

PODUZETNIČKO OKRUŽENJE U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI

Ėćimović, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic in Pozega / Veleučilište u Požegi**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:112:667254>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



VELEUČILIŠTE U POŽEGI
STUDIA SUPERIORA POSEGANA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Polytechnic in Pozega - Polytechnic in Pozega Graduate Thesis Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U POŽEGI



TOMISLAV EĆIMOVIĆ, 6961

PODUZETNIČKO OKRUŽENJE U POŽEŠKO- SLAVONSKOJ ŽUPANIJI

ZAVRŠNI RAD

Požega, 2018.

VELEUČILIŠTE U POŽEGI

DRUŠTVENI ODJEL

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TRGOVINA

**PODUZETNIČKO OKRUŽENJE U POŽEŠKO-
SLAVONSKOJ ŽUPANIJI**

ZAVRŠNI RAD

IZ KOLEGIJA: OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO

MENTOR: dr. sc Katarina Štavlić, prof.v.š.

Student: Tomislav Ećimović

Matični broj studenta: 6961

Požega, 2018. godine

SAŽETAK

Poduzetnici od samih početaka započinju borbu od samog procesa osnivanja, potom za poslovanje te opstanak svog poduzeća. Tijekom svog poslovanja nailazi na mnoge prepreke koji su dio poslovanja, od kojih neke mora detaljno proučiti kako ne bi ugrozilo njegovo poslovanje. Osim toga, suočen je s činjenicom da mora neprestano pratiti i proučavati poduzetničko okruženje u kojemu se nalazi. Kako bi mogao pravodobno reagirati treba biti dobro upoznat i sa problemima i sa prednostima koje stoje na raspolaganju. Ponekad je potrebno svoje nedostatke pretvoriti u prednosti, kako bi ostvarili uspješnije poslovanje od naših konkurenata i izbacili ih iz tržišne utakmice. Ovim radom proučit će se poduzetničko okruženje u Požeško-slavonskoj županiji, a shodno s time provest će se analiza o poduzetničkom pothvatu, potpornim institucijama te će se provesti analiza poduzetničkog okruženja na poduzeću Promet građenje d.o.o.

Ključne riječi: poduzetničko okruženje, poduzetnički pothvat, poduzetnik, poduzetništvo,

SUMMARY

Entrepreneurs from the very beginning begin to struggle from the process of establishment, then for business and survival of their company. During his business, he faces many of the obstacles that are part of his business, some of which must be studied in detail so as not to endanger his business. In addition, it is faced with the fact that it must constantly monitor and study the entrepreneurial environment in which it is located. To be able to respond in a timely manner, you should be well acquainted with the problems and benefits that are available. Sometimes you need to turn your shortcomings into the benefits, to achieve more successful business by our competitors and throw them out of the market. This work will explore the entrepreneurial environment in Požeško-slavonska County, and accordingly, it will be conducted an analysis of entrepreneurial venture, supporting institutions will be carried out and an analysis of the entrepreneurial environment will be carried out at Promet Construction d.o.o.

Keywords: entrepreneurial environment, entrepreneurial venture, entrepreneur, entrepreneurship,

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIČKOG POTHVATA	2
2.1. Povijest poduzetništva.....	2
2.2. Pojam poduzetništva	3
2.3. Vrste poduzetništva	4
2.4. Poduzeće	5
2.4.1. Oblici poduzeća.....	5
2.5. Poduzetnički pothvat.....	7
2.6. Izvori financiranja poduzetničkih pothvata.....	8
3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE	9
3.1. Pojmovno određenje poduzetničkog okruženja	9
3.1.1. Mikrookruženje	10
3.1.2. Ekonomsko okruženje.....	10
3.1.3. Marketinško okruženje.....	11
3.1.4. Pravno okruženje.....	12
3.1.5. Tehnološko okruženje	12
3.1.6. Političko okruženje.....	13
3.1.7. Informatičko i internetsko okruženje	14
3.1.8. Sociokulturološko okruženje.....	14
3.1.9. Poduzetnička infrastruktura	15
3.1.10. Potporne institucije.....	15
4. PODUZETNIČKA INFRASTRUKTURA I PODUZETNIČKE POTPORNE INSTITUCIJE U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI	16
4.1. Poduzetničke zone.....	18
4.2. Poduzetničke potporne institucije	19
4.2.1. Razvojne agencije	20
4.2.2. Poduzetnički centri.....	20
4.2.3. Poslovni inkubatori	21
4.2.4. Poduzetnički akceleratori	21
4.2.5. Poslovni parkovi.....	22
4.2.6. Znanstveno – tehnološki parkovi	22
4.2.7. Centri kompetencije	22

4.2.8. Poduzetničke udruge	23
5. ANALIZA PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI	24
5.1. Makroekonomsko okruženje Požeško-slavonske županije	24
5.2. Poduzetničko okruženje Požeško-slavonske županije	25
5.3. Poduzetničko okruženje grada Požege	26
6. PEST ANALIZA OKRUŽENJA PODUZEĆA PROMET GRAĐENJE d.o.o.	30
6.1. Političko i pravno okruženje	30
6.2. Ekonomsko okruženje	31
6.3. Sociološko okruženje	32
6.4. Tehnološko okruženje	32
6.5. Zaključak analize.....	34
7. ZAKLJUČAK	36
8. LITERATURA.....	37
9. POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SHEMA.....	39

1. UVOD

Pokretanje vlastitog posla donosi određenu težinu i odgovornost, i nemoguće je očekivati uspjeh preko noći. Do sada se poduzetništvo pokazalo kao dobra odluka kojom se prihvaćaju novonastale situacije i određene životne promjene, a koje je i zasigurno poveznica naših znanja i iskustava, te svih naših osobina. Poduzetnik se tako prilikom ulaska u novi poduzetnički pothvat preuzima odgovornost jer svaki novi posao vremenom postaje veliki posao koji poduzetniku daje priliku za daljnji razvoj. No, poduzetnici u svom ostvarivanju nailaze na mnogobrojne prepreke koje se ogledaju kroz nedostatak informacija i poduzetničkih znanja, kao i izvora financiranja. Stoga, se kaže da je poduzetnik uspio onda kada je ideju proveo u djelo.

U sklopu ovoga rada obrađuje se poduzetničko okruženje u Požeško-slavonskoj županiji, ali da bi shvatili što je to poduzetničko okruženje i koje su koristi potrebno je razraditi temu na nekoliko razina.

Prvi dio rada ima za cilj pojmovno odrediti poduzetništvo i poduzetnički pothvat. U drugom dijelu objasniti zašto je poduzetničko okruženje bitno i koje vrste poduzetničkih okruženja poznajemo. Nadalje, u sljedećem dijelu opisuje se važnost poduzetničke infrastrukture, ali i institucija za poticanje poduzetništva. A u konačnici na primjeru Promet građenje d.o.o. prema PEST analizi prikazat će se kako različiti faktori poduzetničkog okruženja utječu na poduzeće.

Odabirom ove teme ukazuje se na važnost i značaj poduzetništva, te važnost kvalitetnog vođenja u uvjetima dinamičnog okruženja radi postizanja iznimnih rezultata. Ukoliko se poduzeće ne bi vodilo kvalitetno i uspješno u poduzeću proučavajući okolinu, mogao bi se pojaviti rizik nastao kao posljedica donošenja netočnih i krivih odluka što bi utjecalo na daljnji rad poduzeća.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIČKOG POTHVATA

2.1. Povijest poduzetništva

Prije same analize poduzetničkog okruženja potrebno je pojmovno definirati poduzetništvo i poduzetnički pothvat radi kojih se i stvara poduzetnička infrastruktura, a koji posluju u uvjetima promjenjivog i dinamičkog okruženja.

„Još kod starih civilizacija poput babilonske, egipatske, kineske i arapske protežu se korijeni poduzetništva kao inovativne i kreativne djelatnosti. Već u to vrijeme, u različitim gospodarskim djelatnostima inovativni obrtnici su bili aktivni. Različiti tipovi poduzetništva poznaju se još u antičko doba, u Rimskom Carstvu i staroj Grčkoj u čije vrijeme kroz poduzetničku aktivnost jačaju novčarsko poslovanje i trgovina.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 12)

Kada se govori o samoj riječi poduzetništvo u onom smislu koji se danas pridaje pojavljuje se u razdoblju između 11. i 13. stoljeća, a sami počeci se očituju u području trgovine, mjenjačkim i bankarsko-kreditnim djelatnostima, pomorstvu, ali i u gusarstvu i razbojništvu.

Nakon toga, u 14. stoljeću uslijedilo je razdoblje u kojem se pojavljuju trajnija trgovačka poduzetnička udruženja, a koje se svojim karakteristikama u većini podudara s karakteristikama današnjih trgovačkih društava. Takva udruženja formirana su u pravilu na kraće vrijeme, najčešće od jedne do pet godina, a prvobitno su se temeljila na obiteljskoj tradiciji kao i mobilizaciji kapitala i ljudi unutar nje. Poslovi na kojima su se temeljili takvi oblici društva bili su uglavnom izvoznike prirode, te je bila temeljena na raspodjeli dobiti među članovima unutar nje, kao i imovinskim-pravnim zaduženjima.

Ipak, poduzeća koja se u potpunosti podudaraju s karakteristikama današnje poduzetničke tvrtke pojavljuje se u 15. stoljeću. Takav oblik donio je razdvajanje privredne aktivnosti i poslovne imovine poduzetnika od njegove privatne imovine. To je omogućilo djelovanje kao samostalni objekt koje imaju svoj vlastiti identitet odnosno ime, te su kao takva mogla kupovati i prodavati.

Poduzetništvo postaje masovna pojava u 17. stoljeću, te dolazi do ekspanzije različitih trgovačkih poduzeća i obrta koja su se bavila različitim proizvodima kao i trgovinom. Sukladno tome, događa se i procvat i značenje međunarodne, a potom i preoceanske trgovine. U 18. stoljeću dolazi do odvajanja bankarstva, ali i specijalizacija na području trgovine.

Pojavom industrijske revolucije na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće u novonastalim industrijama dolazi do značajnog rasta važnosti poduzetništva. Ali, pojavom masovne

proizvodnje polako dolazi do pada uloge poduzetništva. Velike industrijske kompanije i njihovim razvojem, dovelo je do smanjenja značaja poduzetničke djelatnosti, a čime se čovjek kao osoba gubi.

„Najbolji je primjer poduzetničkog duha i razvoja proizvodnje u modernije doba pokretna traka koju je prvi počeo koristiti Henry Ford u proizvodnji automobila. Razlikujemo tri faze u razvoju Henrya Forda od maloga, inovativnog poduzeća do industrijskog giganta:

1. faza – Henry Ford je poznao svakoga svog radnika osobno,
2. faza – njega su poznavali svi radnici,
3. faza - on i njegovi radnici nisu se viđali ni poznavali.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 12)

Naglim razvojem informacijske i komunikacijske tehnologije krajem 20. stoljeća, kao i propalim socijalističkim uređenjima, poduzetništvo opet intenzivno jača svoj identitet, te postaje temeljna gospodarska djelatnost. U današnje vrijeme jačanjem internetizacije i informatizacije omogućeno je malim poduzećima izlazak na globalna tržišta.

