

Oblici kratkoročnog financiranja malih poduzeća

Kulko, Tin

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:148:351833>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagreb
Ekonomski fakultet
Poslovna ekonomija – Računovodstvo i financije

OBLICI KRATKOROČNOG FINANCIRANJA MALIH PODUZEĆA
Završni rad

Student
Tin Kulko, 0081157765

Mentor
prof. dr. sc. Danijela Miloš Sprčić

Kolegij:
Osnove financiranja poduzeća

Zagreb, kolovoz 2020.

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
1.1.	<i>Predmet i cilj rada</i>	1
1.2.	<i>Izvori podataka</i>	1
1.3.	<i>Struktura i sadržaj rada</i>	2
2.	KARAKTERISTIKE MALIH PODUZEĆA U RH.....	3
2.1.	<i>Pojam poduzetništva i poduzeća</i>	3
2.2.	<i>Klasifikacija poduzeća prema veličini</i>	3
2.3.	<i>Zakonski okvir i pravni oblici poslovanja poduzeća u RH</i>	4
2.4.	<i>Značenje i uloga malih poduzeća</i>	5
2.5.	<i>Prednosti i nedostaci malih poduzeća</i>	7
2.6.	<i>Poduzetnička infrastruktura</i>	8
3.	OBLICI KRATKOROČNOG FINANCIRANJA MALIH PODUZEĆA	10
3.1.	<i>Pojam financiranja</i>	10
3.2.	<i>Financiranje malih poduzeća</i>	10
3.3.	<i>Oblici kratkoročnog financiranja malih poduzeća</i>	12
3.3.1.	<i>Trgovački krediti</i>	13
3.3.2.	<i>Bankovni krediti</i>	14
3.3.3.	<i>Vremenska razgraničenja</i>	15
3.3.4.	<i>Factoring</i>	16
3.3.5.	<i>Poslovni anđeli</i>	18
3.3.6.	<i>Skupno financiranje (Crowdfunding)</i>	18
3.3.7.	<i>Državni programi financiranja</i>	19
4.	MOGUĆNOSTI FINANCIRANJA MALIH PODUZEĆA U RH NA RAZINI EU	21
4.1.	<i>Strateški okvir Europske unije za razvoj i financiranje malih i srednji poduzeća</i>	21
4.2.	<i>Politike i programi za razvoj MSP-a u Hrvatskoj</i>	22
4.3.	<i>Dostupnost izvora financiranja MSP-ima u Hrvatskoj</i>	24
4.3.1.	<i>Banke i leasing</i>	24
4.3.3.	<i>CRANE - Poslovni anđeli</i>	26
4.3.4.	<i>Crowdfunding platforme</i>	27
4.3.5.	<i>Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)</i>	28
4.3.6.	<i>Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije</i>	29
5.	ZAKLJUČAK	30
	LITERATURA.....	31

1. UVOD

1.1. *Predmet i cilj rada*

Predmet ovog završnog rada je prikaz malih poduzeća te izvori i oblici kratkoročnog financiranja tih poduzeća kao bitnog čimbenika njihovog razvoja i rasta. Cilj rada je pokazati važnost malih poduzeća u nacionalnom gospodarstvu, ali i šire s obzirom na to kako statistike Europske unije pokazuju da su upravo ona, gledano s aspekta veličine gospodarskih subjekata, konstantno najzastupljeniji oblik u državnim ekonomijama i da su upravo ona najveći generator razvoja i zapošljavanja.

Mala poduzeća su sa svim svojim slabostima i nekim prednostima najdinamičniji dio suvremenog gospodarstva. U odnosu na velika poduzeća ona su fleksibilnija i brže se prilagođavaju dinamičnom i turbulentnom poslovnom okruženju te suvremenim tendencijama tržišta. Njihova snaga je u njihovoj inovativnosti i realiziranju promjena prije konkurencije, s naglaskom na ljudskom potencijalu i to prije svega na znanju i kreativnosti kadrova koje zapošljavaju. Međutim, snagu treba održavati, a u poduzetništvu to znači održati financijsku stabilnost, biti likvidan u tekućem poslovanju te osigurati adekvatna sredstva za inovacije i razvoj. Značenje financiranja poslovanja poduzeća je iznimno veliko jer poduzeće treba novac u svim svojim fazama poslovanja: osnivanju, tekućem poslovanju i fazi rasta. Izbor pravilnog oblika i izvora financiranja važan je zadatak menadžmenta poduzeća jer pogreške u financijskom poslovanju mogu rezultirati gubitcima, nepodmirenim obvezama, pretjeranim zaduživanjem, nemogućnošću razvoja pa čak i stečajem poduzeća.

Mala poduzeća teže se zadužuju na financijskom tržištu za razliku od velikih poduzeća koja imaju bolji pristup izvorima financiranja zbog veće vrijednosti imovine, značajnije pozicije na tržištu i gotovo svih drugih uvjeta koje kreditori i investitori postavljaju pred potencijalnog klijenta. Zato značajnu ulogu u financiranju malih poduzeća imaju različiti oblici kreditiranja i davanja jamstava od strane državnih institucija koje se bave poticanjem osnivanja i razvoja malih i srednjih poduzeća.

1.2. *Izvori podataka*

Za potrebe stvaranja ovoga rada kao izvor podataka korištena je stručna literatura iz područja poduzetništva i financiranja poduzeća. Za poglavlje u kojem se prikazuje financiranje malih poduzeća u Republici Hrvatskoj i usporedba s mogućnostima financiranja u Europskoj uniji, korišteni su recentni podaci Centra za politiku razvoja malih i srednjih

poduzeća i poduzetništva (CEPOR) objavljeni u „Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2019.“. Izvori su navedeni na kraju ovoga rada.

1.3. Struktura i sadržaj rada

Struktura rada podijeljena je u pet osnovnih poglavlja. Osim prvog uvodnog dijela i petog zaključnog, tema rada obrađena je kroz tri osnovna poglavlja. U drugom poglavlju opisan je pojam poduzetništva i poduzeća, objašnjena je klasifikacija poduzeća prema njihovoj veličini te je prikazan zakonski okvir i pravni oblici poslovanja poduzeća u Republici Hrvatskoj. Cilj ovog poglavlja je predočiti ulogu i važnost malih poduzeća u nacionalnim ekonomijama Europske Unije koja je prepoznala važnost malih i srednjih poduzeća te njihov rast i razvoj odredila kao jedan od svojih strateških ciljeva. U ovom poglavlju prikazane su prednosti i nedostaci poslovanja malih poduzeća, kao i oblik poduzetničke infrastrukture koja bi trebala osigurati njihov rast i razvoj. U trećem poglavlju prikazana je uloga financiranja u održavanju likvidnosti, solventnosti i konkurentskih prednosti malih poduzeća te su određeni najvažniji oblici i izvori kratkoročnog financiranja malih poduzeća. U četvrtom poglavlju prikazana je aktualna situacija financiranja malih poduzeća u Hrvatskoj s osvrtom na strategiju i ciljeve Europske Unije vezane na poticanje rasta i razvoja malih i srednjih poduzeća.

2. KARAKTERISTIKE MALIH PODUZEĆA U RH

2.1. *Pojam poduzetništva i poduzeća*

Ne postoji točno određena definicija poduzetništva. Zapravo, postoje različita objašnjenja u određivanju njegove prirode. Ona bi se mogla sublimirati u opisu poduzetništva kao dinamičnog procesa od početne ideje do stvaranja realne vrijednosti. Započinje prepoznavanjem tržišnih prilika u uvjetima u kojima drugi ne prepoznaju mogućnosti. Zahtjeva energiju, strast i odlučnost da se uz razumne rizike pokrene stvaranje realne vrijednosti. Uspješnost tog procesa podrazumijeva dobru viziju razrađenu kroz poslovni plan i adekvatnu organizacijsku strukturu te optimalno korištenje potrebnih resursa, bazirano na znanju, informacijama i intelektualnoj tehnologiji.

U današnjem svijetu, velik dio svjetske ekonomije pokreću ideje. Stoga nije čudno da se na inovacije i poduzetništvo gleda kao na nerazdvojnu cjelinu. Kako se značenje komparativnih prednosti materijalnih resursa, kao što su zemljište, sirovine i energija, sve više smanjuje, tako se sve više cijeni uloga znanja pri postizanju konkurentskih prednosti i generiranju ekonomskog rasta. Iz navedenog proizlazi kako se suvremeno poduzetništvo bazira na znanju, informacijama, ljudskom i društvenom kapitalu te intelektualnoj tehnologiji, a sve češće se definira kao četvrti faktor proizvodnje, uz radnu snagu, prirodne resurse i kapital (Buble i Kružić, 2006).

Prema autorima knjige „Poslovna organizacija“ prof. dr. sc. Pere Sikavice i prof. dr. sc. Mije Novaka pojmovi poduzeća i poduzetništva međusobno su povezani i uzajamno uvjetovani. Bez poduzetništva nema ni poduzeća, a njegov uspjeh ili neuspjeh ovisi o uspješnosti obavljanja poduzetničke funkcije. Poduzeće je „ekonomska, ljudska, organizacijska i pravna cjelina, koja kombiniranjem čimbenika proizvodnje, proizvodi proizvode, odnosno usluge koje se prodaju na tržištu, a radi ostvarivanja profita“ (Sikavica i Novak, 1999, str. 660).

2.2. *Klasifikacija poduzeća prema veličini*

Klasifikacija poduzeća prema veličini temelji se na njihovim statističkim obilježjima kao što su broj zaposlenika, godišnji promet i ukupna godišnja bilanca. Prema kategorizaciji malog gospodarstva Europske unije, kategorija „srednjeg poduzeća“ obuhvaća pravne subjekte koji broje od pedeset do dvjesto pedeset zaposlenika, imaju promet veći od deset milijuna eura, a jednak ili manji od pedeset milijuna eura te ukupan iznos bilance u intervalu

od deset do četrdeset i tri milijuna eura. Malo poduzeće je ono koje ima od deset do pedeset zaposlenika, promet od dva do deset milijuna eura, kao i ukupan iznos bilance od dva do deset milijuna eura. Mikro poduzeće je ono koje ima deset ili manje od deset zaposlenika te prihod do dva milijuna eura, što je ujedno i ukupan iznos bilance (Europska komisija, 2015).

