

Poduzetništvo i njegov utjecaj na ekonomski razvoj države

Barišić, Nikolina

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:655080>

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

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



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

NIKOLINA BARIŠIĆ

PODUZETNIŠTVO I NJEGOV UTJECAJ NA
EKONOMSKI RAZVOJ DRŽAVE

DIPLOMSKI RAD

Dubrovnik, rujan 2019.

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

PODUZETNIŠTVO I NJEGOV UTJECAJ NA
EKONOMSKI RAZVOJ DRŽAVE

DIPLOMSKI RAD

Predmet: Ekonomika poduzetništva

Studij: Odjel za Ekonomiju i Poslovnu Ekonomija

Studijski smjer: Marketing

Mentor: doc. dr. sc. Zorica Krželj-Čolović

Student: Nikolina Barišić

Stupanj studija: Diplomski studij

Dubrovnik, rujan 2019.

SAŽETAK

Ekonomski razvoj usko je vezan uz poduzetništvo i inovacije te upravo zbog toga su privatna poduzeća jedan od glavnih pokretača gospodarstva. Otvaranjem radnih mjesta, zapošljavanjem ljudi, iskorištavanjem njihovih znanja i vještina za stvaranje inovativnih proizvoda i usluga, utječe se samo na nacionalno gospodarstvo nego i na svjetsko. Poduzetništvo je način kreiranja nove vrijednosti kojom se ostvaruje profit i pruža zadovoljstvo pojedincu. Cilj svakog poduzetnika je utjecati pozitivno na okolinu u kojoj djeluje i stvarati poduzetničko društvo koje karakterizira porast proizvodnje, porast prihoda i profita, zaposlenosti, stvaranje inovativnih proizvoda i usluga kojima će se konkurirati na nacionalnoj i svjetskoj razini. Danas je sve to moguće uz dostupnost interneta, pa je umrežavanje i virtualno poslovanje dostupno svima i olakšava proces pružanja usluge i informacija. Malo i srednje poduzetništvo omogućuje otvaranje radnih mjesta, razvija osobne potencijale, razvija opće društvene interese, potiče ekonomski rast i razvoj zemlje. Također, lakše se prilagođavaju promjenama u okolini i brže reagiraju na njih. Kada govorimo o poduzetništvu, potrebno je posebnu pozornost posvetiti poduzetničkoj okolini koju možemo podijeliti na: političku, ekonomsku, kulturnu, tehnološku i pravnu. Sve navedene okoline imaju utjecaj na poduzetnika i njegovo poslovanje te konkurentnost na tržištu. Na temelju GEM istraživanja saznat ćemo kakva je pozicija Hrvatske u odnosu na ostale zemlje svijeta i EU, koje su regije u Hrvatskoj poduzetnički aktivne, kakva je aktivnost prema spolu i rodu, kakvo je obrazovanje, zaposlenost, vladine politike i programi, sufinanciranje države i sl.

Ključne riječi: poduzetništvo, ekonomski razvoj, inovacije, subvencije.

SUMMARY

Economic development is closely linked to entrepreneurship and innovation, which is why private enterprises are one of the main drivers of the economy. Creating jobs, hiring people, harnessing their knowledge and skills to create innovative products and services, affects not only the national economy but also the world. Entrepreneurship is a way of creating new value that is profitable and satisfying to the individual. The goal of every entrepreneur is to positively influence the environment in which operates and create an entrepreneurial society characterized by an increase in production, increase in income and profit, employment, creation of innovative products and services that will compete at the national and world level. Today, all this is possible with the availability of the Internet, so networking and virtual business are accessible to everyone and make the process of providing service and information easier. SMEs enable job creation, develop personal potential, develop general social interests, stimulate economic growth and development of the country. They are also easier to adapt to and respond to changes in the environment. When it comes to entrepreneurship, special attention must be paid to the entrepreneurial environment, which can be divided into: political, economic, cultural, technological and legal. All of these environments have an impact on the entrepreneur and their business and their competitiveness in the market. Based on the GEM research we will find out what is the position of Croatia in relation to other countries of the world and the EU, what regions in Croatia are entrepreneurially active, what is the activity by gender and gender, what is education, employment, government policies and programs, state co-financing, etc. .

Keywords: entrepreneurship, economic development,, innovation, subvention

SADRŽAJ:

1.UVOD	1
1.1. Definicija i predmet istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi rada	1
1.3. Metodologija i hipoteze istraživanja.....	2
1.4. Struktura rada	2
2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA	3
2.1. Definiranje pojma poduzetništvo.....	3
2.2. Uloga poduzetništva u razvoju društva.....	5
2.3. Poduzetništvo i ekonomija	7
2.4. Poduzetništvo kao komponenta za ubrzan ekonomski rast.....	9
3. PODUZETNIŠTVO KAO KREATOR PROMJENA I POKRETAČ EKONOMSKOG RAZVOJA	11
3.1. Pojmovno određenje ekonomskog razvoja	12
3.2. Uloga poduzetnika i njihov utjecaj na ekonomski razvoj	13
3.3. Važnost inovacija za ekonomski razvoj.....	13
3.4. Poduzetničko okruženje i uloga države	15
4. ULOGA PODUZETNIŠTVA U RAZVOJU REPUBLIKE HRVATSKE	20
4.1. Značajke poduzetništva i inovacija u Republici Hrvatskoj.....	21
4.2. Trenutno stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj i utjecaj na ekonomski razvoj države.....	22
4.3. Analiza kretanja poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	49
4.5. Subvencije u Republici Hrvatskoj za razvoj poduzetništva	53
5. ZAKLJUČAK	57
Literatura	58
Ilustracije.....	60

1.UVOD

Poduzetništvo i njegovo značenje za ekonomski razvitak države predmet je mnogobrojnih istraživanja. Poznato je da su ekonomski teoretičari tumačili pojam poduzetnika na različite načine ali ono što povezuje sve je upravo definiranje poduzetnika kao osobe koja je spremna preuzeti rizik za obavljanje posla i unošenje inovacija kroz svoje znanje i vještine kako bi ostvario profit. Pri tome svaki poduzetnik treba svoj posao prilagođavati okolini u kojoj posluje, prateći vladine politike, želje kupaca, vlastite mogućnosti, tehnološki napredak i inovacije te u skladu s tim što bolje utjecati na državu, njezin rast i razvoj. Važnu ulogu imaju mala poduzeća koja svojim djelovanjem mogu osigurati konkurentnost na svjetskom tržištu, uvodeći inovacije proizvoda i usluga. Također, njihova važnost leži u bržem i boljem prilagođavanju nastalim promjenama u okolini te možemo reći da su oni jedan od razloga ekonomskog rasta i razvoja države.

1.1. Definicija i predmet istraživanja

Danas su sve više prisutni poduzetnici koji svojim inovacijama mijenjaju suvremeni način poslovanja i postaju vodeći u različitim područjima rada, upravo zbog takvih poduzetnika država koja pomaže u njihovom razvoju može konkurirati ostalim državama svijeta.

1.2. Ciljevi rada

Ciljevi rada su usko vezani uz predmet istraživanja te ga pobliže opisuju. Neki od ciljeva su:, uloga poduzetništva u razvoju države, uloga poduzetnika, važnost inovacija za gospodarski rast i razvoj, uloga države i sufinanciranje poduzetništva, analiza stanja u Republici Hrvatskoj te utjecaj na poduzetnike i sl.

1.3. Metodologija i hipoteze istraživanja

Na temelju rezultata GEM istraživanja u kojemu su sudjelovale 54 zemlje svijeta, dobit će se uvid u stanje u RH i drugim zemljama svijeta te na temelju tih podataka potvrditi ili odbaciti navedene hipoteze.

- Razvoj poduzetništva utječe na ekonomsku učinkovitost RH
- Povećanje broja malih poduzeća utječe na ekonomski razvoj RH
- Državni poticaji RH pozitivno utječu na razvoj poduzetništva

1.4. Struktura rada

Rad je podjeljen u pet povezanih cjelina. Prvo poglavlje se odnosi na uvod u kojem je objašnjeno što je predmet istraživanja, koji su ciljevi rada, hipoteze i metode koje će se koristiti. Drugo poglavlje se odnosi na poduzetništvo, kakva je njegova uloga u razvoju društva, poveznica s ekonomijom te kao komponenta koja ubrzava ekonomski razvoj. Treće poglavlje definira poduzetnika i njegov utjecaj, važnost inovacija i političko okruženje na ekonomski razvoj države. U četvrtom poglavlju se daje osvrt na trenutno stanje u Republici Hrvatskoj te potvrđuju ili odbacuju navedene hipoteze. U petom poglavlju se daje zaključak svega navedenoga u radu i vlastiti osvrt da istraživanu temu.

2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA

U suvremenom gospodarstvu osnovna zadaća poslovnih subjekata je uočavati i otkrivati nove mogućnosti i stvarati šanse u promjenjivoj okolini, te zbog toga informacije, komunikacije, znanje i poduzetništvo postaju temeljni resursi i nositelji tehnološkog, ekonomskog i društvenog razvoja.

Treba naglasiti da je za razvoj poduzetničke ekonomije itekako pogodovalo: brzi razvoj znanja i tehnologije što je pridonjelo osnivanju visokotehnoloških poduzeća, demografski trendovi kao zaposlenje oba roditelja i doživotno učenje osigurali su razvoj i jačanje novih poduzetničkih pothvata, razvoj tržišta kapitala omogućio je efektivan mehanizam osnivanja novih poduzeća i sl. ¹

2.1. Definiranje pojma poduzetništvo

Richard Cantillon (1680-1734), u ekonomskoj se teoriji navodi kao prvi teoretičar poduzetnika i poduzetništva i to zbog upozoravanja na poduzetnički rizik koji je postao glavna odrednica poduzetništva. On naime ne definira poduzetništvo u cjelini već govori što poduzetnici rade: prijevoznici dovoze namirnice iz sela u grad, trgovci ih kupuju i prodaju građanima, manufakturist kupuje vunu i proizvodi sukno... no svi oni to obavljaju radi neke više cijene, kako bi poduzeće bilo unosno. ²

Alfred Marshall (1842-1924) utemeljitelj neoklasične teorije firme, govori da je poduzetništvo slobodna djelatnost po izboru poduzetnika, ali da u okviru nje treba biti više smotrenosti i samopouzdanja.

Nicholas Siropolis: „Poduzetništvo je nadahnuće idejom, borba muškaraca i žena s premoćnim okolnostima i zadovoljstvo koje slijedi iz uspjeha na vlastitom putu“.³

Blaž Lorković (1839-1892)⁴ u knjizi Počela političke ekonomije prvi u Hrvatskoj definira poduzetnika kao osobu koja sjedinjuje potrebne proizvodne sile i njima upravlja u cilju

¹Škrtić, M., Mikić, M., *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb 2011, str 16.

²Ibidem, str.2

³Siropolis, N., *Menadžment malog poduzeća*, MATE, Zagreb.

dobiti, svjesno preuzimajući rizik koji ta proizvodnja može donjeti. Nositeljem poduzetništva smatra pojedinca jer je njegov uspjeh rezultat dobro odabrana posla, znanja, napornog rada i upornosti.

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili skupine ljudi koji, koristeći neku ideju, ulažući kapital u njezinu realizaciju te preuzimajući cjelokupan rizik, stvaraju proizvod ili uslugu od prodaje od koje očekuju dobit⁵.

Poduzetništvo je spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. To je način gospodarskog djelovanja u kojem poduzetnik odlučuje što, kako i za koga stvoriti i na tržištu realizirati ulazeći u poduzetnički pothvat na svoj trošak i rizik s ciljem stjecanja dobiti.

„Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano uz prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini“.⁶

Manifestacija poduzetničkih karakteristika je moguća i u društvenim područjima. Osobe mogu biti poduzetne (kreativne, inovativne, sklone timskom radu, odgovorne, samostalne, sklone preuzimati rizik i dr.) i izvan gospodarskih aktivnosti. Ono podrazumijeva potrebu da se radi na drugačiji način. Poduzetništvo podrazumijeva prihvaćanje odgovornosti za vlastite postupke, bilo pozitivne bilo negativne, razvijanje strateške vizije, postavljanje ciljeva i njihovo postizanje te motiviranost za njihov uspjeh.⁷

Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima u ekonomskoj se literaturi nazivaju tradicionalnim poduzetništvom.⁸ Upravo zato što je poduzetništvo vezano za poduzetnike u malom poduzeću koje ima tradiciju neizmjerne različitosti i civilizacijski utjecaj na život i

⁴ https://www.pravo.unizg.hr/PE/onkp/blaz_lorkovic (10.09.2019)

⁵ Bakotić, Danica...[et al.] (2016): *Obiteljsko poduzetništvo*, Logotip d.o.o. Široki Brijeg, str. 7.

⁶ Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. *Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske*, Obrazovanje za poduzetništvo, Vol. 8, 2018.,str 23

⁷ Tkalec, Z. *Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja*, Učenje za poduzetništvo, Vol 1, No 1, 2011, str. 35.

⁸ Škrtić, M., op.cit., str 5.

rad ljudi u različitim društvenim okvirima i gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja. Mala i srednja poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koje otvaraju mnoga i različita radna mjesta te potiču samoodgovorno djelovanje i samorazvoj ljudi više od velikih poduzeća. U malom poduzeću vlada samoodgovornost zbog neposrednih osobnih kontakata, isto tako potiču veću kvalitetu života kako zaposlenih tako i potrošača. Povećavaju bogatstvo, diferenciranost ponude, slobodu izbora potrošača, borbu protiv monopola, prihvatljiviji su za okoliš jer manje rade energije i njihova tehnologija je ekološki prihvatljivija.