2.2. Pojam poduzetništva

„Termin poduzetništvo koristi se više od dvije stotine godina i brojni su autori dali svoje definicije i pokušali ga definirati s različitih aspekta. Upravo zbog različitosti mišljenja ne postoji jedinstvena definicija poduzetništva, jer bi jedna definicija bila nedovoljna ili bi morala biti preopširna kako bi obuhvatila sve značajke. Pojam poduzetništvo dolazi od riječi poduzeti što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju. Poduzetništvo je proces prepoznavanja prilike, prikupljanja sredstava za njenu realizaciju, stvaranju i raspodjele novostvorene vrijednosti. U tom procesu poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 20)

Poduzetništvo se može promatrati kroz teoriju, praksu i znanost. Kada se tumači kroz teoriju tada se očituje kao uopćeno i promišljeno znanje o nečemu, zatim kao rezultat praćenja, ispitivanja i proučavanje pojava koje imaju za cilj objasniti njihove uzroke i posljedice. S aspekta prakse se podrazumijeva naše iskustvo, vještine, primjenu, djelovanje i stečeno znanje koje se koristi prilikom primjene svakodnevnog posla. Znanost je kao takva verificirana, sustavno sređena te tematski zaokružena cjelina.

„Poduzetništvo je važan pokretač ekonomskog rasta sektora, industrija i gospodarstva u cjelini. Iako se poduzetničke aktivnosti razlikuju među zemljama, neupitna je njihova uloga u oblikovanju ekonomskog okruženja. S makroekonomskog motrišta, poduzetništvo može

utjecati na razinu zaposlenosti, tehnološki napredak zemlje, liberalizaciju zatvorenih sektora te općenito na poticanje razvoja zemlje znanja. S mikroekonomskog motrišta, poduzetnička aktivnost znači otvaranje novih poduzeća, stvaranje novih proizvoda ili usluga, otkrivanje tržišnih niša.“ (Grgić, Bilas i Franc, 2010: 69)

2.3. Vrste poduzetništva

Kada se govori o vrstama poduzetništva, razlikuje se:

- korporativno poduzetništvo,
- individualno poduzetništvo i
- socijalno poduzetništvo.

Kada je riječ o funkcioniranju velikih poduzeća, zasigurno se može reći da je riječ o korporativnom poduzetništvu. Takav oblik u poduzeću razdvaja funkcije upravljanja, vlasništva i upravljanja rizika. Menadžeri koji u sebi sadrže sklonosti poduzetništvu nositelji su poduzetničkih aktivnosti. Svaka uspješna kompanija u svom sastavu ima korporativno poduzetništvo kojim se očituje povezanost profitabilnost velikih korporacija s korporacijskim poduzetništvom. „Tri su osnovna oblika korporativnog poduzetništva:

- Prvi se odnosi na stvaranje nove poslovne mogućnosti unutar postojeće organizacije.
- Drugi označuje transformaciju ili pomlađivanje organizacije, što ujedno može biti inovacija procesa, uključujući prihvaćanje novih rješenja starih problema.
- Treći se pak odnosi na mijenjanje pravila po kojima posluje konkurencija na promatranom tržištu. Međutim takav oblik korporacijskog poduzetništva susreće se samo u naznakama.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 22)

Na mala i srednja poduzeća odnosi se individualno poduzetništvo, te u takvom obliku poslovanja nema razdvajanja funkcija, već je poduzetnik istodobno i vlasnik i upravljač i preuzimatelj rizika u poslovanju poduzeća. „Individualno poduzetništvo utječe na razvoj gospodarstva zato što:

- povećava konkurenciju i efikasnost privređivanja,
- utječe na snižavanje cijena i prisiljava velika poduzeća na promjenu ponašanja na tržištu,
- omogućuje povećanje zaposlenosti,
- omogućuje lakše zadovoljavanje poduzetničkih inicijativa te tehnološki razvoj i primjenu inovacija.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 12)

Socijalnim poduzetništvom pokreće se stvaranje socijalne i ekonomske vrijednosti, a da se pri tome izgrađuju nove vrijednosti i društvene promjene čime se zadovoljavaju potrebe, a istodobno nude zapošljavanje teško zapošljivih društvenih kategorija. Pri tome može se reći da je ova inicijativa neprofitna s ciljem stvaranja društvene vrijednosti.

2.4. Poduzeće

Uvriježeno je poimanje poduzeća kao pravnog subjekta koji je formalizirao neki poduzetnički pothvat, što je posljedica prijašnjih društvenih uređenja, a zbog čega je pojam poduzeća teško definirati. Međutim, poduzeće je potrebno smatrati cjelinom putem koje poduzetnik sudjeluje na tržištu. O poduzeću kao organizacijskom i gospodarskom obliku govori se kada poduzetnik trajno i stalno počinje obavljati svoju poduzetničku funkciju. „U ekonomskoj teoriji ustaljena je podjela poduzeća na tri osnovna tipa, a to su mala, srednja i velika poduzeća. Problem predstavljaju neujednačene definicije i predodžbe svakog od tih tipova, pa su stoga postavljeni osnovni kriteriji razgraničavanja malih i srednjih poduzeća od velikih poduzeća, a to su:

- kvantitativni kriteriji
- kriteriji osnivanja poduzeća
- kvalitativni kriteriji.“ (Škrtić i Mikić, 2011: 122)

2.4.1. Oblici poduzeća

„Poduzetništvo obuhvaća niz aktivnosti koje se svode na osnivanje, formiranje i upravljanje poduzećem. Poduzeće je temeljni oblik povezivanja i konfrontacije interesa te aktivnosti pojedinaca i grupe kao i šire društvene zajednice. U poduzeću treba načiniti takvu kombinaciju faktora proizvodnje da bi poduzeće moglo funkcionirati kao cjelina i donositi dobit. Poduzeće čini temeljnu organizacijsku jedinicu koja obavlja neku ekonomsku djelatnost, tj. temeljni je poslovni subjekt.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 65)

Kada se govori o poduzeću kao samostalnoj cjelini ogleđa se kroz dva aspekta, a to su pravni i ekonomski. Gospodarski, tehnička, samostalna i društvena cjelina karakteristike su koje označuju jedno poduzeće, a koja je u vlasništvu određenih subjekata i koja proizvodi za potrebe tržišta proizvode i usluge. Prilikom toga, koristi se resursima koji su potrebni kako bi se ostvarila dobit, te ostvarili ekonomski i društveni ciljevi, a pri tome preuzimajući rizik. S

pravnog aspekta tvrtka se mora jasno razlikovati od tvrtke drugoga poduzeća koje je upisano u sudski registar, a koja kao pravni pojam mora sadržavati ime, predmet poslovanja i sjedište, te naznaka djelatnosti kojom se bavi. S druge strane, ekonomski aspekt ogleda se u tome što poduzeće bira kao predmet svoga poslovanja, odabir poslovnih partnera i potrebnih resursa itd. Takav ekonomski oblik očituje se na način da se smatra pravnom osobom i da se kao takva pojavljuje kao punopravan subjekt u svim odnosima, preuzima prava i obveze, te snosi rizik.

„Razlikuju se tri vrste vlasništva nad poduzećem:

- privatno vlasništvo,
- javno vlasništvo i
- mješovito vlasništvo.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 67)

Imovinu u vlasništvu određenih osoba nazivamo privatnim vlasništvom. „Privatno vlasništvo nad poduzećem obuhvaća ove oblike: inokosno poduzeće (samo jedan vlasnik), obiteljsko poduzeće (u obiteljskom vlasništvu), ortačko poduzeće (partnersko poduzeće), zadružno poduzeće (veći broj pojedinačnih vlasnika) i korporativno poduzeće (mnoštvo pojedinačnih vlasnika).“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 67) Javnim vlasništvom ili društvenim vlasništvom nazivamo imovinu koja se nalazi u vlasništvu cjelokupne društvene zajednice, a da pri tome nije poznat pojedinačan nositelj vlasništva. „Mješovito vlasništvo kombinacija je privatnog i javnog vlasništva.

Podjela poduzeća prema veličini:

- inokosna (individualna) poduzeća,
- partnerstva (ortaštva),
- korporacije (dionička društva).“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 67)

„Prema Zakonu o trgovačkim društvima, pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj zajednički se nazivaju trgovačkim društvima, a dijele se na:

- javna trgovačka društva,
- komanditna društva,
- društva s ograničenom odgovornošću,
- dionička društva.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 72)

Javno trgovačko društvo osnivaju najmanje dvije osobe i to na temelju ugovora, a ono što je bitno je da svi članovi odgovaraju za obveze društva cjelokupnom svojom imovinom. Članovi upravljaju poslovima društva, međutim može upravljati isključivo jedna osoba ukoliko je prethodno postignut dogovor. Komanditno društvo je društvo osoba, iako u sebi sadrži

svojstva društva kapitala. Unutar takvog oblika poduzeća djeluju dvije vrste članova: komplementari i komanditori. Komanditori za obveze odgovaraju samo do visine kapitala koji su uložili te imaju pravo na razmjerni dio dobiti, dok komplementari za obveze odgovaraju cijelom svojom imovinom što daje do znanja da su upravo oni ti koji upravljaju društvom. Društvo s ograničenom odgovornošću je oblik poduzeća u kojem su članovi, suvlasnici i koji kao takvi u imovini društva sudjeluju sa određenim kapitalom. Ovakav oblik poduzeća se smatra kapitalnim iz razloga što članovi društva za svoje obveze odgovaraju cijelom svojom imovinom. Dioničko društvo je društvo u kojem članovi čine dioničari koji sudjeluju ulozima u temeljnom kapitalu, a koji je podijeljen na jednake dijelove – dionice. Prava dioničara ovise o broju i vrsti dionica čiji su vlasnici, a što se odnosi na redovne i povlaštene dionice.

2.5. Poduzetnički pothvat

Spoj dobre poduzetničke ideje u obliku poslovne prigode uz dostatni kapital nazivamo poduzetnički pothvat. Da bi došlo do poduzetničkog pothvata, poduzetnik je dužan imati ili pribaviti ideju koju smatra dobrom poslovnom prilikom, i sukladno tome investirati novac koji može vlastiti ili posuđeni, zapošljavati ljude, ulagati u stalna i obrtna sredstva, organizirati i voditi pothvat te obavljati niz poduzetničkih aktivnosti za ostvarenje vlastitih poduzetničkih ciljeva, misije i vizije. Realizacija poslovnog pothvata dolazi spojem ideje i kapitala, čime pri tome i osmišljava način na koji će se odvijati proizvodnja ili usluge kako bi zadovoljili potrebe kupaca uz istodobno vraćanje investiranog kapitala.

„Pri analizi mogućnosti pokretanja vlastitog poduzetničkog pothvata, poduzetnik može imati dva pristupa:

- žablja perspektiva, odnosno tunnelski pogled u kojem poduzetnik vidi ono što mu se trenutno nalazi pred očima.
- helikopterska perspektiva, odnosno radarski pogled iz visine se vidi cijela velika slika, a radar stalno kruži tražeći informacije.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 87)

Pisani poslovni plan razrađuje u takvoj formi sve elemente ulaganja u određeni poduhvat, a sukladno s time i procjenu očekivanih učinaka i varijantama rješenja za situacije koje mogu biti rizične, a koje donosi buduće vrijeme.

2.6. Izvori financiranja poduzetničkih pothvata

Da bi znali koliki nam je iznos potreban za pokretanje poduzetničkog pothvata potrebno je učiniti 3 koraka:

- 1. korak je odrediti točan iznos kojim bi se financirala kupovina opreme, te odrediti iznos trajnih obrtnih sredstava koji su prikazani u poslovnom planu. Ukoliko poduzetnik ne zna koliko mu je novaca potrebno za pokretanje poduzeća, nikako ne odaje dobar dojam potencijalnim dobavljačima.
- 2. korak je odabir najprikladnijeg načina financiranja, odnosno onaj izvor financiranja odabrati koji u potpunosti najbolje odgovara potrebama i mogućnostima poduzeća.
- 3. korak je razvijanje strategije za prikupljanje potrebnih novčanih sredstava.