Kategorija poduzeća	Broj zaposlenika: jedinica godišnjeg rada	Godišnji promet	Ukupna godišnja bilanca
Srednje poduzeće	< 250	≤ 50 milijuna EUR	≤ 43 milijuna EUR
Malo poduzeće	< 50	≤ 10 milijuna EUR	≤ 10 milijuna EUR
Mikro poduzeće	< 10	≤ 2 milijuna EUR	≤ 2 milijuna EUR

Tablica 1. Kategorizacija poduzeća prema EU

Izvor: Europska komisija (2015). *Vodič za korisnike o definiciji malih i srednjih poduzeća*.

Luxembourg: Ured za publikacije Europske unije

Status malog poduzeća koji je utvrđen prema navedenim kriterijima, ne mora nužno označavati tržišnu poziciju poduzeća kao malog. U obzir treba uzeti i druge čimbenike kako bi se realno utvrdila njegova kategorija. Poduzeće može biti klasificirano kao malo, međutim, ukoliko ima pristup znatnim dodatnim resursima, zato što je u vlasništvu većeg poduzeća ili je u partnerskom odnosu s većim poduzećem, njegova financijska snaga i uloga na tržištu može imati obilježja većeg poduzeća.

2.3. Zakonski okvir i pravni oblici poslovanja poduzeća u RH

Zakonodavni okvir i posebne državne agencije u Republici Hrvatskoj koje su usmjerene na malo gospodarstvo pokazuju da je to značajan segment gospodarstva koji pridonosi cilju stvaranja dinamičnog i međunarodno usmjerenog sektora gospodarstva. Kako bi mala poduzeća pronašla svoje uporište, ključni korak bio je donošenje Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN, 29/2002) s nizom dopuna i izmjena (63/2007, 53/2012, 56/2013, 121/2016), kojima su uređene osnove za primjenu poticajnih mjera gospodarske politike usmjerenih razvoju, restrukturiranju i tržišnom prilagođavanju malog gospodarstva. Također, postavljeni su ciljevi razvoja maloga gospodarstva: povećanje zapošljavanja, povećanje izvoza i prilagodba svjetskom tržištu, povećanje učinkovitosti, kvalitete i

konkurentnosti malog gospodarstva, istraživanje, razvoj i primjena suvremenih tehnologija i inovacija, povećanje broja subjekata u malom gospodarstvu te poticanje djelatnosti koje ne onečišćuju okoliš. Osnivanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) nastoji se kreirati strateški sustav koji će malim poduzetnicima pružati podršku kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja.

U Republici Hrvatskoj zakonom su utvrđeni pravni oblici i tipovi poduzeća (Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o obrtu). Razvojem tržišta gospodarstva i različitim oblicima vlasništva stvoren je veći broj različitih oblika poslovne organizacije. Osnovni organizacijski oblici su (Pejić, 2013):

- trgovačka društva: jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.), društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), dionička društva (d.d.), komanditno društvo (k.d.)
- obrti i slobodna zanimanja
- zadruge, ortaštva, obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG), udruge, zaklade, fondacije

Organizacijski oblik poduzeća određuje se prilikom njegove registracije. Između nekih oblika postoje brojne, uočljive razlike koje se očituju kroz vrstu vlasništva, upravljanje, ovlaštenja, ali i porezna opterećenja. One mogu biti presudne kod donošenja odluke o registriranju vrste organizacijskog oblika jer u okviru financijskog planiranja mogu značajno utjecati na smanjenje poreznog opterećenja poduzeća. U tržišnim gospodarstvima najbrojnija su mala poduzeća, čiji je vlasnik jedna osoba (71% svih poduzeća) (Partnersko vijeće za tržište rada Krapinsko-zagorske županije, 2020).

2.4. Značenje i uloga malih poduzeća

Važnost malog gospodarstva ogleda se u činjenici da je upravo ono najveći pokretač gospodarskog razvitka svake zemlje i predstavlja sektor koji zapošljava najviše ljudi. Upravo su mala i srednja poduzeća potencijalni izvori novih gospodarskih aktivnosti i otvaranja novih radnih mjesta. Ona doprinose dinamici gospodarstva, imaju sposobnost da se brže prilagođavaju okolnostima tržišta i odgovaraju brže na gospodarske promjene u odnosu na velika poduzeća.

Struktura gospodarstva Hrvatske izrazito je stabilna. Kao i u većini zemalja svijeta, sektor malih i srednjih poduzeća ima značajno najveći udio u ukupnom broju poduzeća

(99,7%). U promatranom razdoblju od 2014. do 2018. zabilježena je tendencija rasta ukupnog broja poduzeća. U 2018. godini taj porast iznosio je 9,2% u odnosu na prethodnu godinu, a detaljniji podatci prikazani su u Tablici 1. (FINA, 2019; prema CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

	2014.		2015.		2016.		2017.		2018.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	104.116	99,7	106.221	99,7	114.156	99,7	119.752	99,7	130.757	99,7
Mikro i mala poduzeća	102.895		105.029		112.809		118.352		129.259	
Srednja poduzeća	1.221		1.192		1.347		1.400		1.498	
Velika poduzeća	354	0,3	348	0,3	327	0,3	329	0,3	360	0,3
Ukupno	104.470	100	106.569	100	114.483	100	120.081	100	131.117	100

Tablica 2. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2014. do 2018. godine

Izvor: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (2019). *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019*. Zagreb: ACT PRINTLAB Čakovec

Registrirano je u 2018. godini kako mikro, mala i srednja poduzeća zapošljavaju gotovo tri četvrtine (72,2%) svih zaposlenih u hrvatskim poslovnim subjektima i taj postotak povećanja u odnosu na 2017. godinu iznosi 5,3% u mikro poduzećima, u malim poduzećima 3,8%, u srednjim poduzećima 6,1%, a u velikim poduzećima 10,5% (CEPOR– Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

Obzirom kako 99,7% gospodarskih subjekata Republike Hrvatske pripada kategoriji malih poduzeća, njihova uloga u gospodarskim kretanjima je velika i vrlo značajna. Ona su generator razvoja privatnog vlasništva i poduzetništva, otvaranja novih radnih mjesta, povećanja izvoza i u cijelosti pridonose razvoju cjelokupnog društva.

Najviše malih gospodarstava posluje u djelatnostima prerađivačke industrije, građevinarstva, trgovine, ugostiteljstva, prijevoza roba i slično, a prema vlasništvu dominira privatni kapital, odnosno radi se o velikom broju obiteljskih poduzeća. Značaj obiteljskih poduzeća prepoznaje se kroz njihov udio u broju zaposlenih (50-80 posto zaposlenih u

privatnom sektoru) i udio u ukupnom broju poduzeća (više od 60 posto u većini zapadnoeuropskih zemalja) (Alpeza, 2015).

Treba naglasiti da mala poduzeća proizvode upravo onu robu i usluge koje velikim poduzećima nisu interesantna ili financijski isplativa. Važna je njihova uloga u suradnji sa srednjim i velikim poduzećima jer se mala poduzeća javljaju kao njihovi kooperanti, dobavljači i kupci te su vrlo bitna za njihovu profitabilnost. Zbog očuvanja pozicije na tržištu i razvoja konkurentnosti mala poduzeća moraju biti sklona inovativnosti i primjeni novih znanja i tehnologija.

2.5. Prednosti i nedostaci malih poduzeća

Prednosti malih poduzeća mogu se prepoznati već iz same ideje koja privlači mnoge da pokrenu vlastiti posao, što znači sam sebi biti poslodavac i biti zaslužan za samoostvarenje i postizanje uspjeha. Uz to, poduzetnik može odlučiti o zapošljavanju članova vlastite obitelji, a stvaranjem uspješnog obiteljskog poslovanja osigurati mogućnost zapošljavanja i svojih potomaka. Time se doprinosi stvaranju obiteljske tradicije posla, prenošenju znanja te međusobnom uvažavanju i razumijevanju članova obitelji. Također, ostvarivanje profita daje sigurnost poduzetniku i pravo na samostalno raspolaganje profitom čime može realizirati nove izazove u samostalnoj poslovnoj karijeri. S aspekta konkurentnosti, prednosti malog poduzeća proizlaze iz njegove tržišne prilagodljivosti potrebama potrošača u vidu količine i kvalitete.

Empirijska istraživanja pokazuju kako vlasnici malih poduzeća vjeruju da će napornim radom zaraditi više novca i da će biti sretniji nego u velikom poduzeću. Prednosti koje pri tome vide jesu (Škrtić i Mikić, 2011):

- preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom
- mogućnost mijenjanja stvari
- mogućnost iskorištavanja vlastitih potencijala
- ostvarivanje neograničenih profita
- priznatost u društvu
- rad na stvarima koje se poduzetnicima osobno sviđaju.

Ukoliko poduzetnik, odnosno menadžment poduzeća, ne upravlja poduzećem na kvalitetan način u skladu s planovima i zacrtanim ciljevima, pravovremeno vodeći računa o svim potrebnim resursima, onda svaka prednost može biti i nedostatak. Jedan od ključnih nedostataka je porast odgovornosti zbog većeg broja aktivnosti koje u malom poduzeću

obavlja sam poduzetnik. Poduzetnik treba biti stručan u ulozi menadžera, ulagača, prodavača i drugim poslovima koje mora sam obavljati. Zbog financijske neisplativosti i ograničenih resursa mali poduzetnik ne može za svaku funkciju u poduzeću zaposliti stručni kadar što ukazuje na problem nedostatka znanja i stručnosti. Zbog financijske slabosti mali poduzetnik teže odolijeva pojavi konkurencije, fluktuacijama na tržištu uslijed smanjenja potražnje, povećanju kamatnih stopa, recesijama, prirodnim nepogodama i slično.

Iako posjedovanje poduzeća pruža mnoge prednosti i mogućnosti, svi koji ulaze u poduzetništvo moraju biti svjesni potencijalnih nedostataka (Škrtić i Mikić, 2011):

- nesigurnost dohotka
- rizik gubitka uloženog kapitala
- nedefinirano radno vrijeme i naporan rad
- niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja
- visoka razina stresa
- neograničena odgovornost
- obeshrabrenje.