2.2. Uloga poduzetništva u razvoju društva

Pod utjecajem turbulentnosti globalnih promjena pozicija se poduzetništva drastično mijenja - ono se, svakim danom sve više, doživljava generatorom društvenoga i ekonomskog razvoja diljem svijeta.

Cilj suvremenog poduzetništva je razviti poduzetničku klimu koju prije svega karakterizira orijentacija na individualnu inicijativu, kreativnost i inovacije kao i stvaralačku atmosferu usmjerenu na prevladavanje postojećeg i stvaranja novog humanijeg društva. Poduzetničko društvo iskazuje se porastom proizvodnje, porastom ukupnog prihoda i profita, porastom broja zaposlenih, ali najvažnije određenje poduzetničkog gospodarstva je upravo u njegovoj brznoj i radikalnoj promjeni strukture poslovanja, strukture potražnje, strukture ponude i porastu životnog standarda.

Globalna se ekonomija razvija u okviru društvenih struktura i promjene koje se događaju u svijetu utječu ne samo na poduzetništvo već i na društvo. Te promjene su: jačanje konkurencije, povećanje korištenja tehnologije, smanjenje životnog ciklusa proizvoda, zahtjevi za obrazovanom radnom snagom, povećani zahtjevi za efikasnosti, efektivnosti i inovacijama.⁹

Društvo se postepeno transformiralo iz preindustrijskih temeljenih na tradicionalizmu, preko industrijskih temeljenih na proizvodnji prema postindustrijskih temeljenih na znanju. Poduzetništvo kao temeljna ekonomska funkcija daje svoj doprinos i generira društveni razvoj u sva tri razdoblja.¹⁰

⁹Kružić, D. *Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji*, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2007, str167.

¹⁰Buble, M., Kružić, D, *Realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRIF-plus d.o.o, Split 2006. str 22

Poduzetničko društvo iskazuje se porastom proizvodnje, porastom ukupnog proizvoda i profita, porastom broja zaposlenih. Najvažnije određenje poduzetničkog gospodarstva je upravo u njegovoj brznoj i radikalnoj promjeni strukture poslovanja, strukture potražnje, strukture ponude i porastu životnog standarda.

Osnovno uporište navedenih promjena je upravo inovativno poduzetništvo, čiji je nositelj uspješan poduzetnik. Razvoj suvremene infrastrukture (prijenos energije, promet i veze), uvođenje automatike i robotike, fleksibilnih tehnologija, usavršavanje marketinga, naročito daljnom segmentacijom tržišta, promjene u strukturi i ponašanju potrošača i slično, reflektiraju se na konfiguraciju današnjeg svjetskog poduzetništva.¹¹

Poduzetničko društvo je kako to naglašava Nikola Kuvačić, nova svjetska šansa, odnosno dobra prigoda za povijesnu inovaciju bez novih revolucija – poduzetničkom društvu ne trebaju (društvene) revolucije, ali istodobno poduzetništvo nije ni evolucijski proces, jer ne dolazi samo po sebi niti je samo sebi svrhom. Osmišljavanje i izgradnja dinamičkog koncepta novog poduzetničkog društva, koji nije zaokružen već eklektičan na svim razinama društva, putem aktivnosti afirmacije i ohrabriranja poduzetnika i onih koji će to tek postati, naročito pretpostavlja:¹²

- Čovjeka kao stvaratelja, inovatora i generatora novih ideja
- Slobodu izražavanja kreativnih ljudskih potencijala u tržišnom okruženju
- Stvaranje pozitivne poduzetničke klime
- Razvoj edukacijskih programa namijenjenih poduzetništvu
- Poticanje poduzetničke inicijative na svim razinama
- Izgradnja što bogatije poduzetničke infrastrukture i sl.

Tehnološki napredak u postindustrijskom svijetu najsnažnije se očituje na poljima informacijske i komunikacijske tehnologije, pa je za ocijeniti da će nauka i tehnologija u budućnosti izmjeniti svaki aspekt ljudskog života naročito daljnim razvojem biotehnologije i nanotehnologije.

Poduzetništvo u privatnom sektoru može djelovati u društvenom duhu. Većina poduzeća i organizacija u privatnom sektoru stvara znatnedruštvene vrijednosti u obliku zaposlenja, unapređenja uvjeta rada, konkuretskog okruženja, pružanja potrebnih proizvoda i usluga, a i sam porez koji ti subjekti plaćaju dalje se iskorištava u društvene svrhe. Socijalno

¹¹Buble, M., Kružić, D, *Ibidem*, str 22

¹² *Ibidem*, str 26

poduzetništvo u cjelosti uključuje primjenu poduzetničkih načela kao što su: inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, jasno postavljanje ciljeva i odgovornosti u društvenom sektoru s ciljem unapređenja kvalitete življenja, te da ono istodobno teži ostvarivanju i financijske i društvene vrijednosti i kao takvo znači umjetnost simultanog ostvarivanja financijskih i društvenih povrata na investicije.¹³

Današnja pojmovna određenja socijalnog poduzetnika upućuju na težnju za stvaranjem društvene vrijednosti korištenjem inovativnih poduzetničkih poslovnih modela. Potencijalno je tržište tih poduzetnika golemo, budući da postoji širok raspon društvenih potreba koje ostaju nezadovoljene na postojećim tržištima unatoč djelovanju javnih institucija. Socijalni poduzetnik identificira praktična rješenja socijalnih problema kombiniranjem inovacije, raspoloživih resursa i prilika. Obvezni stvaranju društvene vrijednosti, ti poduzetnici identificiraju nove procese, usluge i proizvode ili jedinstvene načine kombiniranja provjerene prakses inovacijama u svrhu rješavanja kompleksnih društvenih problema.¹⁴

2.3. Poduzetništvo i ekonomija

U svijetu u kojem ideje pokreću ekonomiju, sasvim je razumljivo da se inovacije i poduzetništvo najčešće doživljavaju kao nerazdvojna cjelina. Smanjuje se komparativne prednosti materijalnih resursa kao što su zemljište, siroine, energija i sl, a sve više se povećava uloga znanja pri postizanju konkurentskih prednosti i generiranju ekonomskog rasta. Upravo zbog toga se suvremeno poduzetništvo uz radnu snagu, prirodne resurse i kapital navodi kao četvrti faktor proizvodnje. Sve to je neophodno za proizvodnju, ali nije dovoljno za ekonomski rast.¹⁵

Ljudska kreativnost i poduzetništvo su potrebni da kombiniraju inpute na profitabilan način, a institucionalno okruženje koje će ohrabriti poduzetnike postaje kritična determinanta ekonomskog rasta. Na taj način poduzetnik i poduzetništvo dobivaju centralnu poziciju u postizanju dugoročnog ekonomskog i društvenog razvoja.

¹³Škričić, M., Mikić, M. *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb 2011. str 24.

¹⁴*Ibidem*, str 25.

¹⁵Jakovac, P., *Znanje kao ekonomski resurs: osvrt na ulogu i značaj znanja te intelektualnog kapitala u novoj ekonomiji znanja*, Tranzicija, Vol 14, No.29, 2012.

Kontinuirani inovacijski proces pokretačka je snaga stvaranja vrijednosti i glavni je i najznačajniji čimbenik uspješnosti poduzetništva 21.stoljeća. Intelektualni kapital je osnovica na kojoj se temelji inovacijski proces lanca stvaranja vrijednosti.

Osnovni pokretač promjena u poslovanju poduzetnika u 21.stoljeću jest pojava nove ekonomije. Pojam *nova ekonomija*¹⁶ se temelji na novim poslovnim mogućnostima nastalim povećanjem količine znanja te primjene informacijske i komunikacijske tehnologije u poslovanju. Dok su se poduzeća u *staroj ekonomiji* oslanjali na materijalnu imovinu i fizički kapital, današnja *nova ekonomija* se zasniva na novoj vrsti poslovanja gdje se nova vrijednost stvara uz informacije i znanje. Znanje je tako danas postalo primarni element kojeg proizvodimo, kupujemo ili prodajemo. Sposobni zaposlenici koji razvijaju nove ideje, stvaraju vrijednost i inoviraju poslovanje poduzeća postali su ključna imovina *nove ekonomije*.

Unatoč naglasku na novonastale promjene kao što su informatizacija, kompjutorizacija i uvođenje elektroničkog poslovanja, postoje i neki dugoročni trendovi koji su nastali unutar same ekonomije, a doveli su nas do današnje situacije. Prije svega ovdje treba spomenuti¹⁷ **porast dohotka i pojavu novih proizvoda i usluga**- kako raste potrošačev dohodak, ne raste samo potrošnja već se mijenja struktura potrošnje. Dolazi do potražnje za proizvodima i uslugama, luksuznim dobrima, turističkim uslugama i sl. Granice između potrošača i proizvođača kao i granice između dobavljača i prodavača sve više nestaju. Potrošači danas određuju što će proizvođači proizvesti i na taj način ukoliko proizvođač prati potrošače osigurava lojalnost i ostvaruje konkurentnost, što za posljedicu ima i bolju tržišnu poziciju u odnosu na ostale proizvođače kao i zemlje, pa se time i ekonomija države poboljšava.

Porast vrijednosti vremena - suvremeno poslovanje karakteriziraju brze, konstantne i nepredvidljive promjene te porast intenziteta globalne konkurencije. Sposobnost brze obrade i protoka informacija, konvergencija kompjutorskih mreža i telekomunikacijska tehnologija omogućuje poduzetnicima zemljopisnu koordinaciju i povezivanje te ostvarivanje snažne konkurentske prednosti. Povećanje plaće dovodi do porasta vrijednosti vremena što uzrokuje promjene u načinu proizvodnje i ponašanja potrošača.

Globalizacija – osnovna karakteristika je brisanje zemljopisnih ograničenja tržišnom funkcioniranju što dovodi do pojave globalnog tržišta, globalnih proizvoda i globalne

¹⁶Kolaković, M., *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb 2006. str.156

¹⁷*Ibidem*, str 162.

potrošačke kulture. To uzrokuje jačanje međuovisnosti nacionalnih privreda, a unutar njih regija i gradova. Smanjuju se troškovi transporta, npr zračnog prijevoza, što je omogućilo globalizaciju proizvodnje i pružilo poduzećima mogućnost primjene strategije globalnog poslovanja.

Umrežavanje – nužnost u suvremenom poslovanju jer omogućuje proširenje horizonta poslovne suradnje, bolji pristup resursima te povećava fleksibilnost, brzinu i kvalitetu poslovanja.

Virtualizacija poslovanja- suvremena poduzeća danas sve više svoju fizičku nazočnost zamjenjuju virtualnom, što im pomaže pri savladavanju prepreka kao što je zemljopisna udaljenost i vremenske zone. Virtualizacija poslovanja se najbolje očituje preko tri dimenzije a to su: prostor, vrijeme i struktura.

2.4. Poduzetništvo kao komponenta za ubrzan ekonomski rast

Suvremeno poduzetništvo je proces koji naglašava sposobnost i aktivnost koristeći se promjenama, inovativnošću i prosudbom, sve u uvjetima novih kombinacija ograničenih proizvodnih čimbenika i kreira i izvodi pothvat koji će rezultirati profitom. Danas je poduzetništvo nositelj inovacija koje pomažu u jačanju ekonomije diljem svijeta te utječu na pojavljivanje novih poslovnih pothvata, otvaranje novih radnih mjesta, obnavljanje nacionalne ekonomije s novim inovativnim proizvodima i uslugama te time osiguravaju bolji opći društveni, kulturni i socijalni napredak.

Ekonomski rast je dugoročan ekonomski i politički cilj svake zemlje. Najvažniji činitelj dugoročnog ekonomskog rasta je agregatna ponuda. Poduzetničkom aktivnošću se razvija gospodarstvo i pridonosi stvaranju države blagostanja. S druge strane, gospodarstvo kao sustav djelatnosti, prometne, pravne i druge infrastrukture, obuhvaćajući područje proizvodnje, raspodjele, razmjene i potrošnje, svojim pravilima i odnosima utječe na razvoj poduzetništva. Isto tako, poduzetnički uspjeh ili neuspjeh ovisi u velikoj mjeri o društvenom razvoju i državnoj potpori ali i opstanka u gospodarskoj strukturi.

Europska komisija ističe sljedeće uloge poduzetništva za ubrzavanje ekonomskog rasta¹⁸:

- *Poduzetništvo potpomaže otvaranju novih radnih mjesta*- nova radna mjesta se najviše otvaraju u malim poduzećima. Poduzetništvo doprinosi gospodarskom rastu a također može pridonijeti i jačanju socijalne i ekonomske kohezije u slabije razvijenim

¹⁸ https://europa.eu/european-union/topics/enterprise_hr (12.09.2019)

područjima, poticanju gospodarskih aktivnosti i otvaranju novih radnih mjesta ili integriranju nezaposlenih osoba u radni odnos.

