

Gospodarstvo u interesu malih i srednjih poduzeća

Đula, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:189189>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**GOSPODARSTVO U INTERESU MALIH I SREDNJIH
PODUZEĆA**

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Lana Kordić

Student:

Josip Đula

Split, rujan 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Josip Đula,

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 2023. godine

Vlastoručni potpis:



SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
1.1 Definicija problema.....	1
1.2 Ciljevi problema.....	1
1.3 Metode rada.....	1
1.4 Struktura rada	1
2. TEORIJSKE ODREDNICE MALIH I SREDJIH PODUZEĆA.....	2
2.1 Kategorizacija poduzeća prema veličini.....	2
2.2 Struktura poduzeća prema veličini.....	4
2.3 Važnost malih i srednjih poduzeća za stabilnost i razvoj ekonomije.....	5
2.4 Financiranje malih i srednjih poduzeća.....	6
3. UTJECAJ EKONOMSKIH PROMJENA NA MALA I SREDNJA PODUZEĆA.....	8
3.1 Učinci ekonomske ekspanzije i recesije na mala i srednja poduzeća.....	8
3.1.1 Učinak ekonomskih promjena na potražnju za proizvodima.....	8
3.1.2 Učinak ekonomskih promjena na promjene u pristupu kapitalu.....	11
3.1.3 Učinak ekonomskih promjena na promjene u poslovnim prilikama.....	13
3.1.4 Učinak ekonomskih promjena na promjene u nabavi sirovina i ostalim troškovima poslovanja.....	14
3.1.5 Učinak ekonomskih promjena na državne potpore, subvencije i ostale oblike državne pomoći.....	16
3.1.6 Učinak ekonomskih promjena na promjene poslovnih prilika na internacionalnom Tržištu.....	18
4. UTJECAJ STABILNOSTI MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA NA STABILNOST GOSPODARSTVA	23
4.1 Faktori utjecaja malih i srednjih poduzeća na cjelokupno gospodarstvo.....	23
4.2 Utjecaj razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća na regionalni razvoj.....	24
5. ZAKLJUČAK.....	25

6. LITERATURA.....	26
7. SAŽETAK.....	28
8. SUMMARY.....	29
9. PRILOZI.....	30

1. UVOD

1.1 Definicija problema

U ovom istraživanju bavimo se jednim ključnim pitanjem: kako promjene u kretanju i strukturi nacionalnog gospodarstva unutar Europske unije utječu na sudbinu malih i srednjih poduzeća? Mala i srednja poduzeća igraju izuzetno važnu ulogu u ekonomskom ekosustavu jer imaju snažan utjecaj na inovacije, zapošljavanje, ekonomsku raznolikost i razvoj različitih regija unutar zemalja članica. Međutim, ta poduzeća su isto tako vrlo osjetljiva na promjene u ekonomskim uvjetima, pri čemu osjetljivost varira ovisno o sektoru u kojem posluju, njihovoj financijskoj stabilnosti i njihovoj sposobnosti da se prilagode ekonomskim oscilacijama. Drugim riječima, istražujemo kako velika gospodarska kretanja, poput recesija ili ekonomske ekspanzije oblikuju sudbinu malih i srednjih poduzeća. Ovo pitanje je izuzetno relevantno jer razumijevanje toga utjecaja može pomoći u oblikovanju politika koje podržavaju održiv rast i razvoj.

1.2 Cilj rada

Osnovna svrha ovog rada jest istražiti utjecaj razvijenosti malih i srednjih poduzeća na razvijenost cjelokupnog gospodarstva, odnosno istražiti će se utjecaj malih i srednjih poduzeća na stopu inovativnosti, stopu zaposlenosti, ekonomsku diversifikaciju i na razvoj regionalnih područja. Također rad će istražiti osjetljivost malih i srednjih poduzeća na ekonomske cikluse preko: istraživanja utjecaja industrije u kojoj posluju na razvoj malih i srednjih poduzeća, preko utjecaja financijske stabilnosti na poslovanje malih i srednjih poduzeća, te preko njihove otpornosti i fleksibilnosti u slučaju promjena u gospodarskim kretanjama tržišta.

1.3 Metode rada

Metode koje su se koristile za izradu ovog rada su: analiza, sinteza, deskripcija, komparacija, kompilacija.

1.4 Struktura rada

Rad se sastoji od uvoda u kojem će se objasniti problem istraživanja, cilj rada i metode istraživanja, od teorijskih odrednica malih i srednjih poduzeća u kojem će se objasniti što su to mala i srednja poduzeća te zašto su predmet istraživanja. Nakon toga rad se osvrće na utjecaj gospodarskih ciklusa na razvijenost malih i srednjih poduzeća u kojem će se detaljno analizirati kako se mala i srednja poduzeća snalaze u razdobljima ekonomske ekspanzije i recesije te kako i koliko su mala i srednja poduzeća otporna na gospodarske cikluse. To će se analizirati preko utjecaja industrije u kojoj posluju, financijske stabilnosti i fleksibilnosti u slučaju promjena na tržištu. Nadalje, rad se bavi utjecajem razvijenosti malih i srednjih poduzeća na razvijenost cjelokupnog gospodarstva, to jest analizirat će se utjecaj malih i srednjih poduzeća na stabilnost stope inovativnosti, stope zaposlenosti, ekonomsku diversifikaciju poduzeća i na razvoj regionalnih dijelova. Nakon toga dolazi posljednji dio rada, a to je zaključak u kojem će se sažeto objasniti rezultat ovog istraživanja.

2. TEORIJSKE ODREDNICE MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA

2.1 Kategorizacija poduzeća prema veličini

Mala i srednja poduzeća su poslovne tvrtke koje su karakterizirane manjim brojem zaposlenika i manjim prihodom s obzirom na velika poduzeća što je definirano prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02; NN 121/16). Prema navedenom zakonu, da bi se poduzeće okarakteriziralo malim ili srednjim poduzećem (MSP), ono mora zadovoljiti sljedeće kriterije. Za mala poduzeća to su: broj zaposlenih osoba manji od 50, godišnji prihod do najviše 10 000 000 eura i dugoročnu imovinu manju od 10 000 000 eura. Ova skupina poduzeća ima i svoju podskupinu koja se zove mikro poduzeća, a njihove karakteristike su: broj zaposlenih do najviše 10 osoba, godišnji prihod do najviše 2 000 000 eura i dugoročna imovina do najviše 2 000 000 eura. Za srednja poduzeća brojke su veće, odnosno broj zaposlenih je do najviše 250 osoba, godišnji prihod ne prelazi iznos od 50 000 000 eura te dugoročna imovina iznosi najviše 43 000 000 eura. Svako poduzeće koje prelazi ove navedene granice nalazi se u skupini velikih poduzeća.

Bitno je naglasiti da ukoliko neko poduzeće prelazi barem dva od tri kriterija, da može prijeći u sljedeću kategoriju, s uvjetom da barem jedan od ta dva kriterija bude broj zaposlenih.

Tablica 1. Definiranje veličine poduzeća.

Tip poduzeća	Broj zaposlenih osoba	Godišnji prihod u milijunima eura	Aktiva u milijunima eura
Mikro	Manje od 10	Manje od 2	Manje od 2
Mala	Manje od 50	Manje od 10	Manje od 10
Srednja	Manje od 250	Manje od 50	Manje od 43
Velika	Više od 250	Više od 50	Više od 43

Izvor: Hrvatska gospodarska komora: Vodič za definiciju malog i srednjeg poduzeća.

2.2 Struktura poduzeća prema veličini u RH

U Republici Hrvatskoj postoji 172 696 poduzeća, a udio malih poduzeća čini čak 94.7% od ukupnog broja, dok srednja poduzeća imaju udio 4.6%, a najmanji udio od 0.3% imaju velika poduzeća. (FINA, 2021).

Iz ovih brojki vidi se dominacija malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj, međutim treba uzeti u obzir i druge faktore, npr. kada se radi o ukupnom prihodu u Republici Hrvatskoj brojke izgledaju malo drukčije. U Republici Hrvatskoj u 2020. godini mala i srednja poduzeća generirala su ukupan prihod u iznosu od oko 19 800 000 000 eura, što predstavlja 48,1% ukupnog prihoda svih poduzeća u Republici Hrvatskoj dok su velika poduzeća generirala prihod od oko 21 300 000 000 eura što predstavlja 51.9% ukupnog prihoda Republike Hrvatske (FINA, 2021). Ovi podatci ukazuju na značajnu ulogu koju mala i srednja poduzeća imaju za ukupan prihod u hrvatskom gospodarstvu.

Tablica 2. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2019. do 2020.