2.6. Poduzetnička infrastruktura

Nedostaci malog poduzetništva mogu se rješavati razvojem poduzetničke infrastrukture. Poduzetnička infrastruktura uključuje (Škrtić i Mikić, 2011, str. 73.):

- poduzetničke inkubatore
- poduzetničke zone
- poduzetničke centre.

Cilj je pružanje stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima putem poduzetničkih centara, otvaranjem poduzetničkih zona koje trebaju osigurati brzu izgradnju poslovnih objekata te poduzetničkih inkubatora koji trebaju pružiti malim poduzetnicima različite oblike pomoći da se osamostale, steknu financijsku i poslovnu moć.

Kroz poduzetničke inkubatore treba potpomagati mlada poduzeća pružajući im pomoć u resursima, informacijama i kontaktima, s ciljem postizanja uspješnosti i samostalnosti. Od iznimne je važnosti da poduzetnički inkubatori omoguće tehničku i informacijsku pomoć, udjele potrebne savjete i pruže menadžersko vodstvo kako bi se uvećala šansa za preživljavanjem i daljnjim razvojem mladog poduzeća na odabranom tržištu. Nakon što

poduzeće prođe fazu preživljavanja i postigne adekvatnu financijsku stabilnost i moć prekida inkubaciju te postaje samostalno u budućem razvoju.

U Republici Hrvatskoj zamišljeno je da se u blizini većih naselja osiguraju poduzetničke zone na kojima će se izgraditi infrastruktura koja je potrebna poduzetnicima za osnivanje i izgradnju poslovnih objekata. Ciljevi poduzetničkih zona su (Renko, 2010):

- razvoj poduzetničkih zona u blizini svakoga većeg naselja
- tržište u poduzetničkim zonama bazirano proizvodnim djelatnostima
- osnivanje i izgradnju proizvodnih objekata u najkraćem roku
- osnivanje centara za edukaciju i pružanje potrebnih savjeta poduzetnicima o financiranju, proizvodnim specifičnostima, poslovanju i slično
- smanjenje postojećih razlika u standardu poduzetničke infrastrukture na lokalnim razinama
- oformiti i osposobiti poduzetničke centre koji predstavljaju središte stručne i savjetodavne pomoći za poduzetnike.

Poduzetnički centri razvijaju se u svim županijama, gradovima i općinama s ciljem promocije poduzetništva, davanjem informacija o pokretanju poduzetničkog pothvata i poticajnim mjerama te davanjem različitih poslovnih savjeta i slično. Funkcije poduzetničkog centra jesu (Škrčić i Mikić, 2011):

- pružanje besplatne savjetodavne i konzultantske pomoći
- besplatne informacije o projektima i programima u poduzetništvu
- organiziranje putem info točke
- organiziranje informativnih aktivnosti u lokalnim medijima
- organizacija seminara za poduzetnike; usluge interneta i povezivanje poduzetnika
- organizacija sajmova i sudjelovanja na sajmovima za poduzetnike
- koordinacija poduzetničkih aktivnosti u lokalnoj sredini te ostale usluge

3. OBLICI KRATKOROČNOG FINANCIRANJA MALIH PODUZEĆA

3.1. Pojam financiranja

Pod pojmom financiranje poduzeća podrazumijeva se dinamičan proces upravljanja novcem koji se odvija u nekoliko faza. Prva faza je pribavljanje raspoloživih financijskih sredstava na financijskom tržištu za osnivanje ili daljnje poslovanje poduzetničkog pothvata. Nakon nje slijedi faza ulaganja novca u imovinu jer nabavljeni novac nije sam sebi svrha, već ulazak u kružni tok poslovanja i korištenje za različite potrebe poduzeća. On se treba racionalno uložiti u različite oblike kratkotrajne i dugotrajne imovine da bi se realizirao poduzetnički pothvat. Sljedeća faza financiranja je povrat novca u kojem novac izlazi iz kružnog toka poslovanja i ponovno se vraća u fazu ulaganja prema potrebama poduzeća. Paralelno s navedenim fazama odvija se dinamični proces usklađivanja izvora financiranja s ulaganjima po obujmu i roku. To znači da se usklađuju rokovi vezivanja novca uloženog u aktivi s rokom raspoloživosti odgovarajućih izvora u pasivi (Marković, 2000).

Financijski menadžment poduzeća mora upravljati novcem tako da kontinuirano postiže ravnotežu između rokova izvora i ulaganja, odnosno dinamičkim upravljanjem novčanim tijekovima mora osigurati likvidnost i solventnost poduzeća. Vrlo je bitno razumjeti problematiku financiranja svakog poduzeća, te odabir pravog oblika kojim će se ono financirati, jer o tome ovisi razina uspješnosti poduzeća pa čak i njegova opstojnost.

Polazna točka za provedbu poduzetničkog pothvata je poduzetnički ili poslovni plan u kojem se procjenjuje moguća prodaja proizvoda i usluga (istraživanjem tržišta ponude i potražnje), zatim procijenjeni trošak i prodajna cijena proizvoda i usluga te planirani troškovi proizvodnje i prodaje. Na temelju procjene prodaje, potrebno je nabaviti proizvodnu opremu i potrebnu nekretninu koja će omogućiti obavljanje ove aktivnosti.

3.2. Financiranje malih poduzeća

Pri odabiru izvora i oblika financiranja malih poduzeća važna je priroda sredstva za koje je potrebno financiranje. Stalni kapital koji je potreban za početak, razvoj i ekspanziju, inovacije i refinanciranje, financira se iz vlasničke glavnice kojoj je izvor osobna investicija poduzetnika ili njegovih partnera. Obrtni kapital su sredstva koje poduzeće nabavlja kao kratkoročnu imovinu i odmah ih troši u procesu reprodukcije financira se kratkoročnim kreditiranjem do tri godine, a izvori mogu biti klirinške banke, financijske ustanove, poduzeća za faktoring, poduzeća za lizing, javni sektor. Financiranje imovine u koju se ubrajaju

postrojenja i strojevi, oprema i namještaj, zgrade, vozila, financiraju se srednjoročnim i dugoročnim financiranjem (tri do deset godina), iz istih izvora kao i obrtni kapital, ali i uz financiranje od strane institucija rizičnog kapitala, mirovinskih fondova i osiguravajućih društava (Škrtić i Mikić, 2011).

Prikupljanje novčanih sredstava za pokretanje poduzetničkog pothvata posebno je problematično za mala poduzeća. Financiranje poduzetničkih ideja malih poduzetnika za banke je rizično jer mali poduzetnici najčešće ne mogu osigurati potrebne kolaterale, a fondovi rizičnog kapitala nisu zainteresirani za mala ulaganja pa su mala poduzeća prisiljena oslanjati se na vlastite izvore sredstava.

U prilog toj konstataciji u Tablici 3. je prikazana struktura financiranja poduzeća u Republici Hrvatskoj iz 2006. godine gdje je vidljivo kako su mala poduzeća najčešće orijentirana na unutarnje izvore financiranja, a od vanjskih izvora financiranja najčešće koriste bankarske kredite.

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

Tablica 3. Struktura financiranja poduzeća u RH u 2006. godini (u %)

Izvor: Cvijanović, V., Marović, M., i Sruk, B. (2008). *Financiranje malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: Binoza press d.o.o., str. 80

Unutarnje izvore financiranja malih poduzeća predstavljaju vlastita sredstva poduzetnika, odnosno njegova osobna štednja, sredstva koja osigurava osobnim zaduživanjem kod banaka ili ih neformalno posuđuje od članova obitelji i prijatelja. Najčešći izvor vlastitog financiranja postojećeg poduzeća je financiranje iz zadržane dobiti, amortizacije, rezerva

(zakonske i statutarne) i dugoročna rezerviranja za rizike i troškove koji se mogu koristiti kao konkretan izvor ako poduzeće raspolaže s dovoljno novca (Cvijanović, Marović i Sruck, 2008).

Sigurno ne postoji malo poduzeće koje može osigurati svoj razvoj i opstanak na tržištu i razvijati konkurentske sposobnosti, a da ne mora koristiti vanjske izvore financiranja. Različiti su oblici financiranja zaduživanjem, a najčešći su bankarski krediti, trgovački krediti, faktoring, leasing, fondovi rizičnog kapitala, poslovni anđeli, javno financiranje i državni programi financiranja (Škrtić i Mikić, 2011).

Izvori financiranja mogu se podijeliti prema nekoliko kriterija. Prema razdoblju dostupnosti, izvori financiranja dijele se na (Marković, 2000):

1. kratkoročno financiranje - čiji su izvori dostupni do jedne godine; ova vrsta financiranja koristi se za ulaganja u obrtna sredstva,
2. srednjoročno financiranje - čiji su izvori dostupni od jedne do pet godina; ova vrsta financiranja pogodna je za srednjoročna ulaganja u osnovna sredstva,
3. dugoročno financiranje - čiji su izvori financiranja dostupni više od pet godina.

3.3. Oblici kratkoročnog financiranja malih poduzeća

Kada poduzeće nema dovoljno vlastitih sredstava kako bi premostilo jaz između naplate vlastitih potraživanja i plaćanja svojih obveza, mora pronaći izvore kratkoročnog financiranja. To znači kako će iz tih izvora financiranja podmiriti neodgodive tekuće obveze prema dobavljačima ili povećanu potrebu za nabavom materijala i sirovina, za obrtna sredstva, za održavanje tekuće likvidnosti i za premošćivanje sezonskih fluktuacija.