- *Poduzetništvo je od presudnog značaja za konkurentnost-* Novim poduzetničkim inicijativama, kojima se pokreće novo poduzeće ili preusmjerava postojeće povećava se produktivnost. Jača i pritisak konkurentnosti, pa se potiču ostala poduzeća da odgovore jačanjem svoje učinkovitosti ili uvođenjem inovativnih rješenja. Povećanom učinkovitošću i inovacijama u poduzećima na području organizacije, procesa, proizvoda, usluga ili tržišta jača se konkurentna snaga gospodarstva u cjelini. Potrošačima se donosi prednost u obliku povećanog izbora i nižih cijena.
- *Poduzetništvo razvija osobne potencijale-* često visoka primanja mogu potaknuti ljude da putem poduzetništva zadovolje više potreba kao npr. potreba za samostalnosti i samoispunjenjem. Za pojedine osobe koje ne mogu pronaći zadovoljavajući posao odluka o pokretanju poduzetničke aktivnosti može biti posljedica ekonomske potrebe. A to pokretanje posla će im možda donjeti povoljniji položaj.
- *Poduzetništvo razvija opće društvene interese-* poduzetnici su pokretačka snaga gospodarstva a njihove akcije društvu pomažu u stvaranju novih radnih mjesta te potrošačima omogućuje veći izbor. Mnoga poduzeća su usvojila strategiju socijalne odgovornosti kojom nastoje očuvati okoliš i pozitivno utjecati na društvo. To znači da se poduzeća nastoje ponašati odgovorno kako bi se što bolje pozicionirali u svijesti potrošača. Poduzeća se mogu voditi ekološko prihvatljivoj proizvodnji, poštivanjem interesa potrošača kao i vođenje poslovanja na način koji je prihvatljiv potrošačima.

Za utvrđivanje povezanosti poduzetništva i ekonomskog rasta može se upotrijebiti: ¹⁹

1. Statičan pristup poduzetništvu- temelji se na mjerenju broja vlasnika ili suvlasnika trgovačkih društava i razini samozapošljavanja, koja uključuje obrtnike, zadrugare, djelatnosti slobodnih profesija...
2. Dinamičan pristup- temelji se na mjerenju broja osoba koje su poduzele neku od aktivnosti kreiranja novog poslovanja u prethodnoj godini i broja menadžera-vlasnika u kojima su obuhvaćena ona aktivna poduzeća koja u poslovanju nisu starija od 42 mjeseca.

¹⁹Gosarić, I. *Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva*, Diplomski rad, 2016.

3. PODUZETNIŠTVO KAO KREATOR PROMJENA I POKRETAČ EKONOMSKOG RAZVOJA

Glavni cilj poduzetništva je stvoriti nove vrijednosti pokretanjem i razvojem novih poduzeća te predstavlja bitan faktor proizvodnje. U procesu poduzetništva uključene su sve djelatnosti koje su usmjerene na ulaganje i kombinaciju potrebnih resursa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda i slično. Poduzetnik je inovator koji provodi promjene na tržištu kroz provedbu novih aktivnosti kao što su uvođenje novih i kvalitetnijih proizvoda, novih načina proizvodnje, otvaranje novih tržišta, pronalaženje novih resursa...

Poduzetništvo ima veliki značaj i ulogu u ukupnom ekonomskom razvoju, a najvažnije bi mogli navesti mala i srednja poduzeća. Vrlo je bitno okruženje u kojem poduzetnik radi i kako to isto okruženje utječe na njegov posao. Inovativnost je jedan od elemenata nove ekonomije, odnosno ekonomije znanja. Konkurentnost suvremenih korporacija i nacionalnog gospodarstva temelji se na intelektualnim potencijalima te njihovu učinkovitom strukturiranju. Za uslužni i proizvodni sektor inovacije su danas postale vrlo bitne. U suvremenoj proizvodnji sve više dominiraju intelektualne aktivnosti kao što su: istraživanje i razvoj, dizajniranje proizvoda, ogistika, marketing, istraživanje tržišta, menadžment i tehnološke inovacije i upravo te aktivnosti postaju temelj za stvaranje nove vrijednosti proizvoda. Globalno informacijsko povezivanje omogućilo je usmjeravanje na temeljnu djelatnost te prepuštanje sekundarnih poslovnih funkcija vanjskim partnerima diljem svijeta. Upravo zbog toga mali poduzetnici mogu djelovati globalno zbog mogućnosti virtualnog poslovanja.

Okruženje poduzeća čini ukupnost činitelja koji utječu na ostvarivanje strategije razvoja poduzeća, a menadžment na njih nema nikakav ili pak neznatan utjecaj. Kako bi poduzeće opstalo u okolini ono se stalno mora prilagođavati i pratiti zbivanja. Razvoj inovativnog poduzetništva uvjetovan je razvojem gospodarskih i političkih sloboda. Okruženje u kojem poduzeće posluje bitno određuje put kojim mora ići. Naime ukoliko poduzeće zanemari važnost okruženja, njegovo poslovanje neće moći ostvarivati svoje zadaće. Opće okruženje poduzetnika čini: politički, ekonomski, sociokulturni, tehnološki, pravni i etički faktori. Sposobnost reagiranja na promjene u okolini postaje osnovnim preduvjetom egzistencije, uspjeha i razvoja poduzeća i poduzetništva.

3.1. Pojmovno određenje ekonomskog razvoja

„Ekonomski razvoj predstavlja kvalitativnu kategoriju koja sadrži i neke parametre koje nije moguće precizno izmjeriti ili pobliže odrediti, već se o njima može govoriti samo opisno. Pod ekonomskim razvojem, odnosno razvijenosti, prvenstveno se podrazumijevaju stvari poput obrazovne strukture, izdvajanja za znanost, istraživanja i razvoja, broja završenih studenata tijekom jedne godine, udjela fakultetski obrazovanog stanovništva u radnoj snazi, očekivanog trajanja života populacije“²⁰

A. Smith otvorio je najšire područje istraživanja uvjeta i načina povećanja bogatstva naroda u svojem glavnom djelu *Istraživanje naravi i uzroka bogatstva naroda* (1776). Istaknuo je važnost različitih čimbenika ekon. razvoja (podjela rada, akumulacija kapitala, tehn. otkrića, promjena brojnosti i kvalitete stanovništva, društ. institucije itd.) te prvi definirao ekonomski razvoj ne kao apsolutni rast dohotka i bogatstva nego kao odnos tih veličina prema broju stanovnika čime je naglasio i njegov temeljni cilj – bolje zadovoljavanje potreba svih članova društva.

„Ekonomski razvoj su raznovrsne aktivnosti pojedinaca i privrednih subjekata koje se poduzimaju u društvu, a što za posljedicu ima stvaranje materijalnih i drugih vrijednosti kojima se zadovoljavaju mnogobrojne potrebe pojedinaca i društva općenito“.

„Proces gospodarskog rasta koji je ujedno praćen promjenama gospodarske i socijalne strukture društva i preraspodjelom dohotka i društvene moći“

„Proces koji čini ljude bogatijim, povećavajući količinu dobara i usluga kojima raspolažu i tako povećavaju spektar izbora koji im stoji na raspolaganju“.

Ekonomski razvoj je proces unapređivanja životnog standarda i dobrobiti stanovništva jedne zemlje povećanjem dohotka po stanovniku. To se postiže stupnjem industrijalizacije u zemlji, kao i unapređivanjem ostalih sektora gospodarstva. Vezan je za ekonomsku strukturu, sustav i politiku.

„Ekonomski razvoj uglavnom podrazumijeva ekspanziju gospodarstva popraćenu strukturnim promjenama u sustavu proizvodnje i promjenama u kvaliteti i sastavu finalnog proizvoda“.²¹

²⁰Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. *Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike IHrvatske*, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, str 23.

²¹Benić, Đ. „Uvod u ekonomiju“, Školska knjiga d.d., Zagreb 2011. str 304.

3.2. Uloga poduzetnika i njihov utjecaj na ekonomski razvoj

Jedna od ključnih zadaća ekonomskog razvoja je promicanje poduzetničkog duha. Zemlja ne može opstati bez skupine vlasnika ili menadžera spremnih preuzeti rizike, otvoriti nove pogone, usvojiti nove tehnologije i uvesti nove načine poslovanja. Poduzetništvo je najbitniji element za odvijanje proizvodnje. To ne podrazumijeva samo poslovnu ideju za otvaranje poduzeća već i osmišljavanje proizvodnih procesa. Poduzetnik je osoba koja odlučuje samostalno ili u partnerstvu s drugima, vlastitim ili tuđim sredstvima ulazi u rizik otvaranja poduzeća i pokretanja određenog posla ili proizvodnje kako bi njome zadovoljio potrebe kupaca a za sebe ostvario profit i svoje ciljeve. Poduzetnici pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge koji postaju sastavnica novih industrija i zauzvrat te industrije pokreću ekonomiju.

Najvažnija odluka koju treba donjeti u trenutku ulaženja u poduzetničku aktivnost je ona o glavnoj djelatnosti kojom će se poduzeće baviti u slijedećih nekoliko godina. Kako je u tržišnoj ekonomiji najvažniji tržišni rizik poslovanja, svako poduzeće u svojoj poslovnoj orijentaciji uključuje više djelatnosti. No ipak je važno odrediti glavnu djelatnost kojom će se baviti kako bi se daljnje planiranje upravo temeljilo na toj odluci. U izboru djelatnosti kojom će se poduzetnik baviti treba postojati potpuna sloboda odabira. Poduzetnička sloboda podrazumijeva slobodu poduzetnika da pokrene bilo koji posao koji nije zabranjen bez obzira na stečenu kvalifikaciju.

3.3. Važnost inovacija za ekonomski razvoj

Važnost inovativnog poduzetništva uvjetovan je razvojem gospodarskih i političkih sloboda. Inovativnost čini ključnu funkciju poduzetničkog procesa. Inovacijski proces je više od same ideje, u njemu poduzetnik pretvara priliku u tržišnu realizaciju.

Inovacija je svaki zahvat kojim se smanjuju inputi, tj. troškovi proizvodnje i administracije, povećava produktivnost ili iskorištenje opreme ili vremena, poboljšava kvaliteta proizvoda ili usluga, povećava sigurnost, smanjuje škart, unaprjeđuje plasman i dr., odnosno svaka mjera koja vodi ka porastu konkurentnosti. To je primjena nove, poboljšane ideje, postupka, dobra, usluge, procesa koji donosi nove koristi u primjeni.

Tehnološki napredak je osnovni dinamički činitelj i odrednica gospodarskog rasta i dugoročnog razvoja. Te promjene se manifestiraju u procesima proizvodnje ili uvođenjem

novih proizvoda kojima se od istih inputa može dobiti veći ili poboljšani output. Također, tehnologija omogućuje poduzećima da lako identificiraju najbolje klijente i na njih usmjere marketinške napore kako bi ih privukli i zadržali, naravno bitno je klijente i nagrađivati kako bi od njih stvorili lojalne, što je upravo i cilj poduzeća.

Inovacije i razvoj su temelj poduzetništva. Mnoge inovacije su pomogle u svakodnevnom obavljanju različitih aktivnosti. Naprimjer mobitel je omogućio lakše i brže povezivanje sa ljudima i na najudaljenim mjestima. Internet kao inovacija je omogućio lakše povezivanje s ljudima u različitim zemljama, pristup podacima, otvaranje online poduzeća (internet trgovine), praćenje klijenata, pronalazak dobavljača, i sl. Vidljivo je da u današnje vrijeme inovacija mijenja svijet.

Pomoću različitih inovacija poduzeća mogu proizvesti važne informacije kako bi koordinirali svoje odjele-prodaju, marketing, usluge korisnicima i sve to kako bi se klijente što bolje uslužilo te stvorilo pozitivno korisničko iskustvo. Proces inovacija je sistemski razvoj i praktična aplikacija novih ideja-to je proces pretvaranja novog znanja u nove postupke, tehnike, tehnološke procese, tehnologije, nove ili poboljšane proizvode. Inovacija zahtjeva promjene na tri dimenzije: tehnologije, tržište i poduzeće. Inovacija tehnologije se ostvaruje kroz inovaciju proizvoda koja podrazumijeva klasičnu ideju novog proizvoda i veže se uz mala poduzeća, i uz inovaciju procesa što znači unapređenje na postojećem proizvodu ili usluzi s ciljem reduciranja troškova i uglavnom se veže uz velika poduzeća²². Tržišna inovacija se nastoji orijentirati bilo uvođenjem novih kanala distribucije ili pak na ekspanziju ponude na nova područja. Danas je veliki rast tržišnih inovacija upravo vezan uz medije kroz prodaju putem televizije, prodaju putem kataloga, interneta i sl. Inovacija poduzeća započinje od prvog koraka osnivanja poduzeća koje će kasnije biti inicijator novih poslova i inovacija.

Kako bi inovacije uz poduzetništvo mogle utjecati na ekonomski razvoj države one moraju biti prihvaćene od društva odnosno tržišta na kojem se nalaze. Za poduzetnike i menadžere brzina prihvaćanja inovacija je kritičan faktor koji dopušta poduzeću da ranije stvori konkurentsko uporište na tržištu koje se naziva **prednost prvog pokretača**²³ tj. takva strategija inovacija u kojoj poduzeće koje prvo lansira inovaciju na tržište uspostavlja tržišnu dominaciju.

U poduzetničkim pothvatima novi potencijalni poduzetnik uvijek traži jedinstvenu priliku kako bi ispunio neke svoje potrebe ili želje. U potrazi za tom prilikom razvija sposobnost prepoznavanja potencijala tamo gdje drugi vide samo probleme i prijetnje, a tu sposobnost

²²Buble, M., Kružić, D., *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRif Plus, Zagreb 2006, str.70

²³ Porter, M., „*Konkurentska prednost- Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja*“, Masmedia, 2008. str

nazivamo kreativnošću. Izvore inovativnosti čine sve one okolnosti, čimbenici i situacije iz kojih nastaju inovacija, inovativnost je najčešće alat kojim poduzetnik iskorištava promjenu. Mala poduzeća imaju značajniju ulogu kad se radi o inovacijama zbog svoje prilagodljivosti i spremnosti na prihvaćanje novih pristupa, i to posebno u brzo rastućim djelatnostima i tržištima, te industrijama s velikim udjelom visoke tehnologije, dok je na strani velikih poduzeća prednost u kapitalno intenzivnim djelatnostima, industrijama sa osloncem na strateške prirodne resurse. Intelektualno utemeljene usluge stvaraju gotovo sva nova radna mjesta u razvijenim zemljama upravo zbog toga što za te djelatnosti nije potreban veliki novac niti složena infrastruktura kao što su tehnološka postrojenja. Stoga su te usluge pogodne za pokretanje malog vlastitog posla.²⁴

Inovativnost označuje cjelokupan proces stvaranja novih znanja i pretvaranja tih znanja u tržišni proizvod ili uslugu. Proces započinje analizom izvora znanja i prilika te se analitičkim radom tijekom procesa nastoji odgovoriti novonastale prilike koje inovacija stvara. Razlikujemo sljedeće vrste inovacija:²⁵

- Izum-potpuno novi proizvod, usluga ili proces
- Proširenje-nov način upotrebe ili primjene postojećih proizvoda, usluga ili procesa,
- Umnožavanje-kreativna kopija postojećega koncepta ili ideje
- Sinteza-kombinacija postojećih koncepata i ideja u potpuno novu ideju ili koncept.

Tijekom prethodnih godina pojavio se širok spektar kriterija i čimbenika koji čine bazu za kvalitetnu ocjenu inovativnosti u određenom poduzeću ili čitavom gospodarstvu neke države. Europska komisija izdala je dokument pod nazivom European Innovation Scoreboard (EIS) pomoću kojega na godišnjoj bazi putem dvadeset određenih indikatora mjeri stupanj inovativnosti određenog poduzeća, te kako i u kojoj mjeri pojedini od njih utječe na poslovni rezultat i poslovanje poduzeća.

3.4. Poduzetničko okruženje i uloga države

„Uloga države u gospodarskom smislu je osiguravanje zakonodavnog okvira za ekonomiju. Poduzeća se osnivaju u skladu s propisima koje je pripisala država, a ona određuje i poreze koji su u krajnjoj liniji troškovi proizvodnje (porez na promet, dohodak i dodanu vrijednost

²⁴Horvat, Đ. Kovačić, M. „Menadžment u malom poduzeću“, Cera Porm, Zagreb 2004. str.37

²⁵Galović, T., „Uvod u inovativnost poduzeća“, Sveučilišni udžbenik prvo izdanje, Rijeka, 2016. str 40.

te davanja vezana uz osobne dohotke radnika). Država je ujedno i poduzetnik koji se kroz poduzeća u državnom vlasništvu pojavljuje na tržištu²⁶.

Poduzetničkom aktivnošću se razvija gospodarstvo i pridonosi stvaranju države blagostanja. Kako bi poduzetničko okruženje pogodovalo razvoju talentiranih pojedinaca te ih nagrađivalo na razne načine, država treba za primarni cilj imati dobrobit pojedinca i cjelokupnog društva. No, u praksi nije tako, često država nastoji što više uzeti od poduzetnika (kroz poreze) te na taj način ograničiti njihovo poslovanje ili štoviše pokretanje posla.

Političko okruženje- dijelimo na dvije povezane dimenzije. Prva dimenzija je supanj zastupanja kolektivismu ili individualizmu, a drugi stupanj prema kojemu su pojedine zemlje demokratske ili totalitarističke zajednice. Pojam kolektivismu pristaje sustavu u kojemu se veće značenje pridaje zajedničkim ciljevima, za razliku od pojedinačnih ili individualnih ciljeva. *Kolektivismu*²⁷ je zapravo teorija i praksa organizacije društvenog života koja pojedince i skupine ljudi povezuje i udružuje u različite zajednice- od poduzeća do države, na osnovi zakonskih propisa, zajedničkih interesa i ciljeva i sl. *Socijalizam*²⁸ je ekonomski sustav koji karakterizira javno vlasništvo i centralizirano planiranje svih velikih industrija (proizvodnja, usluga i energija), banaka i osiguravajućih društava, poljoprivrede, prijevoza, medija i zdravstva. U kapitalizmu, ta divovska poduzeća dominiraju gospodarstvom, ali su u privatnom vlasništvu i djeluju u svrhu generiranja bogatstva za svoje vlasnike, na način da ga cijede iz radnika koji su plaćeni za samo mali dio od onoga što njihov rad stvara. Socijalizam je to okrenuo, tako da klasa koja stvara bogatstvo može zajednički odlučivati kako će se bogatstvo koristiti za dobrobit svih. *Individualizam*²⁹ se očituje kroz filozofiju da pojedinac treba imati slobodu u svojim ekonomskim i političkim djelovanjima. On stavlja pojedinca iznad interesa države. *Demokracija i totalitarizam*³⁰-Demokracija se očituje u političkom sustavu u kojemu su vladu izabrali građani, koja se ostvaruje direktno ili putem izabranih zastupnika. Zasniva se na mišljenju da građani moraju direktno biti uključeni u donošenje odluka. Totalitarizam je forma vlade u kojemu jedna osoba ili politička stranka ima kontrolu nad svim sferama ljudskog života, a protivničke političke stranke su zabranjene.

Ekonomsko okruženje - kada govorimo o ekonomskom okruženju najčešće mislimo na makroekonomske veličine kao što su gospodarski rast, BDP, inflacija, nezaposlenost, visina

²⁶Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. *Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske*, str 23.

²⁷<https://www.portalnovosti.com/leksikon-tranzicije-kolektivismu> (04.09.2019)

²⁸<https://www.znakovi-vremena.net/socijalizam.htm> (04.09.2019)

²⁹<https://www.portalnovosti.com/leksikon-tranzicije-individualizam> (10.09.2019)

³⁰<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14516> (10.09.2019)

javnog duga i sl. Sve navedene veličine danas ovise o ekonomskom sustavu za koji se pojedina država opredijelila. Tako imamo: tržišnu ekonomiju, plansku ekonomiju, mješovitu ekonomiju i ekonomiju pod utjecajem države. U zemljama u kojima je naglasak stavljen na pojedinca a ne na društvo uglavnom je slobodna tržišna ekonomija, dok u zemljama gdje je naglasak stavljen na društvo, a ne na pojedinca, država može kontrolirati mnoga poduzeća i na tržištu pa će u takvim zemljama postojati ograničenja, odnosno tržišta neće biti slobodna.³¹

Kulturno okruženje - Kultura je sustav vrijednosti i normi koje su prisutne među ljudima i zajedno čine stil života. Pod pojmom vrijednosti podrazumijevamo apstraktne ideje o tome što grupa vjeruje da je dobro, pravedno i poželjno. Norme su društvena pravila ili upute što određuju prikladno ponašanje u određenim situacijama. Prekršiti normu znači ne ispuniti očekivanja okoline i izložiti se sankcijama. Država može imati više kultura, a veza između kulture i zemlje je usko povezana³².

Tehnološko okruženje - tehnologija označava sustav povezanih postupaka i procesa kojima se povezuju radnici s proizvodnim sredstvima u proizvodnji određenih vrsta proizvoda. Promjene u tehnologiji vode k uvođenju novih proizvoda, promjenama u metodama organizacije proizvodnje, promjenama u kvaliteti resursa i proizvoda, novim načinima distribucije proizvoda i novim načinima skladištenja, a ulaganja u tehnologiju utječu na razinu i vrstu investicija u gospodarstvu i tako na gospodarski rast i razvoj. Upravo promjena u tehnologiji kao načinu proizvodnje djeluje na promjenu položaja čovjeka i odnose u poslovnih procesima kao i na promjenu načina mišljenja i ponašanja pojedinaca, ali i na pojam zajedništva i timskog načina rada. Razvoj tehnologije ima znatan utjecaj na gospodarstvo i okoliš i ako ga se ne kontrolira može dovesti do problema kao što su visoke stope nezaposlenosti ili iscrpljivanje prirodnih resursa. Područje koje se trenutno bori sa problemom iscrpljenosti resursa je upravo energetika-nafta, iako je poznato da je količina nafte ograničena i da je svakim danom ima sve manje, on je još uvijek osnovni pokretačka snaga svjetske ekonomije. Neko se vrijeme naglasak stavljaio na iskorištavanje nuklearne energije ali problem zbrinjavanja otpada i visoki rizici od nastanka kvarova onemogućili su daljnju primjenu.³³ Vlada svake zemlje treba pronalaziti rješenja za navedene probleme i iskoristiti razvoj tehnologije za gospodarski rast i razvoj zemlje.

³¹Škrtić, M., Mikić, M. *Ibidem*, str 43.

³²*Ibidem*, str 45.

³³Škrtić, M., Mikić, M., *Ibidem*, str 50.

Pravno okruženje- Pravni sustav je skup pravila ili zakona koji uređuju ponašanje i procese u državi. Državni pravni sustav ima golemu važnost u međunarodnom poslovanju. Vlada je ta koja postavlja pravne zakone i pravila ponašanja. Razlike u strukturi zakona su široko područje rasprave, ali se u fokus stavljaju četiri bitna problema koja će pokazati kako razlike u pravnom smislu variraju u različitim državama a to su: imovinsko pravo, intelektualno vlasništvo, sigurnost proizvoda i odgovornosti za proizvode te ugovorni zakon. Prvi problem je imovinsko pravo, odnosno skup zakonskih prava koje se odnose na pravilno korištenje resursa i korištenje dohotka koji se može dobiti iz tog izvora. Iako većina država imaju zakone kojima štite imovinsko pravo, mnoge od njih ne provode te zakone dobro. Drugi problem je zaštita intelektualne imovine kao što su računalni softver i glazbeni zapisi, scenarij³⁴...Najpoznatiji dokument o zaštiti industrijske imovine je Pariška konvencija koju je potpisao 96 zemalja. Slabo provođenje zakona u pojedinim zemljama pogodovalo je razvoju piratske proizvodnje, pogotovo u Kini i Tajlandu. Treći problem je sigurnost proizvoda i odgovornost za proizvode. Zakoni o sigurnosti proizvoda postavljaju standarde koje svi proizvođači moraju zadovoljiti. Odgovornost za proizvode uključuje traženje odgovornosti od poduzeća i njegovih zaposlenika za sve štete koje prouzroči njihov proizvod. Četvrti problem je ugovorni zakon. Mnoge poslovne transakcije regulirane su nekom formom ugovora. Ugovorni zakon tijelo je koje pojačava ugovore.

Suvremena država bi trebala za efikasno funkcioniranje gospodarstva obavljati slijedeće funkcije:³⁵

- Utvrđivanje zakonskih okvira za funkcioniranje tržišta
- Reguliranje financijskog sustava
- Utjecati na alokaciju resursa u cilju povećanja efikasnosti privredne djelatnosti
- Utvrđivanje okvirnih stopa dugoročnog ekonomskog rasta
- Utjecati na kratkoročna gospodarska kretanja
- Utjecati na unaprjeđenje konkurencije i sl.

Slobodno tržišno gospodarstvo je institucionalizirano tako da osigurava slobodno izražavanje i razvoj poduzetničkog duha. Pokušaji da država preuzme ulogu poduzetnika u pravilu daju loše rezultate. Stoga je valjana ekonomska politika ona koja svim mjerama potiče razvoj

³⁴ <http://www.ebizmags.com/sto-je-pest-analiza-i-cemu-sluzi/> (13.09.2019)

³⁵ Škrtić, M., *Ibidem*, str 47.

poduzetništva. Gospodarski napredak i razvoj ovisi upravo o inovativnosti poslovnih ljudi i njihovoj spremnosti da ulažu i bore se za nove poduzetničke pothvate.

Stvaranje povoljnih uvjeta za razvoj gospodarstva, s pozicija centralne državne uprave, podrazumijeva prije svega stvaranje zakonodavnog okvira koji taj razvoj olakšava i potiče te pridonosi uklanjanju postojećih prepreka. Osim tijela državne uprave, u proces stvaranja poticajnog okruženja uključuju se i druge državne institucije i razvojne agencije te fondovi, a svima je cilj: subjektima maloga gospodarstva pružiti podršku savjetima, financijskim sredstvima, obrazovanjem i sl kako bi dobili priliku na tržištu provjeriti svoje poslovne ideje i zamisli te ih predočiti u uspješan poduzetnički pothvat.

4. ULOGA PODUZETNIŠTVA U RAZVOJU REPUBLIKE HRVATSKE

Svaki autor ima različitu definiciju poduzetništva, no ono što je svima njima zajedničko je upravo način na koji se poduzetnik ponaša prije i prilikom obavljanja posla. Poduzetnik je osoba koja preuzima rizik za obavljanje posla te uz svoje znanje i vještine nastoji ostvariti zacrtane ciljeve tj ostvariti dobit i samim time pozitivno djelovati na ekonomiju. Također, on je inovator koji pokušava novim načinima poslovanja doprinjeti državi u kojoj radi te tako osigurati konkurentnost u odnosu na ostale. Poduzetništvo je odavno bilo predmet proučavanja, pa tako na našem tlu možemo spomenuti Dubrovčanina Benedikta Kotruljevića koji je u svojoj knjizi „O trgovini i savršenom trgovcu“ 1458 godine, istaknuo vrline dobrog gospodara i savršenog trgovca. Naravno nije upotrebljavao naziv „poduzetnik“ ali se njegovo definiranje „savršenog trgovca“ može poistovjetiti s nazivom poduzetnika.³⁶

Što se tiče samog poduzetništva ovdje valja naglasiti važnost Blaža Lorkovića najistaknutijeg hrvatskog ekonomskog pisca 19. stoljeća, koji je u svojem najpoznatijem djelu, Počela političke ekonomije ili nauke općeg gospodarstva, izložio temeljna gospodarska načela i pojmove. Za razvoj poduzetništva među njima su najvažniji slijedeći: promicanje proizvodnje, obitelji, obuka te poduzeće ili organizacija proizvodnje, pri čemu poduzeće definira kao „sjedinjenje proizvodnih sila da se proizvode dobra na vlastitu pogibao poduzetnika.

