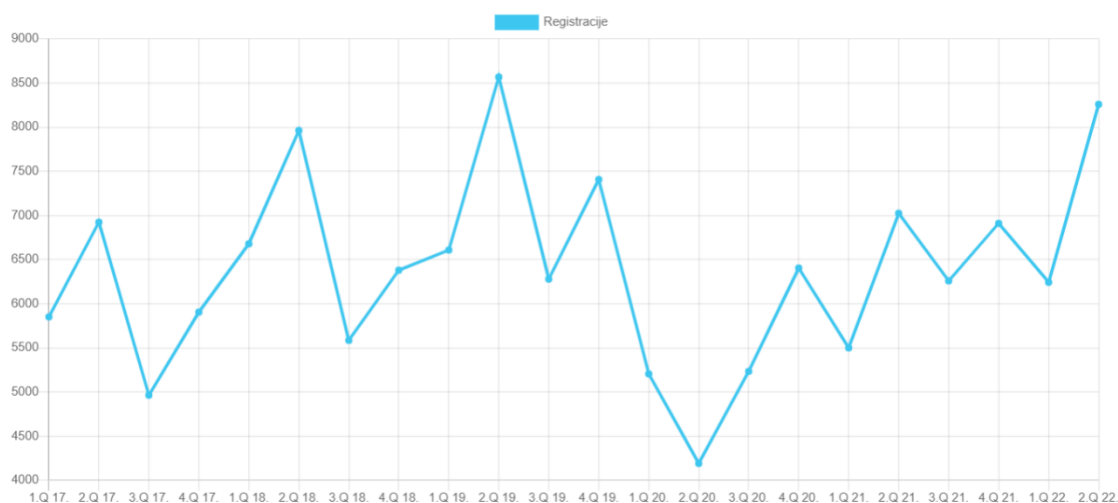
Kriza uzorkovana virusom Covid-19 imala je dalekosežne implikacije zbog rigoroznih mjera koje je trebalo poduzeti kako bi se zaštitilo zdravlje i sigurnost ljudi. Karantene su dovele do slabljenja gospodarskih aktivnosti te promjena u omjeru ponude i potražnje što se odrazilo i na dinamiku lanca nabave. Tek se je u drugoj polovici 2020. stabiliziralo stanje zahvaljujući intervenciji vladinih mjera fiskalne i monetarne politike.

Kriza koju je uzrokovala pandemija Covid-19 je specifična ekonomska kriza, a njezini glavni uzroci nisu problemi u samoj ekonomskom smislu, već su posljedica više sile. Naime riječ je o nepredvidivom događaju koji se teško može staviti pod nadzor, a pogodio je gotovo istom silinom i razvijene i nerazvijene zemlje. U najrizičnijim fazama se javljaju problemi zbog nerazvijenosti financijskog tržišta i to djeluje ograničavajuće na potrebe financiranja određenih poslovnih pothvata kao na primjer rast i razvoj.

Hrvatsko gospodarstvo izuzetno je ranjivo kada su u pitanju ekonomske nepogode koje svoje korijene imaju u inozemstvu, a poglavito na popratne šokove koje takve nepogode nose sa sobom, a koje se manifestiraju u obliku šoka ponude i potražnje. Riječ je o smanjenju proizvodnje do koje dolazi zbog zatvaranja poduzeća, snižene produktivnosti ili zbog otpuštanja radnika zbog neodrživosti troškova plaća i doprinosa s obzirom na ekonomsku situaciju. Isto tako, šok ponude odnosi se i na manje prihode poslovnih organizacija te na preventivne mjere ograničavanja kretanja. Sve zajedno dovodi do osjećaja neizvjesnosti kako i kod ulagača tako i kod potrošača. Poslovne organizacije koje se bave transportom robe i ljudi i drugim djelatnostima koje su usko povezane s turizmom su osjetili najveće posljedice pandemije. Velik broj poduzeća se snalažljivošću i uz pomoć prihoda uspio prebaciti na način poslovanja „od doma“, te su se vrlo brzo prilagodili na novonastalu situaciju. Druga poduzeća i djelatnosti koja nisu uspjela nastaviti svoje poslovanje i dalje funkcionirati, „preživljavala“ su od kolektivnih mjera državne novčane pomoći. Turizam je ogledni primjerak budući da podrazumijeva kretanje i putovanja ljudi, te je pod najvećim pritiskom virusa, te se s toga osjećaju velike posljedice.

Na globalnoj razini su pojavom virusa putovanja bila onemogućena i ograničena. Posljedice pandemije Covid-19 virusa očitovale su se u padu međunarodnih trgovačkih tokova. Primjerice Hrvatska je drastično smanjila uvoz, a isto se je moglo primijetiti i u slučaju drugih zemalja, neovisno o stupnju njihove razvijenosti. Većina država bila je prisiljena usvajati pakete mjere kako bi se umanjile posljedice koje je pandemija imala na globalno gospodarstvo. (HUP, 2020).

Slika 3. Registracije poslovnih subjekata u razdoblju od 2017. do 2022. godine

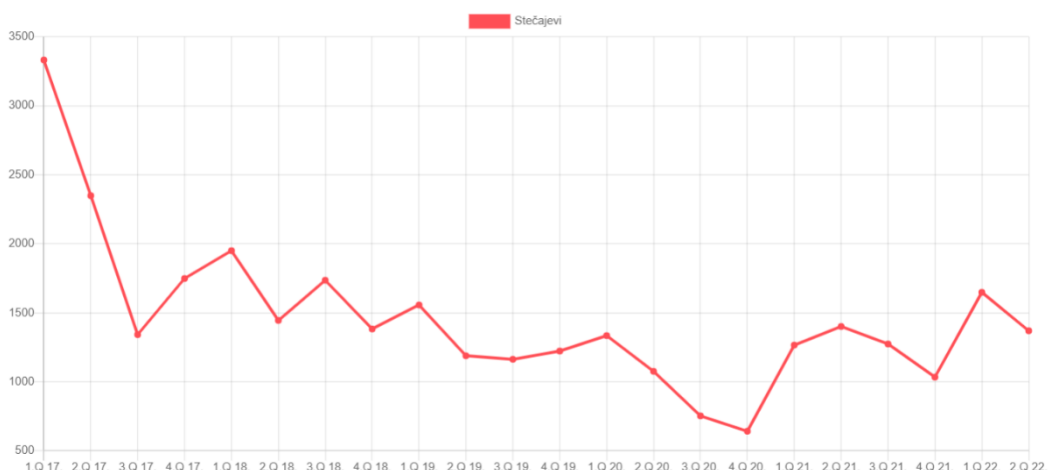


Izvor: DZS, 2022. Dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/poslovni_subjekti.html

Pristup: 19.09.2022.

Slika 4. prikazuje registrirane poslovne subjekte u razdoblju od 2017. do 2022. godine, a vidljivo je kako je za vrijeme pandemije Covid-19 varirao broj registriranih poduzeća. Najveće promjene, odnosno pad broja poduzeća, događale su se tijekom 2020. godine.

Slika 4. Stečajevi poslovnih subjekata u razdoblju od 2017. do 2022. godine



Izvor: DZS, 2022. Dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/poslovni_subjekti.html

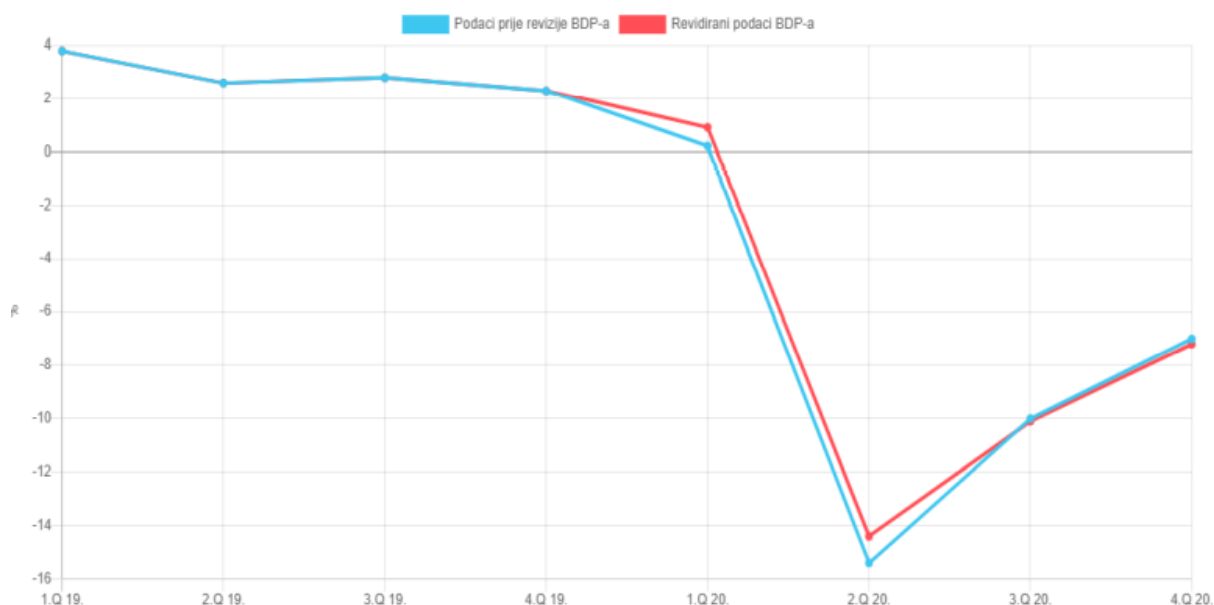
Pristup 21.9.2022.

Slika 5. prikazuje stečajne poduzeća u razdoblju od 2017. do 2022. godine. Na slici je vidljivo kako su se najveće promjene u stečajevima poduzeća događale također u 2020. godini, na početku pandemije Covid-19.