Osnovna obilježja kratkoročnih izvora financiranja su (Poljičak, 2010):

- financiranje do 1 godine
- financiranje fluktuirajuće tekuće imovine
- osiguranje tekuće likvidnosti

Vanjski izvori kratkoročnog financiranja malih poduzeća jesu (Poljičak, 2010):

- trgovački krediti
- bankovni krediti
- vremenska razgraničenja
- factoring
- poslovni anđeli

- skupno financiranje (crowdfunding)
- državni programi financiranja

3.3.1. *Trgovački krediti*

Trgovački kredit je najveći izvor kratkoročnih sredstava za sva poduzeća. Karakterističan je za sve oblike poslovanja kod kojih dobavljač odobrava kupcu odgodu plaćanja za isporučenu robu ili usluge. Razdoblje odgode plaćanja u Republici Hrvatskoj regulirano je Zakonu o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi (NN br.108/12,144/12,81/13,112/13) kojim je definiran rok za ispunjenje novčane obveze u 30 dana. Iznimno se može ugovoriti u pismenom obliku i duži rok ispunjenja novčane obveze, ali ne duži od 60 dana. Tijekom razdoblja odgode plaćanja dobavljač daje kupcu kredit i što je rok duži to je kredit za kupca povoljniji. Za razliku od ugovaranja kredita s bankom, trgovački kredit se jednostavno ugovora bez dodatne dokumentacije i temelji se na kreditnom povjerenju dobavljača u svog kupca. Postoje dvije varijante trgovačkih kredita sa stajališta troškova financiranja (Vukičević, 2006):

- Slobodni trgovački krediti
- Naplatni trgovački krediti

Slobodni trgovački krediti ne sadrže nikakav trošak financiranja. Oni jednostavno nastaju iz činjenice da se u suvremenim uvjetima dužničko-vjerovnički odnosi nastali razmjenom roba i usluga uobičajeno likvidiraju kroz odgodu plaćanja, dakle kroz određeni kraći broj dana (Orsag, 2011).

Kod naplatnih trgovačkih kredita uobičajeno se trošak financiranja prikazuje kao diskont koji se odobrava kupcu koji plati unutar određenog uobičajenog razdoblja plaćanja, a ako se plati u roku definiranom iznad tog uobičajenog roka, kupac treba platiti punu cijenu robe. Izrazito je rijetko da se naplatni trgovački krediti specificiraju s kamatama za produljenje plaćanja iznad uobičajenog roka (Orsag, 2011).

Prednost trgovačkog kredita je fleksibilnost koju daje poduzeću, stalno je raspoloživa i nema formalni oblik ugovaranja i pregovaranja s dobavljačem, ali trebaju se procijeniti i troškovi koji proizlaze iz ovakvog oblika financiranja. Odgoda plaćanja koja uključuje ponuđeni diskont prilika je da poduzeće znatno uštedi ako plaća u uobičajenom roku, ali u slučaju da ne iskoristi popust, poduzeće je odabralo financiranje s visokim kamatnim

stopama. Također, obračunate zatezne kamate na zakašnjenje u plaćanju su znatno više od moguće kamate na kratkoročni bankovni kredit.

3.3.2. Bankovni krediti

Bankovni krediti su najzastupljeniji i nezaobilazan način financiranja malih poduzeća. Bankovni kratkoročni krediti odobravaju se do godine dana najčešće radi financiranja obrtnog kapitala. Poduzeće se unaprijed kratkoročno zadužuje kako bi osiguralo likvidnost, lakše financiralo tekuće obveze (plaćanje dobavljača, isplata plaća, plaćanje obveza prema državi), nabavljalo sirovine i materijal za proizvodnju, kupovalo inventar, financiralo prodaju na kredit. Prije odobravanja kredita banka provjera uspješnost poslovanja poduzeća i traži dokaze da će poduzeće ostvarivati novčane priljeve koji će osigurati otplatu kredita. Bonitet se procjenjuje na osnovi financijskih izvještaja i općih pokazatelja uspješnosti poslovanja. Krediti se prema namjeni klasificiraju na namjenske i nenamjenske kredite, dok se prema osiguranju za povrat dijele na neosigurane kredite i osigurane kredite (Poljičak, 2010).

3.3.2.1. Neosigurani kratkoročni krediti

Neosigurani kratkoročni krediti su najbrži i najjednostavniji načini pribavljanja novčanih sredstava koji se nude na financijskom tržištu, a namijenjeni su za financiranje povremenih tendencija. Takvi krediti dijele se na kratkoročni okvirni kredit po poslovnom računu (kreditna linija) i revolving kredit.

Okvirni kredit po poslovnom računu odobravaju banke svojim dobro poznatim komitentima koji kod nje imaju otvoreni poslovni račun za svoje učestalo poslovanje. Uobičajeno se ugovara s unaprijed utvrđenim kreditnim limitom na period od godine dana te pruža veliku fleksibilnost poslovanju i upravljanju likvidnošću. Kontokorentni kredit je vrsta kredita koja nema unaprijed određenu svrhu, već se odobreni raspoloživi kreditni limit koristi prema potrebi. Vraćanje kredita obavlja se uplatama na poslovni račun, točnije otplata se realizira onda kada poduzeće ostvari višak novčanih sredstava (Poljičak, 2010).

Revolving kredit je ugovoreni kredit između banaka i njihovih klijenata u kojem banka osigurava određeni raspoloživi novčani iznos poduzeću kojeg ono može koristiti po unaprijed određenim uvjetima. Takva vrsta kredita ugovaranjem daje sigurnost poduzeću da u ugovorenom razdoblju može koristiti odobrena sredstva jer se banka obvezuje osigurati novčana sredstva i ako poduzeće upadne u poslovne poteškoće. Revolving kredit se stalno

obnavlja u ugovorenom razdoblju korištenja, tako da poduzeće može nakon vraćanja pozajmljenog novca ponovo koristiti dozvoljeni kreditni limit (Poljićak, 2010).

3.3.2.2. Osigurani kratkoročni krediti

Kad je poduzeću potrebno značajnije zaduživanje, morat će kreditoru ponuditi neki oblik vlastite imovine kao osiguranje za povrat kredita. Kod kratkoročnih osiguranih kredita bilo koja vrsta tekuće imovine može biti osiguranje pa se prema tome razlikuju različite kreditne vrste (Poljićak, 2010):

- eskontni krediti koji se temelje na zalogu vrijednosnih papira (mjenica)
- lombardni krediti koji se temelje na zalogu vrijednosnih papira (osim mjenica), zalogu roba i pokretnina

Eskontni kredit predstavlja zaduženje kod kojeg poduzeće založi mjenicu koju je primio od poslovnog partnera. Banka će odobriti kredit u visini iznosa mjenice umanjenog za trošak eskonta odnosno iznosa kamate od dana isplate kredita do roka dospijeca mjenice. Također će obračunati proviziju i pripadajuće troškove za svoje usluge. Banka se naplaćuje danom dospijeca mjenice, tako da ju podnese na naplatu glavnom dužniku. U slučaju da glavni dužnik ne može isplatiti dug, banka će protestirati mjenicu i naplatiti od bilo kojeg mjeničnog dužnika (Poljićak, 2010).

Lombardni kredit je kratkoročni kredit za čije se odobravanje daje zalog banci nad vrijednosnim papirima kao što su obveznice, dionice, blagajnički zapisi, ali i zalihe robe, umjetnine i drugi vrijedni predmeti te udjeli u investicijskim fondovima. Ako poduzeće ne bude u mogućnosti vratiti kredit, banka ima pravo prodati založene stvari i prava te se na taj način naplatiti (Poljićak, 2010).

3.3.3. Vremenska razgraničenja

Još jedan važan oblik kratkoročnog neosiguranog izvora financiranja su pasivna vremenska razgraničenja, posebice plaće i razgraničeni porezi (Marković, 2000). Vremenska razgraničenja predstavljaju spontani izvor financiranja poduzeća koji ovisi o obujmu poslovne aktivnosti i uobičajenom načinu isplate. Najčešće postoji određen datum kada se vremenska razgraničenja moraju platiti i zato su beskamatni izvori financiranja. Obveze za plaće i poreze glavne su oblici vremenskog razgraničenja gdje trošak postoji za oba plaćanja i nastao je, ali nije plaćen (Vukičević, 2006).

Financiranje razgraničenim plaćama djelatnika je trošak koji je nastao i postoji, ali nije plaćen. Stvaranjem tih obveza, poduzeće ne stvara nikakve troškove financiranja, a omogućuje mu bolje financiranje, održavanje solventnosti, smanjenje troška financiranja i povećanje rentabilnosti. Zarađene plaće se ne isplaćuju svakodnevno već se plaćaju mjesečno te se tijekom razdoblja akumuliraju kao trošak poslovanja i iskazuju kao kratkoročne obveze koje su plative po dospijeću. Financiranje razgraničenim plaćama poduzeću omogućuje bolje financiranje jer se duže zadržava i koristi novac za neke druge namjene, održavanje solventnosti tj. zadržani novac može se koristiti za plaćanje drugih dospjelih obveza ili uložiti u poslovanje radi stvaranja budućih prinosa (Marković, 2000).

Korištenje financiranja vremenskim razgraničenjem plaća mora biti unutar zakonskog roka isplate plaća odnosno ugovorenih datuma isplate. U suprotnom korištenjem dužeg roka može poduzeću nanijeti štete u vidu smanjenja efikasnosti poslovanja zbog nezadovoljstva djelatnika i zakonskih zatezних kamata na zakašnjelu isplatu plaća (Marković, 2000).

Razgraničeni porezi su besplatan izvor kratkoročnog financiranja poduzeća kao i razgraničene plaće. Kod neplaćenih poreza obračunata je obveza koja se plaća u određenom zakonskom roku (mjesečno, kvartalno, polugodišnje ili godišnje) ovisno o poreznom sustavu i vrstama poreza (porez na dobitak, porez na dodanu vrijednost, porez na dohodak, porez na nekretnine i sl.). Ovaj izvor financiranja je ograničen dobitkom, prihodom poduzeća i poreznim stopama. I kod ovog izvora financiranja, razdoblje financiranja se ne može produžiti bez značajnih posljedica u vidu troška zateznih kamata, troškova kazna pa čak i rigoroznijih sankcija kao što je blokada žiro računa i slično (Marković, 2000).

3.3.4. *Factoring*

Factoring je specifičan oblik kratkoročnog financiranja kod kojeg poduzeće prodaje faktoru svoje potraživanje s ciljem ubrzanja novčanog toka ili likvidnosti. Kada poduzeće fakturira potraživanje prema kupcu izloženo je proteku vremena do naplate tog potraživanja. Kako bi poduzeće ubrzalo naplatu svog potraživanja može ga staviti u zalog za podizanje kredita ili prodati faktoru koji kupnjom potraživanja preuzima odgovornost i rizik naplate. Aranžmani između faktora i klijenta mogu biti različiti sadržajno i vremenski ugovoreni te ugovoreni s regresom ili bez regresa mjenice. U pravilu, faktor kao specijalizirana institucija otkupljuje potraživanja i na osnovu toga plasira vjerovniku 70 - 90 % iznosa potraživanja, a ostatak vrijednosti isplaćuje nakon što mu kupac plati račun (Poljičak, 2010). Ovim načinom financiranja omogućuje poduzeću raspolaganje većim dijelom novca od prodaje odmah nakon

fakturiranja, a ostatak naplaćuje u roku kojeg je odobrio plaćanjem kupcu. Troškovi ovog oblika financiranja uključuju proviziju faktora, troškove kamata za isplatu avansa te administrativne troškove faktora koji nastaju kod procjene boniteta kupca i slično. Poduzeća uglavnom prodaju kvalitetna nedospjela potraživanja jer dospjela i sporna potraživanja, ukoliko ih faktor prihvati, generiraju znatno veće troškove faktoringa (Tablica 4).