Prikupljanje novca za korištenje kapitala koji je potreban za osnivanje, pokretanje i vođenje projekta nazivamo financiranjem. Kapital se tako može pojavljivati u različitim oblicima kao što su prava, stvari i novac, može se pojavljivati i u tradicionalnom i drugim oblicima. Kada govorimo o tradicionalnim izvorima financiranja, riječ je o: vlastitim sredstvima, obitelji i prijateljima, bootstrappingu, kreditima, leasingu, dobavljačima, kupcima, te poticajima, dok ostali izvori financiranja razumijevaju: mikrokredite, franšize, garantne fondove, emisije dionica, factoring, EU fondovi, venture fondovi, te poslovni anđeli.

Tablica 1. Izvori financiranja poduzetničkih pothvata

IZVORI FINANCIRANJA	
TRADICIONALNI	OSTALI IZVORI
Vlastita sredstva	Mikrokrediti
Leasing	Franšiza
Obitelj i prijatelji	Garantni fondovi
Poticaji	Venture fondovi
Bootstrapping	Factoring
Kredit	Poslovni anđeli

Izvor: autor

3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE

3.1. Pojmovno određenje poduzetničkog okruženja

Poduzetnici moraju ostvariti svoje ciljeve kako bi poduzeće opstalo i bilo uspješno, dakle neprestano se bore za uspjeh i opstanak svoga poduzeća. Na ostvarenje postavljenih ciljeva uvelike utječe okruženje u kojem se poduzeće nalazi i posluje, te je stoga potrebno detaljno proučiti okruženje, izbjeći opasnosti, prepoznati probleme i slabosti, te ih maksimalno iskoristiti na način da ih pretvori u prednosti i prilike.

„Poduzetničko okruženje je splet institucija koje u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnosti te aktivnost poduzetnika. Suvremeno poduzetničko okruženje karakterizira brz rast i razvoj znanosti i tehnologije, stvaranje velikih poslovnih sustava, stvaranje velikih međunarodnih gospodarskih integracija, otvaranje tržišta i sloboda kretanja robe, kapitala i radne snage, sukob industrijskog razvoja i ekologije, društvena odgovornost poduzetnika i slično.“ (Kuvačić, 2005: 78)

Okruženja koja utječu na poduzeća u Republici Hrvatskoj su:

- mikrookruženje,
- ekonomija,
- marketing,
- pravo,
- tehnika i tehnologija,
- politika,
- informatika i internet, i
- sociokultura.

3.1.1. Mikrookruženje

Interakcija između poduzeća i okruženja su najsnažnija u mikrookruženju, a u okruženje ubrajamo kupce, dobavljače, tržište rada i konkurenciju.

„Kupci svojim ponašanjem poprilično mogu utjecati na poduzeće. Ponuda i aktivnosti unutar poduzeća mijenjaju se sukladno potrebama kupaca, odnosno potrošača. Izuzev toga, poduzeće kreira potražnju na način da kreira nove proizvode i usluge i time utječe na potrošače. Kako bi zadovoljili potrebe i želje svojih kupaca potrebno je učiniti analizu i neprestano prikupljati informacije, te prema tim rezultatima kreirati proizvode i usluge kojima bi zadovoljili želje kupaca.“ (Kuvačić, 2005: 90)

„Poduzeće i dobavljači imaju međusoban utjecaj, a što se ogleda u tome kada nam dobavljači isporučuju kvalitetnu sirovinu, što shodno tome utječe na kvalitetu završnog proizvoda, a to utječe na financijski i ekonomski rezultat naposljetku. S druge strane, negativno djelovanje na poduzeće očituje se u visokim cijenama sirovina ili pak manje kvalitetnim sirovinama za proizvodnju određenog proizvoda jer se može očekivati smanjenje prodaje iz razloga što kupci priželjkuju kvalitetniji završni proizvod. Što je tržišna pozicija višlja, imamo više prostora za zahtijevanje visoke kvalitete kod dobavljača sirovina.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 102)

Kako bi poslovanje poduzeća visoko pozicioniralo potrebno je zaposliti odgovarajući kvalificirani i stručni kadar. U današnje vrijeme, kada se odljev mozгова događa u ekstremnoj mjeri teško je pronaći pravog radnika koji je ključan kako bi unaprijedio poslovanje.

Kako bi konkurirali na tržištu potrebno je prikupiti što više informacija o našoj konkurenciji, no nekada je to teško, i gotovo nemoguće te se moraju otkrivati njihove poslovne tajne. Što više informacija saznamo o konkurenciji, njihovim prednostima i slabostima čini nam da ih lakše izguramo iz tržišne utakmice.

3.1.2. Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje podrazumijeva analizu gospodarske situacije na određenom tržištu, pri čemu se koriste makroekonomski pokazatelji: nezaposlenost, raspoloživi dohodak, inflacija, tečaj i dr. Kako bi se potaknuo razvoj poduzetništva u Hrvatskoj u kojoj vlada financijska kriza potrebno je poduzeti konstruktivne mjere kojim bi se otklonile zapreke i prikupili izvori financiranja.

Potrebno je razlikovati poduzeća u kojima je naglasak na pojedincu, a u kojima je na društva. Veći naglasak na slobodnu tržišnu ekonomiju pronaći će ona poduzeća kojima je naglasak na pojedinca, dok u onim zemljama gdje je društvo u prvom planu, postojat će određena ograničenja čime država može kontrolirati mnoga poduzeća.

Prema podacima HZZ (2018) u Požeško-slavonskoj županiji trenutno ima 3.827 nezaposlenih što u odnosu na Republiku Hrvatsku koja broji 187.363 nezaposlene osobe, čini udio od samo 0,02% u ukupnom broju nezaposlenih. Takav trend se u velikoj mjeri ogleda i kroz sve veći broj iseljavanja mladih osoba u inozemstvo, a što se ogleda na smanjenje broja nezaposlenih, ali i smanjenje radno aktivnog stanovništva. Kada se s druge strane promatra broj zaposlenih tada on iznosi 0,98%, odnosno riječ je o 8.406 zaposlene osobe u Požeško-slavonskoj županiji.

Što se tiče dohotka koje Požeško-slavonska županija ima na raspolaganju prema DZS (2016) iznosi 169.644.149, a što u ukupnom udjelu u hrvatskom gospodarstvu čini čak neznatnih 0,45%. U nastavku rada dodatno će se objasniti navedene pokazatelji. Također, treba napomenuti da su cijene uslijed inflacije porasle za 1,4% protekle godine.

3.1.3. Marketinško okruženje

Marketinško okruženje mogu se zamisliti kao more u kojemu treba biti snalažljiv i plivati u pravom smjeru. U tom mnoštvu ponekad se može naići na blokadu, jer će se činiti da poduzetnik nema što smisliti jer je već sve smišljeno, što dovodi do zaključka da je takvo okruženje itekako dinamično i nepredvidivo. Unatoč tome, treba imati na znanju da je svijet globaliziran, i na pametan način se to može iskoristiti. Primjerice na domaćem tržištu možemo modificirati i primijeniti dobru ideju iz Kine.

Poduzeća u Požeško-slavonskoj županiji zasigurno imaju dobro izgrađenu marketinšku podlogu za koje nerijetko izdvajaju i veliki dio sredstava, a riječ je svakako oglašavanje reklama putem radija, putem televizije, jumbo plakati, katalogi proizvoda. izgradnja te održavanje vlastite web stranice kako bi korisnicima omogućili pristup u svakom trenutku o željenim proizvodima ili uslugama.

3.1.4. Pravno okruženje

„Skup pravila ili zakona koji reguliraju ponašanje i procese u državi nazivaju se pravnim sustavom. Sukladno tome, vlada Republike Hrvatske postavlja pravila ponašanja i pravne zakone. Za funkcioniranje svakog društva neminovna je uspostavljanje pravnog sustava čime bi se osigurali dogovori između grupa i pojedinaca čiji se interesi i ciljevi često kose. Opći i posebni zakoni su ono što čini pravni sustav.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 98) Posebni zakonski propisi odnose se na neke vrste poduzeća ili pak na određenu djelatnost, dok se opći odnose na sva poduzeća jednako. Ono na što pravno okruženje ima utjecaj upravo je pokretanje, ulaganje i poslovanje poduzeća, a porezni sustav kao i pravni u većini slučaju su nepovoljni za te činidbe, te je upravo to razlog odlaska mnogih investitora iz naše zemlje.

Pravila ponašanja i pravne zakone donosi Vlada Republike Hrvatske, a takav oblik pravnog ustroja neminovna je za funkcioniranje društva u cijelosti. Razlog postavljanja takvog okvira su interesi i ciljevi različitih grupa i pojedinaca koji su nerijetko u konfliktu. Tako, država na poduzeće može utjecati na način da: uspostavi zakonodavni okvir, makroekonomsku stabilizaciju, preraspodjelu dohotka, te utjecaj na alokaciju resursa.

“Tržišni sustav ne bi mogao uspješno funkcionirati bez pravne regulacije. Pravni sustav pretvara robno-novčani promet u pravni promet, razmjedbeni odnos u pravni odnos između dvaju ili više tržišnih subjekata, prodavatelja i kupca, zajmodavca i zajmoprimca čiji se odnos utemeljuje na pravno propisanom ugovoru da će kupac platiti prihvaćenu cijenu, a zajmoprimatelj vratiti dug, podmiriti kredit uz dogovorene kamate, da će roba ili usluga biti dogovorene kvalitete i drugo.” (Vujić, 2010: 124)

3.1.5. Tehnološko okruženje

U tehnološke faktore najčešće ubrajamo unapređenje proizvodnih procesa i inovacije, a koje su direktno povezane uz tehnološki napredak. Međutim, možemo svrstati i dobitke koji proizlaze iz ekonomije obujma, a riječ je o proračunatim uštedama. Osim toga, u tehnološke faktore potrebno je uvrstiti i amortizaciju, ali ne treba ni zanemariti činjenicu da strojevi i procesi koji su danas aktualni u skorjoj budućnosti vjerojatno će se smatrati zastarjelima.

Kako bi svoje poduzeće učinili konkurentnijim i razvili svoje postojeće proizvode poduzeća u Požeško-slavonskoj županiji uvode nove tehnologije i usvajaju nova znanja.

Konkretno, jedan od primjera je zasigurno Spin Valis. „Spin Valis d.d. stalno ulaže sredstva i napore u proizvodnju prihvatljivog namještaja, koristeći materijale za površinsku obradu u skladu s zdravstvenim propisima EU. Kako i drvnjoj industriji postoji veliki neiskorišteni potencijal proizvodnje energije iz obnovljivih izvora energije, Spin Valis d.d., je u skladu s europskim i svjetskim standardima realizirao kogeneracijsko postrojenje za proizvodnju električne i toplinske energije iz drvne biomase te uz proizvodnju drvnog briketa potpuno usvojio kružnu ekonomiju i tako zaokružio cijeli proces proizvodnje u kojem od ulaska trupaca do izlaska gotovog proizvoda nema nikakvog otpada.“ (Spin Valis, 2018, url)

3.1.6. Političko okruženje

„Političko okruženje podrazumijeva razumijevanje političkih prilika na postojećem tržištu, pri čemu se izlaskom na strana tržišta često relativan faktor: politički trendovi, međususedski odnosi, korumpiranost, te ratovi, sukobi i terorizam.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 99)

Na stabilnost Hrvatske i njezinog gospodarstva utječe političko okruženje. Svojim aktivnostima i stavovima političari gospodarski razvoj i poslovanje poduzetnika često potiču, ali i ograničavaju. Nerijetko dolazi do politizacije poduzeća što je uzrok utjecaja političkih stranaka na poduzeća. Kako bi došlo da smanjenja takvih situacija nužno je unaprijed definirati opće i specifične političke strategije kao odgovor na promjene koje se događaju u okolini.