Veličina poduzeća	2019. Apsolutni iznos	2019. Udio u ukupnom iznosu (%)	2020. Apsolutni iznos	2020. Udio u ukupnom iznosu (%)
Mikro	122403	90,07	124348	89,7
Mala	11962	8,8	12638	9,12
Srednja	1525	1,12	1632	1,18
Velika	370	0,3	391	0,3

Izvor: FINA (2021). Analiza financijskih rezultata poduzetnika RH 2016. – 2020. godine

Kada se radi o broju zaposlenih prema Izvješću o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj (Cepor, 2021) u 2020. godini u malim i mikro poduzećima je 461 684 zaposlenih, srednja poduzeća imaju 189 936 zaposlenih i velika poduzeća imaju 330 197 zaposlenih. Ovi podatci nam ponovno ilustriraju

važnost razvoja malih i srednjih poduzeća koja sve skupa zapošljavaju 66,37% sveukupne radne snage Republike Hrvatske.

2.3 Važnost malih i srednjih poduzeća za stabilnost i razvoj ekonomije

Kao što je prikazano iz prethodnih podataka, mala i srednja poduzeća čine velik dio gospodarstva te oni predstavljaju okosnicu gospodarske stabilnosti neke države stoga je logično zaključiti da postoji velika korelacija između razvijenosti gospodarstva i razvijenosti malih i srednjih poduzeća (Učkar i Grgić, 2016). Faktori preko kojih vidimo utjecaj malih i srednjih poduzeća na gospodarstvo su brojni, a kao najvažnije istaknut će se: zaposlenost, inovativnost, ekonomska otpornost na utjecaj monopola, lokalna i regionalna razvijenost te ravnomjerna raspodjela razvijenosti po regijama. U posljednje vrijeme sve je vidljiviji utjecaj malih i srednjih poduzeća na rast izvoznog potencijala (Izvozni portal o hrvatskom izvozu, 2022).

Mala i srednja poduzeća su ključni pokretači zaposlenja, a budući da su radno intenzivna ona mogu puno brže i fleksibilnije povećavati broj zaposlenika u odnosu na velika poduzeća. Stvaranje novih radnih mjesta je preduvjet za razvijanje gospodarstva, ali i za pružanje prilika za zapošljavanje lokalne radne snage što je preduvjet za ravnomjeran rast regionalnih dijelova (Lukačević, 2022).

Kao i kod zaposlenosti, mala i srednja poduzeća brže doprinose rastu inovativnosti nego velika poduzeća, npr. mala poduzeća kreiraju četiri puta više inovacija po dolaru koji je uložen nego velika poduzeća, a to je zato što su mala i srednja poduzeća puno agilnija i fleksibilnija od velikih poduzeća što dovodi do bržeg eksperimentiranja, razvijanja novih ideja i implementiranja istih (Scarborough i Zimmerer, 2000). Mala i srednja poduzeća također imaju veću povezanost s kupcima i tržištem, a to dovodi do boljeg uvida u potrebe i preferencije kupaca (Scarborough i Zimmerer, 2000). Bliskost između MSP-ova i kupaca dovodi do bržeg identificiranja novih prilika i pronalaženja nedostataka na tržištu koji će se riješiti novim inovativnijim idejama (Benlamri i Sparer, 2015). Još jedan bitan faktor su i motivacija poduzetnika, takozvana poduzetnička kultura, koja promiče inovacije zbog velike razine motivacije, kreativnosti i spremnosti na rizik, a ova tri faktora su glavni pokretači novih inovacija (Scarborough i Zimmerer, 2000). Mala i srednja poduzeća pružaju zdravu konkurenciju velikim poduzećima te svojom brzom prilagodbom na tržišne promjene potiču velika poduzeća na

osiguranje veće kvalitete proizvoda i usluga te poboljšavaju stopu inovativnosti i svoje modele poslovanja.

MSP-ovi doprinose diversifikaciji tržišta jer obično djeluju u specifičnim nišama ili sektorima, a njihova prisutnost razbija koncentraciju moći i sprječava monopolističko ponašanje velikih korporacija jer MSP-ovi nude različite proizvode, usluge i alternative na tržištu, pružajući potrošačima veći izbor i potičući konkurenciju (Cusmano, 2018).

Kada gledamo utjecaj MSP-ova na razvoj regija, oni se smatraju pokretačem regionalnog razvoja jer stvaraju nove poslovne prilike, privlače investicije i potiču razvoj infrastrukture zbog toga što poduzetnici često imaju lokalno znanje i mreže koje mogu iskoristiti za poticanje rasta i razvoja regije (Benlamri i Sparer, 2015).

Važno je naglasiti da je podrška MSP-ovima ključna kako bi ostvarili svoj puni potencijal u razvoju regija. Potrebno je osigurati pristup financiranju, poslovnim uslugama, obrazovanju, mentorstvu i drugim resursima koji su potrebni za uspješno poslovanje i rast MSP-ova.

2.4 Financiranje malih i srednjih poduzeća

Financiranje malih i srednjih poduzeća često predstavlja izazov zbog različitih problema s kojim se susreću, a neki od uobičajenih problema koji će nadalje biti pojašnjeni su: nedostatak pristupa tradicionalnom bankovnom financiranju, nedostatak kapitala za početak ili širenje poslovanja, visoke kamatne stope i troškovi financiranja, nedostatak informacija o alternativnim izvorima financiranja i nedostatak poslovnih vještina i financijske pismenosti (Knežević, 2018).

1. Nedostatak pristupa tradicionalnom bankovnom financiranju se ogleda u visokim zahtjevima za osiguranje koji u ranim fazama razvoja nisu dostupni MSP-ovima. Osim toga, dugotrajni administrativni postupci i prijave mogu otežati pristup bankovnom financiranju. Republika Hrvatska zaostaje za prosjekom EU, kada se gleda ocjena kvalitete pristupa financijskim sredstvima Republika Hrvatska se nalazi u skupini najlošijih zemalja EU (Singer, 2023).

2. Nedostatak kapitala za početak ili širenje poslovanja također predstavlja zapreku u razvoju novih poslovanja. Investitori su često oprezni s ulaganjem u mala poduzeća zbog velikog rizika i manje predvidljive dobiti. Kao i u prethodnom, Republika Hrvatska zaostaje u količini dostupnih izvora financiranja za poduzetnike u ranoj fazi pokretanja i rasta (Europska Komisija, 2023).

3. Visoke kamatne stope i troškovi financiranja predstavljaju još jedan problem prilikom izgradnje novih poslovanja jer oni povećavaju ukupne troškove te na taj način smanjuju profitabilnost MSP-ova i otežavaju povrat kredita (Knežević, 2018).

4. Nedostatak informacija o alternativnim izvorima financiranja predstavlja problem u kojem MSP-ovi nisu svjesni alternativnih pristupa financiranju koji mogu biti: leasing, factoring, potpore vlade, fondovi rizičnog kapitala, crowdfunding, subvencije i drugi oblici financiranja.

5. Nedostatak poslovnih vještina i financijske pismenosti može predstavljati prepreku za MSP-ove prilikom traženja financiranja. Mnogi vlasnici MSP-ova nemaju dovoljno znanja o financijskom upravljanju, izradi poslovnih planova i analizi rizika što može smanjiti njihove izgleda za uspješno prikupljanje sredstava (Krišto, 2011).

Kada se promatra financiranje malih i srednjih poduzeća, ona su u inferiornom položaju u odnosu na velika poduzeća, a kao rješenje ovog problema nameće se razvijanje snažnog poslovnog plana i dodatno obrazovanje u smjeru osnaživanja financijske pismenosti (Krišto, 2011).

3. UTJECAJ EKONOMSKIH PROMJENA NA STABILNOST PODUZEĆA

3.1 Učinci ekonomske ekspanzije i recesije na mala i srednja poduzeća

Ekonomске promjene na tržištu mogu imati pozitivne i negativne utjecaje na mala i srednja poduzeća, a učinci tih promjena na mala i srednja poduzeća variraju s obzirom na faktore poput industrije u kojoj poduzeće posluje, tržišne dinamike konkurencije, geografske lokacije poduzeća te otpornosti i prilagodljivosti svakog pojedinog MSP-a na ekonomske promjene (Hatten, 2012). U ovom radu obraditi će se svaka promjena koja se može dogoditi prilikom ekonomske ekspanzije i ekonomske recesije, a one mogu biti (Hatten, 2012):

1. Povećanje ili smanjenje potražnje za proizvodima
2. Povećanje ili smanjenje pristupa kapitalu
3. Povećanje ili smanjenje poslovnih prilika
4. Povećanje ili smanjenje temeljnih sirovina i ostalih troškova poslovanja
5. Povećanje ili smanjenje državnih potpora, subvencija i ostalih oblika državne pomoći
6. Povećanje ili smanjenje ekonomskih prilika na internacionalnom tržištu

Svaka od ovih promjena oblikuje budućnost i razvijenost MSP-ova, a njihov detaljan utjecaj će biti vidljiv u sljedećim poglavljima.

3.1.1 Učinak ekonomskih promjena na promjene u potražnji za proizvodima

Ekonomске promjene imaju značajan utjecaj na količinu potražnje za svim vrstama proizvoda, a to se ogleda kroz utjecaj ekonomske ekspanzije i recesije na više aspekata koji su: povećana/smanjena potrošnja, povećane/smanjene investicije u proizvodnju, povećanje/smanjenje stope nezaposlenosti, promjene vezane uz osjetljivost potrošača na cijene proizvoda te promjene potrošačkih preferencija za kvalitetom proizvoda (Hatten, 2012). Bitno je napomenuti da nije svaka ekonomska ekspanzija i recesija ista, one imaju slične karakteristike,

međutim mogu postojati varijacije unutar svih ovih aspekata što znači da ekonomska ekspanzija neće imati isti utjecaj na porast prodaje nafte i naftnih prerađevina u odnosu na porast prodaje proizvoda svinjskog podrijetla. Odnosno, bitno je naglasiti je li proizvod spada u skupinu normalnih dobara (dobra za koja se očekuje da će rast dohotka dovesti do rasta potražnje za dobrom) ili inferiorna dobra (dobra za koja se očekuje da će rast dohotka dovesti do pada potražnje za dobrom) (Newbert, 2015). Također, bitan je sektor te specifičnosti svake zemlje ili regije uz koju je povezan taj proizvod.

Dakle, vezano za promjene u povećanju ili smanjenju potrošnje, logika je jednostavna. Ekonomska ekspanzija uzrokuje rast potrošnje, dok ekonomsko usporavanje dovodi do stagnacije ili pada potrošnje. Razlozi za to su što ekonomska ekspanzija dovodi do povećanja ukupnih prihoda u gospodarstvu, a time i ukupnih prihoda po stanovniku, to jest potrošaču. U ovakvoj situaciji potrošači s većim prihodima povećavaju svoju potrošnju na većinu proizvoda. Povećana potrošnja potiče rast proizvodnje te time utječe pozitivno na rast proizvodnje proizvoda da bi se zadovoljila nova potrošnja, odnosno povećanje potražnje (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Što se tiče situacije ekonomske recesije, logika ostaje ista, samo u obrnutome smjeru. Ovdje je bitno napomenuti da u situaciji ekonomske recesije dolazi do smanjenja potražnje za kvalitetnijim proizvodima, međutim ekonomska recesija može dovesti do povećanja prodaje proizvoda, ali onih jeftinijih, odnosno inferiornih dobara. To se događa zbog smanjenja ukupnih prihoda pa potrošači s manjim prihodima kupuju jeftinije, odnosno manje kvalitetne proizvode, npr. već spomenuto svinjsko meso (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Naravno to sa sobom povlači i situaciju u kojoj prilikom ekonomske ekspanzije može doći do pada potražnje za manje kvalitetnim proizvodima.

Što se tiče promjena vezanih uz investicije, situacija je sljedeća. Prilikom ekonomske ekspanzije tvrtke su zbog veće potražnje, koja je već objašnjena, motivirane na ulaganje u nove projekte vezane za proizvodnju, u povećanje kapaciteta proizvodnje i širenje svojih poslovanja. Ovo dalje dovodi do povećane potražnje za sirovinama, poluproizvodima, opremom i strojevima koji su povezani sa proizvodnjom te svim ostalim proizvodima koji su potrebni za proširenje proizvodnje (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Povećanje investiranja također dovodi i do rasta u drugim sektorima, a najvidljiviji primjer je sektor građevinarstva, jer da bi se obavilo bilo kakvo unapređenje proizvodnje potreban je sektor građevinarstva. Naravno, kao i u prethodnoj analizi, utjecaj ekonomske recesije na investicije je obrnut u odnosu na ekonomsku ekspanziju. Ekonomska

recesija dovodi do smanjenja budžeta za investiranje i proširenje što utječe na pad potražnje za proizvodima i uslugama vezanim s povećanjem proizvodnje (Newbert, 2015).

Stopa nezaposlenosti je također vrlo ovisna o tome je li u gospodarstvu situacija ekspanzije ili recesije. U vrijeme ekspanzije i povećanja potrošnje, proizvodnje, investicija i ostaloga, logičan slijed događaja je da dolazi do pojave novih radnih mjesta te time povećanja potražnje za radnicima što dovodi do smanjenja stope nezaposlenosti, koja nadalje preko spirale nadnica utječe pozitivno na rast realnih plaća te s tim novim stabilnim izvorom prihoda radnika, odnosno potrošača, povećava se njihova sposobnost za potrošnju što dovodi do već spomenutog porasta potražnje za širokim rasponom proizvoda (Ćorić i Malešević Perović, 2013). U situaciji recesije postoji obrnuti učinak. Smanjenje već navedenih čimbenika koji su povezani sa stopom nezaposlenosti dovodi do smanjenja potražnje, a time i količine prodanih proizvoda.

Promjene potrošačkih preferencija vezane za cijenu i količinu su još jedan čimbenik koji utječe na ukupnu prodaju i proizvodnju proizvoda. Naime, u situaciji ekonomske recesije, potrošači postaju osjetljiviji na cijene proizvoda te traže povoljnije opcije i proizvode koji pružaju veću vrijednost za novac (Newbert, 2015). Sama činjenica da potrošači imaju manje novca je indikator budućeg smanjenja ukupne prodaje proizvoda.

Dakle, može se zaključiti da u globalu ekonomska ekspanzija dovodi do povećanja potražnje i prodaje proizvoda, a ekonomska recesija do smanjenja potražnje i prodaje proizvoda. Stoga da bi MSE-ovi pravilno reagirali na ove promjene u potražnji za proizvodima imaju nekoliko opcija (Maurya, 2016):

1. Povećanje efikasnosti proizvodnje – minimizirati sve troškove povezane s dopremanjem proizvoda do kupca što mogu biti bilo koji troškovi proizvodnje, distribucije i prodaje proizvoda kupcu, npr. automatizacija procesa proizvodnje ili optimizacije procesa opskrbe.
2. Diversifikacija proizvoda – povećanje asortimana proizvoda može pomoći malim i srednjim poduzećima da dosegnu nove segmente tržišta i tako stvore dodatne prihode. Povećanje asortimana proizvoda da bi se smanjio rizik smanjenja prodaje što se odnosi na povećanje količine inferiornih dobara u situaciji recesije te smanjenje količine inferiornih dobara u situaciji

ekspanzije (Singer, 2023). Oba koraka dovode do smanjenja ovisnosti o pojedinim proizvodima te se tako smanjuje ukupni rizik smanjenja prodaje.

3. Suradnja s partnerima – u situaciji recesije, ali i ekspanzije poduzeća se mogu udružiti sa svojim partnerima da bi smanjila ukupne troškove i pokušala se probiti do novih tržišta.
4. Analizirati financijsku situaciju poduzeća – svako poduzeće pa tako mala i srednja poduzeća uvijek imaju prostora za smanjiti troškove. Naravno, smanjenje troškova u nedogled će dovesti do smanjenja zadovoljstva kupaca, stoga bitno je naglasiti da u situaciji recesije poduzeća moraju paziti da ne pretjeraju sa smanjenjem troškova te da se fokusiraju samo na ukidanje nepotrebnih troškova. Da bi poduzeće znalo raščlaniti nepotrebne i potrebne troškove, bitno je da kvalitetno analizira svoje financijske izvještaje i situaciju (Ćurak, 1996).

Postoji još mnogo strategija povećanja efikasnosti proizvodnje i maksimiziranja prodaje, ali prethodno navedene naglašavaju se kao najbitnije. Još neke moguće strategije su: diversifikacija tržišta, povećanje percepcije o željama kupaca i odnosu prema kupcima te diferencijacija (razlučivanje poduzeća od konkurenata).