Ovaj oblik kratkoročnog financiranja posebno je pogodan za mala poduzeća čiji bonitet nije prihvatljiv drugim kreditorima za donošenje odluke o financiranju. Kod faktoringa je bitan dobar i stabilan bonitet kupca koji ima obvezu platiti potraživanje pa je ovakav oblik financiranja pogodan i za mala i za mlada poduzeća s dobrim kupcima (Gregurek, 2011).

Nominalni iznos potraživanja:	100.000,00 HRK
Datum dospjeća:	30 dana
Factoring naknada:	1,0%
Kamatna stopa:	7% godišnje, promjenjiva
Administrativni trošak po fakturi:	Od 100,00 do 500,00 HRK
Avans:	85%
1. korak	Prodavatelj izdaje fakturu i dostavlja je kupcu i faktoru
2. korak	Faktor nakon potpisa Ugovora o cesiji isplaćuje 85% nominalne vrijednosti fakture na žiro račun prodavatelja, tj. 85.000,00 HRK umanjeno za faktoring naknadu i administrativni trošak (1.000,00 + 100,00 = 1.100,00 HRK) Iznos avansa: $100.000,00 * 85\% = 85.000,00$ HRK Isplata avansa na žiro račun umanjeno za faktoring naknadu i administrativan trošak: $85.000,00 - 1.100,00 = 83.900,00$ HRK
3. korak (31. dan nakon fakturiranja)	Faktor isplaćuje prodavatelju preostalih 15% nominalne vrijednosti fakture, tj. 15.000,00 HRK umanjeno za faktoring kamatu obračunatu na visinu avansa $85.000 \text{ HRK} * 7\% * 60 \text{ dana} / 365 * 100 = 978,08$ HRK Preostali iznos za isplatu: $15.000,00 - 978,08 = 14.021,92$ HRK

Tablica 4. Primjer faktoring financiranja

3.3.5. Poslovni anđeli

Poslovni anđeli su fizičke osobe koje nakon vlastitih poduzetničkih pothvata raspoložu značajnijim kapitalom, menadžerskim i poduzetničkim iskustvom te žele taj potencijal ulagati u tuđe projekte. Najčešće ulažu u mlada i perspektivna poduzeća i to u djelatnostima koja su im poznata iz ranijeg iskustva i sektor u kojem poznaju tržište, infrastrukturu, kadrove, kreditore i slično. Oni ulažu svoja sredstva u kapital poduzeća, ali na određeno vrijeme nakon kojeg izlaze iz poduzeća, ponudom svog udjela osnivaču poduzeća ili nekom od rizičnih fondova kapitala. Zbog toga se mogu smatrati kratkoročnim izvorom financiranja, posebno pogodnim za male poduzetnike koji su iscrpili vlastita sredstva i sredstva rodbine i prijatelja, a bankarski krediti su im teže dostupni (Škrtić i Mikić, 2011).

Poslovni anđeli ugovaraju s poduzetnikom koje će vrijednosti unijeti u poduzeće, na koje vrijeme, po kojoj cijeni i kako će izaći iz njega. Ali osim toga, oni aktivno sudjeluju u poduzeću, najčešće preuzimaju neku od poslovnih funkcija, angažirajući svoje znanje, stručnost i poslovne veze kako bi pomogli u razvoju poslovanja malih poduzeća. Poslovnim anđelima ne plaća se kamata ni provizija na uložena sredstva. Oni svoj materijalni interes realiziraju prodajom vlasničkog udjela, a osobno im je zadovoljstvo što su i dalje aktivni u biznisu, prenose svoje znanje, vještine i iskustva te doprinose razvoju i rastu malih poduzeća.

3.3.6. Skupno financiranje (Crowdfunding)

Ovaj oblik financiranja je noviji fenomen i predstavlja alternativni izvor financiranja, prvenstveno poduzetničkih ideja oblikovanih kroz inovativne i kreativne projekte. Radi se o otvorenom pozivu široj javnosti na prikupljanje sredstava za određeni projekt ili poslovno ulaganje putem platforme objavljene na internetskim stranicama (Kickstarter, Indiegogo, RocketHub i dr.). Namjera je povezati vlasnike ideja i projekta sa većim brojem ljudi koji žele manjim iznosima novca sudjelovati u realizaciji projekta ili ideje (Bago i Pilipović, 2016).

Prema Europskoj komisiji ovaj izvor financiranja ima dvije varijante:

- equity crowdfunding – skupno financiranje s financijskim povratom i
- non-equity crowdfunding – skupno financiranje bez financijskog povrata.

Za equity crowdfunding karakteristično je da ulagači pozajmljuju novac ili ulažu u kapital uz obećanje da će im se sredstva otplatiti s ili bez kamata prema dogovorenim

uvjetima. Non-equity crowdfunding predstavlja financiranje na temelju donacija i skupno sponzoriranje. Kod skupnog financiranja na temelju donacija ulagači dobivaju osobnu satisfakciju što doprinose uspjehu nekog projekta ili poduzeća. Kod skupnog sponzoriranja utemeljenog na nagradama investitori dobivaju nagrade u obliku simboličnih naknada, a kod skupnog financiranja utemeljenog na preprodaji radi se o prodaji proizvoda nakon završetka financiranja i uspješne realizacije projekta (Europska komisija, 2014). Jedan od zanimljivijih oblika skupnog financiranja, koji je još uvijek na razini ideje, pod nazivom „Kick it Forward“, predlaže da oni koji su uspješno završili svoje kampanje, doniraju 5% od svoje zarade kampanjama koje su u tijeku (Bago i Pilipović, 2016).

Skupno financiranje u osnovi je namijenjeno malim i srednjim poduzećima pa je ovaj oblik financiranja važan s aspekta poticanja gospodarskog rasta i zapošljavanja. Također je važan jer je pogodan mladim poduzetnicima čije su ambicije usmjerene na istraživanje i razvoj visoko tehnoloških projekata, a koji u pravilu ne mogu doći do izvora financiranja zbog nedostatka imovine koje mogu ponuditi bankama za osiguranje kreditiranja.

Prednosti skupnog financiranja, osim fleksibilnosti i raznolikosti prikupljanja novčanih sredstava za ideje i projekte koji teško dolaze do kreditora, predstavlja i prisutnost na društvenim mrežama koje im omogućuju da izravno dopiru do potrošača, ali su istodobno i izvor povratnih informacija s tržišta. S druge strane, kako uspješnost kampanje ovisi o marketinškoj promidžbi i konstantnoj objavi svih važnih informacija vezanih uz projekt (slike, promotivni video materijali), projekt je izložen riziku stvaranja konkurencije. Drugi nedostaci ovog oblika financiranja proizlaze iz činjenice da ne postoji ujednačena regulacija skupnog financiranja na području EU pa se može postaviti pitanje nezakonitosti podrijetla novca koji se ulaže u kampanju, zaštite prava intelektualnog vlasništva i zaštita potrošača (Bago i Pilipović, 2016).

3.3.7. Državni programi financiranja

S ciljem jačanja gospodarskog razvoja i poticanje novog zapošljavanja država nastoji kreditiranjem putem nacionalne banke i različitih programa potpora ojačati mala i srednja poduzeća. Kod kreditnih sredstava u pravilu se radi o dugoročnim kreditima, ali postoje i određeni programi koji su izvori kratkoročnog financiranja (kreditni za pripremu izvoza, za trajna obrtna sredstva, za pripremu turističke sezone). Državne potpore kao kratkoročni izvor financiranja su bespovratna sredstva namijenjena širokom spektru određenih poduzetničkih

aktivnosti kao što su poduzetničko obrazovanje i usavršavanje, nabavka informatičke opreme, izlaganje na sajmovima, ishođenje znakova kvalitete i slično.

4. MOGUĆNOSTI FINANCIRANJA MALIH PODUZEĆA U RH NA RAZINI EU

4.1. *Strateški okvir Europske unije za razvoj i financiranje malih i srednji poduzeća*

Europska unija donijela je 2010. godine strategiju za pametan i uključiv rast koji predviđa ostvarivanje pet glavnih ciljeva do kraja 2020 (Europska komisija, 2020):

- povećanje stope zaposlenosti
- ulaganje u istraživanje i razvoj
- smanjenje emisije stakleničkih plinova, povećanje udjela obnovljivih energija i povećanje energetske učinkovitosti
- smanjenje stope napuštanja školovanja i povećanje udjela tercijarnih diploma
- smanjenje siromaštva i socijalne isključenosti

Europska unija pruža potporu malim i srednjim poduzećima s ciljem povećanja njihove konkurentnosti preko raznih programa djelovanja poput (Europski parlament, 2020):

- Akta o malom poduzetništvu (SBA),
- Obzora 2020. i
- programa COSME.

Akt o malom poduzetništvu COM(208)0394 ima cilj poboljšati opći pristup poduzetništvu malim subjektima kroz sljedeće oblike (Europski parlament, 2020):

- kroz pametnu regulativu smanjiti administrativno opterećenje i birokraciju
- omogućiti lakši pristup financiranju malim i srednjim poduzećima (MSP) tržištima poduzetničkog kapitala
- uspostaviti jedinstveno tržište za MSP kojim se omogućava lakše osnivanje i poslovanje i dopuštaju odstupanja na brojnim poljima
- provoditi politiku tržišnog natjecanja omogućujući državama veću fleksibilnost za dodjeljivanje državnih potpora MSP-ima

Obzor 2020. je program namijenjen stvaranju sustava potpora za istraživačke i inovacijske aktivnosti MSP-a kojim se nastoji osigurati financiranje početnih visoko rizičnih istraživanja i inovacija. COSME je program za konkurentnost MSP-ova s ciljem poboljšanja pristupa financiranju, pristupa tržištu unutar i izvan EU te promicanje poduzetništva naročito među novim poduzetnicima, mladima i ženama (Europski parlament, 2020).