„Požeško-slavonska županija donijela je nacrt Županijske razvojne strategije Požeško-slavonske županije za razdoblje od 2016. do 2020. godine, kojom je postavljen strateški okvir za postizanje održivog društvenog-gospodarskog razvoja Požeško-slavonske županije. Županijska razvojna strategija je temeljena na Strategiji regionalnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje do kraja 2020. koja prepoznaje važnost ujednačenog razvoja svih regija Republike Hrvatske i svojim ciljevima i mjerama nastoji stvoriti uvjete kojima će svim dijelovima zemlje omogućavati jačanje konkurentnosti i realizaciju razvojnih potencijala. Strategija je izrađena prema Smjernicama za izradu županijskih razvojnih strategija, praćenje i vrednovanje njihove provedbe, koje je propisalo Ministarstvo regionalnog razvoja i europskih fondova (rujan 2015.) i Zakonu o regionalnom razvoju Republike Hrvatske (NN 147/14)“ (Panora, 2016, url)

3.1.7. Informatičko i internetsko okruženje

U današnje vrijeme kada se korištenje informatike i interneta smatra neophodnim za poslovanje svakog poduzeća elektroničkim poslovanjem smatra se primjena internetske tehnologije i informatike što utječe na ostvarivanje ključnih funkcija poduzeća.

Dakle, ono što je sigurno je to da tržište koje je postalo virtualno pruža priliku da se poduzeća globaliziraju na tržištu, te na taj način Internet postaje platforma svake organizacije. Ono što Internet pruža su brojne mogućnosti kojima se mogu obavljati različiti poslove poput neprekidne komunikacije s kupcima i dobavljačima, obavljanje različitih transakcija, olakšavanje komunikacije zaposlenika unutar poduzeća, a u konačnici Internet omogućava znatno smanjenje troškova.

3.1.8. Sociokulturološko okruženje

Ovakav oblik okruženja uzima u obzir demografske trendove kao što su prirodni prirast, očekivani životni vijek ili dobna struktura stanovništva. Iako izvoznici iz Hrvatske u većini posluju sa zemljama unutar regije i Europskom unijom, potrebno je imati na umu sljedeće faktore, iako se po kulturološkom pitanju bitno ne razlikuju od Hrvatske, a to su: demografska slika, religijska pripadnost i običaji, te razina obrazovanja. U ekonomske faktore se vrlo lako može staviti dohodak po glavi stanovnika, ali u ovakvom tipu okruženja naglasak se ipak stavlja na raspodjelu raspoloživog ostatka prihoda. Tim čimbenikom očituju se preferencije društva u cjelini, ali i svakog pojedinog segmenta društva.

Posebnu važnost u socio-kulturološkom okruženju čine radna etika i lojalnost, dok porast razine obrazovanja potiče na poslovnu orijentaciju i potražnju na tržištu.

„Dobna struktura stanovništva je jedan od pokazatelja vitalnosti i potencijala stanovništva. Dobna struktura stanovništva PSŽ je povoljnija nego na razini RH. stanovništvo je već pri popisu 2001. god. bilo staro (indeks starenja iznosio je za RH 90,7 a u Požeško-slavonskoj 81,05). Prema popisu stanovništva 2011. godine indeks starenja iznosi za RH 115, a za PSŽ 99,2. Prosječna dob stanovništva Požeško-slavonske županije je 40,9 godina, a Republike Hrvatske 41,7 godina.“ (Panora, 2016, url) Kada gledamo s ekonomskog aspekta tada prema podacima DZS (2018) možemo zaključiti da je dohodak po glavi stanovnika iznosio 6.102 eura što je 59,7% od prosjeka RH.

3.1.9. Poduzetnička infrastruktura

„U širem smislu poduzetnička infrastruktura predstavlja ukupnost različitih prostornih oblika odvijanja različitih aktivnosti poduzetnika, a koji je rezultat organiziranog i promišljenog koncepta razvoja područne i lokalne samouprave. S druge strane, u užem smislu obuhvaća sistem obuhvaćen u poduzetničkim zonama i poduzetnički potpornim institucijama., (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 101)

Pravodobna izgradnja poduzetničke infrastrukture, kao i poticanje privrednog rasta je svrha unapređenja poslovnog okruženja, ali i unapređenja poduzetničke strukture. Poduzetničke infrastrukture tako moraju biti opremljene energetsom, komunalnom, prometnom i komunikacijskom infrastrukturom.

U sljedećoj cjelini posebna pozornost bit će usmjerena na opis poduzetničke infrastrukture kao i potpornih institucija koje su neophodne za razvoj poduzetništva u cijelosti, a što će biti objašnjeno i opisano na konkretnim primjerima u Požeško-slavonskoj županiji.

3.1.10. Potporne institucije

„Poduzetničke potporne institucije su jedan segment poduzetničke infrastrukture u Hrvatskoj. To su poslovni subjekti čiji je cilj usmjeren na proizvodnju kvalitetnog poduzetničkog okruženja na teritoriju na kojem djeluju. Osim toga, glavni cilj im je promovirati tehnološki razvoj, razvoj poduzetništva, kao i zastupati važnost istraživanja.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 105)

4. PODUZETNIČKA INFRASTRUKTURA I PODUZETNIČKE POTPORNE INSTITUCIJE U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANJI

„Poduzetničke zone i potporne institucije omogućavaju obavljanje poduzetničkih aktivnosti u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti. Poduzetnička infrastruktura u Republici Hrvatskoj obuhvaća poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije, a osnovna pitanja njihovog uređenja sadržana su u Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture. Svrha ovoga Zakona je da se postojećim i potencijalnim korisnicima (poduzetnicima) omogući pokretanje i obavljanje poduzetničkih aktivnosti u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti unutar poduzetničkih zona i poduzetničkih potpornih institucija te u konkurentnom i transparentnom sustavu poticajnih mjera i olakšica, kako u fazi početnog investiranja, tako i u fazi proširenja postojećih investicijskih aktivnosti poduzetnika koji posluju unutar poduzetničke infrastrukture.“ (Središnji državni portal, 2017, url)

Zakonom je propisano osnivanje Jedinственog registra poduzetničke infrastrukture, sistematizirane baze podataka, koji se vodi u Ministarstvu gospodarstva, poduzetništva i obrta, nadležnom ministarstvu za poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije. Subjekti poduzetničke infrastrukture obvezni su, nakon donošenja akta o osnivanju, upisati se u Jedinственi registar poduzetničke infrastrukture, kao preduvjet korištenja potpora Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za izgradnju poduzetničke infrastrukture. U cilju olakšanja postupka upisa, donesen je Naputak za izradu i način korištenja jedinственog registra poduzetničke infrastrukture.

Isti taj registar je definiran i uređen Zakonom o unapređenju poduzetničke strukture (NN 93/2013) kao i Naputkom za izradu i način korištenja Jedinственog registra poduzetničke infrastrukture (NN 123/2013). Navedenim zakonom u cijelosti uređuje, definira i specificira generalnu problematiku u svezi s poduzetničkom strukturom, dok s druge strane, Naputkom se nastoji utvrditi jasna metodologija izrade kao i nadopune navedenog, čime bi se ujedno osiguralo jedinственo i potpuno evidentiranje poslovnih subjekata na području Republike Hrvatske. Shodno tome, subjekti koji se smatraju dijelom poduzetničke infrastrukture, dobivanjem akta o osnivanju dužni su se upisati u registar, a što je ujedno i jedan od preduvjeta čime bi se omogućilo korištenja svih izvora financijskih potpora, a čije su koristi naposljetku obostrane. Prema Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13) poduzetničke potporne institucije su dio ukupne poduzetničke infrastrukture.

Utvrđena je obveza i potreba za osnivanjem Jedinog registra poduzetničke infrastrukture nacionalnim zakonom koja se vodi u Ministarstvu gospodarstva, poduzetništva i obrta, a riječ je o sistematiziranoj bazi podataka vezano uz tu problematiku. Navedeni registar služi u svrhu nadopunjavanja, evidentiranja i javnog objavljivanja podataka na nacionalnom teritoriju o subjektima poduzetničke infrastrukture. Riječ je o korisnicima poticajnih mjera, potpora, darovnica ili povlastica, odnosno koji navedene mjere planiraju koristiti u navedene svrhe.

„Primjena navedenih aktivnosti nosi sa sobom postojanje Jedinog registra poduzetničke infrastrukture, ali i mrežne stranice na čijim se stranicama pregled vrši prema vrsti poduzetničke aktivnosti, pripadajućoj županiji i prema abecednom redoslijedu. Međutim, vidljivi su određeni problemi njegovom primjenom kao što su zastoje koji uvjetuje nepotpun i neiscrpan pregled čitave poduzetničke infrastrukture na teritoriju države Republike Hrvatske“ (Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, 2017, url)

Shema 1: Poduzetnička infrastruktura



Izvor: autor

4.1. Poduzetničke zone

Ono što karakterizira poduzetničke zone su opremljena područja koja su određena i definirana prostornim planovima, a njihova namjena se očituje kroz obavljanje određenih vrsta gospodarskih i poduzetničkih aktivnosti. Ipak, osnovna karakteristika zasigurno je zajedničko korištenje postojeće infrastrukture i prostora od većeg broja poduzetnika.

„Poduzetničke zone imaju određena lokalna obilježja čija je svrha razvoj malog i srednjeg poduzetništva na lokalnoj i s tim shodno na nacionalnoj razini i poticanje gospodarske prednosti. Kada je riječ o infrastrukturnoj opremljenosti pri tome se misli na sljedeće:

- komunikacijsku infrastrukturu – radio, telefon, TV, internet;
- energetska infrastrukturu – plin, struja, javna rasvjeta i ostali priključci;
- prometnu infrastrukturu – ceste unutar poduzetničke zone, pristupne ceste, parkirališta;
- komunalnu infrastrukturu – odvodnja, kanalizacija, voda i ostalo.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 150)

„Na lokalnoj i regionalnoj razini razvoj poduzetničkih zona ima za cilj osigurati poticanje zapošljavanja, ali i ravnomjeran razvoj države i njezinog gospodarstva. Osim toga, ovaj element izravno ili neizravno doprinosi gospodarskom razvoju, unapređenju socijalnog stanja i regionalnom ujednačenom razvoju osim što ima pozitivan utjecaj na poduzetništvo. U okviru toga projekta nastoji se između ostalog i stimulirati domaća proizvodnja čime bi se povećao broj poduzetničkih zona po županijama i kako bi se planiralo povećanje u budućnosti, pri čemu se teži načelima održivosti.“ (Lončar, 2008: 187)

Sukladno tim kriterijima se definiraju poduzetničke zone, a pri tome se misli na intenzitet aktivacije poduzetničke zone, veličinu površine i vrstu aktivnosti. Prostornim planom i Odlukom o osnivanju određena je veličina iste. Prema Zakonu o u unapređenju poduzetničke strukture (NN 93/2013), poduzeća s obzirom na veličinu zemljišta dijele se na:

- Velikoj zoni – više od 100 hektara
- Srednjoj zoni – od 50 do 100 hektara
- Maloj zoni – od 10 do 50 hektara
- Mikrozonu – do 10 hektara.“

Također, prema Zakonu o u unapređenju poduzetničke strukture (NN 93/2013) poduzeća se prema veličini dijele na tri skupine s obzirom na vrstu aktivnosti koju obavlja:

- Proizvodno – prerađivačke zone
- Logističko – distribucijske zone
- Uslužno – mješovite zone.