Ekonomski institut u Zagrebu proveo je temeljitu studiju utjecaja pandemije Covid-19 na poslovanje mikro te malih i srednjih poduzeća. U 2020. godini, godini pandemije, su mikro, mala i srednja poduzeća ostvarila 452 milijarde kuna prihoda, od toga 12,9 milijardi kuna neto dobiti, 87 milijardi kuna izvoza te 32 milijarde kuna investicija. Tijekom 2020. godine, unatoč krizi, osnovano je 3 317 novih malih poduzeća više nego u prethodnoj 2019. godini. Pandemija Covid-19 uzrokovala je velik broj restrikcija te je utjecala, većinom negativno, na mnoge segmente života ljudi, a tako i na posao i poslovanje poduzeća. U 2020. godini je bilo registriranih 125 000 mikro poduzeća, 12 000 malih poduzeća te nešto manje od 2 000 srednjih poduzeća, od ukupnog broja oko 140 000 registriranih pravnih osoba u Republici Hrvatskoj.

Mikro, malih i srednjih poduzeća u privatnom vlasništvu bilo je 137 786 u 2020. godini i bilo je zaposleno 609 000 ljudi. Tijekom pandemije u 2020. godini je Vlada Republike Hrvatske poduzetnicima davala potpore putem programa poticaja, a iznosi su s 1,48 milijardi kuna povećani na 2,98 milijardi. Pandemija je najviše utjecala na smanjenje prihoda malih poduzeća. Tijekom 2020. godine su mala poduzeća zabilježila pad od 4,3%. Poduzetnici su smanjili broj zaposlenih za 3,6% te povećali dugoročne i kratkoročne obaveze za 3,6 i 4%. Kriza tijekom 2020. godine mnogo je više pogodila velika poduzeća, a mala poduzeća su zbog fleksibilnosti zabilježila ipak nešto manje probleme i gubitke. Broj mikro, malih i srednjih poduzeća u korporativnom sektoru tijekom 2020. godine nije se smanjio. Srednja poduzeća su također doživjela dosta velik udar krize tijekom pandemije 2020. godine, a najmanje gubitaka su osjetila mikro poduzeća (Vizek, 2022)

Slika 5. Realne stope rasta tromjesečnog BDP-a



Izvor: DZS (2020). Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje: Poslovni subjekti registracije i stečajevi. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/poslovni_subjekti.html Pristup 19.9.2022.

Slika 6. prikazuje realne stope rasta tromjesečnog BDP-a prije revizije u odnosu na revidirane podatke.

Sektor malih i srednjih poduzeća neupitno je jedan od glavnih faktora gospodarskih razvoja. U 2020. godini, u Republici Hrvatskoj gotovo 140 000 poduzeća obnašalo je neki vid gospodarske djelatnosti. U vremenskom periodu od 2016. do 2020. a ukupan broj poduzeća u povećao se za 21%. Sličnost u brojkama glede porasta poduzeća može se primijetiti u velikom broju zemalja diljem svijeta. U Republici Hrvatskoj, najveći udio u ukupnom broju poduzeća: gotovo 99,7% čine mala, srednja i mikro poduzeća. S obzirom na značajne promjene uvjeta poslovanja kao što su posljedice pandemije, trend rasta ukupnog broja poduzeća nije se mijenjao niti smanjio u 2020. godini. U 2020. godini je registrirano 2 749 novih poduzeća što predstavlja rast za nešto više od 2% u odnosu na 2019. godinu. Ipak, pandemija bolesti Covid-19 ipak značajno poremetila performansu poslovnog sektora (Izvešće CEPOR, 2020.).

3.3. Teorijska usporedba financijske krize 2008. godine i Covid-19 krize

U posljednja dva desetljeća globalno gospodarstvo suočilo se dvije velike financijske krize. Prva je bila financijska kriza iz 2008. godine, a druga je bila kriza uzrokovana pandemijom virusa COVID-19. Financijska kriza iz 2008. godine imala je za posljedicu porast nezaposlenosti uslijed gašenja brojnih radnih mjesta, porast kamata na kredite te pad BDP-a. Potonja je kriza u Republici Hrvatskoj trajala šest godina, a je najviše je pogodila sektor malog, Srednjeg i mikro poduzetništva. Krize uzrokovana COVID-19 virusom napala je gospodarstvo koje je ipak bilo malo bolje pripremljeno na neočekivane situacije, no posljedice u vidu enormnih financijskih gubitaka bile su itekako vidljive. COVID-19 kriza utjecala je negativno na turizam i ugostiteljstvo koje se pretežno sastoji od mikro, malih i srednjih poduzetnika.

Gotovo svako poduzeće, bez obzira bilo ono mikro, malo, srednje ili veliko i bez obzira na granu djelatnosti kojom se bavi, može doći u situaciju koja prijete opstanku daljnjeg poslovanja. Poduzeća u krizi primorana su uvelike mijenjati smjer poslovanja ukoliko žele opstati na tržištu. Tu su važni fleksibilnost organizacijske strukture, timski rad te inovativnost. Važno je također da poduzeća budu spremna na promjene, nove izazove i zahtjeve te se brzo prilagode situaciji. Kriza uzrokovana pandemijom Covid-19 je nepredvidiva krizu koja je identificirana prvi put u prosincu 2019. godine (Leko, Bijakšić i Malić Bandur, 2022). Velik broj stručnjaka smatra kako će imati katastrofalne posljedice na globalnu ekonomiju te na cjelokupan način života ljudi u budućnosti (Leko, Bijakšić i Malić Bandur, 2022).

Pandemija Covid-19 utjecala je na poslovanje poduzeća svih veličina. Prodaja malih i srednjih poduzeća smanjila se nešto više od prodaje u istom sektoru velikih poduzeća. Mala i srednja poduzeća u usporedbi s velikim poduzećima manje su uvela rad od kuće te su njihovi zaposlenici bili izloženi većim zdravstvenim rizicima, a to se negativno odrazilo na poslovanje. Za vrijeme pandemije vladala je bolest, ljudi su završavali u karantenama, dogodio se nedostatak brige o djeci jer su škole i vrtići bili zatvoreni. To je jedna od ključnih razlika krize uzrokovanih pandemijom Covid-19 i financijskom krizom 2008. godine. Početkom pandemije lanac opskrbe bio je također narušen i nestabilan, dolazilo je do nestašice sirovina potrebnih poduzećima za proizvodnju njihovih roba ili za pružanje usluga. Koja su nastavila poslovati, su se morala izboriti s još jednom preprekom u vidu ograničenog broja dobavljača te nemogućnošću pronalaska novih dobavljača.

Pandemija Covid-19 izazvala je javno-zdravstvenu krizu koja je pogađala ljude, društva i gospodarstva u cjelini. Velik broj zemalja nije bio spreman nositi se s posljedicama pandemije. Izolacija, socijalno distanciranje i mjere potpunog gospodarskog zatvaranja jedini su način

zaštite i očuvanja zdravlja. Panika i nesigurnost koji su vladali nekoliko mjeseci od početka pandemije zaustavili su ekonomiju, mnoga gospodarstva je zadesila recesija te su zaustavljeni trgovina i turizam. Poslovni gubici zabilježili su povijesne rekorde. To je pokrenulo ekonomsku krizu koja se proširila vrlo brzo u cijelome svijetu (EUR-LEX, 2020.).

4. ISTRAŽIVANJE - REAKCIJA PODUZEĆA NA COVID-19 KRIZU

Napravljeno je anketno istraživanje u kojem su ispitani stavovi i mišljenja o utjecaju krize na poslovanje malih i srednjih poduzeća.

4.1. Metodologija rada

Metoda istraživanja korištena u diplomskom radu je anketa, odnosno anketno istraživanje. Korištena je kvantitativna i kvalitativna metodologija istraživanja. U ovom istraživanju korištena je kvantitativna metoda istraživanja, a to se odnosi na proučavanje, ispitivanje, određivanje količina, vrijednosti, veličina nekih pojava, predmeta, odnosa. Odabrana je anketa kao najbolja metoda prikupljanja podataka za odabranu temu te prigodni uzorak ispitanika.

4.2. Opis uzorka i rezultata istraživanja

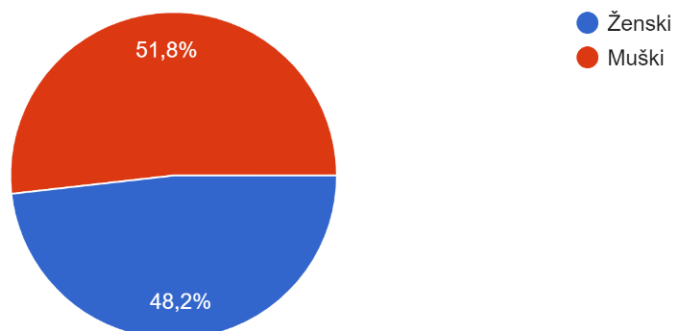
Istraživanje je provedeno na uzorku od 56 ispitanika. Postavljeno je 21 pitanje na koje su ispitanici odgovorili putem online obrasca. Ciljana skupina bili su poduzetnici i vlasnici poduzeća, obrta ili OPG-a. Konceptija pitanja omogućila je saznanja o tome kako je korona kriza utjecala na poslovanje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj.

U sljedećem dijelu rada prikazani su rezultati anketnog istraživanja.

Grafikon 1. Spol ispitanika

Koji je Vaš spol?