4.2. Politike i programi za razvoj MSP-a u Hrvatskoj

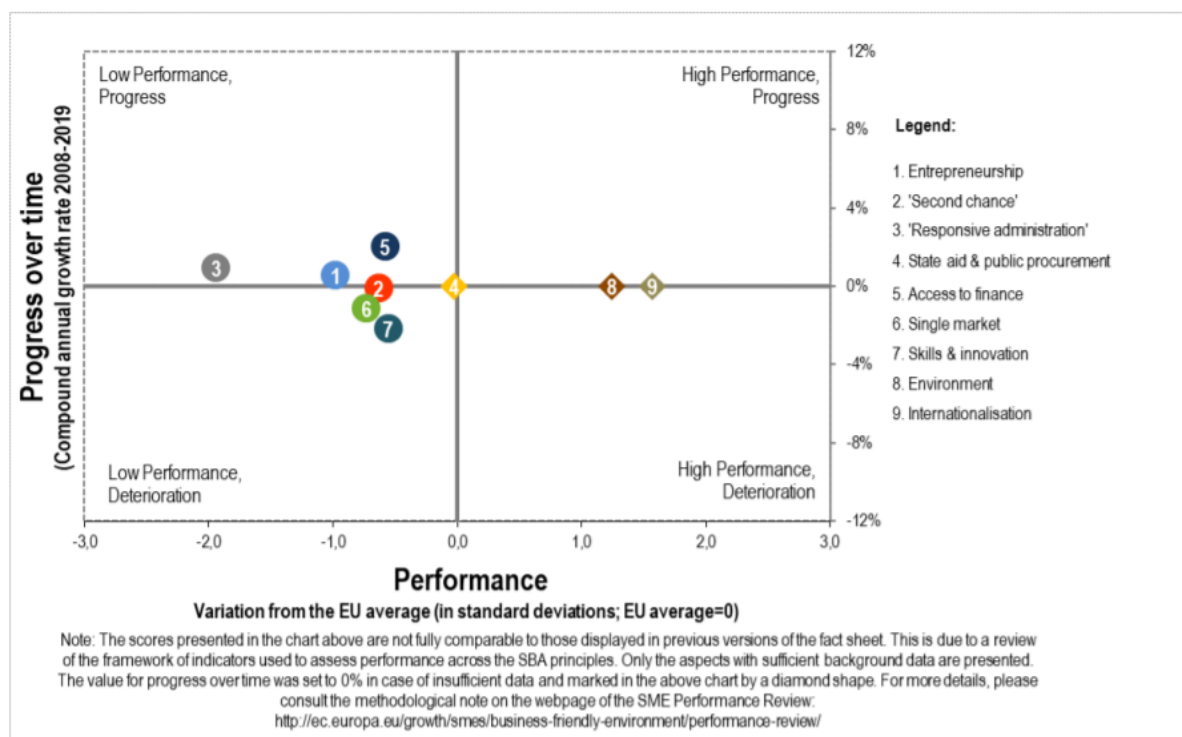
Republika Hrvatska je kao članica Europske unije obavezna stvoriti perspektivu za promicanje i provođenje ciljeva razvoja MSP-a s pravnog, financijskog, znanstvenog, obrazovnog, savjetodavnog i drugih aspekata. Razvoj sektora MSP-a u Hrvatskoj je reguliran i potican kroz aktualne politike i programe (CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019):

- povećanje konkurentnosti MSP-a razvojem poduzetničkih vještina, promocijom poduzetništva, olakšavanjem pristupa financijama te unaprjeđenje ekonomske uspješnosti i ekonomskog okruženja – „Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020.“
- stvaranje povoljnijeg poduzetničkog okruženja s naglaskom na porezne olakšice i rasterećenja MSP-a – „Strateški plan Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za razdoblje 2019.-2021.“
- promocija poduzetništva žena i poboljšavanje sustava podrške ženama poduzetnicama – „Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.“
- jačanje klastera i klusterskih udruženja, poticanje inovacija i novih tehnologija – „Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011.-2020.“
- stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva – „Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015.-2020.“
- poticanje obrazovanja za postizanje potrebnih kompetencija s ciljem zapošljavanja i samozapošljavanja, poticanje zapošljavanja osoba s umanjenom radnom sposobnošću, poticanje ženskog poduzetništva, poduzetništva mladih, Roma i invalidnih osoba – „Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.“
- stvaranje suradnje između javnog, znanstveno-istraživačkog i poslovnog sektora s ciljem razvoja novih proizvoda, usluga, poslovnih procesa i tehnologije – „Strategija poticanja inovacija Republike Hrvatske 2014.-2020.“
- stvaranje novih radnih mjesta u ruralnom području – „Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.“
- optimizacija i digitalizacija administrativnih procedura s ciljem administrativnog rasterećenja od 686,6 milijuna kuna u 2020. – „Akcijski plan za administrativno rasterećenje gospodarstva“

- gospodarske reforme s ciljem održivog gospodarskog rasta i razvoja unaprjeđenjem poslovnog okruženja te povezivanje obrazovanja i osposobljavanja s potrebama tržišta rada – „Nacionalni program reformi za 2020.“
- poticanje ulaganja u infrastrukturne investicije u područjima prometa, energetike, zaštite okoliša i ICT-a radi stimuliranja gospodarskog rasta te stvaranja novih radnih mjesta – „Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.“

SBA Fact Sheet je godišnje izvješće Europske unije kojim se prati usklađenost nacionalnih programa i politika za MSP-a sa smjernicama danima u Aktu o malom poduzetništvu. Izvješće analizira nekoliko kategorija: Poduzetništvo (Entrepreneurship), Druga šansa (Second chance), Prvo misliti o malima (Responsive administration), Državna pomoć i javna nabava (State aid & public procurement), Pristup financijskim sredstvima (Access to finance), Jedinствeno tržište (Single market), Vještine i inovacije (Skill & innovation), Okoliš (Environment) i Internacionalizacija (Internationalisation) (Europska komisija, 2019).

SBA performance of Croatia: state of play and development from 2008 to 2019¹²



Slika 1. Podaci iz izvješća SBA Fact Sheet za Republiku Hrvatsku za 2019. godinu.

Izvor: Europska komisija (2019). 2019 SBA Fact Sheet CROATIA. Dostupno na:

<https://ec.europa.eu/> [14. rujna 2020.]

Na gornjoj slici prikazani su podaci iz izvješća SBA Fact Sheet za Republiku Hrvatsku za 2019. godinu. SBA profil Hrvatske i dalje je relativno slab. Rezultat je ispod prosjeka EU u kategoriji Poduzetništvo, Druga šansa, Pristup financijama, Jedinstveno tržište i Vještine i inovacije, dok za kategoriju Prvo misliti o malima ima najniže rezultate u odnosu na prosjek EU. U Državnim potporama i Javnoj nabavi, Hrvatska je na nivou prosjeka EU. S druge strane, Hrvatska je za kategorije Internacionalizacija i Okoliš iznad prosjeka EU. Iako u razdoblju od 2008. do 2019. godine Hrvatska ima tendenciju porasta u kategorijama Poduzetništvo, Prvo misliti o malima i Pristup financiranju, treba učiniti više kako bi postala poslovno okruženje prilagođeno malim i srednjim poduzećima. Prema kriterijima SBA javni sektor Hrvatske se još uvijek ne percipira kao presudan za razvoj malih i srednjih poduzeća (Europska komisija, 2019).

4.3. Dostupnost izvora financiranja MSP-ima u Hrvatskoj

4.3.1. Banke i leasing

Kreditni banki i leasing su najčešći izvor financiranja MSP-a, dok se „netradicionalni“ izvori (poslovni anđeli, fondovi rizičnog kapitala, skupno financiranje) još uvijek nedovoljno koriste u financiranju poduzetničkih pothvata MSP-a. Putem GEM (Global Entrepreneurship Monitor) istraživanja poduzetništva prati se kvaliteta poduzetničkog okruženja i ocjenjuje u devet kategorija: Pristup novcima, Vladine politike, Vladini programi, Poduzetničko obrazovanje, Transfer istraživanja i razvoja, Otvorenost domaćeg tržišta, Fizička infrastruktura, Profesionalna i komercijalna infrastruktura, Kulturne i društvene norme. Hrvatska sudjeluje od 2002. godine i u svim godinama istraživanja ocijenjena je niskim ocjenama u pristupu netradicionalnim izvorima financiranja.

	Ocjena 9 pokazuje:	2017		2018.	
		EU prosjek	Hrvatska	EU prosjek	Hrvatska
Pristup novcima	„Postoji dovoljno izvora za nova i rastuća poduzeća kao što su: dionički fondovi, financiranje dugova, vladine subvencije, privatni investitori, poslovni anđeli, fondovi rizičnog kapitala; dostupnost inicijalne javne ponude dionica (IPO), crowdfunding“	4,48	4,02	4,73	3,97

Tablica 5. Ocjena Hrvatske u kategoriji „Pristup novcima“, kao jedne komponente poduzetničke okoline u 2017. i 2018. – GEM istraživanje

Izvor: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (2019).

Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019. Zagreb: ACT PRINTLAB

Čakovec

Dostupnost netradicionalnih izvora financiranja ocjenjuje se rasponom na skali od 1 do 9, gdje ocjena 9 ukazuje da postoji dovoljno različitih izvora financiranja svih faza poduzetničkog pothvata. Prema istraživanju GEM-a, vidljivo je da je percepcija pristupu netradicionalnim izvorima financiranja na razini Europske unije niska, a Hrvatska zaostaje za prosjekom europskih zemalja i ima tendenciju smanjenja (CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

Prema Polugodišnjoj informaciji o financijskom stanju, stupnju ostvarenja stabilnosti cijena i provedbi monetarne politike za drugo polugodište 2018. godine, koje je Hrvatska narodna banka podnijela Hrvatskom saboru, 60% plasmana banaka usmjereno je na mala i srednja poduzeća. (Hrvatska narodna banka, 2019). Ponuda financijskih proizvoda komercijalnih banaka za financiranje MSP-a obuhvaća investicijske kredite, kredite za obrtna sredstva, kredite za financiranje izvoza, kredite za razvoj poljoprivredne djelatnosti, kredite za početnike, kredite za poduzetnice i dr.