„Osim navedenih vrsta poduzetničkih zona, može se izvršiti i podjela prema intenzitetu aktivnosti:

- Neaktivne poduzetničke zone – 0% nakon prve godine osnutka;
- Zone inicijalne aktivacije – manje od 33% raspoložive površine;
- Srednje aktivne zone – od 33% do 66%;
- Potpuno aktivne zone – više od 66%.“ (NN 93/2013)

Navedenim se može utvrditi nekoliko kriterija i pristupa za razvrstavanje poduzetničkih zona unutar Hrvatske. Svaka županija tako ima barem jednu prethodno nabrojenu vrstu od svake vrste, a čiji broj proteklih godina ima kontinuirani rast i čiji se trend očekuje i u budućnosti.

Svaka županija u Republici Hrvatskoj kao što je već rečeno ima nekoliko poduzetničkih zona koje pripadaju različitim kategorijama, a u Požeško-slavonskoj županiji to su:

- Požega: Poduzetnička zona u Industrijskoj ulici
- Pleternica: Poduzetnička zona Pleternica
- Pakrac: Zona privrede Pakrac
- Kutjevo: Gospodarska zona Kamenjača.

4.2. Poduzetničke potporne institucije

„Sljedeći element odnosno stup poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj su poduzetničke potporne institucije. Dakle, pri tome se radi o gospodarskim subjektima čiji je cilj stvaranje korisnički orijentiranog poduzetničkog okruženja i kvalitetnog okruženja na nacionalnom teritoriju.“ (Središnji državni portal, 2017, url) Pri tome se provode brojni potporni programi, a koji za cilj imaju unapređenje i razvoj poduzetništva, promoviranje tehnološkog razvoja, te zastupanje važnosti inovacija i istraživanja.

4.2.1. Razvojne agencije

Razvojne agencije su županijske i lokalne agencije koje su se specijalizirale za poticanje određenih djelatnosti. Ovisno o prostornom obuhvatu, razvojne agencije promiču regionalan, odnosno lokalni razvoj i imaju osobiti značaj prilikom reduciranja nacionalnog problema u slučaju regionalne nejednakosti.

„Postojala su dva strateška cilja regionalne razvojne politike Hrvatske do stupnja ulaska u Europsku uniju, a to su zasigurno maksimizacija učinkovitosti kao i uravnoteženje gospodarskog razvoja svih regija u Hrvatskoj. Pristupanjem u Europsku uniju dodatno su se nadopunjavali novim ciljevima kao što su jačanje socijalne i ekonomske kohezije, ali i smanjenje razlika u razvoju između regija.“ (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2017, [url](#))

U Požeško-slavonskoj županiji postoje dvije razvojne agencije, jedna u gradu Požegi, a druga u gradu Lipiku.

„Razvojna agencija Požeško-slavonske županije je PANORA d.o.o. Osnovana je 2010. godine od strane Požeško-slavonske županije kao jedini osnivač čiji je cilj bio unapređenje gospodarskog i društvenog života razvoja županije.“ (Panora, 2018, [url](#))

„Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. osnovana je 2013. godine od strane Grada Lipika radi unaprjeđenja gospodarskog i društvenog razvoja grada. Jedna od temeljnih zadaća Lire d.o.o. je da za investitore nudi besplatne savjetodavne usluge te priprema dokumentacije i projekata za EU fondove i nacionalne natječaje. Osim toga, vrši usluge izrade poslovnih planova i investicijskih studija, marketinških strategija, nudi pomoć pri otvaranju tvrtke, obrta i ostvarivanju različitih oblika poticaja.“ (Lira, 2018, [url](#))

4.2.2. Poduzetnički centri

„Poduzetnički centri središta su stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima čiji je cilj promovirati poduzetništvo, davati informacije o načinima i mogućnostima ulaska u poduzetništvo, organizirati informativne seminare za savjetovanje o poslovanju i izradi poslovnih planova, suradnja s lokalnom i područnom samoupravom. Kao središta savjetodavne pomoći poduzetnicima, poduzetnički centri razvijaju se u svim županija, gradovima i općinama diljem Hrvatske. Ovisno o broju poduzetnika na određenom području kojima su takve usluge potrebne i čiji broj opravdava uspostavu takvog oblika pomoći, za obavljanje posla

institucijama je potrebno osigurati stručno osoblje i dostatnu informatičku opremu.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 187)

U Požeško-slavonskoj županiji postoje dva poduzetnička centra, a to su Poduzetnički centar i inkubator Pakrac i Poduzetnički centar Pleternica d.o.o.

4.2.3. Poslovni inkubatori

„Poduzetnički inkubatori mjesta su okupljanja poduzetnika koji tek počinju poslovati. Oni su poseban oblik potpore kojim se olakšavaju poslovanja poduzetnicima-početnicima u prvim godinama poslovanja putem osiguranja poslovnog prostora, korištenja zajedničkog administrativnog servisa i stručne pomoći. Korisnicima koji ispunjavaju posebne uvjete i kriterije omogućuje se tehnička i financijska potpora, odnosno pomoć potrebna za opstanak i razvoj djelatnosti do trenutka kada se osposobe za samostalno poslovanje. Dio usluga općeg karaktera kao što su administrativni servisi, računovodstvo, itd. može se osigurati unutar samog inkubatora, a dio koji se odnosi na informiranje, vođenje ili upravljanje može se riješiti povezivanjem s poduzetničkim centrima ili na drugačiji način.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 191)

„Početkom rujna prošle godine počela je provedba projekta Poduzetnički inkubator Požega, koji je sufinancirala EU preko Europskog fonda za regionalni razvoj. Ukupna vrijednost projekta je 18,6 milijuna kuna, od čega je EU sufinancirala 17,4 milijuna, a završetak provedbe je 1. ožujka 2019. godine. Nositelj projekta je Grad Požega, a partneri Regionalna razvojna agencija Požeško – slavonske županije Panora i Grad Kutjevo. Suradnici su Općina Velika, Veleučilište u Požegi, te požeška Ekonomska, Tehnička, Obrtnička i Poljoprivredno-prehrambena škola. Ciljevi projekta su pružiti poduzetnicima i ulagačima modernu, sigurnu poslovnu infrastrukturu za početak i testiranje inovativnih poslovnih ideja i aktivnosti prije izlaska na tržište, te omogućiti efikasnu institucionalnu podršku u fazi predinkubacije i inkubacije.“ (Šostar, 2017, url)

4.2.4. Poduzetnički akceleratori

Poduzetnički akceleratori razlikuju se od prethodno nabrojanih institucija i to po tome što pružaju potporu u poslije inkubacijskoj fazi ili pak fazi razvoja širenja poslovanja poduzetnika što na domaćem, što na inozemnom tržištu.

„Trenutno u Hrvatskoj postoje tek 3 poduzetnička akceleratora i to su Poduzetnički akcelerator Split, Poduzetnički inkubator ZIP u Zagrebu i Razvojna agencija Zagreb TPZ.“ (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2017, url)

4.2.5. Poslovni parkovi

Poslovni parkovi predstavljaju registrirane pravne osobe sa zemljištima, fizičkim prostorima i resursima za smještaj velikih, srednjih i malih poduzetnika s ciljem privlačenja inozemnih i domaćih investicija. Njihova funkcija je prvenstveno investicijska. Danas, u Hrvatskoj postoji samo jedan poslovni park i to u Ličko – senjsko župani, u Ziru.

4.2.6. Znanstveno – tehnološki parkovi

„U Hrvatskoj su u funkciji 3 znanstveno – tehnološka parka:

- Tehnološki park Varaždin
- Razvojna agencija Zagreb TPZ
- STEP RI.“ (MINPO, 2017, url)

Svrha zbog kojeg je došlo do njihova osnivanja je poticanje suradnje znanstvenika i komercijalizacija znanstvenih rezultata. U tom kontekstu na taj način se unapređuje suradnja obrazovnih institucija i nositelja s poslovnim subjektima te pretvaranje ideja u komercijalizirano dobro.

4.2.7. Centri kompetencije

Cilj centara za kompetenciju je provedba istraživačkih projekata proizvodnog ili razvojnog karaktera kao i razvoj kompetencija u pojedinim područjima. Hrvatska ima 4 takva centra, a to su Interligo u Splitu, Metris u Puli, Cepor u Zagrebu i Centar kompetencije za kreativne usluge u Slavanskom Brodu.

U Požegi je na školskom gospodarstvu poljoprivredno – prehrambene škole 2017. godine u petom mjesecu započela je izgradnja farme mliječnih krava u sklopu projekta Centar kompetencija u poljoprivredi i prehrani. Time bi se na površini od 9 hektara vratio ugled ratarice, a osim toga riječ je o farmi mliječnih krava, ekstenzivnom uzgoju crnih slavonskih

svinja i intenzivnom uzgoju svinja. Riječ je o projektu ukupne vrijednosti 32 milijuna kuna. Prostor farme predviđa se kao prostor praktikuma čime bi se učenicima omogućila primjena znanja koje usvoje u nastavnim programima.

A osim s izgradnjom tog centra, 2017. godine u četvrtom mjesecu u požeškoj drvenoj industriji SpinValis održan je sastanak na kojem je odlučeno da su upravo oni dobili priliku za ulaganje i gradnju novog Centra za kompetenciju, a riječ je o projektu vrijednom 10,5 milijuna eura čija realizacija bi se provela unutar 5 godina.

4.2.8. Poduzetničke udruge

„Poduzetničke udruge služe za povezivanje poduzetnika i razmjenu podataka. U Hrvatskoj najveća poduzetnička udruga je Hrvatska udruga poslodavaca. Hrvatska udruga poslodavaca (HUP) osnovana je 1993. godine kao dobrovoljna, neprofitna i neovisna udruga poslodavaca koja štiti i promiče prava i interese svojih članova. Osnovala ju je grupa uglednih hrvatskih gospodarstvenika prihvativši ideju gospodina Hansa Messera, značajnog njemačkog poduzetnika i investitora u Republici Hrvatskoj, koji je želio prenijeti iskustva srodnih europskih poduzetničkih organizacija i pomoći u osnivanju takve jedne udruge u Hrvatskoj. HUP danas predstavlja snažan i neovisan glas poslodavca i poduzetnika s ukupno više od 5.000 članova koji zapošljavaju 400.000 radnika. Osnivanjem regionalnih ureda u Rijeci, Osijeku i Splitu realizirana je snažna mreža poduzetnika koja pokriva sve županije u Republici Hrvatskoj“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011: 192).