56 odgovora

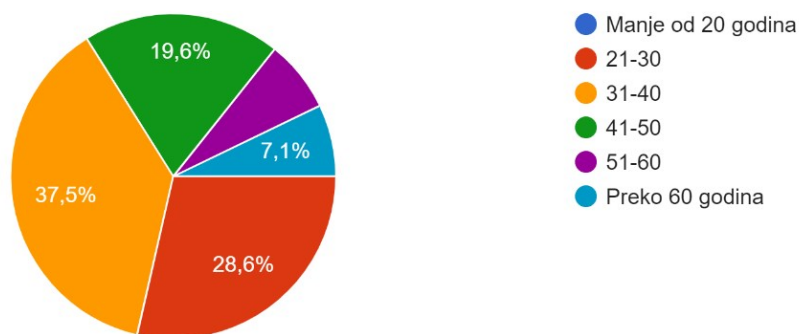


Prvo pitanje u anketnom istraživanju odnosilo se na spol. Anketu je ispunilo 29 muškaraca (51,8 %) te 27 žena (48,2%).

Grafikon 2. Godine ispitanika

Koliko imate godina?*

56 odgovora



Izvor: izrada autora

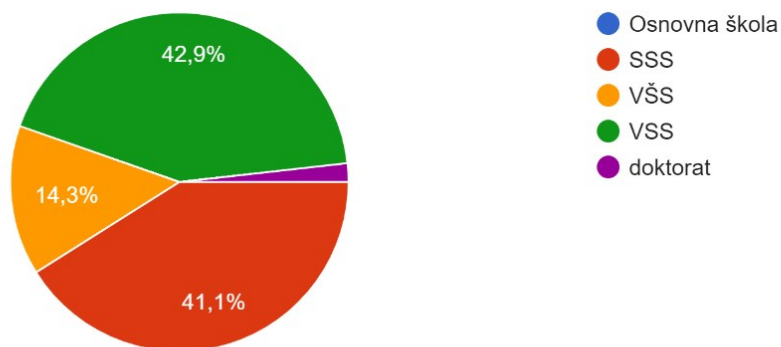
Drugo pitanje odnosilo se na godine ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika, nitko nije mlađi od 20 godina, 16 osoba (28,8%) ima između 21 i 30 godina, 21 osoba (37,5%) ima između 31

i 40 godina, 11 osoba (19,6%) ima između 41 i 50 godina, 4 ispitanika (7,1%) imaju između 51 i 60 godina, a također 4 ispitanika (7,1%) imaju više od 60 godina

Grafikon 3. Stručna sprema ispitanika

Koja je Vaša stručna sprema?*

56 odgovora



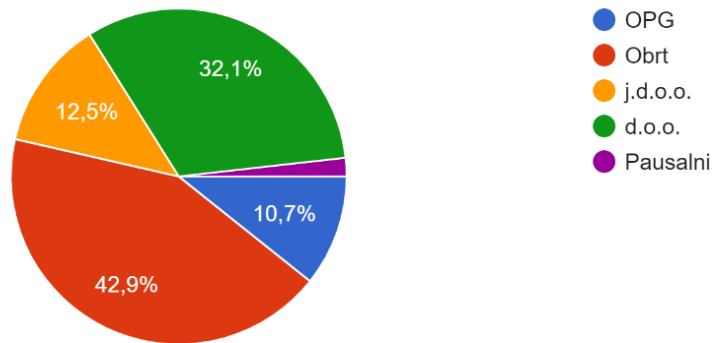
Izvor: izrada autora

Stručna sprema većeg broja ispitanika (42,9%), odnosno njih 24 ima visoku stručnu spremu, srednju stručnu spremu ima 23 ispitanika (41,1%), višu stručnu spremu ima 8 ispitanika (14,3%), doktorat ima 1 ispitanik (1,8%), a nitko od ispitanika nema završenu samo osnovnu školu.

Grafikon 4. Organizacijski oblik poduzeća

Koji je organizacijski oblik Vašeg poduzeća?

56 odgovora



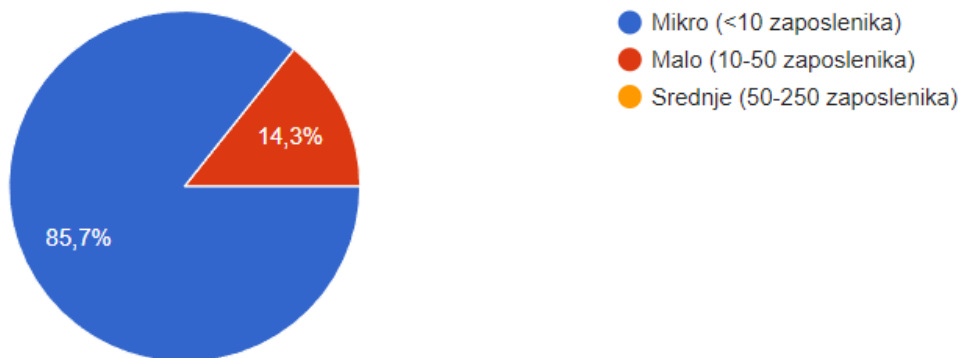
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na organizacijski oblik poduzeća. Najveći broj ispitanika, njih 24 (42,9%) ima obrt, 18 ispitanika (32,1%) posjeduje društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), 7 ispitanika posjeduje j.d.o.o. (12,5%), 6 ispitanika (10,7%) ima OPG (obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo), a jedan ispitanik ima paušalni oblik poduzeća (1,8%).

Grafikon 5. Veličina poduzeća, obrta, OPG-a

Koja je veličina Vašeg poduzeća/obrta/OPG-a?

56 odgovora



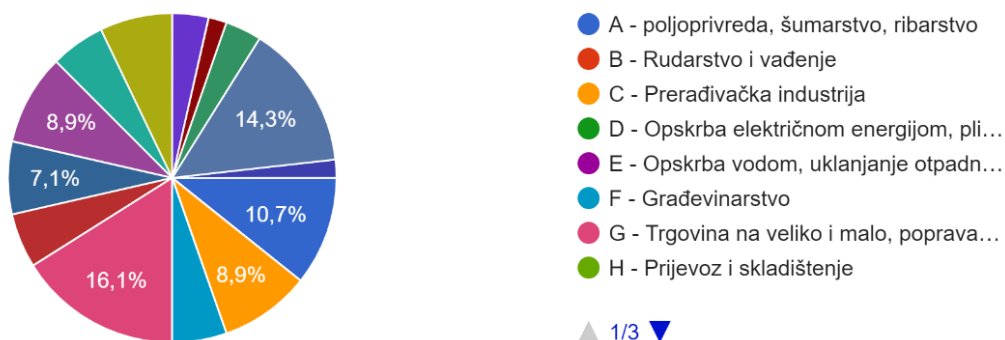
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje bilo je o veličini poduzeća, obrta ili OPG-a. Najveći broj ispitanika, njih 48 (85,7%) ima mikro poduzeće, a 8 ispitanika (14,3%) ima malo poduzeće, dok nitko od ispitanika ne posjeduje srednje poduzeće.

Grafikon 6. Klasifikacija djelatnosti

Prema NKD-u u koje područje spada Vaše poduzeće?

56 odgovora



Izvor: izrada autora

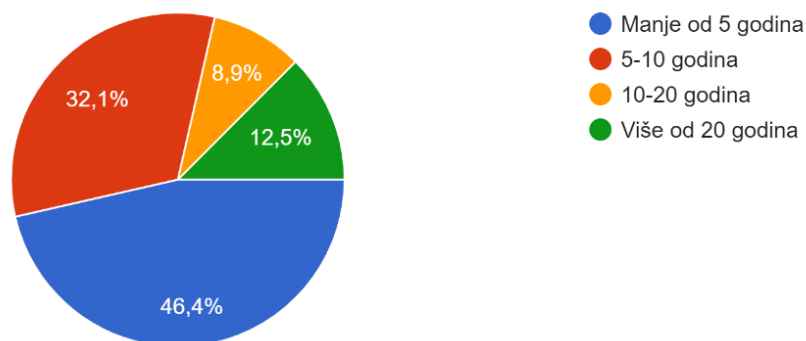
Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti, od ukupnog broja ispitanika, najveći broj, odnosno njih 9 (16,1%) bavi se trgovinom na veliko i malo te popravcima motornih vozila i motocikala. 8 ispitanika (14,3%) bavi se ostalim uslužnim djelatnostima, 6 ispitanika (10,7%) bavi se poljoprivredom, šumarstvom i ribarstvom, 5 ispitanika (8,9%) bavi se financijskim djelatnostima i djelatnostima osiguranja, također 5 ispitanika (8,9%) bavi se prerađivačkom industrijom, 4 ispitanika (7,1%) bavi se informacijama i komunikacijama, 3 ispitanika (5,4%) bavi se poslovanjem nekretninama, 4 ispitanika (7,1%) bavi se stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima, 2 ispitanika (3,6%) bave se administrativnim i pomoćnim uslužnim djelatnostima, 1 ispitanik (1,8%) bavi se obrazovanjem, 2 ispitanika (3,6%) bavi se umjetnošću,

zabavom i rekreacijom, 1 ispitanik (1,8%) bavi se djelatnostima kućanstva kao poslodavca i djelatnostima kućanstva koji proizvode različitu robu i obavljaju različite usluge za vlastite potrebe, 3 ispitanika (5,4%) bavi se građevinarstvom te 3 ispitanika (5,4%) bavi se djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Niti jedan ispitanik se ne bavi rudarstvom i vađenjem, opskrbom električnom energijom, plinom, parom i klimatizacijom, opskrbom vodom te uklanjanjem otpadnih voda, gospodarenjem otpadom te djelatnostima sanacije okoliša, prijevozom i skladištenjem, javnom nabavom te obranom (obveznim socijalnim osiguranjem).

Grafikon 7. Period posjedovanja poduzeća/obrta/OPG-a

Koliko dugo ste vlasnik poduzeća/obrta/OPG-a?

56 odgovora



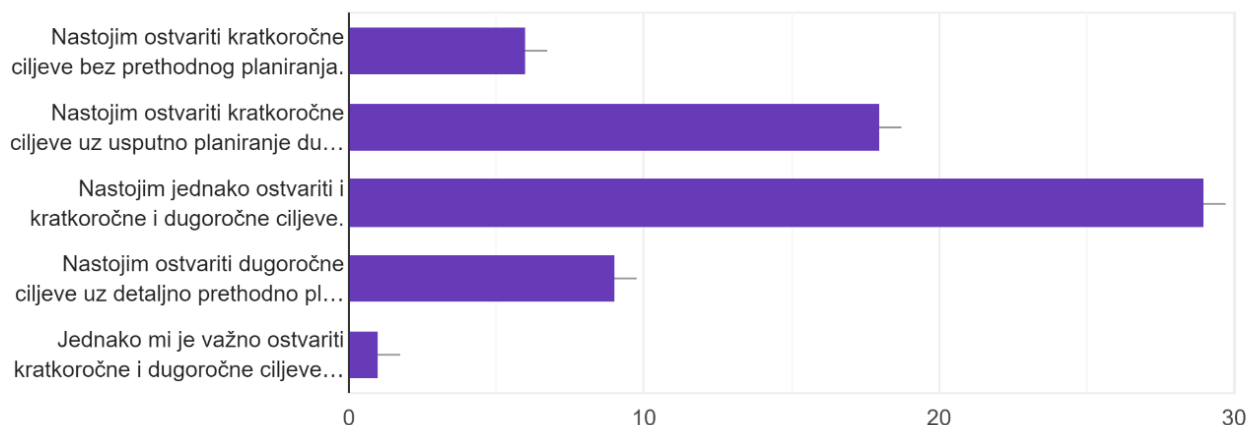
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na dužinu posjedovanja poduzeća. 26 ispitanika (46,4%) ima poduzeće manje od 5 godina, 18 ispitanika (32,1%) ima poduzeće od 5 do 10 godina. 5 ispitanika (8,9%) ima poduzeće od 10 do 20 godina, a 7 ispitanika (12,5%) vlasnici su poduzeća više od 20 godina.

Grafikon 8. Ostvarivanje ciljeva

Prilikom ostvarivanja ciljeva poduzeća, kakvim ciljevima ste orijentirani?

56 odgovora



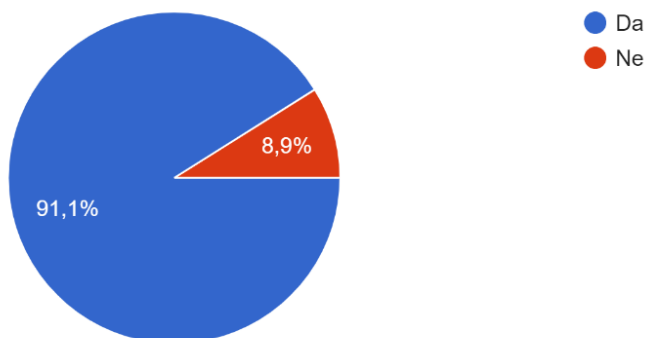
Izvor: izrada autora

Prilikom ostvarivanja ciljeva poduzeća, ispitanici su se izjasnili kako su orijentirani određenim ciljevima. Najveći broj ispitanika, njih 29, odnosno 51,8% odgovorilo je kako nastoje jednako ostvariti i kratkoročne i dugoročne ciljeve. Nešto manji broj, 18 ispitanika, odnosno 32,1% izjasnilo se kako nastoje ostvariti kratkoročne ciljeve uz usputno planiranje dugoročnih ciljeva. 9 ispitanika izjasnilo se kako nastoje ostvariti dugoročne ciljeve uz detaljno prethodno planiranje. 6 ispitanika (10,7%) izjasnilo se kako nastoje ostvariti kratkoročne ciljeve bez prethodnog planiranja, a 1 ispitanik (1,8%) izjasnio se kako mu je jednako važno ostvariti i kratkoročne i dugoročne ciljeve te sve detaljno planira.

Grafikon 9. Utjecaj COVID krize na hrvatsko gospodarstvo

Smatrate li da COVID kriza u velikoj mjeri utječe na hrvatsko gospodarstvo?

56 odgovora



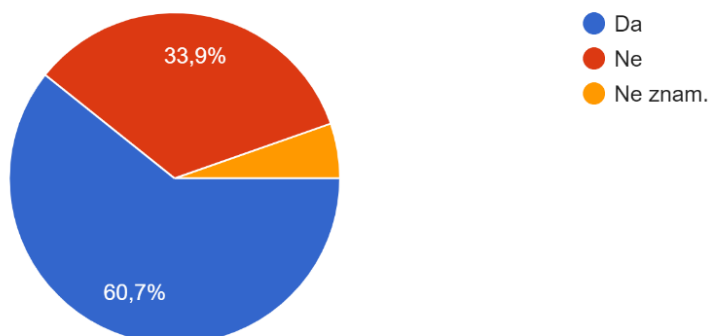
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na COVID krizu te su ispitanici morali odgovoriti smatraju li da ona u velikoj mjeri utječe na hrvatsko gospodarstvo. Veliki broj ispitanika (91,1%), odnosno njih 51 odgovorio je potvrdno, a 8,9% ispitanika, odnosno njih 5 smatra kako COVID kriza ne utječe mnogo na hrvatsko gospodarstvo.

Grafikon 10. Utjecaj COVID krize na poslovanje poduzeća

Smatrate li da COVID kriza direktno utječe na poslovanje Vašeg poduzeća?

56 odgovora



Izvor: izrada autora

Nadalje, bilo je postavljeno pitanje smatraju li da COVID kriza direktno utječe ne poslovanje njihovog poduzeća. Potvrдно na ovo pitanje je odgovorilo 60,7%, odnosno 34 ispitanika, negativno je odgovorilo 33,9% ispitanika, odnosno njih 19, a odgovor ne znam je odabralo troje ispitanika (5,4%).

Grafikon 11. COVID kriza



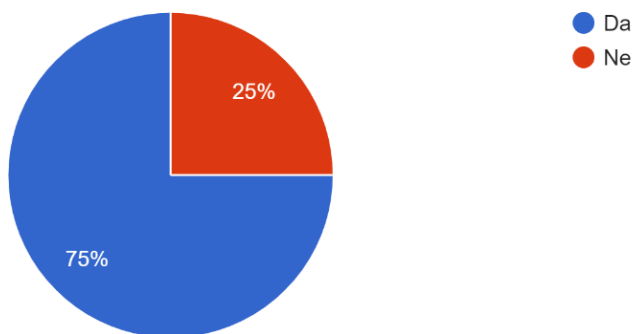
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na COVID krizu te na što je utjecala u poslovanju. Najviše ispitanika, njih 27 (56,3%) izjasnilo se kako je kriza utjecala na cijene na tržištu, 23 ispitanika (47,9%) smatra kako je to smanjenje prihoda, 17 ispitanika (35,4%) smatra kako je kriza utjecala najviše na financijske gubitke, 11 ispitanika (22,9%) smatra kako je kriza utjecala na povećanje ili smanjenje konkurencije, 10 ispitanika (20,8%) smatra kako je utjecala na manjak ili višak dostupne radne snage, 6 ispitanika (12,5%) smatra kako je utjecala na smanjenje proizvodnje, a po 1 ispitanik, odnosno 2,1% smatra kako je kriza utjecala na rast trgovine preko interneta, manje upita za vrijeme „lockdowna“ (izolacije), otvaranje novih prilika u vezi poslovnog savjetovanja te također 1 ispitanik (2,1%) smatra kako kriza uopće nije utjecala na poslovanje.

Grafikon 12. Hrvatska poduzeća u odnosu na strana poduzeća za vrijeme krize

Smatrate li da se hrvatska poduzeća teže nose s krizom u odnosu na strana poduzeća (u EU ili u drugim zemljama svijeta)?

56 odgovora



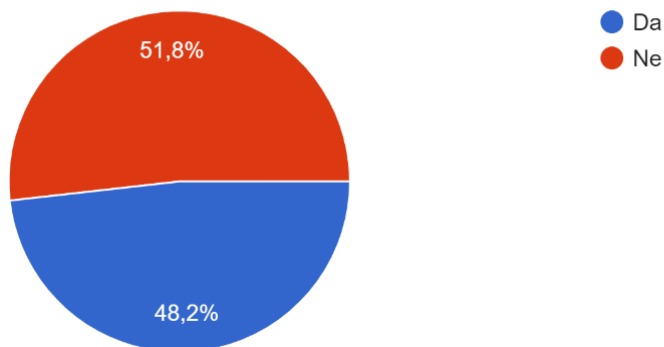
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na to kako se hrvatska poduzeća nose s krizom u odnosu na strana poduzeća (u Europskoj uniji ili u drugim zemljama diljem svijeta). 75% ispitanika, odnosno njih 42 izjasnilo se kako se hrvatska poduzeća teže nose s krizom, a 25% ispitanika (njih 14) izjasnilo se kako se hrvatska poduzeća ne nose teže s krizom u usporedbi sa stranim poduzećima.

Grafikon 13. Paket mjera za pomoć gospodarstvu od strane Vlade Republike Hrvatske

Jeste li koristili pakete mjera za pomoć gospodarstvu koje je odobrila Vlada Republike Hrvatske?

56 odgovora



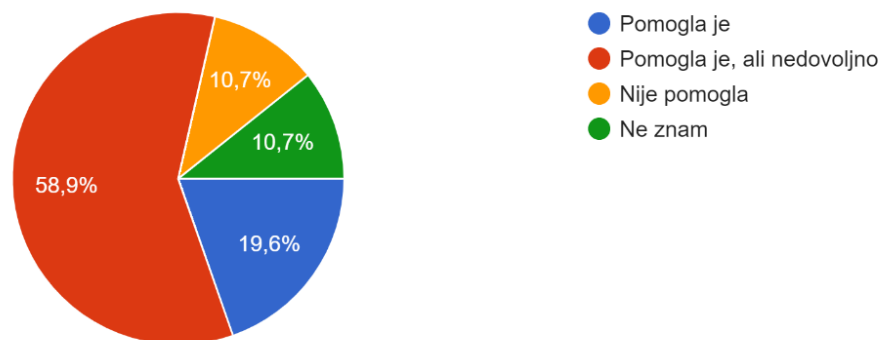
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na paket mjera za pomoć gospodarstvu koje je odobrila Vlada Republike Hrvatske. 29 ispitanika (51,8%) koristilo je mjere, dok 48,2% ispitanika, odnosno njih 27 nije koristilo mjere.

Grafikon 14. Uvođenje paketa mjera

Smatrate li da je Vlada RH uvođenjem paketa mjera pomogla poduzetnicima na pravi način te doprinijela stabilnosti Vašeg poslovanja u trenutcima COVID krize?

56 odgovora



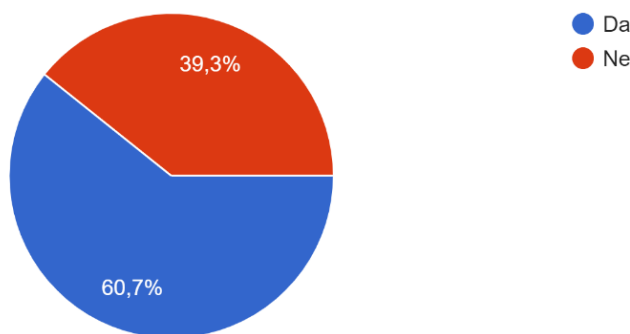
Izvor: izrada autora

Nadalje, ispitanicima je postavljeno pitanje je li Vlada uvođenjem paketa mjera pomogla poduzetnicima na pravi način te doprinijela stabilnosti poslovanja poduzeća u trenutcima COVID krize. 33 ispitanika izjasnilo se kako su mjere pomogle, ali nedovoljno (58,9%), 11 ispitanika (19,6%) izjasnilo se kako su mjere pomogle, 6 ispitanika (10,7%) izjasnilo se kako mjere nisu pomogle, a također 6 ispitanika (10,7%) izjasnilo se kako ne zna.

Grafikon 15. Velika poduzeća za vrijeme krize u odnosu na srednja i mala

Smatrate li da se velika poduzeća lakše nose s krizom u odnosu na mala i srednja poduzeća?

56 odgovora



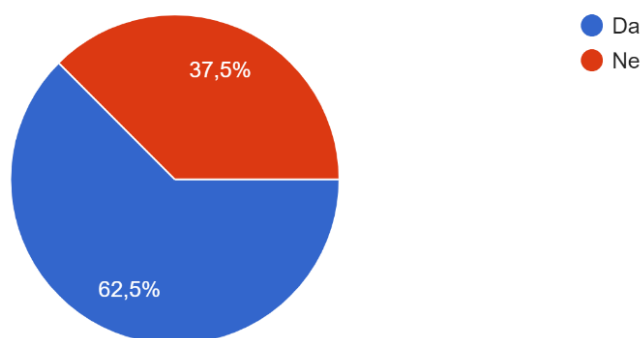
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na to smatraju li ispitanici da se velika poduzeća lakše nose s krizom u odnosu na mala i srednja poduzeća. Potvrдно je odgovorilo 34 ispitanika (60,7%), a negativno je odgovorilo 223 ispitanika (39,3%).

Grafikon 16. Mijenjanje poslovanja pod utjecajem COVID krize

Jeste li što mijenjali u svom poslovanju pod utjecajem COVID krize?

56 odgovora



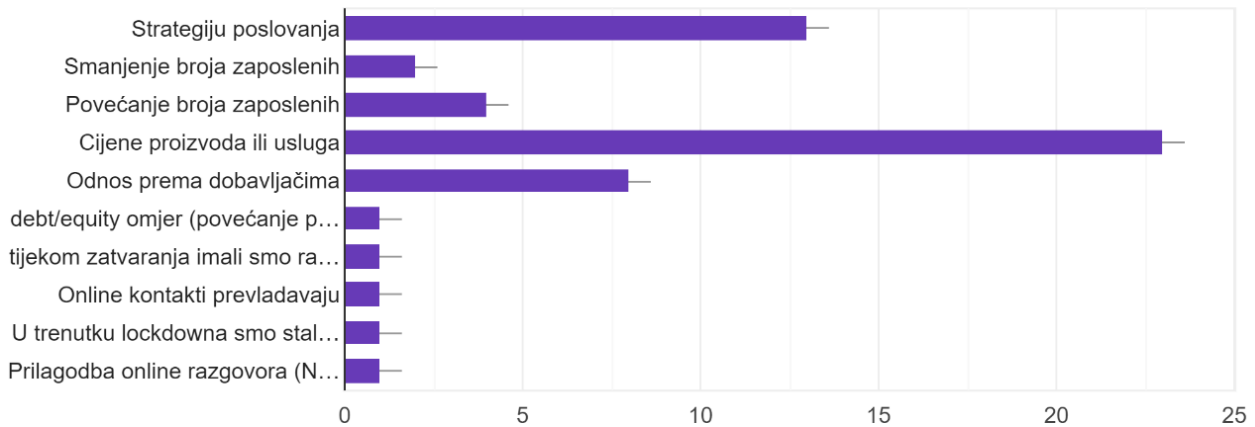
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje bilo je jesu li što mijenjali u svom poslovanju pod utjecajem COVID krize. 35 ispitanika (62,5%) se izjasnilo kako su nešto mijenjali, a 21 ispitanik (37,5%) rekao je kako nisu ništa mijenjali u svom poslovanju pod utjecajem COVID krize.

Grafikon 17. Mijenjanje poslovanja pod utjecajem krize

Ako da, što?

37 odgovora



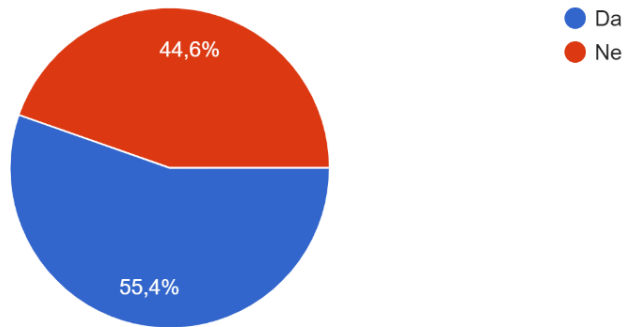
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje bilo je što su mijenjali u poslovanju pod utjecajem COVID krize. Najviše ispitanika, njih 23 (62,2%) izjasnilo se kako su mijenjali cijene proizvoda ili usluga, 13 ispitanika (35,1%) izjasnilo se kako je mijenjalo strategiju poslovanja, 8 ispitanika (21,6%) mijenjalo je odnos prema dobavljačima, 4 ispitanika (10,8%) povećalo je broj zaposlenika, 2 ispitanika (5,4%) smanjilo je broj zaposlenika, po jedan ispitanik (2,7%) mijenjalo je omjer povećanja privremenog zaduženja, uvođenje rada od kuće, online kontakti, u „lockdownu“ (izolaciji) cijene stalnim klijentima su bile u pola cijene, online razgovori.

Grafikon 18: Novi načini oglašavanja i prodaje pod utjecajem krize

Jeste li se pod utjecajem krize okrenuli novim načinima oglašavanja i prodaje svojih proizvoda i usluga?

56 odgovora



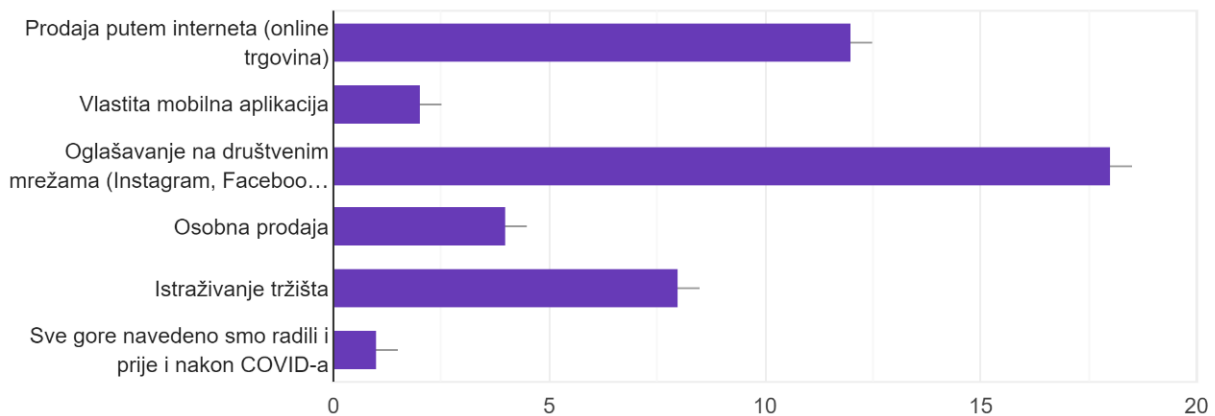
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje bilo je jesu li se pod utjecajem krize okrenuli novim načinima oglašavanja i prodaje vlastitih proizvoda i usluga. Potvrdno na ovo pitanje je odgovorio 31 ispitanik (55,4%), a negativno 25 ispitanika (44,6%).

Grafikon 19. Načini oglašavanja i prodaje

Ako da, kojim?

33 odgovora



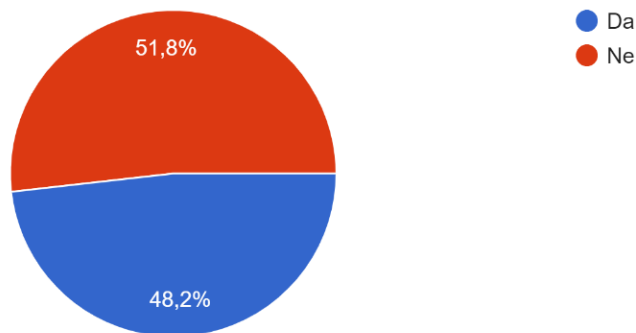
Izvor: izrada autora

Promjene u načinu oglašavanja bile su na razne načine. 18 ispitanika (54,5%) oglašavalo se na društvenim mrežama (Instagram, Facebook i drugo), 12 ispitanika (36,4%) koristilo je prodaju putem interneta (*online* trgovina), 8 ispitanika (24,2%) izjasnilo se kako su istraživali tržište, 4 ispitanika (12,1%) izjasnilo se kako su koristili osobnu prodaju, a 1 ispitanik (1,3%) izjasnio se kako su sve načine oglašavanja radili i prije i nakon COVID-a.

Grafikon 20. Dodatno osiguravanje dobrobiti zaposlenika

Je li Vas COVID kriza potaknula na dodatno osiguravanje dobrobiti svojih zaposlenika?

56 odgovora



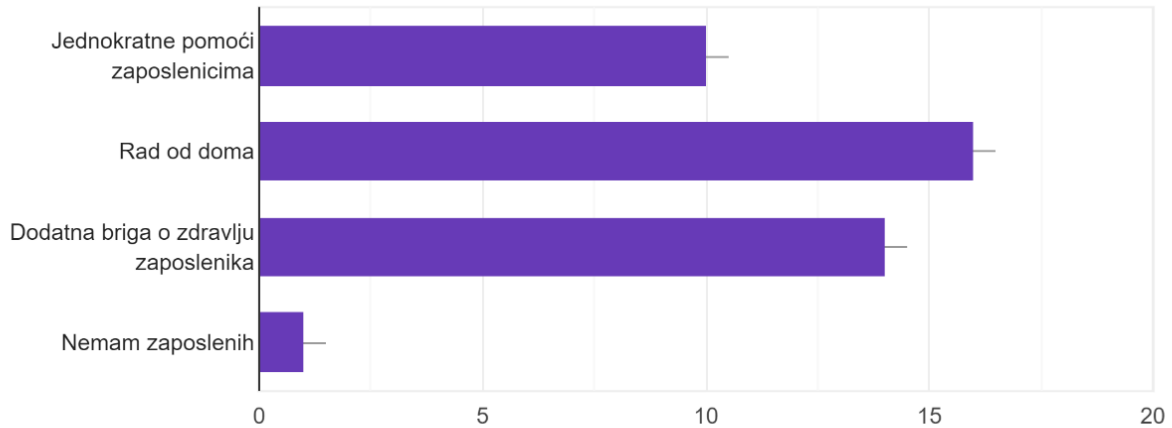
Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosilo se na to jesu li dodatno osiguravali dobrobit svojih zaposlenika zbog COVID krize. Potvrдно je odgovorilo 27 ispitanika (48,2%), a negativno je odgovorilo 29 ispitanika (51,8%).

Grafikon 21. Načini osiguravanja dobrobiti zaposlenika

Ako da, na koji način?

29 odgovora



Izvor: izrada autora

Posljednje pitanje u anketi odnosilo se na načine osiguravanja dobrobiti svojim zaposlenicima. 16 ispitanika (55,2%) izjasnilo se kako je svojim zaposlenicima osiguralo rad od doma, 14 ispitanika (48,3%) dodatno je brinulo o zdravlju zaposlenika, 10 ispitanika (34,5%) izjasnilo se kako je dalo jednokratnu pomoć svojim zaposlenicima, a 1 ispitanik (3,4%) izjasnio se kako nema zaposlenih.

4.3. Rasprava

Rezultati ankete pokazuju kako je korona virus, odnosno pandemija Covid-19 uvelike utjecala na poslovanje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Anketu je ispunilo podjednako muškaraca i žena.

Većina ispitanika posjeduje mikro poduzeće, a samo 14,3% od ukupno broja ispitanih posjeduje malo poduzeće. Nitko od ispitanika nije vlasnik srednjeg poduzeća. Djelatnosti kojima se poduzetnici bave su raznovrsne. Ponajviše je to trgovina na veliko i malo, ostale uslužne djelatnosti, poljoprivredom, šumarstvom i ribarstvom.

Najveći broj poduzetnika vlasnici su poduzeća manje od 5 godina, zatim malo manje njih su vlasnici poduzeća od 5 do 10 godina. Što se tiče ostvarivanja ciljeva, najviše ispitanika odgovorilo je kako nastoje jednako ostvarivati i dugoročne i kratkoročne ciljeve što je vrlo važno u poslovanju svakog poduzeća. Veliki dio ispitanika (91,1%) smatra kako Covid kriza u

velikoj mjeri utječe na hrvatsko gospodarstvo. Isto tako, više od pola ispitanika (60,7%) smatra kako Covid kriza direktno utječe na poslovanje poduzeća, a najviše ispitanika se izjasnilo kako je kriza u najvećoj mjeri utjecala na cijene na tržištu te smanjenje prihoda i financijske gubitke. Veći dio ispitanika također smatra kako se hrvatska poduzeća teže nose s krizom u odnosu na strana poduzeća (poduzeća Europske unije ili drugih zemalja svijeta). Oko polovice ispitanika koristilo je pakete mjera za pomoć gospodarstvu koje je odobrila Vlada Republike Hrvatske, dok otprilike polovica ispitanika nije koristila iste. 58,9% ispitanika smatra kako su mjere pomogle poduzetnicima i doprinijele stabilnosti poslovanja poduzeća u trenutcima krize, ali je to bilo nedovoljno. Veći broj ispitanika smatra kako se veća poduzeća lakše nose s krizom u odnosu na mala i srednja poduzeća.

Više od polovica ispitanika, njih 62,5% mijenjalo je segmente vlastitog poslovanja pod utjecajem Covid krize, a 37,5% poduzetnika ništa nije mijenjalo u tom pogledu. Poduzetnici koji su mijenjali svoje poslovanje su to učinili u najvećoj mjeri tako što su promijenili cijenu proizvoda ili usluga, strategiju poslovanja i odnos prema dobavljačima.

Pod utjecajem krize više od pola ispitanika (55,5%) se okrenulo novim načinima oglašavanja i prodaje vlastitih proizvoda ili usluga. Poduzetnici koji su mijenjali način oglašavanja i prodaje su se okrenuli oglašavanju na društvenim mrežama kao što su Facebook i Instagram, prodaju putem interneta (online trgovina) te istraživanju tržišta, a u nešto manjoj mjeri vlastitoj mobilnoj aplikaciji, istraživanju tržišta te osobnoj prodaju.

Više od polovice ispitanika (51,8%) je potaknuto Covid krizom dodatno osiguravalo dobrobit svojih zaposlenika tako što su radili od kuće ili su jednokratno pomogli zaposlenicima. Covid kriza, za razliku od financijske krize 2008. godine nije dovela do sloma tržišta i dugotrajnih negativnih posljedica za većinu malih i srednjih poduzeća. U prilog tome ide i pravovremena reakcija države sa potporama i mjerama za spas gospodarstva koje su u manjoj mjeri pomogle poduzetnicima, što se može smatrati polovičnim uspjehom, dok je financijska kriza 2008. godine pokazala brojne slabosti i nespremnost države kada su u pitanju mala i srednja poduzeća. Ipak, Covid-19 je zauvijek promijenio način poslovanja, otvorio je vrata digitalnom poslovanju i stvaranju virtualnih poduzeća u svijetu, ali i u Hrvatskoj.

5. ZAKLJUČAK

Mala i srednja poduzeća vrlo su važan segment gospodarstva svake zemlje, pa tako i Republike Hrvatske. Kompleksno tržište na kojem posluju mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj nudi mnoge prilike za rast i razvoj poduzeća (pogotovo ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i uskoro ulaskom u Schengen), ali i krije mnoge zamke za poduzetnike što dovodi do snažne potrebe za ulogom države kako bi pomogla i olakšala poslovanje poduzetnicima, u vremenima kriza, ali i u vremenima ekspanzije ekonomije. Gledajući u prošlost, Hrvatska Vlada je bitno popravila stanje u gospodarstvu Hrvatske, no Hrvatska i dalje zaostaje za Europom.

Mnoga poduzeća se nalaze pred izazovima ukoliko dođe do krize, poslovanje je poljuljano, budućnost je neizvjesna te se poslodavci (vlasnici poduzeća, obrta i OPG-a) nalaze u nezavidnoj situaciji. Ne znaju koliko će neka kriza utjecati direktno na poslovanje ili čak na cijelo gospodarstvo zemlje. Poslovanje hrvatskih malih i srednjih poduzeća bilo je narušeno zbog COVID krize. Mnogo poduzeća je mijenjalo način poslovanja te se prilagođavalo uvjetima na tržištu kako bi opstali u uvjetima krize. Ova tema je posljednjih nekoliko godina dobila na važnosti i pozornosti u stručnim, ali i znanstvenim krugovima. Također, financijska kriza 2008. godine uvelike je utjecala na poslovanje i financijske rezultate mnogih poduzeća diljem Hrvatske. Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 nešto je novija te se neka poduzeća još uvijek nisu od nje oporavila. Velika je razlika između ovih dviju kriza. Bitna razlika između 2008. i 2020. je ta što je financijska kriza 2008. nastala na strani potražnje koji je napuhala „balon“ nekretnina i dovela do kolapsa prelivši se iz SAD-a na ostatak svijeta. COVID kriza bila je nenadana, nikada se prije takva pandemija nije dogodila i ljudi nisu znali kako reagirati, nisu znali koliko će kriza trajati i što će se dogoditi. Situacija je bila neizvjesna, a posljedice se osjećaju i danas. COVID nije zaustavio potražnju za robom, ali je bitno utjecao na ponudu što je dovelo do problema u distribucijskom lancu i samoj proizvodnji dobara.

Provedeno je i anketno istraživanje u kojem je ispitano 56 poduzetnika (vlasnika poduzeća, obrta ili obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva). Rezultati pokazuju kako je COVID kriza u velikoj mjeri utjecala na poslovanje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Poduzetnici su morali mijenjati svoje poslovanje, neke od promjena su bile smanjenje cijena, prelazak na rad od kuće, promjena načina oglašavanja te smanjenje obujma posla. Neki od njih su morali čak i otpuštati svoje zaposlenike. Vlada Republike Hrvatske je pokrenula određene mjere i naknade, ali one nisu pomogle onoliko koliko se od njih očekivalo.

LITERATURA

1. Adizes, I. K. (2009) *Kako upravljati u vrijeme krize i kako je, prije svega, izbjeći*, Zagreb: ASEE.
2. Bistričić, A., Agatić, A., Kuzman, Z. (2011) Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu republike hrvatske i gospodarstvima zemalja europske unije. *Pomorstvo*, 25 (1). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/69644> [12. srpnja 2022.]
3. Bolarić Škare, M. (2012) Poduzetništvo i samozapošljavanje - primjeri dobre prakse. *Učenje za poduzetništvo*, Vol. 2 No. 2, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130279> [25.09.2022.]
4. Bošnjak, S. (2011) Poslovni inkubatori kao generatori razvoja poduzetništva, *Praktični menadžment*, 2(2), str. 51-56.
5. Botrić, V. (2019) Struktura samozaposlenosti mladih osoba u Hrvatskoj i drugim članicama EU u razdoblju 2005.-2016. godine. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 9 (1), 95-110. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/221253> [25.09.2022.]
6. Božić, L., Radas, S. (2005) Učinci inovacijskih aktivnosti u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj, *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 15 (103)
7. Buble, M. (2003) *Management malog poduzeća*, Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
8. Butković, H. i sur. (2012) *Hrvatska i Europska Unija; Prednosti i izazovi članstva*, Zagreb :Institut za međunarodne odnose – IMO
9. CEPOR 2020 Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – (2020.)
10. CEPOR 2021 Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: „Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u uvjetima pandemije bolesti Covid-19“
11. Cetina, E., i Škrinjar, S. (2023) Uloga poduzetničke infrastrukture u poticanju razvoja maloga i srednjega poduzetništva u Republici Hrvatskoj, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 14(1), str. 13-22.
12. Cordina, C. (2023) Mala i srednja poduzeća, [europarl.europa.eu., https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/63/mala-i-srednja-poduzeca](https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/63/mala-i-srednja-poduzeca) (24.09.2023) .
13. Cvijanović, V., Marović, M., Sruk, B. (2008) *Financiranje malih i srednjih poduzeća*, Zagreb: Binoza press.

14. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2020) Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje: Poslovni subjekti registracije i stečajevi. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/poslovni_subjekti.html
15. Državni zavod za statistiku. Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/> [11. srpnja 2022.]
16. Državni zavod za statistiku. Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/> [11. srpnja 2022.]
17. Europska komisija. Zelena knjiga – Poduzetništvo u Europi, 2003, Bruxelles. Dostupno na: <http://hgk.biznet.hr/hgk/fi/leovi/493.doc> [1. srpnja 2022.]
18. Europska komisija: Koordinirani gospodarski odgovor na pandemiju Covida-19. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0112> [12. srpnja 2022.]
19. Fina, (2020.) U 2020. godini kod poduzetnika, proračuna... Dostupno na : <https://www.fina.hr/-/u-2020.-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-vise-od-1-28-milijuna-zaposlenih> Pristupljeno 10.7.2022.
20. Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010) *Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji*, Zagreb: Sinergija.
21. Horvat, Đ., Kovačić, M. (2004) *Menadžment u malom poduzetništvu*, Zagreb: Cera prom – M.E.P. Consult.
22. Hrvatska Gospodarska Komora (2021) Vodič za definiciju malog i srednjeg poduzetništva u natjecajima za dodjelu sredstava iz fondova EU. Centar za EU.
23. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2020) Godišnjak Hrvatskog zavoda za zapošljavanje 2020. Zagreb: Intergrafika TTŽ d.o.o.
24. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2021) Godišnjak Hrvatskog zavoda za zapošljavanje 2021. Zagreb: Intergrafika TTŽ d.o.o.
25. HUP, Hrvatska udruga poslodavaca (2020) Program rada. Dostupno na: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Ivana%20Zlatari%C4%87/programi/program-rada-hup-2020.pdf> [12. srpnja 2022.]
26. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2016. uključujući rezultate GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2015. godinu, cepor.hr., <https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (08.09.2023).

27. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018. uključujući rezultate GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2017. godinu, cepor.hr, <https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (08.09.2023).
28. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019. uključujući rezultate GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2018. godinu, cepor.hr, <https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/> (8.09.2023).
29. Kesić T., (2006) *Ponašanje potrošača*. Zagreb: Opinio.
30. Kimberly, J. R. (1981) Managerial innovation, *Hand Book of Organization Design*, Oxford: Oxford University Press.
31. Kolaković, M. (2010) *Virtualna ekonomija: kako poslovati u uvjetima globalne krize*, Zagreb: Strategija d.o.o.
32. Kožljan, V. (2014) *Financijske krize u XX. stoljeću s osvrtom na Hrvatsku*. Maribor: Doba fakultet, za primjenjene poslovne i društvene studije Maribor.
33. Leko, O., Bijakšić, S., Malić Bandur, K. (2022) Utjecaj marketinške strategije na uspješnost poslovanja poduzeća u vrijeme pandemije (covid-19). *CroDiM*, 5 (1), 205-222. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/275594> [14. srpnja 2022.]
34. Matković, T. (2009) Razmjeri, oblici i kvaliteta samozaposlenosti u Hrvatskoj. Zagreb: Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo i Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
35. Mihaljek, D. (2009) Globalna financijska kriza i fiskalna politika u Središnjoj i Istočnoj Europi: Hrvatska proračunska odiseja u 2009. godini. *Financijska teorija i praksa*, 33 (3), 241-276. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/48578> [08. rujna 2022.]
36. Mlikotić, S. (2009) Globalna i financijska kriza-uzroci, tijek i posljedice. *Pravnik: Časopis za pravna i društvena pitanja*, 44 (89), 83–94. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/98006> [15. srpnja 2022.]
37. Nacionalni plan za rad, zaštitu na radu i zapošljavanje za razdoblje od 2021. do 2027. godine, Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, mrosp.hr, <https://mrosp.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Glavno%20tajni%C5%A1tvo/Go%C5%A1nji%20planovi%20i%20strate%C5%A1ka%20izvje%C5%A1%C4%87a/26.11.Prijedlog%20Nacionalnog%20plana.pdf> (19.9.2023).

38. Nacrt prijedloga Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine, vlada.gov.hr., <https://vlada.gov.hr/istaknute-teme/nacrt-prijedloga-nacionalne-razvojne-strategije-republike-hrvatske-do-2030-godine/30826>, (24.09.2023.)
39. Narodne novine, Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva> [14. srpnja 2022.]
40. Novaković, V., Peulić, V., Matijević, G., (2020) Inovacija kao pokretač ekonomskog razvoja. *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije* Vol. 10 Br./No. 1. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/355007241_Innovation_as_an_Initiator_of_Economic_Development [25.09.2022.]
41. Pavković, A., Soldo, G., i Cesarec, A. (2022). Odrednice održivosti poslovanja malih i srednjih poslovnih subjekata u republici hrvatskoj, *Ekonomski pregled*, 73(5), str. 663-692.
42. Plan za industrijsku tranziciju sjeverne Hrvatske, razvoj.gov.hr, https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/Planovi%20industrijske%20tranzicije/Plan%20za%20industrijsku%20tranziciju%20Sjeverne%20Hrvatske_ilektorirano_clean.pdf, (06.09.2023).
43. Podrug, N., Ajduk, V. (2015) Interpersonalno povjerenje i inovativnost hrvatskih poduzeća. *Ekonomski pregled*, 66 (1), 31-49. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/138087> [24.09.2022.]
44. Podrug, N., i Burazin, M. (2011). Izazovi teorije uslužnosti u obiteljskim poduzećima, *Ekonomska misao i praksa*, 20(2), str. 507-526.
45. Preporuka Komisije – definicija mikro, malih i srednjih poduzeća, europa.eu, http://publications.europa.eu/resource/ellar/1bd0c013-0ba3-4549-b879-0ed797389fa1.0019.02/DOC_2, (2.09.2023).
46. Renko, N. (2010) *Marketing malih i srednjih poduzeća*, Zagreb: Naklada Ljevak.
47. Rohatinski, Ž. (2019) *Kriza u Hrvatskoj*, Zagreb: Ljevak.
48. Singer, S., Šarlija, N. Pfeifer.S., Oberman Peterka, S. (2(022) GEM Hrvatska 2021. Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? Zagreb: CEPOR.
49. Soče Kraljević, S., i Pavičić, S. (2016) Imidž kao konkurentna prednost na primjeru namještaja „Pavičić“, *Mostariensia*, 20(1-2), str. 239-251.
50. Strateški plan Ministarstva poduzetništva i obrta za razdoblje od 2012. – 2014. Godine (2012). Dostupno na:

- <http://www.minpo.hr/UserDocsImages/MINPO%20STRATE%C5%A0KI%20PLAN%202012%20DO%202014.pdf> [25.09.2022.]
51. Škrtić, M. (2006) *Poduzetništvo*, Zagreb: Sinergija
 52. Škrtić, M., Mikić, M. (2011) *Poduzetništvo*, Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
 53. Tafra Vlahović, M. (2011) *Upravljanje krizom: Procjene, planovi, komunikacija*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić.
 54. Tafra, V. (2011) Nacionalna strategija učenja za poduzetništvo, *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), str. 17-33.
 55. Učak, D., Grgić J. (2016.). Specifičnost financiranja sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj i usporedba sa stanjem u Europskoj uniji. Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <http://web.efzg.hr/repec/financije/chapter1612.pdf> (pristupljeno: 7.9.2023.)
 56. Vajić, I. i suradnici (1994) *Management i poduzetništvo: 1000 programa ulaganja za mala i srednje poduzeća*, Zagreb: Centar za poduzetništvo d.o.o. – Mladost d.d.
 57. Vize, M. (2022) Poslovanje mikropoduzeća te malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj u 2021. godini, uplift.hr, dostupno na : <https://admin.uplift.hr/wp-content/uploads/2022/09/Poslovanje-mikro-te-malih-i-srednjih-poduzetnika-u-2021.-godini.pdf> (25.09.2023).
 58. Vodič za korisnike o definiciji malih i srednjih poduzeća, strukturfondovi.hr, dostupno na : <https://strukturfondovi.hr/wp-content/uploads/2017/06/Vodiczakorisnikeodefinicijimalihisrednjihpoduzeca.pdf> (17.09.2023).
 59. Vrbošić, A., Princi Grgat, D. (2014) *Tajne uspješnog poslovanja: vodič za srednja i mala poduzeća*, Zagreb: Školska knjiga.
 60. Williams, D. (1999), The self-employed: Providing for the self-providers, *International Social Security Review*, 52(1): 7–31. Dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-246X.00031> [25.09.2022.]
 61. Wong, A., Tjosvold, D., Liu, C. (2008) Innovation by teams in Shanghai, China: cooperative goals for group confidence and persistence, *British Journal of Management*, (20), 238-251.
 62. Zjalić, Lj. M., (2005) *Inovativnost nezaobilazan činilac razvoja*. Centar za istraživanje razvoja nauke i tehnologije.

63. Žager, K. i suradnici (2009), *Računovodstvo malih i srednjih poduzeća*, Zagreb: Mikrorad.
64. Želinski Matunec, S., Lang Perica, M. i suradnici (2002), *Od ideje do profita: vodič za inovatore – poduzetnike*, Zagreb: Gandalf d.o.o.
1. Circuitmess d.o.o., infobiz.fina.hr., dostupno na: <https://infobiz.fina.hr/subject/OIB-50943449035> (25.09.2023).
 2. Cidrani d.o.o., infobiz.fina.hr., dostupno na : <https://infobiz.fina.hr/subject/OIB-50943449035> (25.09.2023).
 3. Baković, T., i Ledić-Purić, D. (2011). Uloga inovacija u poslovanju malih i srednjih poduzeća, *Poslovna izvrsnost*, 5(2), str. 27-42.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kategorizacija poduzeća prema broju zaposlenih, godišnjem prometu i dugoročnoj imovini	2
Tablica 2 Prikaz udjela malih, srednjih i mikro poduzetnika u ukupnome izvozu RH za period od 2017. do 2019. godine	8

POPIS GRAFIKONA I ILUSTRACIJA

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	27
Grafikon 2. Godine ispitanika	27
Grafikon 3. Stručna sprema ispitanika	28
Grafikon 4. Organizacijski oblik poduzeća	29
Grafikon 5. Veličina poduzeća, obrta, OPG-a	29
Grafikon 6. Klasifikacija djelatnosti	30
Grafikon 7. Period posjedovanja poduzeća/obrtu/OPG-a	31
Grafikon 8. Ostvarivanje ciljeva	32
Grafikon 9. Utjecaj COVID krize na hrvatsko gospodarstvo	33
Grafikon 10. Utjecaj COVID krize na poslovanje poduzeća	33
Grafikon 11. COVID kriza.....	34
Grafikon 12. Hrvatska poduzeća u odnosu na strana poduzeća za vrijeme krize	34
Grafikon 13. Paket mjera za pomoć gospodarstvu od strane Vlade Republike Hrvatske.....	35
Grafikon 14. Uvođenje paketa mjera	36
Grafikon 15. Velika poduzeća za vrijeme krize u odnosu na srednja i mala	37
Grafikon 16. Mijenjanje poslovanja pod utjecajem COVID krize.....	37
Grafikon 17. Mijenjanje poslovanja pod utjecajem krize	38
Grafikon 18: Novi načini oglašavanja i prodaje pod utjecajem krize	39
Grafikon 19. Načini oglašavanja i prodaje	39
Grafikon 20. Dodatno osiguravanje dobrobiti zaposlenika.....	40
Grafikon 21. Načini osiguravanja dobrobiti zaposlenika	41
Slika 1 Vrste poduzetničkog okruženja.....	10

Slika 3. Broj poduzeća prema statusu aktivnosti od 2015. do 2020. godine.....	19
Slika 4. Registracije poslovnih subjekata u razdoblju od 2017. do 2022. godine.....	21
Slika 5. Stečajevi poslovnih subjekata u razdoblju od 2017. do 2022. godine	21
Slika 6. Realne stope rasta tromjesečnog BDP-a	22

PRILOG

IZAZOVI POSLOVANJA HRVATSKIH MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA U UVJETIMA KRIZE

Moje ime je Lovro Juric i student sam 5. godine Ekonomskog fakulteta u Zagrebu.

Ovaj anketni upitnik je kreiran za potrebe pisanja diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, smjer Poduzetništvo.

Tema diplomskog rada je Izazovi poslovanja hrvatskih malih i srednjih poduzeća u uvjetima krize.

Svrha upitnika je istražiti na koji način su MSP reagirala na COVID krizu.

Za ispunjavanje upitnika potrebno je 5-10 minuta.

Rezultati dobiveni iz upitnika bit će iskorišteni isključivo u svrhu istraživanja za potrebe izrade diplomskog rada.

Sudjelovanje u anketi je anonimno stoga Vas molim da iskreno odgovorite na pitanja u svrhu što preciznijih rezultata istraživanja.

Unaprijed hvala!

Koji je Vaš spol?

*

Ženski
Muški

Koliko imate godina?*

*

Manje od 20 godi
21-30
31-40
41-50
51-60
Preko 60 godina

Koja je Vaša stručna sprema?*

*

Osnovna škola
SSS
VŠS
VSS

Koji je organizacijski oblik Vašeg poduzeća?

*

OPG
Obrt
j.d.o.o.
d.o.o.

Ostalo...

Koja je veličina Vašeg poduzeća/obrta/OPG-a?

*

Mikro (<10 zapos
Malo (10-50 zapc
Srednje (50-250 :

Prema NKD-u u koje područje spada Vaše poduzeće?

*

A - poljoprivreda,
B - Rudarstvo i v
C - Prerađivačka
D - Opskrba elekt
E - Opskrba vodc
F - Građevinarstv
G - Trgovina na v
H - Prijevoz i skla
I - Djelatnosti pruž
J - Informacije i k
K - Financijske dj
L - Poslovanje ne
M - Stručne,znan
N - Administrativ
O - Javna uprava
P - Obrazovanje
Q - Djelatnosti zd
R - Umjetnost, za
S - Ostale uslužn
T - Djelatnosti kuć
U - Djelatnosti izv

Koliko dugo ste vlasnik poduzeća/obrta/OPG-a?

*

Manje od 5 godina

5-10 godina
10-20 godina
Više od 20 godina

Prilikom ostvarivanja ciljeva poduzeća, kakvim ciljevima ste orijentirani?

*

Nastojim ostvariti
Nastojim ostvariti
Nastojim jednako
Nastojim ostvariti

Smatrate li da COVID kriza u velikoj mjeri utječe na hrvatsko gospodarstvo?

*

Da
Ne

Smatrate li da COVID kriza direktno utječe na poslovanje Vašeg poduzeća?

*

Da
Ne
Ne znam.

Ako da, na što je COVID kriza najviše utjecala u Vašem poslovanju?

Povećavanje ili smanjenje
Cijene na tržištu
Manjak ili višak dobiti
Smanjenje prihoda
Smanjenje proizvodnje
Financijski gubici

Smatrate li da se hrvatska poduzeća teže nose s krizom u odnosu na strana poduzeća (u EU ili u drugim zemljama svijeta)?

*

Da
Ne

Jeste li koristili pakete mjera za pomoć gospodarstvu koje je odobrila Vlada Republike Hrvatske?

*

Da
Ne

Smatrate li da je Vlada RH uvođenjem paketa mjera pomogla poduzetnicima na pravi način te doprinijela stabilnosti Vašeg poslovanja u trenutcima COVID krize?

*

Pomogla je
Pomogla je, ali ne
Nije pomogla
Ne znam

Smatrate li da se velika poduzeća lakše nose s krizom u odnosu na mala i srednja poduzeća?

*

Da
Ne

Jeste li što mijenjali u svom poslovanju pod utjecajem COVID krize?

*

Da
Ne

Ako da, što?

Strategiju poslovanja
Smanjenje broja zaposlenika
Povećanje broja zaposlenika
Cijene proizvoda
Odnos prema dobavljačima

Jeste li se pod utjecajem krize okrenuli novim načinima oglašavanja i prodaje svojih proizvoda i usluga?

*

Da
Ne

Ako da, kojim?

Prodaja putem interneta
Vlastita mobilna aplikacija
Oglašavanje na društvenim mrežama
Osobna prodaja
Istraživanje tržišta

Je li Vas COVID kriza potaknula na dodatno osiguravanje dobrobiti svojih zaposlenika?

*

Da
Ne

Ako da, na koji način?

Jednokratne pom
Rad od doma
Dodatna briga o z