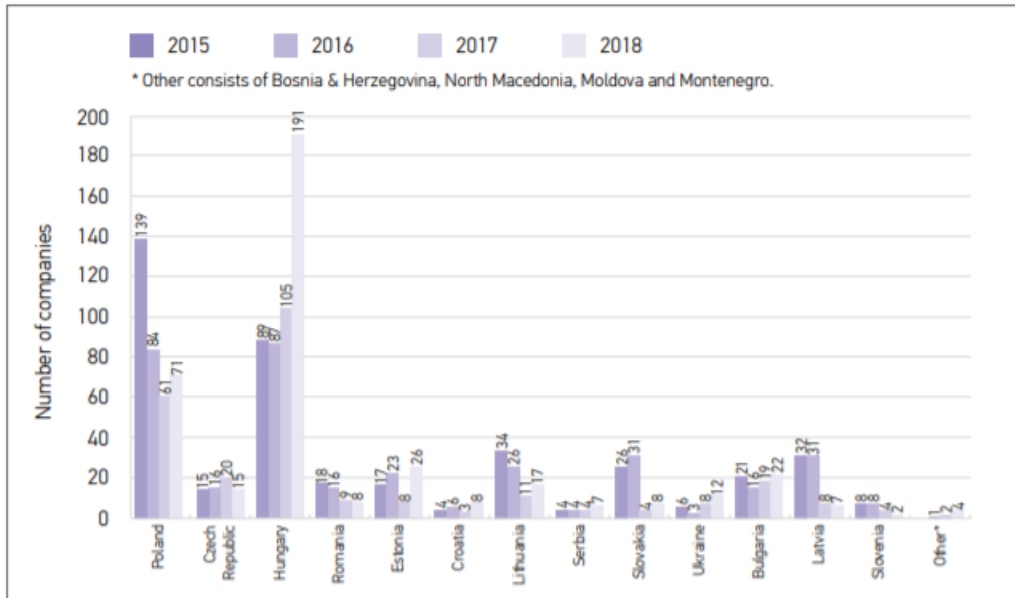
Kreditiranje putem leasinga MSP-a koriste za nabavu dugotrajne imovine koristeći financijski ili operativni oblik leasinga. Prema godišnjem izvješću HANFE tijekom 2019. godine poslovalo je 14 registriranih leasing društava. Višegodišnji pozitivan trend rasta tržišta leasinga u Republici Hrvatskoj nastavljen je i u 2019. godini pa je vrijednost novozaključenih ugovora porasla za 15,5% te je iznosila 10,2 milijardi kuna. Istodobno su nedospjela potraživanja, odnosno ugovorena vrijednost aktivnih ugovora iznosila 17,1 milijardi kuna, odnosno 14% više nego prethodne godine. Snažniji rast novozaključenih ugovora ostvaren je u segmentu financijskog leasinga (16,7%) u odnosu na operativni leasing (9,8%), što je posljedica povoljnih makroekonomskih kretanja i turističke sezone pa su osobna i gospodarska vozila bila dominantni predmet leasinga (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2020).

4.3.2. *Fondovi rizičnog kapitala*

Alternativni investicijski fondovi rizičnog kapitala s privatnom ponudom predstavljaju izvor financiranja poduzeća ulaganjem u temeljni kapital na određeno vrijeme s ciljem ostvarivanja prinosa i vlasničkog restrukturiranja kojim se jačaju upravljačke kompetencije i unapređuje poslovanje. U Hrvatskoj su to Fondovi za gospodarsku suradnju (Inspiro FGS,

Prosperus FGS, Honestas FGS, Quaestus Private Equity Kapital II) koji ulažu u trgovačka društva u Hrvatskoj, a zadovoljavaju nekoliko važnih kriterija (Hrvatska banka za obnovu i razvitak, 2020):

- visoki potencijal rasta i razvijene konkurentske prednosti,
- dobar menadžment, uredno i transparentno poslovanje, dobar poslovni plan
- prihvatljivu stopu povrata na uložena sredstva od strane FGS-ova



Slika 2. Broj tvrtki koje su primile vlasnička ulaganja u Srednjoj i Istočnoj Europi, 2015-2018.

Izvor: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (2019).

Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019. Zagreb: ACT PRINTLAB

Čakovec

Iz slike koja pokazuje usporedbu zemalja Središnje i Istočne Europe prema broju tvrtki koje su primile vlasnička ulaganja vidljivo je kako Hrvatska znatno zaostaje za Mađarskom, Poljskom, Estonijom i Bugarskom te sa svojih svega 8 ulaganja u 2018. godini potvrđuje kako je i ovaj oblik financiranja poduzeća nedovoljno razvijen.

4.3.3. CRANE - Poslovni anđeli

Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE) je neprofitna udruga koja okuplja privatne i institucijske investitore koji su zainteresirani za ulaganja u inovativne tvrtke u ranom stadiju razvoja. Ona je krovna i najstarija organizacija poslovnih anđela u Hrvatskoj te jedna od najuspješnijih organizacija u Europi koja ne nudi samo novac već prenosi svoja stečena

znanja, iskustva i poslovne kontakte, što je i najbitnije kod ove vrste financiranja. CRANE je član Europske mreže poslovnih anđela (EBAN) sa sjedištem u Bruxellesu, vodeće svjetske organizacije ulagača u „early stage“ tvrtke. Udruga je pokrenuta 2008. godine zajedničkom inicijativom nekoliko institucija te do 2018. godine, članovi CRANE-a u hrvatske tvrtke uložili su preko 35 milijuna kuna. Misija CRANE-a je spajanje ambicioznih poduzetnika s inovativnim projektima i investitora koji će u njih uložiti svoj novac, vještine i poslovne kontakte. Vizija je postati prepoznatljiv izvor financiranja u inovativne projekte u ranim fazama razvoja i na taj način stvoriti značajan broj novih poduzetnika koji su na pravom putu prema uspjehu (Hrvatska mreža poslovnih anđela, 2020).

4.3.4. *Crowdfunding platforme*

Neovisno od financijskih institucija te neovisno od mjesta gdje se nalazi vlasnik ideje ili investitor, crowdfunding je oblik financiranja putem internetskih platformi. Svjetski poznate platforme za grupno financiranje su Kickstarter, Indiegogo, Fundable, RocketHub, Seeders, AngelList i Funderbeam. Posljednjih je nekoliko godina ovaj način financiranja ideja postao vrlo popularan. Sve je više onih koji svoje ideje marketinški prezentiraju na raznim crowdfunding platformama nastojeći prikupiti novac za realizaciju svojih ideja.

U Hrvatskoj ovaj oblik financiranja još uvijek je u povojima, a najpopularnija crowdfunding platforma je Indiegogo jer ne stavlja nikakve stroge regulative i ograničenja (pcchip.hr, 2018). Prema podacima preuzetim sa stranice Crowdfunding.hr, 2017. godina do sada je bila najuspješnija godina za crowdfunding. Grupnim financiranjem u Hrvatskoj 2016. prikupljeno je 2,3 milijuna kuna, dok je u 2017. provedeno 78 kampanja od kojih je 33% bilo uspješno i realizirano te je osigurano oko 15 milijuna kuna (Hafner, 2018). Najuspješnija crowdfunding kampanja u 2016. godini bila je prikupljanje sredstava za uređaj koji mjeri razinu vitamina u organizmu „Vitastiq“ za kojeg je sakupljeno 193.015 dolara, dok je druga najuspješnija kampanja „Buba bar“, prvi kafić u Hrvatskoj koji zapošljava osobe s Downovim sindromom s prikupljenih 16,821 dolara koju je donirala 531 osoba (Rihelj, 2017).

U 2018. godini pod ingerencijom Zagrebačke i Ljubljanske burze pokrenuta je platforma Progress koja omogućuje malim i srednjim poduzetnicima prikupljanje kapitala na hrvatskom i slovenskom tržištu. (CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

4.3.5. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) je banka u vlasništvu Republike Hrvatske koja je osnovana 1992. godine s ciljem poticanja obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva. Temeljne djelatnosti banke su financiranje obnove i razvitka hrvatskoga gospodarstva, financiranje infrastrukture, poticanje izvoza, potpora razvitku malog i srednjeg poduzetništva te poticanje zaštite okoliša. U strateškim smjernicama poslovanja za razdoblje od 2020. do 2024. godine Banka posebno naglašava podršku malim i srednjim poduzetnicima kroz korištenje nacionalnih izvora financiranja, posebice kroz korištenje raspoloživih sredstava iz EU fondova (Hrvatska banka za obnovu i razvitak, 2020).

PROGRAM	KREDITNI POTENCIJAL, U MIL. KN	POGODNOSTI	UVEDENO	ODOBRENJE	STATUS
Moratorij i reprogram kredita		Trajanje moratorija do 16 mjeseci	27.3.2020.	Izravno i putem banaka	Aktivno
Obrtna sredstva (OBS) COVID-19	1.500	Kamatna stopa od 0% na udio iz izvora HBOR-a	30.3.2020.	Putem 14 banaka*	Aktivno
OBS prerada drva i proizvodnja namještaja	220	Kamatna stopa od 0% na udio iz izvora HBOR-a	19.5.2020.	Putem 14 banaka*	Aktivno
OBS putem okvira bankama	1.200	Kamatna stopa umanjena za 0,75 p. b.	22.5.2020.	Putem 8 banaka**	Aktivno
OBS ruralni razvoj	130	Kamatna stopa 0,5%	16.2020.	Izravno	Aktivno
OBS za turističke djelatnosti	600	Kamatna stopa od 0%	15.4.2020.	Izravno	Zahtjevi zaprimani do 5. 6.
Osiguranje portfelja kredita	5.561	Osiguranje 50% iznosa odobrenog kredita	8.4.2020.	Putem 13 banaka***	Aktivno

Tablica 6. Opis mjera koje HBOR provodi

Izvor: HBOR – Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2020). Mjere COVID-19.

Dostupno na: <https://www.hbor.hr/tema/pomoc-poduzetnicima-za-ublazavanje-negativnih-posljedica-nastalih-pandemijom-covid-19-virusa-koronavirusa/> [14.09.2020.]