Na prostoru Požeško-slavonske županije djeluju Kutjevački vinari, Udruga vinara i vinogradara. Udruga je osnovana 24.09.1994.godine, a u Registar udruge Požeško-slavonske županije upisana je 23.3. 1998.godine, a prema Zakonu o udugama (NN 70/97). Udruga je nastavak tradicije udruživanja vinogradara kutjevačkog kraja. Najvažniji zadatak koji su postavljeni u srednjoročnom i godišnjem programu je podizanje kvalitete proizvoda članova Udruge, a time i cijelog Vinogorja. Stoga kao Udruga veliku zahvalnost duguju Ministarstvu poljoprivrede, posebno Upravi za poljoprivrednu politiku, EU i međunarodnu suradnju te DD-u Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit iz Njemačke. Tokom cijelog ovog perioda imaju punu podršku u radu već spomenute Uprave ministarstva, kako na manifestacijama tako i u investicijama koje su planirane, te u podršci suradnje s GTZ-om. (Kutjevački vinari, 2016, url)

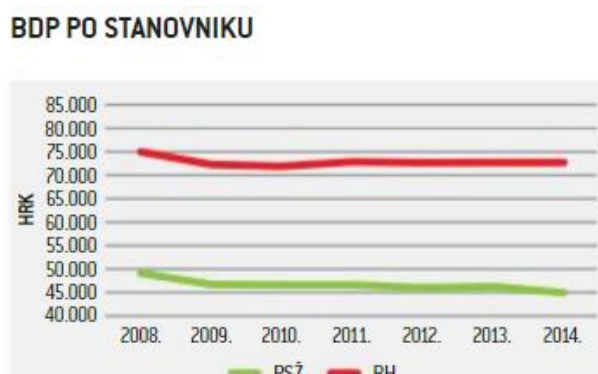
5. ANALIZA PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI

5.1. Makroekonomsko okruženje Požeško-slavonske županije

U teoretskom dijelu navedeno je makroekonomsko okruženje koje utječe na razvoj poduzetništva u Požeško-slavonskoj županiji, ali ujedno i u Republici Hrvatskoj. Tako, prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2015) BDP je iznosio 44.458 kuna po glavi stanovnika za Požeško-slavonsku županiju za 2017. godinu čime je zajedno sa Virovitičko-podravskom (43.145), Brodsko-posavskom (43.191), te Vukovarsko-srijemskom (44.993) smještena u najnižu kategoriju bruto domaćeg proizvoda. Prema BDP-u najbolji su grad Zagreb sa 136.640 kuna po glavi stanovnika, potom Istarska županija sa 97.083 kune te Primorsko-goranska županija sa 95.743 kune. Usporedno s time, možemo zaključiti da stanovnik Požeško-slavonske županije u ukupnom BDP-u po glavi stanovnika grada Zagreba ima tek 33%.

Prema podacima Privrednog vjesnika (2017) izravan utjecaj na BDP ima i broj stanovnika Hrvatske, a koji je u posljednjih šest godina pao za 300 tisuća stanovnika. Takav pad, rezultat je negativnog prirodnog prirasta, ekonomskih migracija, a što uvelike ima utjecaj i na produktivnost pojedinih županija. Također, prema tim podacima BDP po glavi stanovnika na razini cijele Hrvatske je iznosio 77.456 kuna, pri čemu je Požeško-slavonska na čak 57,4% hrvatskog prosjeka.

Grafikon 1. BDP po glavi stanovnika u 2016. g.



Izvor: Prema podacima Privrednog vjesnika (2017: 190, url)

5.2. Poduzetničko okruženje Požeško-slavonske županije

„Najvažnije gospodarske značajke Požeško-slavonske županije čine poljoprivreda i prerađivačka industrija. Poljoprivredna djelatnost u Požeško-slavonskoj županiji zbog svojih nezaagađenih vodnih i zemljišnih resursa te očuvanog okoliša, povoljne klime i nizinsko-brežuljkastog prostora, omogućava poljoprivrednicima visoke urode. Prerađivačka industrija Županije važan je čimbenik razvoja te je tradicionalno naslonjena na drvnu, metalsku, tekstilnu i prehrambenu industriju. Također, u Županiji su intenzivne industrije proizvodnje stakla i električnih elemenata te građevina i proizvodnja građevinskog materijala. Kao prednost Županije ističe se i izrazito izvozno orijentirana prerađivačka industrija koja je prisutna na 30-ak europskih i svjetskih tržišta. Drvoprerađivačka, metaloprerađivačka tekstilna i staklarska industrija značajni su izvoznici na zapadnoeuropska tržišta, dok je poljoprivredno-prehrambena industrija tradicionalno orijentirana na Hrvatsku te istočnoeuropska tržišta. Uz izvozno orijentiranu industriju, kao potencijal Županije ističu se poduzetničke zone u Pakracu, Pleternici i Kutjevu.“ (Privredni vjesnik, 2017: 188, url)

Tablica 2. Financijski rezultati poslovanja Požeško-slavonske županije u 2016. g.

	vrijednost 2016.	% udjel u RH 2016.	Indeks 2015=100
broj tvrtki	844	0,72%	107,8
broj zaposlenih	8.406	0,98%	102,9
imovina ukupno	4.690.646.248	0,44%	102,9
ukupni prihod	3.620.614.941	0,57%	102,3
dobit nakon oporezivanja	169.644.149	0,45%	123,9
gubitak nakon oporezivanja	82.288.804	0,53%	17,3
prosječna neto plaća	3.878		98,7
investicije	364.759.928	0,37%	178,6

Izvor: Prema podacima Privrednog vjesnika (2017: 190, url)

Prema navedenim podacima u Požeško-slavonskoj županiji poslovalo je 844 tvrtki što čini ukupno 0,78% tvrtki u ukupnom udjelu Republike Hrvatske, a svojim djelovanjem zapošljavaju 8.406 zaposlenih što je približno 1% u ukupnom udjelu Republike Hrvatske.

Tablica 3. Top poduzeća u Požeško-slavonskoj županiji u 2016. g.

RANG PREMA UKUPNOM PRIHODU				
Naziv tvrtke	Mjesto	Broj zaposlenih	Prihod	Dobit
KUTJEVO D.D.	Kutjevo	687	285.010.487	1.142.835
COLOR EMAJL D.O.O.	Alaginci	384	117.922.274	4.121.188
SPIN VALIS D.D.	Požega	375	101.111.677	221.630
PLAMEN D.O.O..	Požega	368	164.245.898	18.014.399
ZVEČEVO D.D.	Požega	332	143.648.794	- 9.228
LIPIK GLAS D.O.O.	Lipik	166	120.502.485	32.534.911
AGRONOM D.O.O.	Požega	155	356.888.006	8.121.723

Izvor: Prema podacima Privrednog vjesnika (2017: 190, url)

Prema podacima iz tablice može se zaključiti da se većina poduzeća koje najviše utječu na ukupni prihod županije nalaze u Požeško-slavonskoj županiji, a najveći prihod ima tvrtka Agronom d.o.o. koja sa svojim prihodom čini približno 10% od ukupnih prihoda županije. Poduzeće koje zapošljava najveći broj radnika je Kutjevo d.d. što čini 8% ukupnog broja zaposlenih u županiji. Dok, poduzeće koje ostvaruje najveću dobit je Lipik Glas d.o.o. što je gotovo 20% ukupne dobiti županije.

5.3. Poduzetničko okruženje grada Požege

„Prema broju obrađenih godišnjih financijskih izvještaja u gradu Požegi, sjedištu Požeško-slavonske županije, u 2015. godini poslovalo je 343 poduzetnika, koji su zapošljavali 4986 radnika, što je povećanje broja zaposlenih za 5% u odnosu na prethodnu, 2014. godinu.“ (Fina, 2016, url)

Tablica 4. Financijski rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u gradu Požegi u 2015. g.

Opis	2014.	2015.	Indeks
Broj poduzetnika		343	-
Broj dobitaša	219	239	109,1
Broj gubitaša	91	104	114,3
Broj zaposlenih	4.661	4.986	105,0
Ukupni prihodi	2.078.060	2.239.634	107,8
Ukupni rashodi	2.011.053	2.191.124	109,0
Izvoz	456.603	483.771	106,2
Uvoz	263.895	313.591	118,8

Izvor: Fina (2016, url)

Prema podacima iz tablice može se primijetiti da su poduzetnici grada Požege ostvarili povećanje ukupnih prihoda u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu za 7,8%, a sukladno tome povećanje prihoda, prati i povećanje rashoda za 9%. Ukupni prihodi županije 2015. godine iznosili su 3,5 milijarde kuna, pri čemu se može zaključiti da grad Požega sa svojim prihodima od 2,2 milijarde kune čini približno 65% ukupnih prihoda županije. Također, najveći udio grad Požega ostvaruje i u području izvoza u ukupnom ostvarenom izvozu i to približno 66%.

S druge strane, kada se govori o poduzećima koji svoje sjedište imaju u Požegi, tada se na prvom mjestu zasigurno nalazi AGRONOM d.o.o. koji u 2015. godini ostvaruje prihod u visini od 301,3 milijuna kuna.

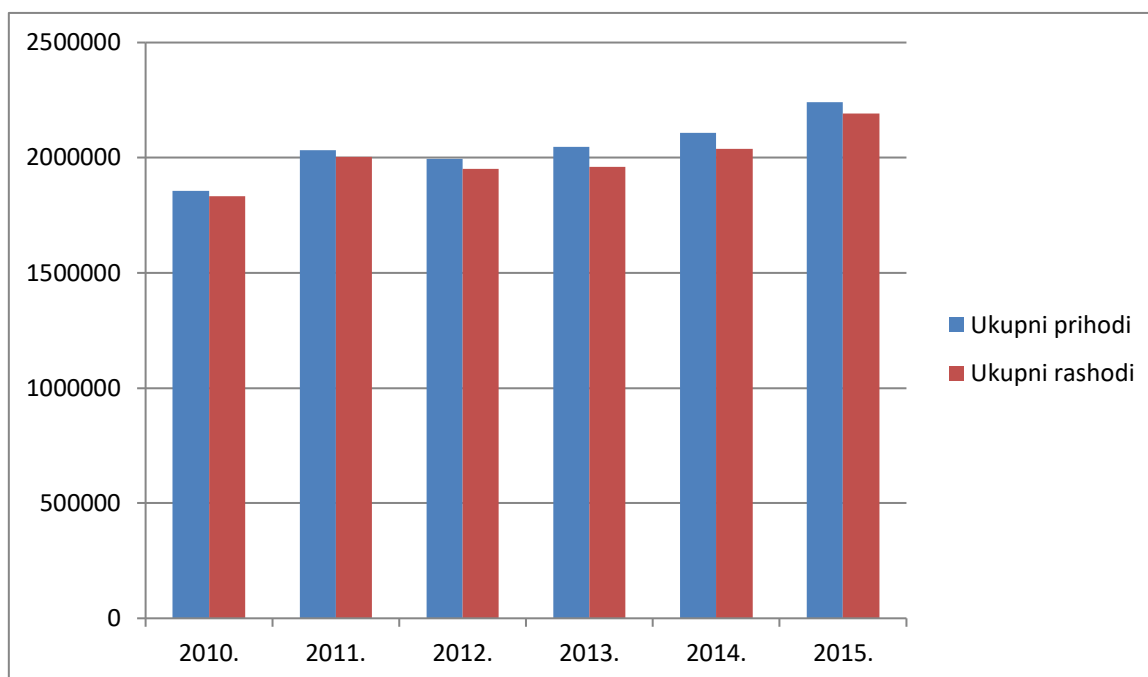
Tablica 5. Top pet poduzetnika sa sjedištem u Požegi, prema ukupnom prihodu u 2015. godini

Naziv poduzetnika	Broj zaposlenih	Ukupan prihod	Dobitak ili gubitak	Vrijednost investicija	Izvoz u razdoblju	Uvoz u razdoblju
AGRONOM d.o.o.	155	301.302	10.128	224	39.798	0
PLAMEN d.o.o.	364	169.209	8.070	56.650	132.639	81.915
ZVEČEVO d.d.	336	161.779	-9.228	2.226	57.689	57.437
ALLES d.o.o.	77	123.025	3.719	384	0	23.286
SPIN VALIS d.d.	394	120.470	6.211	9.824	59.829	6.012
	1.326	875.785	18.900	69.307	290.135	168.650

Izvor: Fina (2016, url)

Plamen d.o.o. je društvo koje se nalazi na drugom mjestu u tablici poduzetnika, a čiji prihodi iznose 169,2 milijuna kuna, dok sa izvozom od 132.639 milijuna kuna čini 27,4% ukupno ostvareni iznos sa sjedištem u Požegi. Međutim, izuzev navedena 4 društva koji izvoze svoje proizvode i usluge, potrebno je izdvojiti i COLOR EMAJL d.o.o. koji su izvezli robu u vrijednosti od 101 milijuna kuna u 2015. godini.

Grafikon 2. Ukupni prihodi i rashodi poduzetnika grada Požege od 2010. do 2015. godine



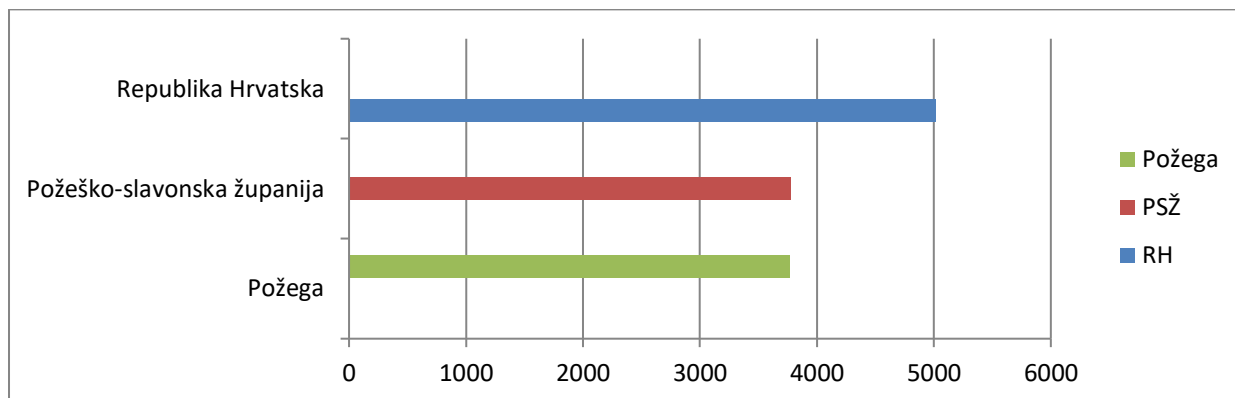
Izvor: Fina (2016, url)

Prema podacima iz grafikona može se zaključiti da su se prihodi od 2010. do 2015. godine povećali. Točnije od prvotne godine, kada su prihodi iznosili 1.855.292 kuna do 2015. kada su prihodi iznosili 2.239.634 kune što je povećanje od 23%. Sukladno rastu prihoda, dolazi i do povećanja rashoda koji su se od prvotne godine kada su iznosili 1.833.255kuna do 2015. godine kada su iznosili 2.191.124 kune povećali za 19%.

Kada se govori o poduzećima koji su ostvarili dobit, tada se može reći da je njih čak 70% poslovalo sa dobiti, te su zaključno sa 2015. godinom ostvarili prihode u vrijednosti 68,8 milijuna kuna. S obzirom na navedeni kriterij poduzeće koje se nalazi na prvom mjestu zasigurno je AGRONOM d.o.o. Riječ je o poduzeću koje zapošljava 155 radnika i čija prosječna neto plaća iznosi 4.132 kune.

Prosječna neto mjesečna plaća sljedeći je kriterij vrednovanja, te se tako poduzetnici čije se sjedište nalazi na petom mjestu s obzirom na sve općine i gradove u Požeško-slavonskoj županiji a iznosi 3.764 kune.

Grafikon 3. Prosječna neto plaća po zaposlenom u gradu Požegi, Požeško-slavonskoj županiji i Republici Hrvatskoj u 2015. godini



Izvor: Fina (2016, url)

S obzirom da je prosječna neto plaća u Požeško-slavonskoj županiji 3.774 kuna možemo zaključiti da je plaća požeški poduzetnika na razini. No, uzme li se Republika Hrvatska kao mjerilo, tada je plaća 5.019 kuna na razini države za 33% veća od prosječne plaće zaposlenih kod poduzetnika u Požegi.

6. PEST ANALIZA OKRUŽENJA PODUZEĆA PROMET GRAĐENJE d.o.o.

Promet građenje je tvrtka za trgovinu, prijevoz, građenje i usluge sa sjedištem u Požegi i kao takva posluje od 1990. godine. Unutar tvrtke posluju različiti odjeli kao što prijevoz, trgovina, građevina, asfaltna baza, mehanička radionica, armiračnica i betonara.

Kako bi se analiziralo okruženje poduzeća, potrebno je provesti PEST analizu. „PEST analiza je akronim za političku, ekonomsku, sociološku i tehnološku metodu analize poslovnog okruženja, i kao takva predstavlja temelj strateškog planiranja.“ (Bolfek i Sigurnjak, 2011 : 87)

PEST analiza kao takva, analizira okolinu, za već postojeće tržište ili tržište u nastajanju te se pruža pregled vanjske situacije koja može utjecati na tvrtku unutar promatrane industrije ili utjecaj na industriju. Podaci o poduzeću prikupljeni su uvidom u potrebnu dokumentaciju, na koje kao djelatnik toga poduzeća imam pravo, ali uz prethodnu suglasnost direktora poduzeća.

6.1. Političko i pravno okruženje

Promet građenje d.o.o. djeluje sukladno zakonskim okvirima. S obzirom da je riječ o poduzeću koje obavlja različite vrste djelatnosti, mora zadovoljiti i više zakonskih okvira. Pri tome moraju se pridržavati sljedećih zakona i pravilnika:

- Zakon o gradnji
- Zakon u prijevozu u cestovnom prometu
- Zakon o trgovini.

Prilikom prodaje proizvoda i usluga, prijevoza tereta, instalerskih i ugradbenih radova, servisiranja, održavanja i popravka svih osobnih, teretnih i radnih strojeva potrebno je sklopiti Ugovor sa tvrtkom. Ugovor mora sadržavati sljedeće podatke:

- Naziv, sjedište i oib poduzeća, te vlasnik poduzeća,
- Ime, prezime, oib, te adresa prebivališta poduzetnika
- Podatke o vrsti i količini odabranih proizvoda ili usluga
- Iznos koji kupac mora platiti uvećan za porez na dodanu vrijednost
- Način plaćanja
- Vrijeme isporuke

- Mjesto i datum sklapanja ugovora, potpis kupca i prodavatelja te žig poduzeća.

Uz prethodno potpisan Ugovor također se prilažu i Opći uvjeti u kojima su sadržani sljedeći podaci: opće odredbe, cijene i plaćanje, popusti, obveze prodavatelja i kupca, jamstva, te završne odredbe.

Izuzev toga, moraju se poštivati sljedeći Zakoni prilikom isplate plaće zaposlenicima:

- Zakon o radu
- Zakon o porezu na dohodak
- Zakon o doprinosima
- Uredba o iznosu minimalne plaće.

Prilikom obavljanja određenih djelatnosti, djelatnici sklapaju nekoliko vrsta ugovora:

- Ugovor na određeno vrijeme kao dodatak ugovora o radu sa zaposlenicima koji prava iz Zakona o radu ostvaraju na drugom radu
- Ugovor na neodređeno vrijeme koji osigurava zaštitu prava poduzeća i zaposlenika.

6.2. Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje podrazumijeva analizu gospodarske situacije na određenom tržištu, pri čemu se koriste makroekonomski pokazatelji: nezaposlenost, raspoloživi dohodak, inflacija, tečaj i dr. Kako bi se potaknuo razvoj poduzetništva u Hrvatskoj u kojoj vlada financijska kriza potrebno je poduzeti konstruktivne mjere kojim bi se otklonile zapreke i prikupili izvori financiranja.

Prema podacima (HZZ, 2018) krajem siječnja 2018. u evidenciji Hrvatskog zavoda za zapošljavanje Područnog ureda Požega registrirano je 3.827 nezaposlenih osoba. U odnosu na kraj 2017., nezaposlenih je više za 4,8% ili 174 osobe, a na međugodišnjoj razini (siječanj 2018./siječanj 2017.), nezaposlenih je manje za 14,1% ili 630 osoba. Od 217 osoba koje su zaposlene, 159 je zaposleno na području Područnog ureda Požega od čega je 20 osoba na području građevinarstva, odnosno 10,1%. Zasižno se može reći da je velikog utjecaja imala i tvrtka Projekt građenje koja u svom djelovanju ima ukupno 150 zaposlenih, te je u prethodnoj godini zaposlila 20 novih osoba.

Sljedeći čimbenik ekonomskog okruženja je dohodak. Tvrtka je ostvarila dohodak u 2016. godini 2.839.886 kuna, dok uspoređujući ukupni dohodak Požeško-slavonske županije za 2016. godinu on iznosi 3.620.614.941 kuna čime je vidljivo da je Promet građenje zasižno u vrhu ljestvice poduzeća koji utječe na ukupni dohodak županije.

Osim toga, ono što je sastavan dio ekonomskog okruženja je plaća, odnosno prosječna plaća koju isplaćuje poslodavac. Tako, u prethodnoj cjelini vidljivo je da ona iznosi 3.878 kuna, dok je u poduzeću riječ o 4.200 kuna čime se nalazi iznad prosjeka u Požeško-slavonskoj županiji.

Ono što poduzeće nudi svojim kupcima je mogućnost otplate na rate, popust na gotovinsko plaćanje, te mogućnost dogovora oko načina plaćanja.

Osnivaču poduzeća nije u cilju veća zarada, već u prvom redu zadovoljavanje želja i potreba ljudi u okruženju u kojem posluje. Osim toga, svojim zaposlenicima pružaju mogućnost napredovanja i dodatne izobrazbe.

6.3. Sociološko okruženje

Poduzeće pruža usluge u skladu sa životnim standardom ljudi i po pristupačnim cijenama. Upravo zbog pristupačnih cijena i prilagođenih uvjeta plaćanja, pokazuje se interes za odabir upravo tog poduzeća. Svake godine, poduzeće postiže sve veći broj kupaca proizvoda i usluga zbog svog širokog asortimana. Također, uvjeti plaćanja, isporuke, ali i cijeli proces kupnje prilagođen je željama i zahtjevima što je bitno jer je od iznimne važnosti za uspješno poslovanje.

Poduzeće u svom budžetu ima i dio opredijeljen za marketinške aktivnosti koji se godišnje utroši kvalitetno i maksimalno. Neke od marketinških aktivnosti koje se koristi su: sudjelovanje na raznim sajmovima, web stranica, oglašavanje putem radija, facebook stranica. jumbo plakati, dobivanje popusta tijekom određenih događaja, te izrada letaka i plakata.

Kako ovo poduzeće nudi široki spektar proizvoda i usluga visoke kvalitete pozitivno utječe na okolinu te su oni nužne za ovo, ali i šire područje djelovanja.

6.4. Tehnološko okruženje

Poduzeće obavlja djelatnost prijevoza robe čime se izvršila i razvila tehnička i tehnološka prilagodba najnovijim zahtjevima tuzemnog prometa. Vršiti se prijevoz rasutih tereta poput pijeska, kamena, cementa, paletizirane robe, vapna, radnih strojeva, te svih ostalih tereta

po potrebi. Vozila su često na terenu diljem regija, te je po znatno povoljnijim cijenama moguće dogovoriti usputni prijevoz.

Odjel trgovine sadrži maloprodaju i veleprodaju građevinskog materijala, PVC i ALU stolarije, stakla i IZO stakla, elektro materijala, vodovodno-kanalizacijskog materijala, betona, asfalta te autodijelova. Osim prodaje vrše se i sve ugradbene i instalerske radnje za kanalizaciju, vodovod, grijanje i plin. Osim toga, obavljaju se radovi strojnog bušenja od 50 do 250 mm, solarne instalacije, odštopavanje kanalizacije, razne vrste čeličnih krovnih otpata, postavljanje građevinske limarije, te sve vrste strojarskih instalacija.

Sljedeći odjel je odjel proizvodnje i ugradnje PVC, ALU i drvene stolarije. Riječ je o PVC ulaznim vratima, harmo vratima, PVC prozorima i balkonskim vratima, zimskim vrtovima, roletama i kliznim stijenama.

Osim toga, u svom širok djelokrugu ima i mehaničku radionicu koja obuhvaća:

- servisiranje, održavanje i popravak svih vrsta osobnih, teretnih vozila i radnih strojeva
- nabava i prodaja rezervnih dijelova za osobnog i teretnog programa te radnih strojeva
- prodaja ulja, guma, akumulatora, alata, antifrizi, alata i vijčane robe
- izrada hridauličnih i ostalih vrsta crijeva po uzorku
- autopraonica za gospodarska i osobna vozila
- usluge tokarenja
- usluge autolimarske radionice
- usluge vulkanizerske radionice.

U svom sastavu imaju i asfaltnu bazu. Asfaltna baza smještena je kraj Požege, u Velikoj. Ta proizvodna linija služi za proizvodnju za nekoliko desetaka vrsta asfaltne maseza koju postoji stalna kontrola kvalitete i za koju postoji certificirana receptura. Uz plasiranje proizvedenog asfalta nudi se i usluga ugradnje kao gotov proizvod, iako postoji mogućnost da se samo manji dio prodaje kao materijal koji kupac može sam ugraditi. Uz to, nude se i usluge asfaltiranja svih prometnih površina od teških do lakih opterećenja prometnica, lokalnih i državnih cesta, biciklističkih i pješačkih staza, parkinga, te sve vrste parkova, igrališta, te ostalih prometnica, asfaltiranje škola, bolnica, pristupnih poslovnih dvorišta tvornica i ostalih objekata, poslovnih zona privatnih korisnika i manjih dvorišta.

Sljedeći dio tvrtke je betonara koja se nalazi unutar poslovnog kruga i čiji je proizvođač talijanska tvrtka SYMEM. U mogućnosti je isporuka 30 kubnih metara betona na sat s kapacitetom miješalice od jednog kubnog metra. Proizvedenim betonom opskrbljuju se mnoge

srednje i male građevinske tvrtke te građani. Osim toga, u posjedu imaju vozni park od četiri mikser kamiona i pumpe, te postoji mogućnost dovoza betona na željenu lokaciju.

U blizini betonare, u armiračnici vrši se proizvodnja potpornika, tregera te razne kupcima prilagođene proizvode armature, ali i rad na terenu. Osim toga obavlja se:

- proizvodnja betonskih elemenata prema potrebama investitora,
- sječenje, motanje i vezanje svih vrsta građevinskih armatura,
- proizvodnja betonskih poklopaca za okna,
- proizvodnja betonskih sendvič zidova, betonskih ploča,
- proizvodnja betonskih potpornih zidova,
- proizvodnja vodomjernih i kanalizacijskih okna.

Poduzeće djeluje na više različitih lokacija koje su opremljeni opremom koja je neophodna za rad. Ali izuzev toga, jedan od važnijih čimbenika koji utječu na uspješnost poslovanja je komunikacija između zainteresiranih osoba i zaposlenika, poslovanje putem interneta koji ne neophodan dio marketinške aktivnosti, te sve ostale potrebne usluge koje su nužne za poslovanje. Kako je internet postao sastavni dio svakog čovjeka, tako postoji i potreba da sve informacije budu dostupne u vrlo kratkom vremenu, te postoji mogućnost kontaktiranja putem web stranice, e-maila s voditeljima određenih odjela, ili putem Facebook stranice.

Promet građenje d.o.o. je tvrtka na području Požege i zbog svoje raširene djelatnosti učvršćuje svoju konkurentsku poziciju na tržištu. Poduzeće posjeduje svu potrebnu mehanizaciju, kako za visokogradnju tako i za niskogradnju, a najveća vrijednost je u stručnim i odgovornim ljudima.

6.5. Zaključak analize

Poslovanjem navedenog poduzeća može se zaključiti da je prednost ovakvog poduzeća široki spektar djelatnosti čime se omogućuje kupcu da obavi sve na jednom mjestu, od kupnje proizvoda, do isporuke proizvoda i vršenje same usluge. Proizvodi i usluge koje poduzeće pruža su tražene od fizičkih, ali isto tako i od strane pravnih osoba.

Ono što se može smatrati preprekama u poslovanju poduzeća svakako se mogu smatrati parafiskalni nameti koji su preveliki. Osim toga, potreban je Zakon koji je potreban za regulaciju svega onoga što je uključeno prilikom obavljanja različitih djelatnosti. Dakako, preveliki porezi su ono što muče svakog vlasnika poduzeća, pa tako i našeg, te se iskazuje želja za smanjivanjem čime bi se unaprijedilo poslovanje.

Naposljetku, provedena analiza dovodi do zaključka da je okruženje u kojem poduzeće djeluje stimulirajuće, te na određene promjene i utjecaje iz poduzetničkog okruženja reagira prilagodbom kako bi poslovanje i dalje bilo uspješno.

7. ZAKLJUČAK

Na završetku ovog rada može se donijeti zaključak da su potrebne određene konstruktivne promjene kako bi se poduzetnicima omogućio pristupačniji pristup izvorima financiranja za početak i razvoj poslovanja čime bi se omogućilo poboljšanje u području poduzetničkog okruženja.

Ono što je svakako velika zapreka i nedostatak u poduzetničkom djelovanju, Zakoni koji se u Republici Hrvatskoj donose na brzinu i s kratkoročnim djelovanjem čime se narušava uspješno poslovanje poduzeća. Ono na što bi trebalo poraditi je donošenje Zakona koji bi imali dugoročni utjecaj, i učiniti da ne predstavljaju problem poduzetnicima i poduzećima onako kako to dosadašnja praksa čini. Osim toga većim uključivanjem institucija koje potiču poduzetništvu učinile bi veliki korak u ukupnom poduzetništvu Hrvatske.

Također, ono na što je potrebno napraviti osvrt su izvori financiranja koji su u najvećoj mjeri krediti, a skoro ili nikako se koriste izvori financiranja kao što su venture fondovi i poslovni anđeli koji se smatraju boljom alternativom za cjelokupno poslovanje.

Također može se zaključiti i da broj poduzetnika Požeško-slavonske županije raste prema navedenim izvješćima i tablicama, a razlog tomu se sigurno ogleda kroz razvoj poduzetničke strukture u posljednjih nekoliko godina. Poduzetnički inkubatori na teritoriju Pakraca i Pleternice potaknuli su rast poduzetnika, a samim time i rast zaposlenih.

Provedena PEST analiza poduzeća „Promet građenje“ d.o.o. pokazuje da je prednost ovakvog poduzeća široki spektar djelatnosti čime se omogućuje kupcu da obavi sve na jednom mjestu. Parafiskalni nameti koji su preveliki, zasigurno može se smatrati velikom preprekom u poslovanju poduzeća. Naposljetku, provedena analiza pokazuje da je okruženje u kojem poduzeće djeluje stimulirajuće, te na određene promjene i utjecaje iz poduzetničkog okruženja reagira prilagodbom kako bi poslovanje i dalje bilo uspješno.

8. LITERATURA

Knjige:

1. Bolfek, B., Sigurnjak, L. (2011) *Poduzetništvo*. Veleučilište u Slavonskom Brodu: Slavonski Brod
2. Grgić M., Bilas F., Franc S. (2010) *Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji*. Sinergija: Zagreb
3. Lončar J. (2008) *Industrijske, slobodne i poslovne zone – pojam, značenje i faktori lokacije*. Geoadria: Zagreb
4. Kuvačić, N. (2005) *Poduzetnička biblija*. Beretin: Split
5. Škrtić, M., Mikić M. (2011) *Poduzetništvo* Sinergija-nakladništvo d.o.o.: Zagreb
6. Vujić, V. (2010) *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima* Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Zakoni:

1. Zakon o unapređenju poduzetničke strukture. (NN 93/2013, 114/13)
2. Naputak za izradu i način korištenja Jedinstvenog registra poduzetničke infrastrukture. (NN 123/2013).

Članci na mrežnim stranicama:

1. Buković D. (2016) *400 najvećih hrvatskih gospodarstava 2016*. Privredni vjesnik, 3991, str. 188.-197. URL: <https://issuu.com/nestar/docs/400naj2016> [pristup: 19.03.2018.]
2. Horvatin T. (2013) *Factoring – kako nelikvidnu aktivu tvrtke pretvoriti u likvidnu*. Ekonomski portal. URL: www.ekonomskiportal.com/factoring-iz-nelikvidnosti-u-likvidnost [pristup: 06.02.2018.]
3. Šostar M. (2016.) *Poduzetnički inkubator u Požegi*. Glas Slavonije. URL: : www.glas-slavonije.hr/vijest.aspx?id=348379 [pristup: 06.02.2018.]

Internetski izvori:

1. Državni zavod za statistiku. URL: <https://www.dzs.hr/> [pristup: 06.02.2018.]
2. Europski strukturni i investicijski fondovi. URL: <http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi> [pristup: 06.02.2018.]
3. Fina. URL: <http://www.fina.hr/Default.aspx?sec=1279> [pristup:06.02.2018.]
4. Kutjevački vinari. URL: <http://www.kutjevacki-vinari.hr/udruga> [pristup: 19.03.2018.]
5. Lira. URL: <http://liralipik.com/sadrzaj/3/o-nama.html> [pristup: 05.04.2018.]
6. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. URL: <http://reg.mingo.hr/pi/public/> [pristup:02.03.2016.]
7. Ministarstvo poduzetništva i obrta. URL: <https://poduzetnistvo.gov.hr> [pristup: 19.03.2018.]
8. Ministarstvo poduzetništva i obrta. URL: <https://poduzetnistvo.gov.hr/arhiva/stranice/poduzetnicke-potporne-institucije/148> [pristup: 05.04.2018.]
9. Panorama. URL: <http://www.panora.hr/o-nama> [pristup: 06.02.2018.]
10. Panorama. URL: <http://www.panora.hr/zupanijska-razvojna-strategija> [pristup: 05.04.2018.]
11. Spin Valis. URL: <http://www.spinvalis.hr/o-nama/> [pristup: 05.04.2018.]
12. Središnji državni portal. URL: <https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842> [pristup: 06.03.2018.]

9. POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SHEMA

Popis tablica:

Tablica 1: Izvori financiranja poduzetničkih pothvata

Tablica 2. Financijski rezultati poslovanja Požeško-slavonske županije u 2016. g.

Tablica 3. Top poduzeća u Požeško-slavonskoj županiji u 2016. g.

Tablica 4. Financijski rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u gradu Požegi u 2015. g.

Popis grafikona:

Grafikon 1. BDP po glavi stanovnika u 2016. g.

Grafikon 2. Ukupni prihodi i rashodi poduzetnika grada Požege od 2010. do 2015. godine

Grafikon 3. Prosječna neto plaća po zaposlenom u gradu Požegi, Požeško-slavonskoj županiji, i Republici Hrvatskoj u 2015. godini

Popis shema:

Shema 1: Poduzetnička infrastruktura

IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, **Tomislav Ećimović**, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom **Poduzetničko okruženje u Požeško-slavonskoj županiji** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, dan. 10.4.2018.

Tomislav Ećimović