3.1.2. Učinak ekonomskih promjena na promjene u pristupu kapitalu

Kao i u slučaju utjecaja ekonomskih ekspanzija i recesija na proizvodnju, ponavlja se slična situacija, a to je da ekonomske promjene značajno utječu na pristup kapitalu od strane malih i srednjih poduzeća dok ekonomske promjene utječu na pristup kapitalu preko sljedećih faktora: kamatna stopa, dostupnost kreditiranja i povjerenje investitora (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Što se tiče kamatne stope ona u većini slučajeva u ekonomskoj ekspanziji pada te tako potiče potrošnju i investicije. Kada je ekonomska recesija kamatne stope u većini slučajeva rastu, najčešće zbog povećane opreznosti banaka. Faktor dostupnosti kreditiranja se kreće dosta slično kao i kamatna stopa. U slučaju ekonomske ekspanzije, dostupnost kredita je veća, jer su banke potaknute dobrom situacijom na tržištu te daju veću količinu kredita nego u slučaju ekonomske recesije (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Treći faktor, investitorovo povjerenje se također kreće kao dva prethodna. U slučaju ekonomske ekspanzije dolazi do većeg povjerenja investitora te je količina investicija od strane investitora veća, ponajviše zbog manjeg rizika nego u slučaju ekonomske recesije (Hatten, 2012).

Također, bitno je napomenuti da ekonomska recesija može potaknuti mala i srednja poduzeća na traženje alternativnih izvora financiranja što znači da se mala i srednja poduzeća mogu okrenuti izvorima financiranja poput: crowdfundinga, venture kapital fondovima, sredstvima koje država daje u svrhu poticanja gospodarstva u recesiji, anđeoskim investitorima (pojedinci koji imaju velike količine novca, te su spremni uložiti u mala i mikro poduzeća) i drugim sličnim oblicima financiranja (Maurya, 2016). Međutim, količina ovih izvora financiranja će biti manja u situaciji ekonomske recesije, nego u situaciji ekonomske ekspanzije, stoga i ovi izvori financiranja ne predstavljaju sigurno rješenje u pronalasku kapitala u situaciji ekonomske recesije.

Stoga, utjecaj na mala i srednja poduzeća prilikom pronalaska izvora financiranja u situaciji ekonomske ekspanzije i recesije se odvija preko sljedećih faktora (Ćorić i Malešević Perović, 2013):

1. Kamatna stopa – već smo zaključili da kamatne stope u većini slučajeva padaju kada je situacija ekonomske ekspanzije te da rastu u situaciji ekonomske recesije. To se ponajviše događa zbog toga što centralna banka i financijske institucije žele potaknuti investicije i rast gospodarstva. Smanjenje kamatnih stopa čini kredite jeftinijima te potiče poduzeća na uzimanje zajmova i financiranje novih projekata te širenje postojećih. Stoga, može se zaključiti da mala i srednja poduzeća u slučaju ekonomske ekspanzije imaju više opcija financiranja te su te opcije jeftinije, dok se s druge strane u slučaju ekonomske recesije ti izbori financiranja smanjuju te su skuplji.
2. Investitorovo povjerenje – također bitan faktor pristupu kapitalu. Tijekom ekonomske ekspanzije pozitivni gospodarski pokazatelji poput: rasta BDP-a, povećanja potrošnje i smanjenja nezaposlenosti stvaraju optimizam na tržištima što znači da su investitori spremniji ulagati u nove projekte i mikro poduzeća (Blank i Dorf, 2012). To su dobre vijesti za mala i srednja poduzeća, jer pristup kapitalu je puno kompliciraniji kada su investitori neskloni riziku, kao u situaciji ekonomske recesije. Još jedna nepovoljna situacija može se pojaviti u situaciji ekonomske recesije, a to je da su investitori uz to što su neskloni ulaganjima zbog povećanog rizika, još su i dosta izbirljivi, te ne žele ulagati u nove i manje poznate investicije što predstavlja velik problem malim i mikro poduzećima.
3. Dostupnost kreditiranja – što se tiče dostupnosti kreditiranja, logika količine raspoloživih kredita je ista kao i kod prethodna dva faktora, ali ona je također dosta uvjetovana regulatornim mjerama koje su na snazi unutar neke države. Dakle ekonomska ekspanzija dovodi do povjerenja

banaka u izdavanje kredita, one nude povoljnije uvjete poput nižih zahtjeva za kolateralom i duljih uvjeta otplate, uz već spomenutu nižu kamatnu stopu. Ovo omogućuje malim i srednjim poduzećima veću i jeftiniju dostupnost izvorima financiranja. U situaciji ekonomske recesije, logika je opet obrnuta. Banke su nesklone rizičnim izdavanjima kredita, one povećavaju svoje standarde kreditiranja te otežavaju pristup kreditiranju malih i srednjih poduzeća. Što se tiče regulatornih mjera, najbitnije je da centralna banka u situaciji recesije može povećati kapitalne zahtjeve prema bankama drugog reda te tako još više dovesti do smanjenja dostupnosti kredita. Centralna banka i regulatorna tijela se odlučuju na ovaj potez jer on dovodi do smanjenja rizika od financijske nestabilnosti, nažalost takve mjere dodatno otežavaju pristup kapitalu malim i srednjim poduzećima, ali i ostalim korisnicima kredita (Ćurak, 1996).

Zaključno, učinak ekonomske ekspanzije djeluje pozitivno na pristup kapitalu od strane malih poduzetnika, odnosno olakšava im pristup, a kapital koji se prikupi je jeftiniji i ima bolje uvjete otplate. S druge strane u situaciji ekonomske recesije, kapital je teže dostupan, skuplji je i ima lošije uvjete otplate. Prema tome, da bi mala i srednja poduzeća došla do novog kapitala ona moraju biti (Ćurak, 1996):

1. Temeljita prilikom evaluacije svog financijskog stanja, odnosno moraju pažljivo pregledati svoje financijsko stanje kako bi identificirali moguće izvore kapitala i poboljšali svoju financijsku poziciju što mogu postići analizom svoje likvidnosti, smanjenjem nepotrebnih izdataka i povećanjem izvora prihoda.
2. Istražiti alternativne pristupe kapitalu te odabrati model koji im najviše odgovara i koji će maksimizirati kapital unesen u poduzeće, dok će u isto vrijeme minimizirati troškove kapitala.
3. Poboljšati profitabilnost i efikasnost poduzeća. Poduzeća se moraju fokusirati na poboljšanje profitabilnosti preko smanjenja troškova i diversifikacije proizvoda i usluga, kako bi tim novim segmentom osigurali dodatni prihod.
4. Unaprijediti komunikaciju s investitorima. To se odnosi na jačanje marketinških aktivnosti i online prepoznatljivosti, a sve to u cilju da bi bili vidljiviji potencijalnim i starim investitorima te ih tako motivirali na ulaganje u njihovo poduzeće.

3.1.3. Učinak ekonomskih promjena na promjene u poslovnim prilikama

Pod pojmom poslovne prilike spadaju tržišne situacije u kojim poduzeće ima prostora iskoristiti neku anomaliju unutar tržišta u cilju stvaranja ili razvoja novog poslovnog projekta radi ostvarivanja profita (Maury, 2016). Na primjer, kada postoji nova nezadovoljena potražnja ili ako je došlo do tehnološkog napretka koji se može primijeniti za unaprjeđenje ili lansiranje novog proizvoda.

Utjecaj ekonomske ekspanzije i recesije na poslovne prilike je suprotan, odnosno prilikom ekonomske ekspanzije poslovne prilike obično rastu, dok u recesiji one padaju, međutim može se dogoditi i da poduzeća koja su fleksibilna i inovativna uspiju u situaciji recesije pronaći neke nove poslovne prilike te tako iskoristiti situaciju i probiti se na tržište. Npr. zbog recesije pada potrošnja građevinskog materijala pa se poduzeće odluči na produljenje naplate potraživanja te tako prikupi veći broj kupaca građevinara koji imaju probleme sa likvidnošću i tako poveća svoje prihode i udio na tržištu građevinskog materijala. Naravno ovo nije nerizičan pothvat, međutim kada su prihodi smanjeni vrijedi pokušati.

U situaciji ekonomske ekspanzije stvaraju se nove poslovne prilike zbog idućih učinaka ekonomske ekspanzije (Ćorić i Malešević Perović, 2013):

1. Povećana potražnja – već objašnjen koncept koji omogućuje poduzećima da s povećanim prihodima preusmjere višak novca u nove pothvate i poboljšanje trenutnih.
2. Povoljniji uvjeti financiranja – također objašnjen koncept, u kojem poduzeća opet imaju višak sredstava koje mogu preusmjeriti u poboljšanje svog poslovanja.
3. Tržišna konkurencija – s porastom gospodarskih aktivnosti, konkurencija se u većini slučajeva povećava što može dovesti do izazova za poduzeća, međutim u isto vrijeme to potiče inovacije i bolje poslovne prakse, što dalje dovodi do iskorištavanja poslovnih prilika.

S druge strane u situaciji ekonomske recesije stvara se manji broj poslovnih prilika te nestaju neke stare poslovne prilike. Učinci ekonomske recesije su dosta slični ekonomskoj ekspanziji samo u obrnutom smjeru. Smanjena potražnja, lošiji uvjeti financiranja i manja tržišna konkurencija dovest će do smanjenja poslovnih prilika za poduzeća. Naravno da će se pojaviti i neke nove prilike, ali da bi poduzeća uspješno iskorištavala te prilike situacija je puno teža i postoji puno manje prostora za pogrešku. To dalje dovodi da će i u situaciji ekonomske ekspanzije biti slučajeva da će neka poduzeća

ispaštati zbog povećanja prilika i boljeg iskorištavanja tih prilika od strane konkurencije. Na primjer dođe se do novog otkrića u segmentu produljenja životnog vijeka trajanja baterije za električna auta. Ova situacija otvara mnogobrojne prilike za neka poduzeća, međutim u isto vrijeme zatvara vrata nekim drugim poduzećima, poput proizvođača automobila s motorom na unutrašnje izgaranje.

3.1.4. Utjecaj ekonomskih promjena na promjene u nabavi sirovina i ostalim troškovima poslovanja

Nabava materijala i ostali troškovi poslovanja izuzetno su važni za mala i srednja poduzeća. Postoji mnogo razloga zašto su ovi troškovi ključni za profitabilno poslovanje malih i srednjih poduzeća. Najbitniji su (Učkar i Grgić, 2016):

1. Konkurentnost na tržištu – efikasna nabava materijala ključna je za mala i srednja poduzeća u cilju poboljšanja njihove konkurentnosti na tržištu. Ako poduzeća uspješno nabavljaju materijale za proizvodnju ili održavanje normalnog tijeka poslovanja te ako to rade po konkurentnim cijenama, ona mogu ponuditi svoje proizvode i usluge po prihvatljivim cijenama i boljom vrijednosti proizvoda za kupce. To omogućuje priljev novih kupaca u poduzeće, zadržavanje postojećih kupaca i poboljšanje pozicije poduzeća na tržištu (Ćorić i Malešević Perović, 2013).
2. Kvaliteta proizvoda i usluga – odabir pouzdanih dobavljača je ključan za kvalitetu proizvoda i usluga koje poduzeće nudi kupcima u dugom roku. Česte promjene dobavljača mogu dovesti do nezadovoljstva kupaca i smanjenja ukupne prodaje te ukupnih prihoda. Stoga nabava materijala igra ključnu ulogu u očuvanju kvalitete proizvoda i usluga te time u zadovoljstvu kupaca.
3. Učinkovitost – pod pojmom učinkovitost smatra se minimiziranje svih nepotrebnih troškova, a značajan udio su upravo nabava sirovina i troškovi poslovanja. To znači da poduzeće mora težiti optimizaciji nabave materijala, kvalitetnim upravljanjem zalihama, optimizaciji logistike, smanjenju otpada i pregovaranju povoljnijih uvjeta s dobavljačima. Ukoliko poduzeće uspije ispuniti ove korake ono će povećati svoju učinkovitost i time smanjiti ukupne troškove nabave i poslovanja te time povećati profit (Maurya, 2016).
4. Profitabilnost – slično kao i učinkovitost, profitabilnost je još jedan bitan čimbenik u kvalitetnom radu poduzeća. Ovaj pojam je dosta sličan pojmu učinkovitost, a oba imaju za cilj minimiziranje troškova, radi maksimizacije profita. Stoga da bi nabava sirovina i ostali troškovi poslovanja bili

efikasni, potrebno je nabavljati materijal po povoljnijim cijenama od konkurencije s ciljem povećanja marže i poboljšanja financijskih rezultata (Ćorić i Malešević Perović, 2013).

Upravljanje nabavom sirovina i ostalih troškova poslovanja se smatra bitnom stavkom za svako poduzeće. Ukoliko se taj segment poslovanja ne odražuje kvalitetno, poduzeće može imati mnogo problema. Neki od problema su: niži standard kvalitete proizvoda od konkurencije, nestabilnost u lancu opskrbe, kašnjenja u isporuci proizvoda, povećani troškovi nabave i poslovanja te drugi. Ukoliko konkurencija rješava ove probleme kvalitetnije od našeg poduzeća, onda će s vremenom doći do odljeva kupaca iz našeg poduzeća te će to nadalje dovesti do smanjenja prihoda i smanjenja profitabilnosti poduzeća. Stoga da bi poduzeće bilo kvalitetnije od svojih konkurenata ono se mora detaljno posvetiti segmentu nabave sirovina i ostalim troškovima poslovanja.

3.1.5. Učinak ekonomskih promjena na državne potpore, subvencije i ostale oblike državne pomoći

Državne potpore, subvencije i ostali oblici državnih potpora su alat države za stabilizaciju gospodarstva što znači da država uz pomoć tih oblika potpora pokušava povećati poslovne prilike i olakšati svim poduzećima poslovanje unutar države (Ćorić i Malešević Perović, 2013). To bi bio cilj potpora, a metode kojima se to postiže ovise o situaciji na tržištu. Situacija može biti ekonomska ekspanzija i ekonomska recesija. Državne potpore u situaciji ekspanzije imaju blažu ulogu nego u situaciji recesije dok se u situaciji ekspanzije one fokusiraju na potpore u segmentu rasta i inovacije (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Cilj ove strategije je iskoristiti povoljne uvjete na tržištu te tako potaknuti daljnji gospodarski rast i stvaranje novih poslovnih prilika. Na primjer u Republici Hrvatskoj to se najbolje ilustrira u sektoru energetike, gdje Republika Hrvatska pruža mnogobrojne potpore i subvencije stanovnicima za instalaciju solarnih panela u cilju povećanja samo-održivosti hrvatskih kućanstava. S druge strane u situaciji ekonomske recesije, potpore su fokusirane na očuvanje stabilnosti poduzeća i time cjelokupnog gospodarstva. Stoga potpore ciljaju riješiti probleme: očuvanja radnih mjesta, poticanje likvidnosti poduzeća, smanjenje troškova poslovanja i poticanje ugroženijih sektora. Na primjer u Republici Hrvatskoj to se najvidljivije primijeti sa sektorom brodogradnje, koji je zbog jeftinije konkurencije upao u problem manjka likvidnosti, pa mu Republika Hrvatska pomaže preko davanja jamstava koja su se morala naplaćivati dobavljačima hrvatskih brodogradilišta.

Prema tome, može se zaključiti da ekonomska ekspanzija i ekonomska recesija nemaju slično djelovanje na državne potpore, subvencije i ostale oblike državne pomoći kao na ostale faktore poput poslovnih prilika i proizvodnje. One u većini slučajeva imaju obrnut smjer. U situaciji ekonomske ekspanzije one su u sumi manje nego u situaciji ekonomske recesije. Razlog za to je sama priroda potpora. One se u teoriji ne daju uspješnim poduzećima, već onim koji imaju problema, a najčešće su ti problemi eksterne prirode što znači da na poduzeća utječu faktori na koje oni ne mogu djelovati (Ćorić i Malešević Perović, 2013).

Za mala i srednja poduzeća ovo je vrlo važno, jer u većini slučajeva potpore predstavljaju stabilizacijsku mjeru koja im je prijeko potrebna u kriznim vremenima te da se tako nadoknadi smanjeni prihod poduzeća zbog recesije zbog čega država daje potpore (Krišto, 2011):

1. Pruža financijsku podršku - u vremenima ekonomske recesije državne potpore i subvencije pružaju poduzećima financijsku podršku zbog njihove ograničenosti u financiranju svakodnevnog poslovanja. Ove potpore i subvencije se mogu koristiti za financiranje: plaća radne snage, nedostatka likvidnosti, omogućavanje povoljnijih kratkoročnih kredita (opća namjena) i drugo (Krišto, 2011).
2. Pruža odgodu plaćanja poreza - cilj ovih potpora i subvencija je očuvanje likvidnosti poduzeća, a to država omogućava preko: odgoda plaćanja poreza, smanjenja poreznog opterećenja i olakšica za odgođene obveze prema državi.
3. Očuvanje radne snage – cilj ovih potpora i subvencija je pomoći poduzećima da zadrže svoju radnu snagu koja će biti ključna za oporavak nakon recesije. Država subvencionira plaće radnika u cilju njihovog ostanka na poslu. Na primjer, kada je Republika Hrvatska subvencionirala plaće svim poduzećima kojima je bio velik pad prihoda zbog mjera koje su bile na snazi vezane za suzbijanje korona krize.
4. Pruža pomoć u restrukturiranju – u recesiji poduzeća će nekada morati proći kroz prilagodbu i restrukturiranje poslovanja radi promjena na tržištu. Dakle potpore i subvencije ciljaju na podršku u restrukturiranju poslovnih modela, diversifikaciji proizvoda i usluga i prilagodbi novim tržišnim uvjetima (Krišto, 2011).

Važno je napomenuti da je utjecaj potpora na mala i srednja poduzeća u recesiji uvjetovan njihovom provedbom i dostupnošću. Učinkovita i pravovremena implementacija potpora, kao i transparentnost u procesu dodjele, ključni su za njihovu uspješnost u podržavanju malih i srednjih poduzeća tijekom recesije.

3.1.6. Učinak ekonomskih promjena na promjene poslovnih prilika na internacionalnom tržištu

Ekonomske promjene poput recesije i ekspanzije imaju nekoliko učinaka na poslovne prilike na internacionalno tržište. One pretežito utječu na promjene potražnje za proizvodima, fluktuacije valutnih tečajeva, ukupne inovacije i trgovinske sporazume (Hatten, 2012). Svaki od ovih čimbenika može uvelike utjecati na rast ili pad prihoda poduzeća. Na primjer ukoliko bi u budućnosti Republika Hrvatska prekinula sporazum o ukidanju carina u međusobnom trgovanju sa ostalim članicama Europske Unije, to bi imalo dosta loš učinak za poduzeća izvoznike, jer bi automatski bili skuplji od konkurencije za iznos carine te bi im se ukupni prihod smanjio. Svaki od ovih čimbenika može imati različit utjecaj. Na primjer u ovom slučaju uvođenje carina, koje se smatra lošim poslovnim potezom vlade ima loš učinak na prihode poduzeća, međutim novi tehnološki napredak na području neke druge zemlje poput Mađarske, također predstavlja lošu situaciju za izvoznike RH, iako se rast inovativnosti smatra pozitivnom promjenom on ne mora imati pozitivan utjecaj na rast prihoda poduzeća izvoznika u Republici Hrvatskoj.

Zbog ovog dosta kompliciranog sustava utjecaja ekonomskih promjena na mala i srednja poduzeća koja se bave izvozom i uvozom proizvoda iz inozemstva, teško će se uspjeti detaljno analizirati taj utjecaj. Stoga u ovom radu ovaj utjecaj će biti pojednostavljen i neće se precizno analizirati svaka stavka koja se može dogoditi u slučaju ekonomske recesije i ekspanzije na internacionalnom tržištu nego će se pojednostavniti analiza i baviti će se općim učincima ekonomskih promjena na poslovne prilike.

Mala i srednja poduzeća su prema podacima iz 2019. činila 53.1% cjelokupnog izvoza Republike Hrvatske (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća, 2021), stoga je učinak ekonomskih promjena na promjene njihovih poslovnih prilika na internacionalnom tržištu dosta značajan. Utjecaj je najlakše pratiti preko već navedenih čimbenika.

1. Promjene potražnje za proizvodima – u situaciji ekonomske ekspanzije, očekuje se rast potražnje te time i rast prodaje, odnosno izvoza što predstavlja pozitivnu situaciju za MSE-ove koji se bave izvozom. Rast potražnje na internacionalnom tržištu otvara i nove mogućnosti za MSE-ove koji uvoze proizvode, poluproizvode i sirovine. Njima je također broj poslovnih prilika povećan, jer rast internacionalnog tržišta dovodi do kvalitetnijih proizvoda i usluga te do daljnjeg smanjenja troškova, isključujući utjecaj rasta na cijene što znači da broj poslovnih prilika u većini slučajeva raste. U situaciji ekonomske recesije na internacionalnom tržištu dolazi do smanjenja ukupne potražnje te time i do smanjenja ukupne prodaje i izvoza. Ova situacija smanjuje ukupne poslovne prilike te otežava situaciju MSP-ovim koji se bave uvozom i izvozom (Ćorić i Malešević Perović, 2013).

2. Fluktuacije valutnih tečajeva – promjena valutnog tečaja također ima značajan utjecaj na povećanje i smanjenje broja poslovnih prilika. Ekonomska recesija na internacionalnom tržištu ima pozitivan i negativan utjecaj na broj poslovnih prilika za MSP-ove (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Razlog za to je što na primjer ekonomska recesija u Mađarskoj ima sljedeće učinke. Proizvodi koje MSP-ovi uvoze iz Mađarske su jeftiniji, jer ekonomska recesija dovodi do pada vrijednosti tečaja (uz isključujući utjecaj faktora poput promjena ponašanja na tržištu kapitala, promjena trgovinskog salda, akcija monetarne politike, velikih ulaganja u takozvana sigurna utočišta), stoga MSP-ovi imaju niže troškove te time veći profit i s većim profitom imaju veći kapital za ulaganje u unaprjeđenje poduzeća. S druge strane ekonomska recesija u Mađarskoj ima negativan utjecaj na broj poslovnih prilika poduzeća izvoznika. Razlog za to je što ekonomska recesija u Mađarskoj dovodi do pada njihovog tečaja, a on dalje dovodi do realnog rasta naših cijena te time do pada ukupnog izvoza Republike Hrvatske.

3. Ukupne inovacije – što se tiče pojave tehnološkog napretka na internacionalnom tržištu situacija se dodatno komplicira. Ekonomska ekspanzija ima tendenciju da utječe pozitivno na ukupne inovacije, a ukupne inovacije u većini slučajeva utječu pozitivno na broj poslovnih prilika za MSP-ove. Ekonomska ekspanzija stvara dodatan kapital za ulaganje u razvoj novih tehnologija te time dodatno potiče rast inovativnosti, a taj rast inovativnosti smanjuje ukupne troškove poslovanja te time pruža poduzećima prostor za daljnje širenje i ulaganje zbog većeg profita koji se prenosi na kapital za ulaganje. Ekonomska recesija ima obrnutu logiku. Smanjuje se kapital, smanjuju se ulaganja u razvoj, smanjuje se broj poslovnih prilika (Newbert, 2015).

4. Trgovinski sporazumi – trgovinski sporazumi nisu korelacijski povezani sa ekonomskom recesijom i ekspanzijom, međutim teoretski se da zaključiti da ekonomska recesija daje vođama zemalja razlog za sklapanje novih sporazuma te time za smanjenje troškova povezanih sa carinama, tarifama i sličnim pristojbama (Ćorić i Malešević Perović, 2013). Ukidanje ovih troškova se smatra poslovnom prilikom jer to smanjenje troškova dovodi do smanjenja rashoda, a time i do povećanja profita. Međutim treba biti suzdržan u donošenju zaključaka vezanih uz trgovinske sporazume, jer su oni vrlo nepredvidljiva pojava koja je povezana i s politikom i s još mnogo drugih faktora.

Zaključak cijele priče vezane uz učinak ekonomskih promjena na promjene poslovnih prilika na internacionalnom tržištu je da u većini slučajeva ekonomska ekspanzija utječe pozitivno, dok ekonomska recesija utječe negativno na broj poslovnih prilika. Međutim s gledišta MSP-ova, ova analitika je vrlo ovisna o čimbenicima poput: je li poduzeće izvoznik ili uvoznik, bavi li se uopće internacionalnim poslovanjem, u kojem sektoru poduzeće djeluje, jesu li novi tehnološki napredci dostupni svima ili samo konkurenciji, proizvode li obične proizvode ili inferiorne proizvode i još mnogo drugih čimbenika. Stoga se može reći da ovaj učinak ekonomskih promjena na internacionalnom tržištu na promjene u poslovnim prilikama za MSP-ove nije značajan kao ostali učinci ekonomskih promjena na proizvodnju te dostupni kapital.

Iz ovih svih podataka može se zaključiti da je utjecaj ekonomskih promjena na mala i srednja poduzeća sljedeći:

1. Potražnja za proizvodima – u većini slučajeva ekonomska ekspanzija dovodi do rasta potražnje za proizvodima te time ima pozitivan učinak na razvijenost sektora malih i srednjih poduzeća. Dok u situaciji ekonomske recesije, dolazi do pada potražnje za proizvodima te time do pada razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća (Hatten, 2012).

2. Pristup kapitalu – ekonomska ekspanzija dovodi do rasta ponude kapitala koji je jeftiniji i s boljim uvjetima otplate, nadalje to dovodi do rasta profitabilnosti i time do povećanja razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća. S druge strane ekonomska recesija dovodi do pada ponude kapitala koji je skuplji i s lošijim uvjetima otplate, a to nadalje dovodi do pada likvidnosti i profitabilnosti sektora malih i srednjih poduzeća.

3. Poslovne prilike – ekonomska ekspanzija u većini slučajeva dovodi do rasta poslovnih prilika te time do rasta potencijalnog prihoda onih poduzeća koje se snađu najbolje u realizaciji tih poslovnih

prilika, odnosno do rasta razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća. Ekonomska recesija u većini slučajeva dovodi do pada količine poslovnih prilika te u teoriji i do pada potencijalnih budućih prihoda, a time i do pada razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća.

4. Sirovine i ostali troškovi poslovanja – ekonomska ekspanzija dovodi do sniženja troškova nabave sirovina i ostalih troškova poslovanja što nadalje dovodi do smanjenja rashoda te povećanja profita malih i srednjih poduzeća, a samim time i do pada razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća. Ekonomska recesija s druge strane dovodi do povećanja troškova nabave sirovina te time do rasta ukupnih rashoda i smanjenja profitabilnosti. To nadalje donosi pad razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća.

5. Državne potpore, subvencije i ostali oblici državne potpore – ekonomska ekspanzija u većini slučajeva dovodi do blagog pada razine ukupnih potpora (zbog prirode potpora koje se koriste većinom za stabilizaciju gospodarstva, a ne za razvoj), taj blagi pad ima negativan utjecaj na sektor malih i srednjih poduzeća, međutim treba naglasiti da se taj pad događa u situaciji ekspanzije te da nema istu snagu kao i ostali faktori koji su se promatrali. S druge strane ekonomska recesija dovodi do rasta broja ukupnih potpora od strane države te ima stabilizacijsku ideju da potpomogne poduzeća u lošoj situaciji u gospodarstvu. Primarno osiguranjem likvidnosti i zadržavanjem radne snage donosi sektoru malih i srednjih poduzeća rast razvoja u situaciji recesije.

6. Poslovne prilike na internacionalnom tržištu – vrlo kompliciran učinak ekonomske ekspanzije i recesije, međutim kada se zbroju i oduzmu svi učinci koje recesija i ekspanzija mogu imati na broj poslovnih prilika, dolazi se do zaključka da ekonomska ekspanzija djeluje pozitivno na sektor malih i srednjih poduzeća, dok ekonomska recesija djeluje negativno na sektor malih i srednjih poduzeća. Dokaz za tu činjenicu je sama kretanja nacionalnih gospodarstava u odnosu na druga gospodarstva. Na primjer u situaciji financijske krize u 2008. godini u SAD-u, ona se prenijela na gotovo cijeli svijet u roku nekoliko godina.

Bitno je i zaključiti da je utjecaj svakog od ovih faktora varijabilan s obzirom u kojem sektoru poduzeće djeluje, bavi li se proizvodnjom ili uslugama, je li poduzeće izvoznik/uvoznik, je li se poduzeće snašlo bolje ili lošije od konkurencije, u kojoj se zemlji poduzeće nalazi te mnogo drugih

faktora. Međutim u velikoj većini slučajeva ekonomska ekspanzija djeluje pozitivno na sektor malih i srednjih poduzeća, dok ekonomska recesija djeluje negativno na sektor malih i srednjih poduzeća.

4. UTJECAJ STABILNOSTI MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA NA STABILNOST GOSPODARSTVA

4.1. Faktori utjecaja malih i srednjih poduzeća na cjelokupno gospodarstvo

Razvijenost sektora malih i srednjih poduzeća ima pozitivnu korelaciju s razvijenosti gospodarstva. Mala i srednja poduzeća su u 2020. godini zapošljavala preko 70 % svih zaposlenih, također su imala i preko 50 % udjela u izvozu (FINA, 2021). Stoga možemo sa sigurnošću reći da problemi u sektoru malih i srednjih poduzeća imaju veliku vjerojatnost prelijevanja na gospodarstvo. Oni naime i jesu gospodarstvo, barem jedan velik dio njega.

Način na koji sektor MSP-ova utječe na gospodarstvo su sljedeći faktori (Knežević, 2018):

1. Zaposlenost – ogroman udio zaposlenih se nalazi u sektoru malih i srednjih poduzeća. Kao što je već prikazano u radu oni zapošljavaju više od 70 % radne snage. Stoga rast u sektoru MSP-a, dovodi do rasta ukupne zaposlenosti, a to nadalje dovodi do rasta ukupnih prihoda radnika (potrošača), a time i do rasta potražnje koja nadalje dovodi do ponovnog rasta sektora MSP-a.
2. Inovacije – što se tiče sektora MSP – a i inovacija, također je pozitivna veza u pitanju. MSP -ovi su agilniji i fleksibilniji od velikih poduzeća te su skloniji eksperimentiranju s novim tehnologijama. Inovacije koje su poticane od strane MSP-ova su važan faktor rasta razvijenosti cjelokupnog gospodarstva.
3. Produktivnost – ukoliko je sektor MSP–a integriran i razvijen, postoji pozitivna korelacija između razvijenosti MS –a i povećanja produktivnosti. Naime MSP–ovi mogu poticati produktivnost radi više razloga.
4. Izvoz – Kao što je prikazano na početku 4. poglavlja, MSP sektor čini više od 50% izvoza te njegova razvijenost ima direktnu vezu sa rastom ili padom izvoza. MSP–ovi također zbog svoje veće fleksibilnosti imaju veću šansu prilagodbe na nove tržišne uvjete nego velika poduzeća (Singer, 2023).

4.2. Utjecaj razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća na regionalni razvoj

Utjecaj razvijenosti sektora malih i srednjih poduzeća na razvoj regionalnih područja je vrlo značajan, a načini na koje MSP-ovi potiču regionalni razvoj iskazan je preko sljedećih faktora (Krišto, 2011):

1. Radna mjesta – u današnjem svijetu trendovi iseljavanja ljudi iz ruralnih područja u urbana su sve veći. Stoga da bi se spriječilo pretjerano iseljavanje ljudi (radnika) iz ruralnih područja potrebno je osnažiti lokalnu ekonomiju što se ostvaruje preko razvoja malih i srednjih poduzeća. MSP-ovi smanjuju ovisnost o tradicionalnim industrijama te pružaju lokalnim stanovnicima prijeko potrebna radna mjesta koja će ih zadržati u svojim lokalnim prebivalištima (Krišto, 2011).
2. Lokalni lanac opskrbe – MSP – sektor ima puno veću vjerojatnost surađivanja s lokalnim proizvođačima nego veliki poduzetnici. To stvara daljnju sinergiju s lokalnim poduzećima te omogućuje daljnji napredak lokalne ekonomije. Sama činjenica da suradnja s lokalnim poduzetnicima omogućuje ostanak većeg broja ljudi na tom lokalnom području, daje dovoljno motivacije MSP-ovima da zadrže svoje potencijalne kupce te tako pomognu i sebi, a ne samo svojim partnerima.
3. Poduzetnička kultura – MSP-ovi potiču razvoj poduzetničke kulture preko mentorstva, obrazovanja i podrške poduzetnicima (Cusmano, 2018). Oni također inspiriraju ostale potencijalne lokalne poduzetnike da pokrenu svoja poduzeća te tako utječu na razvoj lokalne ekonomije.
4. Diversifikacija gospodarstva – velik broj poduzeća smanjuje vjerojatnost monopola te smanjuju ovisnost o velikim korporacijama. Stoga razvijen sektor MSP-a povećava otpornost regije na ekonomske šokove i promjene na tržištu.

Može se zaključiti da su mala i srednja poduzeća generator razvijanja regionalnih dijelova te da njihov razvoj direktno utječe na razvoj regija. Važno je i napomenuti da to nije jedini čimbenik koji može potpomognuti razvoj regije. Postoje još mnogi, kao najvažniji se ističu: infrastruktura, obrazovanje, politička stabilnost i dostupnost financiranja.

5. ZAKLJUČAK

Prema svim dosadašnjim saznanjima može se reći sljedeće, mala i srednja poduzeća su vitalan dio gospodarstva. MSP-ovi su jedna od ključnih komponenti gospodarstva, a to se vidi preko količine radne snage koju zapošljavaju, količine prihoda koje generiraju, količine izvoza koji postignu, količine inovacija koje potpomognu, razvoja regionalnih dijelova i mnogo drugih manjih učinaka koje postignu. Stoga vidi se da razvoj MSP sektora direktno utječe na razvoj cjelokupnog gospodarstva. Također bitno je zaključiti da MSP sektor ima puno veću fleksibilnost u vremenima ekonomskih promjena, nego sektor velikih poduzeća. Stoga u situacijama ekonomske recesije, odnosno ekspanzije MSP-ovi se bolje snalaze od velikih poduzeća te tako osiguravaju otpornost gospodarstava na šokove, ali i pretjeran rast. Kao najveći problem sektora MSP-ova nameće se problem financiranja, pogotovo u Republici Hrvatskoj. Stoga kao mjere budućeg razvoja predlaže se kretanje u smjeru osiguranja boljih financijskih izvora za MSP sektor.

Sljedeće što je bitno naglasiti jest da svaki utjecaj koji se promatrao u radu ima smisla promatrati samo kada se gleda sveukupni sektor MSP-a. Naravno kada se gleda pojedinačno svako malo ili srednje poduzeće može se doći i do drukčijih zaključaka. Ponovno treba naglasiti da utjecaj svih ovih čimbenika na poduzeće varira s obzirom na industriju u kojoj poduzeće posluje, na vrstu proizvoda koje ono proizvodi (inferiorno dobro ili obično dobro), je li poduzeće izvoznik, je li unutar razvijenije ili nerazvijenije regije, je li ima pristup drugačijim izvorima financiranja, u kojoj se zemlji nalazi i sve ostale čimbenike koje poduzeće čini drukčijim od drugih poduzeća. Vrlo je bitna i snaga konkurencije koju poduzeće ima, što je ona veća to poduzeće mora biti ažurnije u svom poslovanju, također lošija konkurencija može usporiti napredak poduzeća jer ono nije motivirano na rast udjela na tržištu zbog već ostvarenog većinskog udjela. To može dovesti do pojave novog poduzeća koje će iskoristiti taj neiskorišteni prostor te preuzeti tržište.

Da sumiramo sve rečeno. MSP poduzeća su bitan dio gospodarstva, fleksibilniji su na ekonomske promjene od velikih poduzeća, imaju dosta problema sa financiranjem, te su generator regionalnog razvoja i inovacija.

6. LITERATURA

1. Benlamri R. i Sparer M. (2016). Leadership, Innovation and Entrepreneurship as Driving Forces of the Global Economy (1st ed.). Springer Cham. Preuzeto 02.07.2023. s <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-43434-6>
2. Blank S. i Dorf B. (2012). The Startup Owner's Manual (1st ed.). K&S Ranch. Preuzeto 24.06.2023. s https://smeportal.unescwa.org/sites/default/files/2019-12/The_Startup_Owner%20s_Manual-A%20step%20by%20step%20guide%20for%20building%20a%20great%20company.pdf
3. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća (2021). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj 2021. godine, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća. Preuzeto 11.07.2023. s <https://www.cepor.hr/objavljeno-izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj-2021/>
4. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća (2023). Rezultati GEM Hrvatska 2016. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća. Preuzeto 14.07.2023. s <https://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>
5. Cusmano, L. (2018). The impact of SMEs on growth and jobs. OECD Publishing. Preuzeto 24.06.2023. s <https://www.oecd-ilibrary.org/content/paper/90c8823c-en>
6. Ćorić, B. i Malešević Perović, L. (2013). Makroekonomija, teorija i politika. EFST. Preuzeto 24.06.2023. <https://katalog.kgz.hr/pagesresults/bibliografskiZapis.aspx?¤tPage=1&searchById=30&sort=0&spid=30&spv0=makroekonomija+-+ud%C5%BEbenici&selectedId=454010409>
7. Ćurak, M. (1996). Financijske institucije na tržištu kapitala. EFST. Preuzeto 02.07.2023. s <http://www.efst.unist.hr/~mcurak/>
8. Europska Komisija. (2017). SBA Fact Sheet Croatia 2017. Europska Komisija. Preuzeto 29.06.2023. s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/00%20Foto%20mobitel/Europski%20semestar/2017-european-semester-country-report-croatia-en.pdf>
9. FINA (2021). Analiza financijskih rezultata poduzetnika RH 2016. – 2020. godine, FINA. Preuzeto 25.06.2023. s

<https://www.fina.hr/documents/52450/130232/Analiza+financijskih+rezultata+poslovanja+poduzetnika+po+gradovima+i+opcinama+u+2020.+godini.pdf/05a6b1ea-5037-8916-f580-bc1e26bba9bb?t=1679040876581>

10. Hatten, T. S. (2012). Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond (6th ed.). Cengage Learning. Preuzeto 12.07.2023. s
<http://www.mim.ac.mw/books/Timothy%20Hatten's%20Small%20Business%20Management,%20Entrepreneurship%20and%20Beyond.pdf>
11. Hrvatska gospodarska komora (2014). Vodič za definiciju malog i srednjeg poduzeća, HGK. Preuzeto 12.07.2023. s
<https://www.hgk.hr/documents/vodiczadefinicijumalogisrednjegpoduzetnistvaunatjecajimazadodjelusredstavaizfondovaeuhgkanaliza0120144457b5747dec0a7.pdf>
12. Izvozni portal (2022). O hrvatskom izvozu, Izvozni portal. Preuzeto 29.06.2023. s
<https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9>
13. Knežević, D. i Has, M. (2018). Financiranje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj i usporedba s Europskom unijom. Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, poglavlje 8, 165-180, Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski. Preuzeto 11.07.2023. s
<https://hrcak.srce.hr/202736>
14. Krišto, J. (2011). Poticanje razvoja i financiranje malih i srednjih poduzeća, Grafit-Gabrijel, u: Stojanović, A. ; Leko, V. , Modeli financiranja namjena koje sadrže javni interes, poglavlje 9, 137 - 155. Preuzeto 14.07.2023. s
<https://hrcak.srce.hr/file/124660>
15. Lukačević, N. (2022). Mala i srednja poduzeća kao okosnica gospodarstva. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku. Preuzeto s
<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:384278>
16. Narodne novine (2016). Zakon o poticanju razvoja malog poduzetništva, NN 29/02, 121/16. Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva>

17. Newbert S. L. (2015). Small Bussines in Global Economy (1st ed.). Praeger. Preuzeto 10.07.2023. s <https://www.perlego.com/book/4202039/small-business-in-a-global-economy-2-volumes-creating-and-managing-successful-organizations-2-volumes-pdf>
18. Maurya A. (2016). Scaling Lean (1st ed.). Portfolio. Preuzeto 10.07.2023. s <https://www.goodreads.com/book/show/29487531-scaling-lean>
19. Scarborough, N. M. i Zimmer, T. (2000). Effective Small Business Management (10th ed.). Pearson College Div. Preuzeto 10.07.2023. s <http://www.mim.ac.mw/books/Scarborough's%20Effective%20Small%20Business%20Management,%2010th%20edition.pdf>
20. Učkar, D. i Grgić, J. (2016). Specifičnosti financiranja sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj i usporedba sa stanjem u Europskoj uniji, EFZG Occasional Publications (Department of Finance), u: Stojanović, A. i Šimović, H. (ed.), Aktualni problemi i izazovi razvoja financijskog sustava, poglavlje 12, 229-249, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Preuzeto 05.07.2023. s <http://web.efzg.hr/repec/financije/chapter1612.pdf>

7. Sažetak

U ovom završnom radu proučavao se utjecaj ekonomskih promjena, kao što su ekonomska ekspanzija i recesija na stabilnost i razvoj malih i srednjih poduzeća. To istraživanje provodilo se na način da se opisala kategorizacija i struktura poduzeća prema veličini poduzeća uzimajući u obzir važnost malih i srednjih poduzeća za stabilnost i važnost ekonomije. Također se pojasnilo financiranje navedenih poduzeća. Nakon toga analizirao se utjecaj ekonomskih promjena na mala i srednja poduzeća i to preko faktora poput potražnje za proizvodima, promjena u pristupu kapitalu, promjena u poslovnim prilikama, promjena u nabavi sirovina i troškovima poslovanja te preko utjecaja tih promjena na državne potpore, subvencije i ostale oblike državne pomoći. Zatim se uzeo u obzir utjecaj malih i srednjih poduzeća na rast i razvoj cjelokupnog gospodarstva. Zaključak je da su mala i srednja poduzeća vrlo bitna za cjelokupno gospodarstvo te se kao zaključak može dati da postoji pozitivna korelacija između razvijenosti cjelokupnog gospodarstva i sektora malih i srednjih poduzeća.

Ključne riječi: mala i srednja poduzeća, ekonomske promjene, faktori potražnje

8. Summary

In this final thesis, the impact of economic changes, such as economic expansion and recession, on the stability and development of small and medium-sized enterprises (SMEs) was examined. This research was conducted by categorizing and describing the structure of companies based on their size, considering the importance of SMEs for economic stability and the overall economy. The financing of these companies was also explained. Subsequently, the influence of economic changes on SMEs was analyzed, taking into account factors such as product demand, changes in access to capital, shifts in business opportunities, changes in raw material procurement and operational costs, and the impact of these changes on government support, subsidies, and other forms of state aid. The study also considered the impact of SMEs on the growth and development of the overall economy. In conclusion, it was found that SMEs are crucial for the overall economy, and a positive correlation exists between the development of the overall economy and the SME sector.

Keywords: small and medium-sized enterprises, economic changes, demand factors

9. PRILOZI

POPIS TABLICA

Tablica 1: Definiranje veličine poduzeća.	3
Tablica 2: Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2019. do 2020.	4