U 2018. godini najbrojniji korisnici HBOR-ovih kredita su bila mala i srednja poduzeća kojima je odobreno 1.853 kredita, u iznosu od 1.96 milijarde kuna (CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) je u suradnji s Ministarstvom regionalnog razvoja i fondova Europske unije omogućila korištenje financijskog instrumenta „ESIF Krediti za rast i razvoj“ putem poslovnih banaka – Privredne banke Zagreb d.d., Erste & Steiermärkische Bank d.d. i Zagrebačke banke d.d. Tijekom 2018. godine za investicije malih i srednjih poduzetnika iz ovog instrumenta odobreno je 173.76 milijuna kuna kredita, odnosno ukupno 347.52 milijuna kuna kada se pribroje sredstva banaka (CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, 2019).

4.3.6. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije

Spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske (BICRO) 2014. godine nastala je Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) sa svrhom pružanja podrške poduzetnicima kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja. Misija agencije je poticanje ravnomjernog razvoja regija u RH te poticanje na brži rast malog i srednjeg poduzetništva s ciljem stvaranja stimulativnog okruženja u kojem će subjektima malog gospodarstva biti omogućena realizacija kvalitetnih investicijskih projekata (Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije – HAMAG-BICRO, 2020).

Djelatnost Agencije objedinjuje pružanje financijske podrške poduzetnicima, posredovanje kod dodjele bespovratnih sredstava u suradnji s Ministarstvom gospodarstva, poduzetništva i obrta, konkretnim aktivnostima u podršci razvoju poslovanja i međunarodnoj suradnji poduzetnika. Od financijskih instrumenata trenutno su aktivni ESIF zajmovi za obrtna sredstva te jamstva za zajmove u sklopu mjera gospodarskog oporavka vlade Republike Hrvatske. Posredovanje u pružanju bespovratnih potpora aktualno je kroz Operativni program „Konkurentnost i kohezija“ u financijskom razdoblju od 2014. do 2020.

5. ZAKLJUČAK

Ovaj završni rad stavio je u fokus mala poduzeća jer su pokazala svoju potencijalnu snagu u svim modernim nacionalnim ekonomijama kao gospodarski subjekti koji su nositelji inovativnosti razvoja i zapošljavanja. Suvremeno poslovno okruženje kojeg karakterizira žestoka konkurencija, zahtjeva od poduzeća brze i učinkovite promjene kako bi se prilagođavala zahtjevima tržišta i razvijala konkurentske sposobnosti. Upravo mala poduzeća determinirana svojom jednostavnom organizacijskom strukturom i načinom upravljanja, imaju dobre predispozicije za fleksibilnost, dinamičnost i brzu reakciju. U razvijenim zemljama mala poduzeća imaju dinamičan poslovni rast i ogroman udio među gospodarskim subjektima. Međutim, svoj uspjeh ne duguju samo dobroj poduzetničkoj ideji i dobrim menadžerskim odlukama, već je važan čimbenik njihovog rasta dostupnost vlasničkog i dužničkog financiranja.

U početnoj fazi osnivanja malih poduzeća, glavni izvor financiranja je vlastiti kapital poduzetnika, ali nakon te faze neizostavno je osigurati dodatne izvore financiranja radi daljnjeg razvoja i očuvanja konkurentnosti. Upravljanjem financijama poduzeća, između ostalog, podrazumijeva pravilan odabir izvora i oblika dugoročnog i kratkoročnog financiranja. Pravilna financijska politika znači da će kratkoročno financiranje biti u funkciji osiguranja solventnosti i profitabilnosti, a dugoročnim financiranjem osigurat će se razvoj poduzeća.

Mala poduzeća u Republici Hrvatskoj tradicionalno su privržena bankarskim izvorima na financijskom tržištu. Istovremeno, banke nisu spremne financirati mala poduzeća u ranim fazama razvoja pa će se mala poduzeća morati orijentirati drugim izvorima financiranja da bi osigurala svoju opstojnost na tržištu. Politika i program državnih potpora i subvencija malim poduzećima, trenutno ima vrlo važnu ulogu u njihovom financiranju, ali taj izvor financiranja nije nepresušan. Štoviše zbog snažnog pada globalnog gospodarstva izazvanog pandemijom COVID-19 virusa koji je obilježio 2020. godinu, za očekivati je nedostatak sredstava za nove programe financiranja. U tom smislu mala poduzeća u Hrvatskoj morat će potražiti i produbiti znanja o alternativnim izvorima financiranja na tržištu nebankarskih financijskih usluga i sve više prihvaćati ulaganja s tržišta privatnog rizičnog kapitala.

LITERATURA

1. Alpeza, M. (2015). Hoće li obiteljska poduzeća u Hrvatskoj preživjeti prvi transfer generacija?, *Globus* [online], 25.09.2015., str. 35 Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/GLOBUS-SEP2015-Alpeza.pdf> [10. rujna 2020.]
2. Bago, A. i Pilipović, O. (2016). Skupno financiranje. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*. No. 3-4/2016, str. 23-36
3. Buble, M. i Kružić, D. (2006) *Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRIF
4. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (2019). *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019*. Zagreb: ACT PRINTLAB Čakovec
5. Cvijanović, V., Marović, M., i Sruck, B. (2008). *Financiranje malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: Binoza press d.o.o.
6. Europska komisija (2010). *Komunikacija Komisije – Europa 2020. Strategija za pametan, održiv i uključiv rast (COM(2010) 2020 final, 3.3.2010.)* Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aem0028> [13. rujna 2020.]
7. Europska komisija (2014). *Komunikacije komisije Europskom parlamentu, vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i odboru regija. „Oslobađanje potencijala skupnog financiranja u Europskoj uniji“*; Bruxelles, 27.03.2014.
8. Europska komisija (2015). *Vodič za korisnike o definiciji malih i srednjih poduzeća*. Luxembourg: Ured za publikacije Europske unije
9. Europska komisija (2019). *2019 SBA Fact Sheet CROATIA*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/> [14. rujna 2020.]
10. Europski parlament (2020). *Mala i srednja poduzeća*. Dostupno na: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/63/petites-et-moyennes-entreprises> [12. rujna 2020.]
11. Gregurek, M. i Vidaković, N. (2011). *Bankarsko poslovanje*. Zagreb: RRiF plus d.o.o.
12. Hafner, H. (2018). *2017. najuspješnija crowdfunding godina. Prikupljeno 15 milijuna kuna*. Dostupno na: <http://www.crowdfunding.hr/2017-crowdfunding-infografika-3771> [22. rujna 2020.]

13. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije – HAMAG-BICRO (2020). *Misija, vizija, ciljevi, vrijednosti*. Dostupno na: <https://hamagbicro.hr/o-nama/misija-vizija-ciljevi-vrijednosti/> [22. rujna 2020.]
14. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (2020). *Godišnje izvješće za 2019*. Dostupno na: <https://www.hanfa.hr/publikacije/godisnje-izvjesce/> [14. rujna 2020.]
15. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2020). *Mjere COVID-19*. Dostupno na: <https://www.hbor.hr/tema/pomoc-poduzetnicima-za-ublazavanje-negativnih-posljedica-nastalih-pandemijom-covid-19-virusa-koronavirusa/> [14. rujna 2020.]
16. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2020). *Fondovi za gospodarsku suradnju (FGS)*. Dostupno na: <https://www.hbor.hr/fondovi-za-gospodarsku-suradnju-fgs/> [14. rujna 2020.]
17. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2020). *Tko smo*. Dostupno na: <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> [22. rujna 2020.]
18. Hrvatska mreža poslovnih anđela (2020). *O nama*. Dostupno na: <https://crane.hr/o-nama/> [14. rujna 2020.]
19. Hrvatska narodna banka (2019). *Polugodišnja informacija o financijskom stanju, stupnju ostvarenja stabilnosti cijena i provedbi monetarne politike za drugo polugodište 2018*. Dostupno na: <https://sabor.hr/polugodisnja-informacija-o-financijskom-stanju-stupnju-ostvarenja-stabilnosti-cijena-i-provedbi-9?t=114209&tid=208437> [14. rujna 2020.]
20. Marković, I. (2000). *Financiranje, Teorija i praksa financiranje trgovačkih društava*. Zagreb: RRIF
21. Narodne novine (2015). *Zakon o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi*. Zagreb: Narodne novine d.d., 112/2013, 2444
22. Narodne novine (2016). *Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva*. Zagreb: Narodne novine d.d., 121/2016 (630), 2625
23. Orsag, S. (2011). *Vrijednosni papiri, investicije i instrumenti financiranja*. Sarajevo: Revicon
24. Partnersko vijeće za tržište rada Krapinsko-zagorske županije (2020). *Razvoj poduzeća i najvažniji oblici poduzeća* [online]. Dostupno na: <http://www.partnerstvo-razvoj.net/files/file/pdf/Poduzetnistvo/7.Razvoj%20poduze%C4%87a%20i%20najva%C5%BEeniji%20oblici%20poduze%C4%87a.pdf> [10. rujna 2020.]

25. Pcchip.hr (2018). *9 najboljih crowdfunding platformi za ljude s kreativnim idejama*. Dostupno na: <https://pcchip.hr/internet/korisne-aplikacije/9-najboljih-crowdfunding-platformi/> [22. rujna 2020.]
26. Pejić, M. (2013). *Pravni oblici poduzetništva*. Dostupno na: <http://www.ekonos.hr/porezi/pravni-oblici-poduzetnistva-i-dio/> [08. rujna 2020.]
27. Poljićak, A. (2010). Izvori kratkoročnog financiranja. *Računovodstvo i financije*. Siječanj 2010., str. 249-255
28. Renko, N. (2010). *Marketing malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: Ljevak
29. Rihelj, G. (2017). *Buba bar, druga najuspješnija crowdfunding kampanja u 2016. godini*. Dostupno na: <https://hrturizam.hr/buba-bar-druga-najuspjesnija-crowdfunding-kampanja-u-2016-godini/> [22. rujna 2020.]
30. Sikavica, P. i Novak, M. (1999). *Poslovna organizacija*. Zagreb: Informator
31. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija
32. Vukičević, M. (2006). *Financije poduzeća*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga