

# OBLICI PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ

---

**Antukić, Dajana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2016**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:151:948422>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-25**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical  
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of  
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA**  
**POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU**

Dajana Antukić

Sveučilišni preddiplomski studij, smjer Agroekonomika

**OBLICI PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

**Završni rad**

**Osijek, 2016.**

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Dajana Antukić

Sveučilišni preddiplomski studij, smjer Agroekonomika

**OBLICI PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

**Završni rad**

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

1. Prof.dr.sc. Ružica Lončarić, predsjednik
2. Doc.dr.sc. Igor Kralik, mentor
3. Mr.sc. Jelena Kristić, član

**Osijek, 2016.**

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. METODE EKONOMIKE PODUZEĆA .....	3
3. TEORIJE PODUZEĆA .....	5
4. VRSTE PODUZEĆA .....	5
4.1. Prema gospodarskoj djelatnosti .....	6
4.2. Prema veličini .....	7
4.3. Prema ključnom resursu.....	8
4.4. Prema vlasništvu .....	8
4.5. Prema pravnom obliku.....	9
4.5.1. Javno trgovačko društvo.....	9
4.5.2. Komanditno društvo .....	10
4.5.3. Društvo s ograničenom odgovornošću .....	11
4.5.4. Dioničko društvo .....	12
5. UDRUŽIVANJE PODUZEĆA .....	14
6. PLANIRANJE .....	17
7. HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA .....	18
8. ZAKLJUČAK.....	21
9. LITERATURA .....	22
10. SAŽETAK .....	23
11. SUMMARY .....	24
12. POPIS TABLICA .....	25
13. POPIS SLIKA .....	25
14. POPIS GRAFIKONA .....	25
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA.....	26

## 1. UVOD

U današnje vrijeme sve veću važnost obuhvaća ekonomija i njezine ekonomske aktivnosti. Razlog tome je želja svakog poduzeća da se probije na tržište uz ostvarenje što većih prihoda, a s druge strane da smanjenim trošenjem resursa osigura najniže rashode. U tu svrhu sama ekonomika pred nas postavlja teoriju poduzeća kao samostalne gospodarske i društvene cjeline čija svrha je proizvodnja dobara ili pružanje usluga prema potrebama određenog tržišta. Kao što sam i spomenula ranije svrha osnivanja poduzeća je u stjecanju dobiti stoga je to i ciljna funkcija poduzeća.

Ekonomija za poduzetnike kao grana ekonomike ubraja se u mikroekonomske znanosti, a njezin temeljni cilj je proučavanje gospodarenja na razini poduzeća kao temeljne jedinice nacionalnog gospodarstva. Prema autoru M. Karić (Ekonomika poduzeća, 2003) sama svrha ekonomike poduzeća je u tome da istražuje čimbenike uspješnosti poslovanja, utvrđuje zakonitosti koje vrijede unutar ekonomskog sustava poduzeća i na koncu definira pravila čijom se primjenom samo poslovanje može poboljšati.

Iako se na prvi pogled čini kao relativno mala grana sama ekonomika poduzeća dijeli se na opću i posebnu ekonomiku poduzeća. Kao što nam i sama riječ govori opća ekonomija bavi se onim pitanjima gospodarenja u poduzeću koja su jednaka za sva poduzeća neovisno o njihovoj vrsti. Dok s druge strane posebna ekonomika poduzeća odnosi na razne vrste poduzeća ovisno o kriteriju promatranja. Neke od tih vrsta su po vrstama djelatnosti (ekonomika industrijskih, poljoprivrednih, trgovinskih poduzeća), po obliku vlasništva na imovini (ekonomika dioničkih društava, državnih poduzeća) te po poslovnim funkcijama u poduzeću koje proučavaju (ekonomika nabave, proizvodnje, prodaje). Proučavanjem više kriterija dolazimo do dublje spoznaje ekonomike te nastaju još uža područja poput ekonomike proizvodnje poljoprivrednih gospodarstava, ekonomika prodaje ugostiteljskih poduzeća. Stoga da bi poduzetnik znao kako voditi uspješno svoje poduzeće potrebno mu je široko znanje iz ovog područja ekonomike. Suvremeni ekonomski sustavi prema Kariću temelje se na slobodnom djelovanju tržišta, te je stoga svaki pojedinac slobodan u izboru zanimanja kojim će se baviti i oblikovat svoje gospodarske aktivnosti pri tome pazeći da ne krši zakon.

Upravo zbog toga kao što sam već ranije spomenula, veliko poznavanje ovog područja brojnim poduzetnicima osigurava prednost u poslovanju jer oni znaju:

- Što proizvesti (predmet poslovanja)
- Koliko proizvesti (opseg)
- Kako proizvesti (kojim metodama proizvodnje)
- Kako raspodijeliti ostvarene rezultate
- Gdje i kada nabaviti
- Gdje i kada prodati

Naravno kod svakog od ovog pitanja dolazi i do oportunitetnog troška kojim poduzetnik propušta jednu priliku odabirom neke druge prilike. No upravo su to i odlike uspješnog poduzetnika da zna prepoznati što proizvest u pravom trenutku, da ima široko tržište za svoje proizvode i da na taj način oportunitetni trošak svede na minimum. Naravno da svaku odluku ne donosi bez prethodno provedenih analiza za svako područje od nabave preko proizvodnje pa sve do prodaje. Poduzetnik uz analizu također odabire i najbržu, a ujedno i najjeftiniju metodu proizvodnje kako bi u što većem postotku iskoristio svoje resurse i time došao do maksimizacije profita.

Također jedan od predmeta proučavanja ekonomike poduzeća je i proučavanje poslovnih odluka. Poduzeća mogu imat veće ili manje fluktuacije u poslovanju, zbog samih promjena koje se događaju na promjenjivom tržištu, no cilj svakog poduzetnika je povećanje dobiti te iz tog razloga poduzetnik se prilagođava tržištu kako bi smanjio troškove, a povećao prihode. Stoga je jedna od bitnih karakteristika uspješnog poduzeća i njegova prilagodljivost tržištu. Iako su se poduzeća počela razvijat tek početkom 20. stoljeća njihova važnost u današnjem svijetu ekonomije sve je veća. Stoga je i svrha ovog završnog rada približiti poduzeće svakom čovjeku te pokazati i njihov utjecaj unutar Republike Hrvatske.

## 2. METODE EKONOMIKE PODUZEĆA

Kako bi pojedina disciplina postala znanost potrebno je formiranje teorije, prikupljanje podataka te provjeravanje i revidiranje teorije. Tako i unutar ekonomike poduzeća postoje dvije skupine znanstvenih i istraživačkih spoznaja, a to su:

- Racionalističke metode
- Tehničke metode

Racionalistička metoda prema Kariću je opći misaoni postupak za stjecanje znanja koje se temelje na razumu i logici. Drugi nazivi koji se upotrebljavaju za ovu metodu su i logička metoda ili metoda istraživanja „za stolom“. Neke od racionalnih metoda su analiza, sinteza, indukcija, dedukcija i komparacija.

Tehničke metode omogućuju prikupljanje podataka o nekoj pojavi, kako bi se primjenom odgovarajućih matematičko – statističkih metoda došlo do potrebnih zaključaka. Najvažnije tehničke metode su promatranje, ispitivanje i eksperiment.

Primjena znanstvenih metoda u ekonomici poduzeća omogućuje bolje uočavanje niza čimbenika koji utječu na pojedine ekonomske pojave. Unatoč tome što se ekonomika služi egzaktnim kvantitativnim metodama ona se ne smatra egzaktnom znanošću. Na nju utječu brojni subjektivni čimbenici poput ljudskog ponašanja, i neočekivanih prirodnih pojava što dovodi do nesigurnih procjena u kretanju ekonomskih pojava. Stoga kao zaključak možemo reći da ekonomski zakoni vrijede u prosjeku, a kako navodi Karić sama primjena egzaktnih metoda povećava vjerojatnost predviđanja u ekonomiji

U sljedećoj tablici vidjet ćemo sažet prikaz svih metoda koje se primjenjuju unutar ekonomike poduzeća te ćemo svaku upoznat kroz njenu glavnu karakteristiku koja je bitno razlikuje od ostalih metoda.

Tabela 1: Metode ekonomike

Racionalističke metode		Tehničke metode	
<b>Analiza - pozitivna</b>	Bavi se činjenicama i predviđanjima	Promatranje	Postupak sustavnog praćenja neke pojave
<b>Analiza - normativna</b>	Povezuje ekonomske modele pozitivne analize s vrijednosnim prosudbama	Ispitivanje	Postavljanje pitanja u pismenom ili usmenom obliku
<b>Sinteza</b>	Spajanje odvojenih dijelova radi uočavanja bitnih obilježja	1. Intervju	Usmeno ispitivanje
<b>Indukcija</b>	Polazi se od pojedinačnih slučajeva radi utvrđivanja njihove međusobne povezanosti	2. Upitnik	Oblik pismenog ispitivanja u kojem je moguće pogrešno tumačenje
<b>Dedukcija</b>	Polazi se od općenito prihvaćenih pretpostavki koje se čine vjerojatnim	3. Anketa	Koristi se za ispitivanje velikog broja osoba
<b>Komparacija</b>	Uspoređivanje pojava u prostoru i vremenu	Eksperiment	Postupak kojim se namjerno izaziva neka pojava u kontroliranim uvjetima radi njezinog promatranja

Izvor: Karić M. (2005.): *Ekonomika*



### 3. TEORIJE PODUZEĆA

Svrha teorija unutar ekonomije je dati jednostavnije objašnjenje stvarnosti kako bismo mogli lakše razumjeti ključne ekonomske sile i shvatiti sam način funkcioniranja ekonomije odnosno korake koje pojedinci poduzimaju kako bi što bolje iskoristili resurse i povećali svoju zaradu i proširili se na tržištu razmjene robe i usluga. Također teorije objašnjavaju procese koje pronalazimo unutar ekonomskih sustava te posljedice koje mogu proizaći iz pojedinog sustava. Da bi smo mogli predviđati buduće kretanje ili rezultate teorije moraju definirati uzročno – posljedične veze. Razni teoretičari pokušavali su shvatiti kako se poduzeće ponaša kako bi poboljšali rezultate i došli do trajnog rješenja za određen problem. Iz njihovih razmišljanja razvile su se i razne teorije poput neoklasične koja polazi od savršene konkurencije na tržištu u kojoj djeluje poduzeće. S druge strane potpuna suprotnost bila je bihevioristička teorija koja je polazila od nesavršenog tržišta i same pretpostavke da čovjek nije racionalno biće. Nadalje menadžerska teorija koja je veliku pažnju posvećivala ulozi menadžera koji upravlja poduzećem a njegov cilj je rast prodaje, a ne dobit i rast kapitala. Te na kraju valja nabrojati i etatičku teoriju koja je značajna po pojavi upletanja države u sam društveni život i gospodarski sustav.

Važnost poznavanja teorije poduzeća bitna nam je za poznavanje oblika samog poduzeća, postavljanje njihovih ciljeva i funkcioniranje samog poduzeća. Kroz ovo poglavlje uvidjeli smo brojne oblike teorija poduzeća, a u daljnjem dijelu spomenut ću vrste poduzeća i kasnije ih uspoređivati sa poduzećima koje pronalazimo u Hrvatskoj.

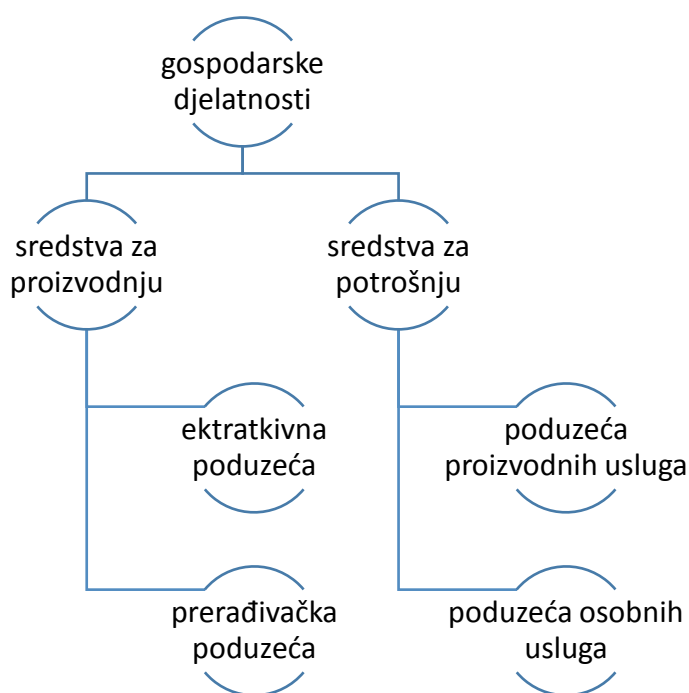
### 4. VRSTE PODUZEĆA

Svako poduzeće može osnovati pojedinac ili više osoba zajedno radi realizacije neke poslovne ideje no moraju zadovoljavati potrebne i propisane uvjete. Ono što se smatra pod potrebnim uvjetima prvenstveno su raspolaganje kapitalom i određenom kvalificiranom radnom snagom. Naravno prilikom osnivanja poduzeća svaki poduzetnik mora biti spreman na rizik koji donosi taj posao. Ključna karakteristika svakog poduzeća je da se sastoji od tri sastavnice: objektivne koju čine sredstva, subjektivne koju čine znanja i ideje te ustrojbene koju čini način povezivanja sredstva i rada u cjelinu. Stoga kao takvo uviđamo da je poduzeće izrazito složen gospodarski organ i upravo zbog te složenosti unutar poduzeća nailazimo i na razne vrste poduzeća koje se razlikuju po brojnim karakteristikama od vrste djelatnosti koje obavljaju pa do pravnog oblika koji se javlja unutar poduzeća.

#### 4.1. Prema gospodarskoj djelatnosti

Ovaj kriterij znatno određuje ostala obilježja ekonomsko – tehničke strukture i djelovanja. Prema vrsti djelatnosti mogu se razlikovati poljoprivredna, šumarska, ribarska, rudarska, industrijska, graditeljska, trgovinska, prometna, turistička, ugostiteljska i komunalna poduzeća. No glavna podjela među njima je na poduzeća koja proizvode sredstva za proizvodnju i poduzeća koja proizvode sredstva za potrošnju. Također proizvodna se poduzeća mogu dijeliti na ekstraktivna i prerađivačka, a uslužna na poduzeća proizvodnih i osobnih usluga.

Shematski prikaz navedene podjele izgleda ovako:



Grafikon 1 Hijerarhijski prikaz podjele poduzeća prema gospodarskoj djelatnosti

#### 4.2. Prema veličini

Promatranje poduzeća po ovom kriteriju može se razlikovati od promatranja prema broju zaposlenih, vrijednosti uloženog kapitala, veličini ostvarenog godišnjeg prihoda, vrijednosti ukupne aktive, veličini ugrađene pogonske snage itd. malim poduzećem smatra se ona organizacija koja zapošljava manje od 100 radnika i neproizvodne organizacije koje zapošljavaju manje od 50 radnika. U sljedećoj tablici prikazane su razlike poduzeća s obzirom na broj zaposlenih.

Tabela 2 Razlike poduzeća

Skupine poduzeća	Republika Hrvatska	Europska Unija	Sjedinjene Američke Države
<b>Mikropoduzeća</b>	Od 0 do 9 zaposlenika	Od 0 do 9 zaposlenika	Od 0 do 19 zaposlenika
<b>Mala poduzeća</b>	Od 10 do 49 zaposlenika	Od 10 do 99 zaposlenika	Od 20 do 99 zaposlenika
<b>Srednja poduzeća</b>	Od 50 do 249 zaposlenika	Od 100 do 499 zaposlenika	Od 100 do 499 zaposlenika

*Izvor: Karić M. (2005.): Ekonomika*

Podjela poduzeća prema veličini ima svoje praktično značenje jer ukazuje na poseban početni položaj u odnosu na uspjeh. Ključno je da učinkovito poduzeće mora imati optimalnu veličinu što znači da može poslovati na onom stupnju iskorištenja kapaciteta na kojem se ostvaruje maksimalni dobitak i upravo prema tome možemo promatrati je li određeno poduzeće iznad ili ispod optimalne veličine.

S pojavom suvremenog gospodarstva došlo je i do pojave specijalizacije koja je uvelike olakšala proizvodnju i povećala produktivnost određenog poduzeća. No kao bitna karakteristika organizacije poduzeća specijalizacija mora biti odlično provedena kako ne bi došlo do smanjenja produktivnosti izazvane neslaganjem radnika ili monotonijom obavljanja istog posla. Uspješnom provedbom specijalizacije dolazi do smanjenja troškova i povećanja profita poduzeća, no ponekad ni specijalizacija ne može u potpunosti osigurati sva potrebna sredstva poduzeću te poduzeće mora pribaviti određene resurse od drugih

proizvođača. Zbog toga se pri određivanju optimalne veličine poduzeća rabi marginalna analiza koja se temelji na graničnim veličinama. Ona nam kazuje da se poduzeću isplati rast do njegove veličine sve dok troškovi organiziranja dodatne djelatnosti unutar poduzeća ne budu jednaki troškovima pribavljanja dobara na tržištu.

#### **4.3. Prema ključnom resursu**

Temelj za razvrstavanje poduzeća predstavlja resurs koji je najviše zastupljen i koji ima najveći utjecaj na uspješnost poslovanja. U ključne resurse najčešće se ubrajaju: stalna sredstva, obrtna sredstva te radna snaga. Ona poduzeća koja koriste u velikoj mjeri stalna sredstva umjesto radne snage jesu kapitalno intenzivna poduzeća. Svaki pad stupnja iskorištenja kapaciteta može ih brzo dovesti u situaciju ostvarivanja gubitka. Nadalje u mnogim poduzećima najveći dio cijene koštanja proizvoda čine vrijednosti potrošenog materijala ili energije stoga oni veliku pažnju usmjeravaju racionalnom korištenju materijala u proizvodnji. U konačnici poduzeća koja zapošljavaju velik broj radne snage i većinom su to uslužne djelatnosti kojima je iznimno bitan ljudski sektor.

#### **4.4. Prema vlasništvu**

Podjela poduzeća po ovom kriteriju je bitna zbog utvrđivanja načina upravljanja poduzećem. O vrsti poduzeća također ovisi i društveni i gospodarski sustav zemlje. Tako prema ovoj podjeli razlikujemo: privatna, javna, zadružna i mješovita poduzeća. U privatnom vlasništvu su poduzeća pojedinih vlasnika i zajednička poduzeća većeg broja vlasnika. U pravilu ga osnivam jedna osoba koja unosi svoj kapital. Budući da je on vlasnik tog poduzeća on sam organizira rad i upravlja poduzećem. Često se takva poduzeća bave trgovinom na malo, ugostiteljstvom, uslužnim djelatnostima i sitnom industrijom.

S druge strane javna poduzeća mogu biti društvena i državna. Razlika je u tome što društvena poduzeća su u vlasništvu sindikata, crkve i raznih udruga, a državna su poduzeća uglavnom kako i sama riječ kaže u vlasništvu države. Također javna poduzeća se smatraju manje učinkovitim oblikom u odnosu na privatno poduzeće upravo zbog toga što nemaju jedinstvenog vlasnika koji bi ih vodio i organizirao rad.

Poduzeća u zadružnom vlasništvu imaju svrhu obavljanja gospodarskih djelatnosti u interesu zadruga. Samom zadrugom upravljaju zadrugari i radnici, no ono se ne smatra poduzećem jer joj svrha nije ostvarivanje zarade već unapređenje djelatnosti svojih članova. Većinom ih pronalazimo u poljoprivrednom sektoru djelatnosti.

I na kraju nailazimo na mješovita poduzeća koja su u kombiniranom vlasništvu države i privatnih osoba ili pak nastaju kombiniranjem prethodno navedenih poduzeća. Svaki oblik poduzeća karakterističan je za pojedinu djelatnost kojom se poduzeće bavi u skladu sa njegovim ciljevima.

#### **4.5. Prema pravnom obliku**

Zadnja podjela koju nailazimo unutar ekonomike poduzeća je podjela prema pravnom obliku odnosno podjela prema određenim propisima i poslovnim običajima. Razlike među poduzećima jesu u načinu osnivanja, upravljanjem poduzećem, samoj strukturi i odgovornosti članova i u konačnici ekonomskoj djelatnosti i učinkovitosti.

Unutar ove podjele nailazimo na:

- javno trgovačko društvo
- komanditno društvo
- društvo s ograničenom odgovornošću
- dioničko društvo

Svaka od prethodno navedenih vrsta ima za sebe karakteristična pravila i načine upravljanja samim poduzećem.

##### **4.5.1. Javno trgovačko društvo**

Osnivaju ga najmanje dvije osobe na temelju ugovora. Karakteristika za ovaj tip poduzeća je da svi članovi odgovaraju za obveze društva cjelokupnom svojom imovinom. Također članovi mogu svoju potražnju prema društvu namirit iz imovine ukoliko je to moguće. Poslovima društva upravljaju svi članovi, osim u slučaju ako postoji prethodni dogovor prema kojem je upravljanje poduzećem namijenjeno isključivo jednoj osobi. Osnivačka sredstva društva sastoje se od uloženog kapitala članova društva, a obično je taj uloženi kapital novac, stvari ili pravima izraženim u novcu. Razmjerno veličini uloženog kapitala članovi sudjeluju u dobiti kao i u pokrivanju gubitka društva.

U hrvatskoj ovaj oblik poduzeća i nije toliko zastupljen zbog velike odgovornosti. Članovi ovog društva u slučaju neuspjeha moraju vraćati sav dug što ih dovodi do toga da ostanu bez svega. U današnje vrijeme kada na neki način vlada još kriza vrlo malo poduzetnika se odlučuje na osnivanje poduzeća, a pogotovo i na još riskantniji potez koji dovodi osnivanje javno trgovačkog društva. Istraživanjem ovog tipa poduzeća pronašla

sam vrlo malo primjera javno trgovačkog društva i većinom su to nama nepoznate tvrtke koje se bave raznim ulogama, no na neki način došla sam do zaključka da su to većinom pravna poduzeća koja nude svoje pravne usluge. Tako donosim i primjer pravne organizacije Antičić-Jakovljević-Kušeta koje uglavnom nude porezne savjete. No smatram da je do osnivanja ovog poduzeća došlo upravo zbog manjeg rizika od gubitka sredstava pošto se ne radi o proizvodnom sektoru već uslužnom.



Slika 1 Logo J.T.D. Antičić-Jakovljević-Kušeta

Izvor: <http://www.porezni-savjetnik.com>

#### 4.5.2. Komanditno društvo

Karakteristika za komanditno društvo je da se smatra društvom osoba iako ima neka obilježja društva kapitala. Unutar njega nailazimo na dvije vrste članova: komanditori i komplementari. Razlika između njih je da komplementari za obveze društva odgovaraju cjelokupnom svojom imovinom što za sobom povlači da su oni ti koji upravljaju društvom, dok komanditori za obveze društva odgovaraju samo do visine kapitala koji su unijeli u društvo te također imaju pravo na razmjerni udio u dobiti. Također bitno je naglasiti da kod komanditnog društva nema temeljnog kapitala.

Što se tiče hrvatskog tržišta malo je domaćih poduzeća koji su se probili u javnost kao komanditno društvo. Većinom su to strane kompanije koje su se probile na naše tržište i tu se bore za dominaciju. Tako valja spomenuti 3 trgovačka lanca kao što su Kaufland, Lidl i Spar koji su na naše tržište došli 2000.-ih godina. Za primjer bih uzela tvrtku Lidl d.o.o. Hrvatska koja se na našim prostorima pojavila kao komplementar, a komanditor je bio WE Beteiligungs GmbH. Tako se Lidl pokušavao probiti na naše tržište udruživanjem sa još jednim poduzećem i time povećao svoj kapital. No sam cilj Lidla nije bio povećanje poslovanja, već osvajanje domaće maloprodaje. Iako nam ti trgovački lanci zvuče danas kao stabilna poduzeća, osnivanje komanditnog društva smatram također dosta riskantnim potezom budući da se samo u jednoj mjeri razlikuje od J.T.D.-a, no sve su to velika poduzeća unutar svojih država koja su se na naše tržište probile zahvaljujući uspjesima koje su prethodno ostvarivali na domaćem tržištu. Zanimljiv je također podatak da u Hrvatskoj od 53 tisuće trgovačkih društava, čak 96% otpada na društva s ograničenom

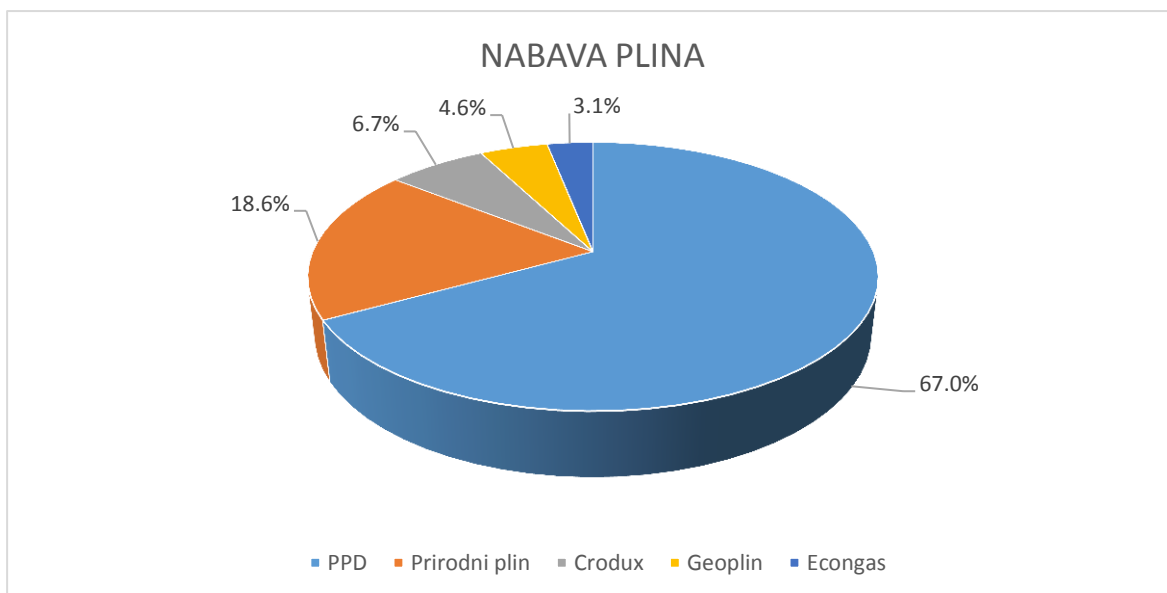
odgovornošću, 3.26% su dionička društva, ostali mali postotak otpada na komanditna društva i javna trgovačka društva iz čega možemo zaključiti da takva društva u Hrvatskoj ne pružaju neku veliku sigurnost i vrlo malo poduzetnika odlučuje se na tako riskantan potez. Također valja naglasiti da su komanditna društva u Hrvatskoj većinom zaštitarska poduzeća.

#### **4.5.3. Društvo s ograničenom odgovornošću**

Članovi ovog društva su suvlasnici koji u imovini društva sudjeluju sa određenim ulogom, a za svoje obveze odgovara cjelokupnom imovinom stoga se ovo društvo ubraja u kapitalna društva. Članovi društva odgovaraju samo do visine uloženog kapitala koji može biti novac, stvari ili prava izražena u novčanoj vrijednosti. Sama svrha udruživanja je prikupljanje kapitala za pokretanje posla, a u Hrvatskoj ovaj oblik je ujedno i najrašireniji oblik poslovne organizacije.

Kao primjer možemo navesti dosta tvrtki koje se nalaze na prostoru Hrvatske jer kao što smo već i naveli ovo je jedan od najraširenijih oblika organizacije u Hrvatskoj. Pojavljuju se na raznim područjima djelatnosti od proizvodnje do pružanja usluga. Kao primjera radi možemo navest Prvo plinarsko društvo koja se bavi uvozom, prodajom, opskrbom i distribucijom prirodnog plina. Nalazi se u privatnom hrvatskom vlasništvu a djeluje na području Vukovarsko – srijemske županije gdje i upravlja vlastitom distribucijskom mrežom. Osnovana je 2001. godine a do danas postala je najznačajniji subjekt na tržištu plina i najveći uvoznik za Republiku Hrvatsku. Iz ovog primjera vidimo da suradnjom domaćih i stranih investitora u samo 15-ak godina došlo je do velikog razvitka upravo zbog dobrog poznavanja ekonomike poduzeća i pravilnog odabira vrste kojom bi se iz danih resursa moglo izvući najviše dobiti. Također valja napomenuti da su uz pravilnu provedbu organizacije uspjeli pronaći svoje početno tržište, a kasnije se i proširiti na veći dio Hrvatske.

Sljedeća graf prikazuje uvoza plina za 2013./2014. godinu u Republici Hrvatskoj. Na samom grafu vidljivo je da je PPD postao vodeće poduzeće u nabavi plina.



Grafikon 2 Nabava plina za RH

Izvor: <http://www.ppd.hr/en/corporate-website/about-us/market-position>

#### 4.5.4. Dioničko društvo

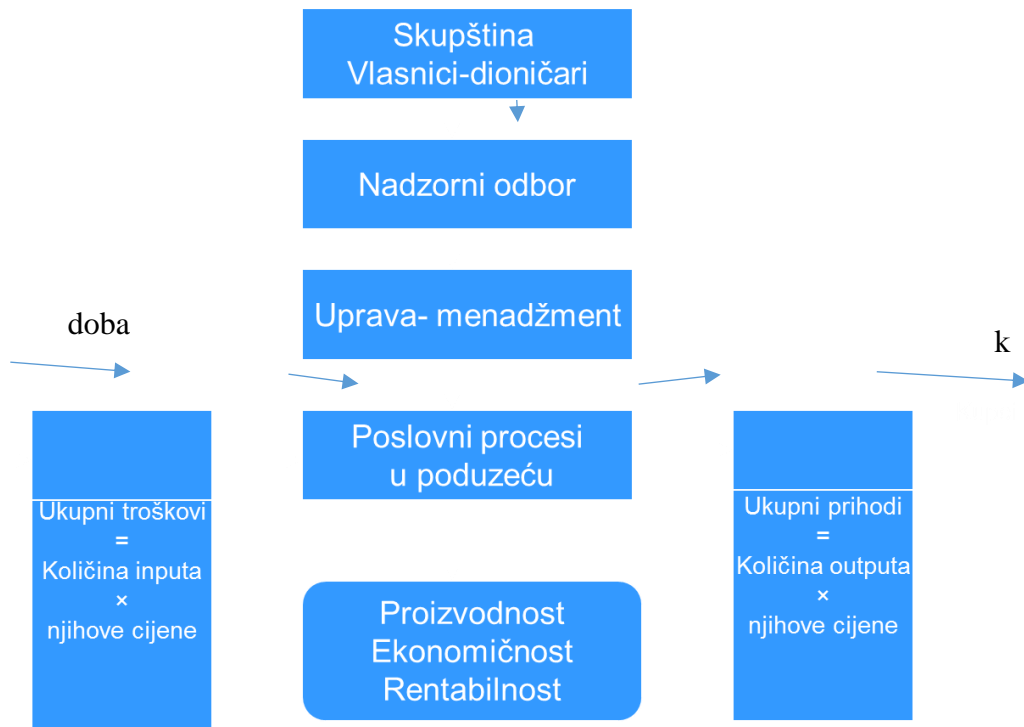
Društvo koje ima najpovoljnije uvjete za širenje i dinamičan razvoj poslovne organizacije. Svoja sredstva za osnivanje, poslovanje i razvoj pribavljaju izdavanje dionica. Dioničko društvo je tipično za velika poduzeća. Samo društvo se može utemeljiti na dva načina:

- otkupom svih dionica – simultano osnivanje
- upućivanjem javnog poziva za otkup odnosno prodaju dionica - sukcesivno osnivanje

Kako bi se osnovalo društvo potrebna je glavnica odnosno iznos sredstava potrebnih za osnivanje i rad društva. Osnovna glavica se dijeli na određen broj dionica čije su vrijednosti jednake. Prava dioničara ovise o broju i vrsti dionica koje drže. Tako razlikujemo redovne i prioritetne dionice. Razlika je u tome što redovnim dionicama stječemo pravo na sudjelovanje u upravljanju društvom i udio dobiti dok prioritetnim dionicama stječemo posebna prava kao što su prvenstvo naplate odgovarajućeg iznosa od nominalne vrijednosti dionica te prvenstvo naplate u slučaju likvidacije društva.

Dioničko društvo sastoji se od glavne skupštine koju izabire nadzorni odbor i ona donosi načelne odluke, uprave čija uloga je upravljanjem poduzećem i nadzornog odbora koji nadzire upravljanje poduzećem. Nadzorni odbor imenuje uprava.





Slika 2 Shematski prikaz dioničkog društva

Izvor: Dvorski S., Kovšca V. (2011.) : *Ekonomija za poduzetnike*

Kao što smo mogli vidjeti u republici Hrvatskoj mnoštvo je poduzeća koji su se odlučili za osnivanje dioničkog društva. Nalazimo ih u mnogim poslovnim sferama, a jedno od takvih poduzeća je i Croatia osiguranje. Svojim se financijskim i imovinskim potencijalom nametnula kao gospodarski čimbenik vrijedan poštovanja. Tijekom prve polovice 20. stoljeća tvrtka pokriva većinski dio osiguravateljnog tržišta. 1990 godine postaje dioničko društvo s većinskim udjelom državnog vlasništva. Unatoč pojavi konkurencijskih poduzeća Croatia osiguranje je i u današnje vrijeme vodeći osiguravatelj koji se modernizirao po ugledu na europsko tržište. Na njihovoj službenoj web stranici možete pronaći tko sve sudjeluje u radu uprave i nadzornom odboru. Htjela bi samo iznijeti podatak da se u upravi nalaze 4 člana dok se u nadzornoj skupštini nalazi 6 članova te oni zajedničkim snagama pokušavaju osmisliti najbolji plan kojim bi se mogli probiti na danas sve konkurentnije tržište i zadržati vodeću poziciju. Naravno i unutar uprave i nadzornog odbora nailazimo na broje stručnjake iz područja ekonomije koji svojim širokim znanjem mogu odvesti poduzeće u pravom smjeru, prepoznati problem prije nego li se poduzeće nađe u kriznoj situaciji i preoblikovati i organizirati nove poslovne pogodnosti kojim bi privukli šire tržište da bez razmišljanja odaberu upravo njihovo poduzeće.

## **5. UDRUŽIVANJE PODUZEĆA**

Jedna od bitnijih radnji koja se događa unutar ekonomike poduzeća je i udruživanje. Do udruživanja poduzeća dolazi iz različitih razloga primjerice: želja za smanjenjem konkurencije, povećanja kapaciteta poduzeća čime se ostvaruju niži troškovi, racionalizacije, diverzifikacije proizvodnje te radi probijanja na inozemno tržište. Pojedina poduzeća udružuju se sporazumno kako bi povećali ukupne proizvodne kapacitete i stvorili uvjete za veća ulaganja u razna druga područja poput tehnologije, povoljnu podjelu rada, masovnu proizvodnju te na taj način snizili troškove proizvodnje i imali mogućnost proširiti se na tržištu.

Također jedan od razloga udruživanja poduzeća je taj da se udružena poduzeća mogu lakše nositi s rizicima velikih ulaganja. Opći rezultat udruživanja poduzeća jest sinergijski efekt koji kazuje da udruženi subjekti mogu ostvariti više od zbroja pojedinačnih učinaka koje bi ostvarili odvojeno.

Neki od oblika udruživanja poduzeća prema Kariću su:

- Prema intenzitetu proizvodnje
  - Kooperacije i koncentracije
- Prema srodnosti udruživanja
  - Homogena i heterogena
- Prema trajanju udruživanja
  - Privremena i trajna
- Prema području udruživanja
  - Nacionalna i međunarodna
- Prema broj udruženih poduzeća
  - Uža i šira
- Prema načinu udruživanja
  - Spajanje i pripajanje

Navest ću samo neke od oblika udruživanja koji su u današnje vrijeme najpogodniji i najrašireniji oblici udruživanja. Jedan od takvih je kooperacija prema kojoj poduzeća zadržavaju svoju punu samostalnost, a udružuju se isključivo radi poslovne suradnje. Trajni oblik udruživanja je kartel kojim se poduzeća dogovaraju o podjeli tržišta i određivanju cijena svojih proizvoda. Danas su oni u mnogim zemljama zabranjeni, no nastali su novi oblici kartela kojim se dva poduzeća dogovaraju o nabavi i prodaji, uvozu i izvozu, transportu, zajedničkom istraživanju i razvoju i tome slično.

S druge strane povremeni oblik kooperacije naziva se konzorcij u kojem se poduzeća udružuju radi zajedničkog ulaganja u neki veliki pothvat s ciljem smanjenja rizika u slučaju neuspjeha, te prevelikog gubitka uloženog kapitala. Po završetku posla osniva se novo poduzeće, a ugovorno udruženje nestaje. U hrvatskoj možemo pronaći nekoliko konzorcija, a jedan od njih je i Hrvatski konzorcij revizora koji je nastao s ciljem povećanja konkurentnosti i efikasnosti u odnosu na revizorske kompanije koje su u stranom vlasništvu.

Čvršći oblik udruživanja poduzeća je koncentracija te takvim udruženjem se mogu stvoriti homogene i heterogene koncentracije. Homogene koncentracije povezuju poduzeća istih djelatnosti dok heterogene poduzeća različitih djelatnosti. Glavna podjela homogenih poduzeća je na vodoravne i okomite koncentracije. Razlika među njima je u tome da vodoravne koncentracije nastaju udruživanjem poduzeća koji proizvode iste proizvode, čime dolazi do isključivanja konkurencije, dok okomita koncentracija dovodi

do udruženja poduzeća koji se tehnološki međusobno nadopunjuju. U Hrvatskoj takav oblik udruživanja u kooperaciju ostvarilo je poduzeće KTC d.d. koje je trgovinsko poduzeće a svoju suradnju ostvaruje s raznim dobavljačima voća i povrća kako bi povećalo konkurentnost tržišta i ostvarila najkvalitetnije proizvode koje može pružiti svojim kupcima.

Heterogena koncentracija nastaje udruživanjem poduzeća različitih djelatnosti kao primjerice udruživanje poljoprivrednih poduzeća s ugostiteljskim ili industrijskih poduzeća s trgovinskim sve u svrhu povećanja proizvodnje i profita. Dva su tipična oblika koncentracije: trustovi i koncerni. Trustovi su velika jedinstvena poduzeća u kojima su poduzeća izgubila pravnu i ekonomsku samostalnost, dok koncerni nastaju udruživanjem kapitala sa željom za stvaranje snažnih organizacija koje su ekonomski jedinstvene ali pravno imaju samostalnost. Jedan od najpoznatijih koncerna u Hrvatskoj jest Agrokor, a njega čine kompanije u djelatnostima maloprodaje, hrane i poljoprivrede. To je ujedno najveća hrvatska privatna kompanija. Svojim uspješnim poslovanjem Agrokor dominira na raznim područjima poput Ledo koji dominira na tržištu sladoleda, Zvijezda na tržištu margarina te Jamnica koja dominira na tržištu mineralnih voda u Hrvatskoj. To su samo neki od primjera kojim Agrokor pokazuje svoj veliku dominaciju na tržištu Republike Hrvatske.

Nadalje važno je spomenuti i konglomerat koji kao poslovna organizacija obuhvaća holding poduzeća i skupinu podređenih poduzeća koje se bave različitim djelatnostima. Sama svrha holding poduzeća je da drže dionice drugih poduzeća. Unutar konglomerata nalaze se poduzeća koja pripadaju različitim granam djelatnosti kao primjerice proizvodnja odjeće i automobila, turističke agencije i slično. Holding poduzeće ekonomski je opravdano tek onda kada njegova uprava može obavljati financijske, menadžerske i marketinške funkcije za veći broj podređenih poduzeća. Nama najpoznatiji holding je zagrebački koji je zapravo jednostavno trgovačko društvo koje se u današnje vrijeme većinom bave gospodarskim aktivnostima, smanjenju troškova uz povećanje kvalitete usluga te ulaganje u ljudski kapital. Ono gdje možemo naći zagrebački holding je u komunalnim, energetske, prometnim i tržišnim djelatnostima u području grada Zagreba.

## 6. PLANIRANJE

Da bi poduzeće bilo uspješno mora postojati određen plan koji će vodit poduzeće u pravom smjeru prema konačnom cilju. Planiranjem poduzetnici predviđaju buduće aktivnosti koje bi se mogle dogoditi unutar poduzeća. Unutar procesa planiranja definiraju se ciljevi i zadaci te određuju sredstva i metode njihova ostvarivanja. Metodika planiranja je interni propis kojim se utvrđuju svi zadaci kao i način njihove provedbe. U metodici je potrebno utvrdi vrste ukupnih i pojedinačnih planova, redoslijede i rokove izrade planova kao i metode i postupke, zatim podlogu za izradu planova te tijekom pripreme i donošenje planova, a u konačnici i postupke praćenja izvršenja planova.

Ono što je bitno za svaki plan je da on bude prilagodljiv zbog nepredvidljivih budućih radnji i događanja na tržištu te utjecaja unutarnjih i vanjskih čimbenika na poduzeće. Osim prilagodljivosti plan mora biti precizan odnosno jasno definiran te cjelovit kako bi obuhvatio sve ciljeve i zadatke bitne za samo poduzeće i njihove ključne aktivnosti. Smatram da je jedno od važnijih svojstava plana prilagodljivost. Ukoliko se planovi rade na duže razdoblje moguće su brojne greške koje tokom vremena moramo ispravljati i mijenjati naše planove kako bi ih doveli do savršenstva. Tako da se preporuča da planovi budu izrađeni za najmanje tri buduća stanja okoline normalne, optimistične i pesimistične opcije plana. Normalna se odnosi na očekivane uvjete poslovanja. Optimistična kao što i sama riječ kaže odnosi se na natprosječno povoljne uvjete poslovanja u budućnosti te na kraju pesimistična opcija koja se temelji na lošijim uvjetima poslovanja u odnosu na očekivane. Važno je da poduzeće provodi analize i prilagođava se nastalim situacijama kako bi u konačnici izbjegla nastanak kriznih situacija ili u krajnjem slučaju i raspad poduzeća. No ukoliko se plan nadzire i naprave sve analize za buduće radnje poduzeće može se prilagodit svojim radnjama promjenjivoj okolini i tržištu i bez većih gubitaka nastaviti podizati svoju produktivnost. Također bitno je da je plan cjelovit. Tako primjerice planovi poslovanja koje donosi najviši menadžer mogu pokrivati razdoblje od 5 do 10 godina, dok planovi određenog dijela poduzeća mogu pokrivati razdoblje od nekoliko sati, tjedana, mjeseci pa sve do jedne godine. Planovi se dijele prema vremenu na dugoročna za vrijeme preko 5 godina, srednjoročne za planove od 5 do 7 godina i kratkoročne do jedne godine. Stoga ovisno o težini zadatka i cilja koje je poduzeće spremno postići u tolikoj mjeri je potrebno posvetiti vremena planiranja svih koraka poduzeća kako u konačnici ne bi naišli na neželjene i iznenadne situacije koje bi poslovanje poduzeća odvelo u krivom smjeru.

## 7. HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Tijekom 2012. godine tisuću najvećih hrvatskih kompanija ostvarilo je 428 milijardi kuna prihoda, a u konačnici to je 17 milijardi kuna dobiti. Najveće hrvatske tvrtke u 2012. godini navedene su u sljedećoj tablici.

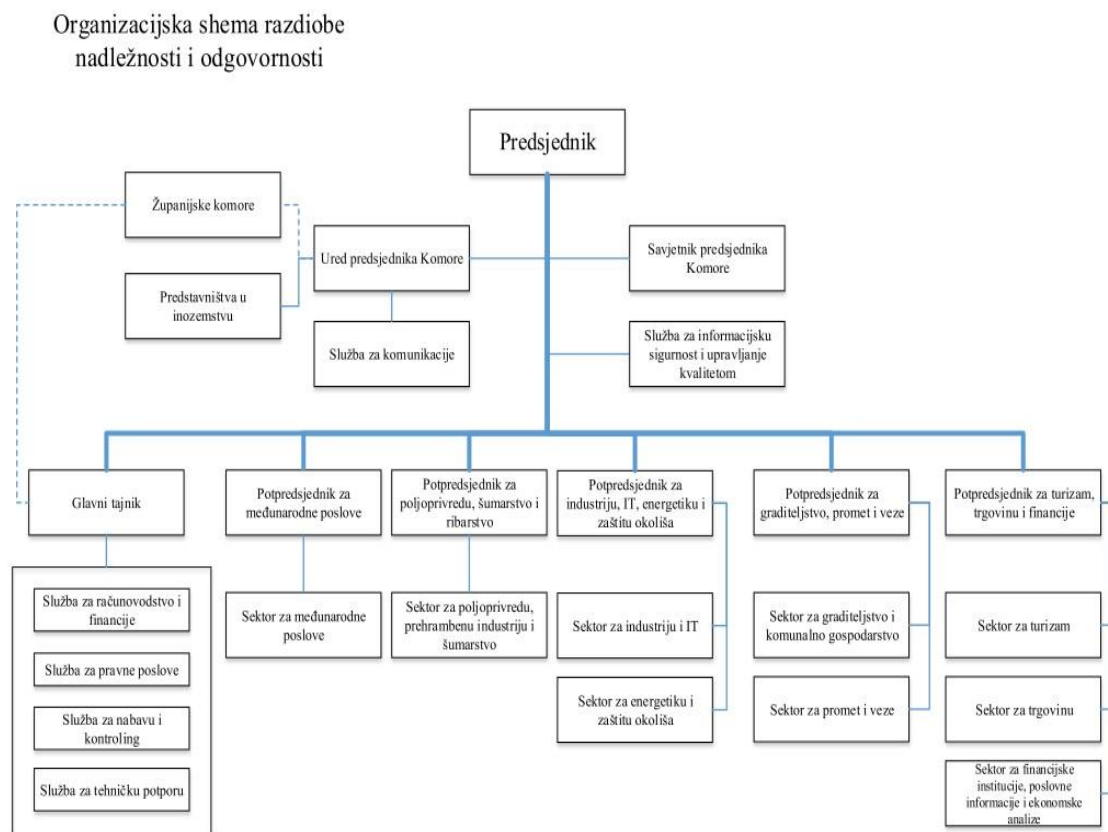
Tabela 3 Vodeća poduzeća

<b>INA</b>	<b>Zagrebačka banka</b>
<b>Hrvatska elektroprivreda</b>	Privredna banka Zagreb
<b>Konzum</b>	HEP – proizvodnja
<b>Prirodni plin</b>	OMV Hrvatska
<b>Hrvatski telekom</b>	HEP – operator distribucijskog sustava

Izvor: <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=33>

Sva ta velika poduzeća možemo naći unutar Hrvatske gospodarske komore (HGK). Ona predstavlja sve gospodarske subjekte u Hrvatskoj. Javno – pravni ili kontinentalni model kazuje da je komora utemeljena na zakonu i obvezatnom komorskom članstvu. Na taj način gospodarstvo ima određen utjecaj i samostalnost u radu. Hrvatska gospodarska komora zastupa interese svojih članica pred državnim tijelima, unaprjeđuje razvoj poduzetništva, potiče istraživanja i razvoj, usklađuje interese članica Hrvatske gospodarske komore, poduzima mjere za poticanje i razvijanje poslovnih običaja i poslovnog morala.

Sama organizacijska shema je vrlo složena i podijeljena na brojne sektore kako bi se u boljem nadzoru i preciznijoj mjeri izvršavali zadaci na koje se HGK obvezuje prilikom učlanjivanja pojedinog poduzeća u komoru.



Slika 3 Shematski prikaz organizacije HGK

Izvor: <http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/uploads/2015/07/Organizacijska-shema-HGK.jpg>

Na njihovim stranicama možemo naći sve informacije o bilo kojem poduzeću registrirano na području Republike Hrvatske od kontakt telefona, sjedišta samog poduzeća do pravnog oblika, direktora poduzeća i broja zaposlenih u trenutku pretraživanja.

Osim toga donosim vam i prikaz broja malih, srednjih i velikih poduzeća na našim prostorima i specijalnu podjelu na određene djelatnosti. Tako vidimo da su najbrojnija mala poduzeća i to posebice na području trgovine na veliko i malo, dok najviše srednjih i velikih tvrtki nalazimo u prerađivačkoj industriji.

Tabela 4 Tvrtke na području RH po djelatnostima

DJELATNOST		BROJ TVRTKI			
Šifra	Naziv	MALE TVRTKE	SREDNJE TVRTKE	VELIKE TVRTKE	UKUPNO
-	Nema podataka	14	0	0	14
A	POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	1.616	42	10	1.668
B	RUDARSTVO I VAĐENJE	213	13	4	230
C	PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	10.249	408	114	10.771
D	OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM, PLINOM, PAROM I KLIMATIZACIJA	361	14	11	386
E	OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, GOSPODARENJE OTPADOM TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA	488	79	12	579
F	GRAĐEVINARSTVO	11.541	139	32	11.712
G	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA	25.622	333	86	26.041
H	PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	3.149	59	28	3.236
I	DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	5.046	81	19	5.146
J	INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	4.095	33	14	4.142
K	FINANCIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA	565	4	6	575
L	POSLOVANJE NEKRETNINAMA	4.431	5	3	4.439
M	STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	13.471	41	13	13.525
N	ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI	3.676	15	2	3.693
O	JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE	10	0	0	10
P	OBRAZOVANJE	910	0	0	910
Q	DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE I SOCIJALNE SKRBI	900	7	1	908
R	UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	812	14	4	830
S	OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	2.370	5	0	2.375

Izvor: <http://www.hgk.hr/pokazatelj/broj-malih-srednjih-i-velikih-poduzeca-u-republici-hrvatskoj-prema-nkd-u-za-razdoblje-od-i-xii-2011>



## 8. ZAKLJUČAK

Ekonomika poduzeća jedna je od opsežnijih grana ekonomike koju svaki poduzetnik bi trebao znati ukoliko želi uspješno voditi svoje poduzeće. Želja svakog poduzetnika je ostvariti što veću dobit unutar vlastitog poduzeća, no to može postići jedino uz pravilnu provedbu organizacije i plana prema kojem će moći ostvariti svoje ciljeve. Također bitno je naglasiti da svaki plan kojeg poduzetnik provodi mora biti dobro strukturiran kako ga iznenadne situacije na promjenjivom tržištu ne bi dovele do stečaja. Osim toga poduzetnik u svom tom radu mora imati dobre organizacijske sposobnosti kako bi uspješno proveo specijalizaciju rada i na taj način povećao produktivnost, pritom pazeći na ljudski sektor u kojem treba izbjeći monotoniju konstantnog obavljanja istog posla. U samim počecima organiziranja poduzeća bitno je odabrati i pravilni pravni oblik kojeg poduzeće neće naići na prevelik rizik poslovanja. Vidjeli smo da je taj pravni oblik za naše gospodarstvo većinom društvo s ograničenom odgovornošću i dioničko društvo koje na neki način pružaju sigurnost tako da osnivači poduzeća u slučaju propasti ne odgovaraju punom svojom imovinom. No veliku ulogu za hrvatsko gospodarstvo ima Hrvatska gospodarska komora koja pruža zaštitničku ulogu svim poduzećima u Hrvatskoj. Raširena je na svim razinama od državne do županijske a zahvaljujući njezinoj organizacijskoj strukturi zastupa sva područja gospodarskih djelatnosti na našim prostorima. Prema podacima koje sam pronašla na njihovoj stranici mogu zaključiti da je Hrvatska na pragu napretka no i dalje u velikoj mjeri u strahu od rizika osnivanja poduzeća. Tako smo mogli vidjeti iz priložene tablice da u Hrvatskoj većina poduzeća koje se osnivaju su mala poduzeća koje imaju mnoštvo konkurenata na današnjem tržištu dok velika poduzeća do svoje nadmoći na tržištu su došli udruživanjem s brojnim drugim poduzećima i na taj način danas mogu konkurirati i na inozemnom tržištu. Stoga svaki poduzetnik koji se odluči na rizik osnivanja poduzeća trebao bi uvelike poznavati i brojne teorije poduzeća i samu suštinu ekonomike poduzeća kako bi znao u pravoj mjeri prepoznati probleme i donositi ispravne odluke. Smatram da bi većim brojem obrazovanih poduzetnika Hrvatsko poduzeće bilo naprednije i konkurentnije stranim poduzećima i stranom tržištu.

## 9. LITERATURA

1. Karić M. (2005.): Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet, Osijek. 2-27
2. Dvorski S., Kovšca V. (2011.) : Ekonomija za poduzetnike, TIVA-Tiskara, Varaždin.
3. Hrvatska gospodarska komora: Registar poslovnih subjekata, <http://www.hgk.hr/odjel-za-poslovne-informacije/registar-poslovnih-subjekata>, dostupno 3. rujna 2016.
4. Privatna i javna poduzeća, <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=33>, dostupno 3. rujna 2016.
5. Lider.media: Komanditno društvo: jedni ulažu kapital, a drugi vođenje i odgovornost, <http://lider.media/arhiva/10130/>, dostupno 3. rujna 2016.
6. JATRGOVAC.HR: Kaufland, Lidl, Spar – analiza poslovanja, <http://www.jatrgovac.com/2010/06/kaufland-lidl-i-spar-analiza-poslovanja/>, dostupno 3. rujna 2016.
7. Prvo plinarsko društvo, <http://www.ppd.hr/hr/korporativne-stranice/o-nama/povijest>, dostupno 3. rujna 2016.
8. Croatia osiguranje, <http://www.crosig.hr/hr/>, dostupno 3. rujna 2016.
9. Kooperacija, <http://www.ktc.hr/kooperacija/>, dostupno 3. rujna 2016.
10. Agrokor, <http://www.agrokor.hr/hr/koncern/o-nama/>, dostupno 3. rujna 2016.
11. Zagrebački holding, <http://www.zgh.hr>, dostupno 3. rujna 2016.

<http://www.ppd.hr/en/corporate-website/about-us/market-position>  
(PREUZETO 3. rujna 2016.)

<http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/uploads/2015/07/Organizacijska-shema-HGK.jpg> (PREUZETO 3. rujna 2016.)

<http://www.hgk.hr/pokazatelji/broj-malih-srednjih-i-velikih-poduzeca-u-republici-hrvatskoj-prema-nkd-u-za-razdoblje-od-i-xii-2011> (PREUZETO 3. rujna 2016.)

## 10. SAŽETAK

U vremenu sve veće važnosti novca do izražaja dolazi i važnost ekonomije, a time i ekonomije poduzeća. Svaki poduzetnik za cilj si uzima povećanje prihoda, a smanjenje troškova. Kako bi to postigao svaki poduzetnik mora biti dobro organiziran i provesti sve važne korake koji bi mogli utjecati na uspješnost poslovanja, kao što su planiranje, organiziranje i drugi postupci. Svaki poduzetnik mora znati prepoznati problem u kojem se nađe i na vrlo brz i učinkovit način doći do rješenja. No u vremenu sve većeg širenja ekonomije dolazi i do nastanka brojnih vrsta poduzeća koje možemo podijeliti s obzirom na gospodarske djelatnosti koje obavljaju, prema veličini, prema ključnom resursu, prema vlasništvu i na kraju prema pravnom obliku. Svaka od navedenih podjela je karakteristična za određenu djelatnost kojom se poduzetnik namjerava baviti. Ponekad poduzeća se teško odupiru velikoj konkurenciji te same ne mogu opstati i u takvim vremenima dolazi do udruživanja poduzeća ovisno o svrsi udruživanja. No svaka od tih gospodarskih radnja unutar Hrvatske praćena je radom Hrvatske gospodarske komore, institucije koja zastupa interese svojih članica pred državnim tijelom i nastoji unaprijediti poduzetništvo unutar Hrvatske. Iako su poduzeća u Hrvatskoj brojna većinom se tu radi o manjim poduzećima koja ne ulaze u velik rizik poslovanja. No vidjeli smo kroz ovaj rad da postoje u Hrvatskoj razne vrste poduzeća sa raznim organizacijskim oblicima, ali smatram da sve je to na tragu tek budućeg napretka naše ekonomije i gospodarstva.

Ključne riječi: poduzeće, ekonomija, poduzetnik, gospodarske djelatnosti

## 11. SUMMARY

In a time of increasing importance of money will also highlight the importance of the economy and also the economy of enterprises. Every entrepreneur has aim to increase his incomes and decrease his costs. Every entrepreneur has to be organized and carry out important steps such as planning, organizing and other steps. He also needs recognize problems quickly and in the effective way finds a solution to the problems. Many types of enterprises have been appeared until today so they can be divided considering economic activities that enterprises do, according to size, key resources, to property and legal form. Each of these types are characteristic of the specific activity of the entrepreneur intends to deal with. Sometimes the enterprises can not work by their own because the competition is big and powerful so the enterprise mergers with another enterprise that depend on the purpose of association. Every economic activity that enterprise do, has been accompanied by work of Croatian Chamber of Economy, is an independent professional and business organisation of all legal entities engaging in business. Although a many enterprises are in Croatia, mostly it is about small enterprises which are not included in high risk operations. Through this work we have seen many types of enterprises that exist in Croatia, but in my opinion it is just beginning of future progress of our economy.

Key words: enterprise, economy, entrepreneur, economic activities

**12. POPIS TABLICA**

Tabela 1: Metode ekonomike.....	4
Tabela 2 Razlike poduzeća.....	7
Tabela 3 Vodeća poduzeća.....	18
Tabela 4 Tvrtke na području RH po djelatnostima .....	20

**13. POPIS SLIKA**

Slika 1 Logo J.T.D. Atičić-Jakovljević-Kušeta .....	10
Slika 2 Shematski prikaz dioničkog društva .....	13
Slika 3 Shematski prikaz organizacije HGK.....	19

**14. POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1 Hijerarhijski prikaz podjele poduzeća prema gospodarskoj djelatnosti ....	6
Grafikon 2 Nabava plina za RH.....	12

**TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Završni rad

**OBLICI PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ  
APPEARANCE OF ENTERPRISES IN CROATIA**

Dajana Antukić

**Sažetak:** U vremenu sve veće važnosti novca do izražaja dolazi i važnost ekonomije, a time i ekonomije poduzeća. Svaki poduzetnik za cilj si uzima povećanje prihoda, a smanjenje troškova. Kako bi to postigao svaki poduzetnik mora biti dobro organiziran i provesti sve važne korake koji bi mogli utjecati na uspješnost poslovanja, kao što su planiranje, organiziranje i drugi postupci. Svaki poduzetnik mora znati prepoznati problem u kojem se nađe i na vrlo brz i učinkovit način doći do rješenja. No u vremenu sve većeg širenja ekonomije dolazi i do nastanka brojnih vrsta poduzeća koje možemo podijeliti s obzirom na gospodarske djelatnosti koje obavljaju, prema veličini, prema ključnom resursu, prema vlasništvu i na kraju prema pravnom obliku. Svaka od navedenih podjela je karakteristična za određenu djelatnost kojom se poduzetnik namjerava baviti. Ponekad poduzeća se teško odupiru velikoj konkurenciji te same ne mogu opstati i u takvim vremenima dolazi do udruživanja poduzeća ovisno o svrsi udruživanja. No svaka od tih gospodarskih radnja unutar Hrvatske praćena je radom Hrvatske gospodarske komore, institucije koja zastupa interese svojih članica pred državnim tijelom i nastoji unaprijediti poduzetništvo unutar Hrvatske. Iako su poduzeća u Hrvatskoj brojna većinom se tu radi o manjim poduzećima koja ne ulaze u velik rizik poslovanja. No vidjeli smo kroz ovaj rad da postoje u Hrvatskoj razne vrste poduzeća sa raznim organizacijskim oblicima, ali smatram da sve je to na tragu tek budućeg napretka naše ekonomije i gospodarstva.

Ključne riječi: poduzeće, ekonomija, poduzetnik, gospodarske djelatnosti

**Summary:** In a time of increasing importance of money will also highlight the importance of the economy and also the economy of enterprises. Every entrepreneur has aim to increase his incomes and decrease his costs. Every entrepreneur has to be organized and carry out important steps such as planning, organizing and other steps. He also needs recognize problems quickly and in the effective way finds a solution to the problems. Many types of enterprises have been appeared until today so they can be divided considering economic activities that enterprises do, according to size, key resources, to property and legal form. Each of these types are characteristic of the specific activity of the entrepreneur intends to deal with. Sometimes the enterprises can not work by their own because the competition is big and powerful so the enterprise merges with another enterprise that depend on the purpose of association. Every economic activity that enterprise do, has been accompanied by work of Croatian Chamber of Economy, is an independent professional and business organisation of all legal entities engaging in business. Although a many enterprises are in Croatia, mostly it is about small enterprises which are not included in high risk operations. Through this work we have seen many types of enterprises that exist in Croatia, but in my opinion it is just beginning of future progress of our economy.

Key words: enterprise, economy, entrepreneur, economic activities

**Datum obrane:**