Svaka država bi trebala svoje napore uložiti na izgradnju dobrih temelja za povećanje broja poduzetnika jer na taj način može osigurati sebi konkurentnost prema ostalim državama. Hrvatska je država koja vlastiti razvoj temelji na odgovornom korištenju resursa, zaštiti prirode i održanju bioraznolikosti. Stoga u svoje razvojne programe ugrađuje sastavnicu zaštite okoliša, naročito u pogledu odgovornog gospodarstva, turizma, poljoprivrede i ribarstva, održive proizvodnje i potrošnje te zaštite morskih ekosustava i vodnih resursa, kao općeg javnog dobra.

„Republika Hrvatska teži gospodarskom osnaživanju zemalja partnerica, kao važnom pospješivaču trajnog i održivog napretka društva, otpornog na krize i prirodne katastrofe. U tom smislu, Hrvatska će dati svoj doprinos izgradnji i osuvremenjivanju infrastrukture i industrijskih kapaciteta, u velikoj mjeri putem mreža organizacija, poput Organizacije Ujedinjenih naroda za industrijski razvoj UNIDOa (United Nations Industrial Development

³⁶ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=33482> (13.09.2019)

Organization), koja ima razvijenu logističku mrežu diljem svijeta, a osobito na zemljopisnim područjima koja su prioriteti hrvatske razvojne suradnje“.³⁷

Republika Hrvatska u okviru svoje razvojne politike, podržava i promiče:³⁸

- uključiv i pravedan gospodarski razvoj – gospodarski razvoj koji je ravnomjerno raspoređen na cjelokupno stanovništvo te ima pozitivan učinak na razvoj društva u cjelini;
- poštivanje međunarodnih okolišnih, radnih i društvenih standarda;
- djelovanje protiv dječjeg rada;
- isticanje stajališta kako samo vremenski umjeren i dostojno plaćen rad osigurava zadovoljstvo, inovativnost i produktivnost radnika;
- poštivanje lokalnog konteksta i običaja – to je ključno za pozitivne učinke, kako za privatni sektor, tako i za zajednicu

4.1. Značajke poduzetništva i inovacija u Republici Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj se odnos prema poduzetništvu postupno mijenja. Prije dvadesetak godina, poduzetnička se karijera podcjenjivala i doživljavala kao odabir onih pojedinaca koji su suviše skloni preuzimanju rizika, odnosno ljudi koji nisu u stanju dobiti državni posao. No, danas je situacija potpuno drugačija. Sve više mladih ljudi nastoji otvoriti svoj posao i na taj način pridonjeti sebi.

Zbog rješavanja ratnih, tranzicijskih i privatizacijskih problema, Hrvatska je relativno dugo zanemarivala potrebe sektora malog gospodarstva. Tek je 2002 godine pristupila donošenju zakonske regulative u kojoj će mala i srednja poduzeća nalaziti svoje uporište.³⁹ Ključni korak bio je donošenje *Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva*. Tim su se Zakonom uredile osnove za primjenu poticajnih mjera gospodarske politike usmjerenih razvoju,

³⁷<http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/razvojna-suradnja-i-humanitarna-pomoc/odgovoran-gospodarski-razvoj/> (08.06.2019)

³⁸<http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/razvojna-suradnja-i-humanitarna-pomoc/ciljevi-i-prednosti-razvojne-politike-rh/> (08.09.2019)

³⁹Kersan-Škabić, I., Banović, M. *Malo gospodarstvo u Hrvatskoj i ulazak u Europsku uniju*, Ekonomska misao i praksa, No. 1, 2008 str 57.

restrukturiranju i tržišnom prilagođavanju maloga gospodarstva, te osnivanje *Hrvatske agencije za malo gospodarstvo*. Razvoj poduzetništva u RH uključuje iste odrednice kao bilo gdje u svijetu a to su: poduzetništvo potpomaže otvaranju novih radnih mjesta i gospodarskom rastu, poduzetništvo ima presudno značenje za konkurentnost, poduzetništvo razvija osobne potencijale i poduzetništvo razvija opće društvene interese.

Hrvatska je od početka političke tranzicije bila orijentirana pridruživanju EU i tijekom tog razdoblja učinila je znatne napore u postizanju tog cilja. Iako mala poduzeća još nisu u rangu poduzećima većih zemalja, upravo EU je šansa za hrvatsko poduzetništvo. Pravilnim poimovanjem veza između gospodarskog rasta, konkurentnosti i inovacija može se promicati uloga inovacija u javnom i političkom životu Hrvatske. Inovacijska politika je postala glavno sredstvo za postizanje konkurentnosti industrija, a time i za održavanje odnosno stimuliranja ekonomskog rasta u EU. Smatra se da mala i srednja poduzeća trebaju biti pokretači inovacija.

U Hrvatskoj je inovacijska politika sustavno povezana s politikom malih i srednjih poduzeća na temelju Programa hrvatskog inovacijskog razvitka (HITRA), kojim se daje potpora transferu tehnologije poduzećima zasnovanima na novim tehnologijama putem financijskih i nefinancijskih poticaja⁴⁰. Poduzetnička okolina u Hrvatskoj još uvijek djeluje na poduzetničku aktivnost više ograničavajuće nego stimulirajuće. Prema ocjenama eksperata samo dvije komponente (raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture - telekomunikacijska i prometna, te dinamika domaćeg tržišta) djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Posebno ograničavajuće komponente poduzetničke okoline u Hrvatskoj su vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sistem vrijednosti), te nedostatan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.⁴¹

4.2. Trenutno stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj i utjecaj na ekonomski razvoj države

U 2018. godini u GEM istraživanju sudjelovalo je 54 zemalja, koje čine 66% svjetskog stanovništva i 85,8% svjetskog bruto domaćeg proizvoda. GEM podaci prikupljeni od

⁴⁰Kuliš, A., *Inovacije i poduzetništvo*, završni rad, str 13.

⁴¹<http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (03.09.2019)

reprezentativnog uzorka odrasle populacije i eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline reflektiraju samoevaluaciju, očekivanja i percepciju o pojedinim aspektima poduzetničkog procesa (od individualnih atributa i društvenih vrijednosti do pojedinih faza životnog ciklusa poduzetničkih aktivnosti: pokretanje, rast, izlazak) i interakcije s poduzetničkom okolinom.⁴²Uzorak ispitanika 2018 godine je bio 2000 odraslih osoba u dobi od 18-64, kao i u prethodnim godinama. Izbor uzorka i anketiranja odrasle populacije u Hrvatskoj obavlja IPSOS u suradnji sa istraživačkim timom GEM Hrvatska i globalnim koordinacijskim timom, korištenjem standardiziranih upitnika. U 2018 godini svoje ocijene o kvaliteti komponenti poduzetničke okoline dala su 39 eksperata. Izbor eksperata i njihovo anketiranje obavlja GEM istraživački tim i CEPOR.

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru koji polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkih okvirnih uvjeta i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju novih vrijednosti.⁴³

GEM istraživanje u Hrvatskoj od 2002. sufinancira Ministarstvo poduzetništva i obrta / Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, te CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. U 2015. godini glavni je financijski sponzor bila Privredna banka Zagreb, a u 2016. godini Hrvatska udruga banaka. U 2017. i u 2018. godini Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta ponovo je glavni financijski sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj, kao što je slučaj i u većini drugih zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju.

GEM istraživanje prati različitu poduzetničku aktivnost na individualnoj razini unutar neke zemelje korištenjem sljedećih definicija ključnih indikatora poduzetničke aktivnosti:⁴⁴

- Poduzetnici početnici- oni koji sami ili sa drugima pokušavaju pokrenuti vlastiti posao, koji vide da imaju priliku, vjeruju da imaju sposobnosti pokretanja poslovnog pothvata te kojima je plaćena naknada za ne više od 3 mjeseca.
- Novi poduzetnici-oni koji imaju poslovni pothvat iz kojeg isplaćuju plaću vlasniku najmanje 3 mjeseca, ali manje od 42 mjeseca.
- Ukupna rana poduzetnička aktivnost (TEA)- uključeni poduzetnici početnici i novi poduzetnici

⁴²<http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (03.09.2019)

⁴³ *Ibidem*, str 13.

⁴⁴ <http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/> (03.09.2019)

- Odrasli poduzetnici- oni koji imaju poslovnih pothvat duže od 42 mjeseca
- Poduzetnička aktivnost za poduzetnike

Međunarodna usporedba poduzetničke aktivnosti Hrvatske se promatra iz dvije perspektive- perspektive EU i perspektive grupacije kojoj Hrvatska pripada s obzirom na razvojnu politiku (od 2018 godine je to grupa zemalja visokog bruto domaćeg dohotka po stanovniku).

Tablica 1. Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini-%

Godina	Hrvatska	EU		Grupa zemalja po razvojnom kriteriju	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatska	Prosjek	Rang Hrvatska
2016	24,6	36,7	19/22	42,5	30/32
		78,5 Švedska			
2017	33,6	42,6	13/18	43,8	22/26
		79,5 Švedska			
2018	33,1	44,2	14/17	46,6	26/31
		81,6 Švedska			

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Tablica prikazuje kakva je percepcija Hrvatske o pokretanja poslovnog pothvata u okolini u odnosu na ostale zemlje EU uključene u GEM istraživanje. Do 2017 godine razvojna faza gospodarstva temeljila se na efikasnosti, a 2018 godine prema visokoj razini bruto domaćeg proizvoda. U 2018 godini percepcija o postojanju prilika za pokretanje poslovnog pothvata u neposrednoj okolini sudionika stagnira, dok u grupi zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje (zemlje EU sa visokom razinom BDP-a) percepcija raste u odnosu na 2017 i 2016. Također, vidljivo je da je Hrvatska u zadnjoj trećini obje grupe zemalja, što dovodi do povećanja jaza između percepcije o prilikama u Hrvatskoj i usporednim grupama zemalja. U Hrvatskoj tek 33% odraslih stanovnika vidi poslovnu priliku u svojoj okolini, u EU je to 44%, dok u Švedskoj skoro 82%.

Tablica 2. Percepcija o poduzetničkim namjerama

Godina	Hrvatska	EU		Grupa zemalja po ravojnom kriteriju	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatska	Prosjek	Rang Hrvatska
2016	22,3	14,8	2/22	29,8	22/32
		23,5 Poljska			
2017	22,8	13,8	1/18	30,1	16/26
		22,8 Hrvatska			
2018	22,4	13,6	1/17	20,4	11/31
		22,4 Hrvatska			

Izvor: Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.

Tablica 3. Percepcija o strahu od promašaja

Godina	Hrvatska	EU		Grupa zemalja po ravojnom kriteriju	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatska	Prosjek	Rang Hrvatska
2016	46	46,6	12/22	38,6	27/32
		35,1 Nizozemska			
2017	37,1	44	4/18	39,1	13/26
		32,9 Nizozemska			
2018	39,6	44,15	6/17	40,4	15/31
		34,8 Nizozemska			

Izvor: Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.

U razdoblju 2016.-2018. odrasla populacija u Hrvatskoj značajnije češće nego što je to prosjek za EU zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju izražava namjeru o pokretanju poslovnog pothvata – u 2017. i 2018. godini Hrvatska je na 1. Mjestu uz relativno stabilnu razinu straha od promašaja u 2018 u odnosu na 2017. Hrvatska je što se tiče samoga prepoznavanja poslovnih prilika ispodprosječna u odnosu na ostale zemlje EU, no kada gledamo poduzetničke namjere i strah od poslovnog pothvata u Hrvatskoj je prisutna iznadprosječna uvjerenost o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata i značajno iznadprosječno iskazivanje namjera o pokretanju poslovnog pothvata (druga u 2016. godini, prva u 2017. i 2018. godini).

Intenzitet pokretanja novih poslovnih pothvata mora osigurati održivu vitalnost gospodarske strukture, što znači da mora kompenzirati gubitak poslovnih pothvata. Novi poslovni pothvati u pravilu donose nove ideje, nove tehnologije, nove proizvode, izlazak na nova tržišta i na taj način doprinose povećanju produktivnosti i konkurentnosti. U GEM istraživanju se rana poduzetnička aktivnost mjeri postotkom odrasle populacije 18-64 godina starosti koji su pokrenuli poslovni pothvat (ne stariji od 3 mjeseca) i onih koji imaju poslovni pothvat stariji od 3 mjeseca ali mlađi od 42 mjeseca (i koji isplaćuju plaću vlasniku), na temelju čega se izračunava TEA.⁴⁵

Tablica 4. Rana poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom-%

Godina	Hrvatska	EU		Grupa zemalja po ravojnom kriteriju	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatska	Prosjek	Rang Hrvatska
2016	8,4	8,6 16,2 Estonija	11/22	14,2	25/32
2017	8,9	8,3 19,4 Estonija	7/18	18,5	20/26
2018	9,6	7,6 12,3 Nizozemska	6/17	10	15/31

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Razlozi za pokretanje poslovnog pothvata mogu se grupirati s obzirom na kriterij motiviranosti: zbog uočene prilike ili zbog nužde. Indikatorima TEA Prilika - postotak odrasle populacije koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog uočene prilike i TEA Nužnost - postotak odrasle populacije koji su to učinili zbog nužde (npr. ostali bez posla, nemaju drugu opciju i sl.) u GEM istraživanju se prati promjena u motivacijskom indeksu. Poželjno je da motivacijski indeks, kao omjer TEA Prilika i TEA Nužnost, bude veći od 1, jer to znači da ima više onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti i u pravilu su bolje pripremljeni za realizaciju svoje namjere. Motivacijski indeks ispod 1 znači da ima više onih koje je situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, iako to nisu željeli. Visoki motivacijski indeks stvara optimističnu poslovnu atmosferu i zbog toga postoje višestruke odgovornosti raznih segmenata poduzetničke

⁴⁵<http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (14.08.2019)

okoline da to osiguraju (od obrazovanja koje doprinosi prepoznavanju poslovne prilike i jača kompetencije ljudi da prepoznatu priliku transformiraju u pothvat, do djelotvorne suradnje istraživanja i poslovnog sektora te vladinih intervencija u eliminiranju regulatornih barijera). Iako je intenzitet pokretanja poslovnih pothvata u Hrvatskoj prvi puta u 2018. godini iznad prosjeka EU motivacijski indeks je značajnije niži.

Tablica 5. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost-zbog prilike ili nužnosti

Godina	TEA Prilika %		TEA Nužnost %		Motivacijski indeks TEA Prilika/ TEA Nužnost		EU Prosjek
	Hrvatska	EU prosjek/najviši	Hrvatska	EU prosjek/najniži	Hrvatska		
					TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang u EU	
2016	5,6	6,6 12,9 Estonija	2,6	1,7 0,3 Švedska	2,2	20/22	5,3
2017	5,6	6,2 14,7 Estonija	3,1	1,6 0,6 Švedska	1,8	17/18	5
2018	6	5,7 9,9 Nizozemska	3,1	1,4 0,4 Poljska	1,9	17/17	5,3

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Ispodprosječne vrijednosti motivacijskog indeksa u Hrvatskoj u odnosu na EU u cijelom razdoblju 2016.-2018. drže Hrvatsku na začelju EU zemalja uključenih u GEM istraživanje. Postotak poduzetnika koji pokreću poslovni pothvat iz nužde značajno je veći od prosjeka EU zemalja (npr. u 2018. godini 3,1% prema 1,4%), a postotak poduzetnika koji to čine zbog uočene prilike je tek u 2018. godini neznatno iznad prosjeka EU. Nizak motivacijski indeks (relativno veće učešće onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog nužde) znači slabljenje poduzetničkog kapaciteta u vrlo osjetljivoj ranoj fazi životnog pothvata. Ulazak u poduzetničku aktivnost zbog nužde često znači privremeno rješenje, što se odražava i na voljnost ulaganja resursa (osobnih i financijskih), a time takvi poslovni pothvati povećavaju rizik smanjenja stope preživljavanja.

Tablica 6. Izlazak iz poslovne aktivnosti - %

Godina	Hrvatska		EU		
	%	Rang	%	Najmanji	Najveći
2016.	3,4	21/22	2	0,8 Italija	3,8 Grčka
2017.	1,9	9/18	2,1	1,0 Njemačka	4,7 Grčka
2018.	2,2	13/17	1,9	1,1 Italija	3,1 Austrija

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

GEM istraživanje prati intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti i razloge tog čina. Prestanak poslovne aktivnosti dio je životnog ciklusa poslovnog pothvata i potrebne procedure ne bi smjele otežavati taj čin, nego što je moguće više sačuvati vrijednost resursa i omogućiti njihovu prenamjenu. Najčešći razlozi prestanka poslovne aktivnosti su neodgovarajuća profi tabilnost, želja za promjenom, prodaja, odlazak u mirovinu, nasljeđivanje i sl.

U tablici 6. je prikazan postotak oni koji su izašli iz poslovne aktivnosti u zadnjih 12 mj, a čija poslovna aktivnost nije nastavljena, u grupi poduzetnički aktivnih ispitanika od 18-64 godine. Ovdje su važniji pokazatelji, zašto je netko izašao iz poslovne aktivnosti, pa rang trenutno spada na drugo mjesto. Važniji pokazatelj je intenzitet izlaska: niska razina prestanka poduzetničkog djelovanja može značiti da se radi o dobro uočenoj poslovnoj prilici i dobro osmišljenom i vođenom poduzetničkom pothvatu, ali i postojanje barijera koje otežavaju prestanak poslovnih aktivnosti. Visoki postotak izlaska iz poduzetničke aktivnosti može značiti da se radi o loše procijenjenoj poslovnoj prilici ili o nepripremljenosti za vođenje poslovnog pothvata (nedovoljno znanja, nedostatak tima, novaca...), pa je dobro ako se izlaskom iz takvih poslovnih aktivnosti brzo preusmjeravaju resursi za neke nove početke.

Osim u 2016. godini, Hrvatska je po postotku poslovnih pothvata (poduzeća) koja su prestala djelovati u zadnjih 12 mjeseci oko prosjeka EU. Razumijevanje značenja ovog pokazatelja zahtijeva stvaranje „grozda“ niza drugih indikatora poduzetničkog djelovanja i prepoznavanje njihove povezanosti: niska razina prepoznavanja prilika u svojoj sredini, istovremeno visoka samouvjerenost o sposobnostima za poduzetničko djelovanje i visoka razina izraženih namjera za pokretanje poslovnog pothvata u Hrvatskoj praćena je vrlo niskim motivacijskim indeksom (1,9, u 2018.). Ti pokazatelji upućuju na pretpostavku o nedovoljnoj pripremljenosti za pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, ali je moguće da i poduzetnička okolina ne prepoznaje poteškoće onih koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog nužde i ne osigurava potrebne usluge (npr. specijalizirane usluge edukacije, savjetovanja, povezivanje s istraživačkim institucijama...)

U pravilu, zemlje s visokim motivacijskim indeksom (tj. prisutnost znatno više onih koji u poslovni pothvat ulaze zbog uočene prilike nego zato što ih je na to prisilila nužda) češće imaju i niži postotak izlaska iz poslovne aktivnosti. Na primjer, u 2018. godini Poljska s najvišim motivacijskim indeksom (10,9%) ima ispodprosječnu stopu izlaska iz poslovnih pothvata (1,4%), a Nizozemska s motivacijskim indeksom od 9,0, ima stopu izlaska na razini prosjeka EU (1,9%). I u prethodnim godinama ovaj obrazac je bio prisutan što potvrđuje tvrdnju da pokretanje poslovnog pothvata zbog uočene prilike donosi izuzetno važan emocionalni i ekspertski kapital u poslovni pothvat i čine ga stabilnim.

Tablica 7. Razlozi izlaza iz poslovne aktivnosti

Razlog	2016.			2017.			2018.		
	Hrvatska	EU/Rang Hrvatska	Grupa zemalja po razvojnom kriteriju/Rang HR	Hrvatska	EU/Rang Hrvatska	Grupa zemalja po razvojnom kriteriju/Rang HR	Hrvatska	EU/Rang Hrvatska	Grupa zemalja po razvojnom kriteriju/Rang HR
Prodaja	1,7	4,4 15/22	4,9 27/32	0	5,1 18/18	4,6 26/26	0,6	6 6/17	6,9 30/31
Nova prilika	6,1	12,3 18/22	9,5 22/32	5,6	11,8 14/18	8,2 17/26	18,5	12,8 4/17	11,4 4/31
Neprofitabilnost	25,3	33,7 15/22	38,3 28/32	34,2	30,9 6/18	38,8 17/26	19,5	26 10/17	27,7 22/31
Problemi sa financijama	12,1	10,7 9/22	14,8 18/32	15,2	11,6 5/18	15,2 13/26	7,4	11,7 11/17	11,1 21/31
Vladine politike/porezna politika/birokracija	16,5	7,7 31/2	6,2 4/32	12,5	12,5 8/18	7,1 5/26	19,2	9,9 3/17	8,7 4/31
Ostalo*	38,3	31,2 6/22	26,3 3/32	32,5	28,1 11/18	26,1 4/26	34,6	33,6 10/17	34,2 16/31
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Izvor: Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.

*Mirovina, osobni razlozi, iznenadni događaji

Od analiziranih razloga izlaska iz poslovne aktivnosti, kategorija “ostali” je relativno stabilna u sve tri promatrane godine i kreće se oko prosjeka usporednih grupacija (EU i zemlje s obzirom na razvojnu razinu). Zanimljiv je podatak da u 2018. godini raste broj izlazaka zbog uočene nove prilike, što upućuje na utjecaj niskog motivacijskog indeksa. Ako je ulazak u

poduzetničku aktivnost bio rezultat nužde te ako je kasnije uočena bolja prilika, dobro je da izlazak bude što brži i da se sačuva što je moguće više resursa za novi poslovni pothvat. Dvije kategorije izlaza iz poduzetničke aktivnosti (zbog porezne politike i birokracije, te zbog prodaje) bitno su različitog intenziteta u Hrvatskoj nego u usporednim grupacijama. Osim u 2017. godini, u Hrvatskoj je dvostruko više izlazaka iz poslovnog pothvata zbog porezne politike i birokracije nego u EU, što upozorava i dalje na ograničavajuće djelovanje dijelova poduzetničke okoline. Posebno je zabrinjavajuće što je u Hrvatskoj prodaja poslovnog pothvata gotovo nepostojeći vid izlaza iz poduzetničke aktivnosti (0,6% od svih izlazaka u 2018. godini i nalazi se na predzadnjem mjestu u usporednim grupacijama, gdje je taj vid izlazaka na razini 6% u EU i 6,9% u grupi zemalja s visokim bruto društvenim dohotkom po stanovniku). U Europskoj uniji, najveće učešće prodaje je u Luksemburgu (16,1%), Austriji (15,7%), Švedskoj (12,7%) i Španjolskoj (9,6%) i u ovom slučaju, nedostatak odgovarajućih regulatornih rješenja, ali i nepostojanje institucionalne podrške takvim transakcijama u Hrvatskoj (kroz edukaciju, savjetovanje, kontakte) marginalizirali su ovakav vid izlaska poduzetnika iz poduzetničke aktivnosti, a upravo prodajom se sprječava gubitak resursa (ljudskih, financijskih, materijalnih) koji mogu biti korišteni u istom ili drugačijem poslovnom pothvatu u novom vlasništvu. Poslovni promašaj, umirovljenje ili gubljenje interesa za poslovni pothvat ne bi trebali biti razlozi za degradiranje resursa koji mogu biti korišteni za neke druge poslovne pothvate. Izlaz iz poslovnog pothvata treba obaviti brzo, sačuvati što je moguće veći dio vrijednosti uloženi resursa i na taj način otvoriti put novoj prilici. Prema istraživanju Svjetske banke – Doing Business 2019 za rješavanje problema nesolventnosti / izlaska iz poslovnih aktivnosti u Hrvatskoj treba 3,1 godina (bez promjena u zadnjih nekoliko godina) uz 34% sačuvane vrijednosti imovine (neznatno povećanje u odnosu na 30,1% u 2008. godini). Po ovim podacima Hrvatska je blizu Grčkoj (3,5 godine, 33,2% sačuvane vrijednosti resursa na kraju procesa rješavanja nesolventnosti). Istovremeno, troškovi procesa rješavanje nesolventnosti u Hrvatskoj su 14,5% vrijednosti imovine, ali u Norveškoj 1%.⁴⁶

⁴⁶<http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>

Tablica 8. Korištenje novih tehnologija- za TEA poduzetnike %

Godina	Hrvatska			EU		Grupa zemalja po razvojnom kriteriju*
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2016.	27,3	33,2	39,5	14,5	28,7 Slovenija	19,4
2017.	22	34,5	43,5	15,6	34,9 Cipar	19,9
2018.	30	26,75	43,7	13,6	30,0 Hrvatska	14,7

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca („početnici“ i novi)

Tablica 9. Korištenje novih tehnologija- za "odrasle" poduzetnike %

Godina	Hrvatska			EU		Grupa zemalja po razvojnom kriteriju
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2016.	28	19,2	52,8	5,1	28,0 Hrvatska	8,8
2017.	24,1	26,4	49,5	7,5	24,1 Hrvatska	8,6
2018.	28,3	20,6	51,1	7,9	28,3 Hrvatska	6,6

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

U razdoblju 2016.-2018. učešće TEA i „odraslih“ poduzeća u kategoriji onih koji koriste najnoviju tehnologiju je gotovo izjednačeno, što nije bio slučaj u prethodnim godinama (uvijek su TEA poduzeća češće imala najnoviju tehnologiju nego „odrasla“ poduzeća). Hrvatska je zemlja s najvećim učešćem „odraslih“ poduzeća s najnovijom tehnologijom u Europskoj uniji u sve tri promatrane godine, te na 1. mjestu po učešću TEA poduzeća s najnovijom tehnologijom u 2018. godini.

Tablica 10. Poduzetnička aktivnost zaposlenika %

Godina	Hrvatska	EU		Grupa zemalja po ravojnom kriteriju*	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske**	Prosjek	Rang Hrvatska**
2016	10,4	7,1	3/22	4,5	3/32
		10,9 Austrija			
2017	9,2	7	6/18	3,7	1/26
		12,8 Estonija			
2018	9,6	7,6	5/17	7,3	9/31
		13,4 Irska			

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*do 2017. godine razvojna faza gospodarstva temeljenog na efikasnosti, u 2018. visoka razina bruto domaćeg dohotka po stanovniku

**rang Hrvatske/broj zemalja uključenih u GEM istraživanje

Poduzetnički aktivnim zaposlenicima definiraju se oni koji su razvili novi proizvod ili uslugu ili koji su pokrenuli novu poslovnu jedinicu za svog poslodavca. Definicija poduzetničke aktivnosti zaposlenika isključuje inicijative zaposlenika koje su fokusirane na optimizacije radnih procesa. U svim promatranim godinama Hrvatska ima iznadprosječnu poduzetničku aktivnost zaposlenika u odnosu na zemlje EU i zemlje čijoj razvojnoj fazi pripada. Hrvatska je po pokazatelju poduzetničke aktivnosti zaposlenika u 2018.godini na 5.mjestu od 17 EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju. Iako se visoka razina poduzetničke aktivnosti zaposlenika u Hrvatskoj ponavlja iz godine u godinu, još uvijek nije prepoznata kao važna komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske.

Tablica 11. Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom

Godina	TEA muškarci	TEA žene	TEA muškarci/TEA žene		
			Hrvatska	EU	Najuravniježeni
2016	11,2	5,6	2	1,8	1,1 Bugarska
2017	11,5	6,4	1,8	1,7	1,1 Nizozemska
2018	12,1	7,1	1,7	1,8	1,1 Španjolska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Rodna (ne)uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj zadržava se godinama na razini od 1,7-2 puta više muškaraca od žena, što je na razini EU zemalja. Veća uravnoteženost je prisutna uglavnom u zemljama koje imaju veću nezaposlenost ali je vrlo često prisutna i u razvijenim zemljama (Nizozemska, Kanada, SAD).

Razlika u poduzetničkoj aktivnosti ne proizlazi iz razlika u motivaciji ili iz razlika u uočavanju prilika, nego je rezultat kombinacije majčinstva, organizacije obiteljskog života i kulture.

Tablica 12. Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerena TEA indeksom-udjel u dobnoj skupini %

Godina	Dobna skupina				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
2016	13,5	32,8	28,3	18,0	7,5
2017	16,1	30,5	26,7	18,5	8,2
2018	15,8	42,2	24,9	11,8	5,3
EU 2018	12,3	30,6	25,4	20,4	11,4
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2018	13,1	30,8	25,5	20	10,6

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Rasprostranjenost rane poduzetničke aktivnosti po kriteriju dobi stabilna je uz neznatne oscilacije, osim što se u 2018.godini vidi povećanje TEA indeksa u dobnoj skupini 25-34 i pad u dobnim skupinama iznad 45 godina. Poduzetnički su najaktivnije dobne skupine 25-34 i 35-44 u odnosu na zemlje EU i zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku.

Tablica 13. Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodnosti-TEA Muškarci/TEA Žene

Dobne skupine	TEA Muškarci/TEA Žene		
	2016	2017	2018
18-24	2,2	2,3	1,7
25-34	1,9	2,4	1,6
35-44	1,4	1,3	2,2
45-54	2,6	1,3	1,5
55-64	3,2	2,6	0,8
Prosjek	2,0	1,8	1,7

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Iz tablice je vidljivo da je poduzetnička aktivnost muškaraca i žena u dobi 55-64 godine nešto ispod prosjeka, dok je u svim ostalim dobnim skupinama oko prosjeka i čak iznad njega.

Tablica 14. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi %

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2016	11,7	16,9	13,5	9,5	4,5
Žene 2016	5,4	8,7	9,5	3,6	1,4
Muškarci 2017	14,9	17,9	12,9	7,9	5
Žene 2017	6,4	7,5	10	6,3	1,9
Muškarci 2018	14,8	23	15,6	6	2,1
Žene 2018	8,5	14,7	7,2	3,9	2,5

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Poduzetnički su najaktivniji muškarci u dobnim skupini 25-34, a žene u dobnj skupini 35-44 (osim u 2018. godini gdje je najviše aktivnih žena u dobnj skupini 25-34). Najveća razlika po kriteriju rodosti je u u dobi 25-34, što proizlazi iz majčinstva, ali i raspoloživosti uvjeta koji omogućavaju ravnopravnije uloge u organizacijskog života.

Tablica 15. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po obrazovanim razinama %

Godina	Manje od srednje škole	Srednja škola	Tercijarno obrazovanje	Postdiplomsko obrazovanje
2016	1,5	8,8	12,6	9,7
2017	8,4	8,6	10,8	12,3
2018	2,7	10	13,4	18,7
EU, 2018	4,8	6,8	9,6	12,6
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2018	7,8	8,5	11,7	14,3

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Na temelju istraživanja vidljivo je da su ljudi obrazovaniji u odnosu na prethodne godine ne samo u Hrvatskoj nego i u grupama zemljala s kojima se Hrvatska uspoređuje. Isto tako Hrvatska tako ima veći postotak obrazovanih ljudi u odnosu na te zemlje. Ljudi s višom razinom obrazovanja mogu bolje prepoznati prilike u svom okruženju i isto tako imaju veća znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata.

Tablica 16. Obrazovna razina i poduzetnički atributi, 2018 u % od odrasle populacije 18-64 godina starosti

Obrazovna razina	Vide dobre prilike u sredini gdje žive u narednih 6 mj		Imaju znanje i vještine za pokretanje poslovnog pothvata		Imaju namjeru pokrenuti poslovni pothvat u naredne 3 godine		Poznaju nekog tko je pokrenuo poslovni pothvat u protekle 2 godine	
	da	ne	da	ne	da	Ne	da	ne
Niže od srednje škole	20,9	12,1	24,6	10,1	19,6	10,3	20,6	10
Srednja škola	65,1	59,8	61,9	65,2	61,8	68,1	63,5	63,2
Tercijarno obrazovanje	12,9	24,1	12,4	21,5	16,8	18,7	14,4	23,5
Postdiplomsko obrazovanje	1,1	4	1,1	3,2	1,8	2,9	1,5	3,3
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Na temelju istraživanja odrasle populacije (18-64 godine), najveći postotak ljudi koji vide prilike u sredini kojoj žive pripada tercijarnom i postdiplomskog obrazovanju. A najveći postotak onih koji ne vide prilike u narednih 6 mjeseci pripada nižim razinama obrazovanja. Iako što se tiče Srednje škole podjednako ima onih koji vide prilike i koji ne vide. Vještine za pokretanje poslovnog pothvata imaju oni sa Srednjom školom i tercijarnim obrazovanjem. U izražavanju namjera za pokretanje poslovnog pothvata u slijedeće tri godine, raste pozitivan stav u skupinama ispitanika sa srednjoškolskim i višim obrazovnim razinama, ali su razlike puno manje između onih koji ne namjeravaju i namjeravaju pokrenuti poslovnih pothvat obzirom na obrazovnu razinu. Obrazovaniji ljudi poznaju nekoga tko je u protekle dvije godine pokrenuo poslovnih pothvat. Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji, posebno oni koji pokreću poslovni pothvat zbog uočene prilike.

U 2018 godini u Hrvatskoj je među onima koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog uočene prilike najmanje onih s manje od srednjeg obrazovanja (2,6%) vs. 9,7% s takvim obrazovanjem među onima koji su to učinili zbog nužde. Istovremeno, među onima koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog nužde manje je s tercijarnom razinom obrazovanja (17,7%) vs. 27,6% s takvim obrazovanjem među poduzetnicima zbog uočene prilike. Sa srednjim obrazovanjem je 63,8% među poduzetnicima zbog uočene prilike i 72,6% među poduzetnicima zbog nužde.

Tablica 17. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima %

Godina	Ekstraktna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orjentirane	
			poduzećima (B2B)	Potrošačima (B2C)
2016	16,3	28,5	20,9	34,3
2017	20,6	25,6	22,4	31,4
2018	8,3	22,8	30,3	38,5
EU, 2018	5	20,6	26,3	48,2
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2018	3,7	21,4	23,5	51,4

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Sektorska distribucija novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju od 2016-2018.godine rast u sektoru usluga, ali još uvijek značajnije

manje prisustvo poslovnih pothvata temeljenih na uslugama orjentiranim potrošačima u usporedbi s EU i zemljama čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada. Što se tiče Ekstraktivne industrije(rudarstvo,vađenje gline, tekućih i plinovitih tvari koje se dalje koriste za industrijsku preradu i sl⁴⁷) možemo primjetiti pad aktivnosti u odnosu na prethodne dvije godine kao i kod Prerađivačke industrije čiji je pad prilično mali. Za razliku od toga usluge orjentirane poduzećima bilježe rast u odnosu na prethodne dvije godine ali i uspoređujući s EU i zemlja s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, dok usluge orjentirane potrošačima također rastu, još uvijek su ispod prosječne razine u odnosu na zemlje EU i s visokim bruto domaćim prihodom po stanovniku.

Tablica 18. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske-TEA indeksi %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2016	11,4	5,7	8,1	7,5	7,5	7,7	8,4
2017	9,9	5,1	8,8	6,7	9,8	11,2	8,9
2018	9,4	6,6	8,4	4,7	11,4	14,4	9,6

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Za potrebe GEM istraživanja, županije i Grad Zagreb grupirani su u šest regija, po kriteriju geografsko- povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske:

- Zagreb i okolica
- Slavonija i Baranja
- Sjeverna Hrvatska
- Lika i Banovina
- Istra, Primorje i Gorski Kotar
- Dalmacija

U razdoblju od 2016-2018.godine pojavili su se određeni obrasci promjena u intenzitetu poduzetničkih aktivnosti po regijama. Najintenzivniji rast poduzetničke aktivnosti pokazuje Dalmacija te Istra, Primorje i Gorski Kotar. Najveći pad poduzetničke aktivnosti je u Lici i Banovini gdje je razina poduzetničke aktivnosti najniža, ali istovremeno se poboljšava

⁴⁷<http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci/ekstra> (12.09.2019)

motivacijski indeks (od pretežnosti pokrenutih poslovnih pothvata zbog nužde u 2016.godini, u 2018.godini više je pokrenutih poslovnih pothvata zbog uočene prilike). Iznanađujuće je da poduzetnička aktivnost u Zagrebu i okolici pada i od 2017.godine se pozicionirala na 3.mjesto od šest regija u Hrvatskoj. Slavonija i Baranja pokazuju oscilacije na vrlo niskoj razini poduzetničke aktivnosti, dok se poduzetnička aktivnost u Sjevernoj Hrvatskoj drži oko prosjeka Hrvatske.

Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike ili nužde dopunjuju sliku od regionalnoj rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti. Promjene u odnosu broja ljudi koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog utječe na vitalnost poduzetničkih pothvata, odnosno stopu preživljavanja. Rast poduzetničke aktivnosti u Dalmaciji praćen je rastom pokretanja poslovnih pothvata zbog prilike, a rast poduzetničke aktivnosti u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru praćen je rastom poduzetničkih pothvata zbog nužde.

Tablica 19. Razvojni profil regija u Hrvatskoj, 2018

Regija	Indeks razvijenosti 2018.		BDP pc 2016.		Nezaposlenost 2018.		Poduzetnička aktivnost 2018.			
	Vrijednost	Rang	EUR	Rang	%	Rang	Rana poduzetnička aktivnost		Motivacijski indeks	
							TEA %	Rang	TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang
Zagreb i okolica	111,83	1	14 071	1	6,0	5	9,4	3	3,1	1
Slavonija i Baranja	93,85	6	7 009	6	16,1	1	6,6	5	1,7	3
Sjeverna Hrvatska	97,16	4	8 259	5	9,9	4	8,4	4	0,4	6
Lika i Banovina	93,09	5	8 358	4	14,6	2	4,7	6	1,2	5
Istra, Primorje i Gorski Kotar	107,13	2	13 755	2	5,1	6	11,4	2	1,7	3
Dalmacija	103,55	3	9 453	3	11,1	3	14,4	1	2,9	2

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

Dugotrajno najniži motivacijski indeksi Like i Banovine (1,2% u 2018 god) i Slavonije i Baranje (1,7% u 2018) praćeni su niskom razinom razvijenosti, niskom razinom BDPpc i visokom nezaposlenošću. Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, u tim regijama rezultat je poduzetničke aktivnosti onih koje je na to natjerala nužda (nezaposlenost), a takvi

poduzetnički pothvati češće doživljavaju poslovni promašaj, jer su slabije pripremljeni na nedostatak znanja, a često su i pod-investirani. Istovremeno, visoki motivacijski indeks u regiji Zagreb i okolica praćen je visokom razinom razvijenosti, visokom razinom BDPpc i niskom nezaposlenošću. Takav obrazac prisutan je i u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru (iako je motivacijski indeks za ovu regiju tek u 2018. godini značajnije niži nego prethodnih godina). Jačanje motivacijskog indeksa imat će utjecaj na povećanje gustoće poduzeća, poduzeća s potencijalom rasta, a zatim s vremenskim odmakom i na razinu razvijenosti mjerenu bruto domaćim proizvodom. Da bi se to postiglo potrebno je osigurati koordiniranu angažiranost različitih institucija i stvaranje konzistentnih dugoročnih politika, u područjima obrazovanja; djelovanje institucija koje pružaju profesionalne usluge malim poduzećima-usavršavanje, savjetovanje; razvoja novih financijskih proizvoda za podržavanje ulaska u poduzetničku aktivnost i rasta poslovnih pothvata.

Zemlje koje kontinuirano sudjeluju u GEM istraživanjima stvaraju bogatu bazu informacija o poduzetničkoj okolini, koja omogućuje:

- Vredovanje percepcije kvalitete svake komponente, pri čemu ocjena iznad 5 signalizira poticajnu okolinu, a ocjena ispod 5 ograničavajuću okolinu.
- Uočavanje promjena u percepciji kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline u vremenu (u Hrvatskoj od 2002. godine)
- Usporedbe razlika između percepcije kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u prostoru (između zemalja sudionica GEM istraživanja u istoj godini)

Brojnost komponenti poduzetničke okoline daje mogućnost dobrog uvida u dinamiku promjena unutar poduzetničke okoline, ali otežava uvid u cjelinu kvalitete poduzetničke okoline. To omogućava NECI, novi GEM kompozitni indikator, jer predstavlja procijenjenu snagu nacionalnog poduzetničkog okvira, povezujući ocjene stanja i važnosti kojima se pojedinačno vrednuju sve komponente.

NECI se izračunava kao ponderirana aritmetička sredina važnosti i stanja 12 komponenti poduzetničke okoline. Procjena važnosti temelji se na mišljenju eksperata koliko je pojedina komponenta ključna za stimuliranje i podržavanje poduzetničkih aktivnosti u gospodarstvu zemlje u godini u kojoj se istraživanje provodi. Korištenjem Likertove skale 1-10, eksperti izražavaju kako percipiraju važnost svake od 12 komponenti poduzetničke okoline pri čemu ocjena 1 indicira nimalo važno a ocjena 10 iznimno važno. Stanje eksperti ocjenjuju uz pomoć Likertove skale od 1-9, gdje je ocjena 1-najlošije, 9-najbolje.

Izračun NECI indeksa u 2018. godini omogućio je rangiranje zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju po kriteriju snage poduzetničke okoline, kojom se procjenjuje koliko je kontekst stimulirajući ili ograničavajući za poduzetničko djelovanje.

Tablica 20. Zemlje s najboljim i najlošijim poduzetničkim kontekstom-NECI indeks

EU		Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg dohotka po stanovniku	
5 najboljih	5 najlošijih	5 najboljih	5 najlošijih
6,51 Nizozemska	3,83 Hrvatska	6,69 Katar	3,83 Hrvatska
5,70 Luksemburg	4,34 Slovačka	6,51 Nizozemska	4,01 Panama
5,62 Francuska	4,34 Grčka	6,33 Tajvan	4,07 Portoriko
5,54 Austrija	4,52 Italija	5,98 SAD	4,34 Slovačka
5,38 Irska i Španjolska	4,66 Bugarska	5,92 UAE	4,34 Grčka

Izvor: Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

U evaluaciji snage poduzetničkog konteksta sudjelovale su 54 zemlje (od koji 5 zemalja: Dominikanska Republika, Kazahstan, Latvija, Meksiko i Mozambik nisu sudjelovale u istraživanju poduzetničke aktivnosti). Po snazi poduzetničke aktivnosti najviše rangirana zemlja je Katar sa 6,7, dok je Hrvatska sa 3,83 na 53 mjestu.

Pristup novcima

Po ocjenama kvalitete pristupa novcima Hrvatska u cijelom promatranom razdoblju zaostaje za prosjekom EU zemalja uključenih u GEM istraživanje. Iako na tržištu novca postoji značajna ponuda bankarskih kredita, u Hrvatskoj se problem nedostatka odgovarajuće vrste novca (rizični kapital, vlasnički kapital) za nove ili rastuće poduzetničke pothvate ponavlja u svim godinama GEM istraživanja. Izlazak na tržište dionica još uvijek je zanemariva strategija hrvatskih poduzeća za financiranje poslovnog rasta.

Tablica 21. Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje, *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	3,79	4,48	5,52	Nizozemska	3,32	Cipar
2017	4,02	4,48	6,01	Nizozemska	3,22	Grčka
2018	3,97	4,73	5,58	Nizozemska	3,77	Cipar

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*vrijednost 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima SAD (5,95), a najlošiju Mozambik (1,71). Hrvatska je u svim godinama ispod prosječne razine zemalja EU.

Vladine politike prema poduzetništvu

U GEM istraživanju se vladine politike prema poduzetništvu promatraju kroz dva aspekta: vladine politike kojima se identificiraju prioriteti i podrška poduzetništvu i vladine politike usmjerene prema poreznoj politici i pojednostavljenju regulatornih okvira unutar kojeg se odvija poduzetnička aktivnost.

Tablica 22. Vladine politike-prioriteti i podrška, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	2,8	3,98	5,87	Francuska	2,61	Bugarska
2017	3,26	4,18	5,56	Francuska	2,98	Bugarska
2018	2,82	4,24	5,86	Francuska	2,42	Slovačka

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Indija (6,33), a najlošiju Mozambik (1,83). U odnosu na prosjek zemalja EU, Hrvatska je duplo lošija.

Tablica 23. Vladine politike-porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	2,18	3,9	6,34	Estonija	2,18	Hrvatska
2017	2,14	3,93	5,75	Nizozemska	2,14	Hrvatska
2018	2	3,99	5,4	Nizozemska	2,1	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Katar (5,79), a najlošiju Brazil (2,03).Ocjene obje skupine vladinih politika u cijelom su promatranom razdoblju niže od prosjeka za EU zemlje, a ujedno su i među najnižim ocjenama u usporedbi s ostalim komponentama poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Posebno niske ocjene su za vladine politike prema regulatornom okviru. U svim godinama od kada je Hrvatska uključena u GEM istraživanja, vladine politike prema regulatornom okviru ocjenjivane su najnižim ocjenama, što znači da ta komponenta poduzetničke okoline djeluje ograničavajuće a ne stimulirajuće na poduzetničku aktivnosti. U gotovo svim izvještajima o GEM istraživanju, prikazani su primjeri nefunkcioniranja regulatornih okvira, vodeći se kriterijem najvećih ograničenja-sporost administracije ili kultura neplaćanja koja brojna poduzeća dovodi do preživljavanja ili propasti.

Vladini programi za poduzetništvo

Iako su vladini programi za poduzetništvo bolje ocijenjenih od vladinih politika prema poduzetništvu, i dalje su ocjene u svim godinama ispod prosjeka EU zemalja, ne pokazuju tendenciju poboljšanja i značajnije su bliže najlošijima nego prosjeku EU.

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Luksemburg (6,27), a najlošiju Mozabik (2,25). Hrvatska je ispod prosjeka EU zemalja i ima tendenciju pada gledajući prethodne godine.

Tablica 24. Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	3,46	4,46	6,28	Austrija	2,86	Grčka
2017	3,6	4,55	6,04	Nizozemska	3,24	Grčka
2018	3,29	4,69	6,27	Luksemburg	3,29	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Poduzetničko obrazovanje

U svim promatranim godinama, tercijarno obrazovanje (Tablica 26) je bolje ocijenjeno od osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja s obzirom na doprinos stvaranju poduzetničkih kompetencija.

Tablica 25. Poduzetničko obrazovanje-osnovno i srednje, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	2,47	3,19	5,41	Nizozemska	2,16	Mađarska
2017	2,39	3,34	5,59	Nizozemska	2,26	Poljska
2018	2,45	3,26	5,4	Nizozemska	2,45	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Katar (6,08), a najlošiju Saudijska Arabija (1,75).

Tablica 26. Poduzetničko obrazovanje-tercijarno, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	3,83	4,56	5,85	Nizozemska	3,33	Poljska
2017	3,69	4,67	6,18	Nizozemska	3,69	Hrvatska
2018	3,71	4,75	6,18	Nizozemska	3,71	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Katar (6,57), a najlošiju Mozabik (2,26).

Hrvatska je daleko od prosjeka EU zemalja uključenih u GEM istraživanje (u 2018.godini bila je i zemlja s najnižim ocjenama za obje kategorije obrazovanja). Za doprinos tercijarnog obrazovanja razvoju poduzetničkih kompetencija, Hrvatska je bila najlošija i u 2015. i 2017.godini.

Transfer istraživanja i razvoja

Konkurentnost poduzeća rezultat je inovativnosti u području proizvoda, tehnologije, organizacije i načina dolaska do kupaca. Razina održivog inovativnog kapaciteta poduzeća ovisi o djelotvornom transferu znanja s istraživačkih institucija u poslovnu praksu. Po kvaliteti ove komponente, Hrvatska je bila ili najlošija ili blizu tome u cijelom promatranom razdoblju, od svih EU zemalja uključenih u GEM istraživanje.

Tablica 27. Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje *

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	2,73	4,14	5,29	Nizozemska	2,73	Hrvatska
2017	3,29	4,16	5,29	Nizozemska	3,09	Slovačka
2018	2,97	4,2	5,3	Nizozemska	2,97	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Katar (5,77), a najlošiju Mozabik (1,91). Iako su poduzeća u Hrvatskoj tehnološki bolje opremljena od prosjeka EU zemalja, po inovativnosti proizvoda daleko su od najboljih u EU. Suradnja istraživačkog i poslovnog sektora je neophodna kako bi se kroz inoviranje proizvoda povećala konkurentnost, a time i ostvarila kapitalizacija ulaganja u tehnološku opremljenost poduzeća. U svim godinama transfer istraživanja i razvoja djeluje ograničavajuće, a ne stimulirajuće na poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj.

Profesionalna i komercijalna infrastruktura

Profesionalnu i komercijalnu infrastrukturu čine institucije koje pružaju poslovne usluge u izgradnji kapaciteta poduzetničkog djelovanja (od obuke do savjetovanja za pokretanje i rast poduzetničkog pothvata, od povezivanja s investitorima do izrade projekta). Hrvatska u svim promatranim godinama ima ispodprosječne ocjene za kvalitetu te komponente poduzetničke okoline u odnosu na EU zemlje.

Tablica 28. Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje*

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	4,23	5,19	6,11	Latvija	4,23	Hrvatska
2017	4,66	5,19	6,21	Nizozemska	4,5	Italija
2018	3,76	5,19	6,1	Nizozemska	3,76	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Nizozemska (6,1), a najlošiju Panama (3,5). Hrvatska ima najlošiju ocjenu 2016 i 2018.godine, što je zaista poražavajuće.

Najveći dio vladinih programa podrške poduzetništvu bio je godinama usmjeren na institucionalni razvoj infrastrukture, ali to nije rezultiralo razvojem odgovarajućeg portfelja usluga (većina usluga se svodi na davanje informacija o tome kako pokrenuti poslovni pothvat i o vladinim programima za poticanje poduzetništva). Za ostvarivanje konkurentnosti i rasta, poduzećima su potrebne sofisticiranije usluge kao što je suradnja s istraživačkim

sektorom, te uvjeti za uključivanje u lance vrijednosti (kvalitetni dobavljači) a upravo ta dimenzija profesionalne i komercijalne infrastrukture najslabije je ocjenjena. Poduzeća ne mogu lako doći do dobrih dobavljača i konzultanata, odnosno troškovi njihovog korištenja su previsoki.

Otvorenost domaćeg tržišta

GEM istraživanje prati otvorenost domaćeg tržišta kroz dva aspekta: dinamičnost promjena i intenzitet barijera. U razdoblju 2016-2018.godine u Hrvatskoj se nastavljaju stabilne razlike između iznadprosječne ocjene za dinamičnost i ispodprosječne ocjene za tržišta bez barijere. Iznadprosječna ocjena za dinamičnost na tržištu je otvoreni poziv za pokretanje poslovnih pothvata i investiranja, čiju realizaciju otežavaju tržišne barijere i nedjelotvornost regulatornog okvira.

Tablica 29. Otvorenost domaćeg tržišta-dinamika promjena, Hrvatska i EU zemlje*

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	5,48	4,83	6,25	Poljska	3,63	Portugal
2017	5,79	4,79	6,6	Poljska	3,51	Luksemburg
2018	5,13	4,48	5,86	Nizozemska	3,89	Luksemburg

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Sudan (7,46), a najlošiju Urugvaj (3,73).

Tablica 30. Otvorenost domaćeg tržišta-barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje*

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	3,26	4,57	6,17	Nizozemska	3,26	Hrvatska
2017	3,16	4,42	6,1	Nizozemska	3,16	Hrvatska
2018	3,01	4,58	7,66	Nizozemska	3,01	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Tajvan (5,91), a najlošiju Panama (2,97). Dugotrajnost problema s tržišnim barijerama povezana je s ocjenama o vladinim politikama prema brzini i lakoći regulatornog funkcioniranja po kojima je Hrvatska najlošija među zemljama EU koje su sudjelovale u GEM istraživanju.

Fizička infrastruktura

O raspoloživosti i kvaliteti fizičke infrastrukture ovisi u kojoj mjeri će domaći i inozemni investitori vrednovati neku lokaciju pogodnu za svoj poslovni pothvat. Pristup ključnim resursima kao što je voda, električna energija, plin ali i pristup kroz infrastrukturnu povezanost: ceste, željeznice, morski, zračni, riječni promet i sl važne su odrednice o kojima ovisi mogućnost transformiranja ideje u poslovni pothvat, ali i njegov razvoj.

Tablica 31. Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje*

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	6,21	6,76	8	Estonija	5,14	Italija
2017	5,94	6,62	7,81	Nizozemska	5,39	Italija
2018	5,61	6,59	6,71	Poljska	4,99	Italija

Izvor: *Vlastita izrada prema Ceper izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Tajvan (8,13), a najlošiju Libanon (3,93).

Kulturne i društvene norme

GEM konceptualni okvir definira kulturne i društvene norme kroz dimenzije samoodređenja, inicijativnosti, odgovornosti za izbor i inovativnost. Promjene u kulturnim i društvenim normama su najkompleksnije i najzahtjevnije. Hrvatska značajno zaostaje za prosjekom EU zemalja i ukoliko se žele ostvariti promjene, potrebno je osigurati fokusirane, dugoročne i međusobno konzistentne strategije, komplementarne politike te suradnja između brojnih aktera u tim procesima.

Tablica 32. Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje*

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2016	2,95	4,23	6,42	Estonija	2,95	Hrvatska
2017	2,96	4,52	6,66	Nizozemska	2,96	Hrvatska
2018	2,74	4,37	6,17	Nizozemska	2,74	Hrvatska

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

*Vrijednosti 1-9 (1-najlošije, 9-najbolje)

od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2018.godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima SAD (7,27), a najlošiju Hrvatska (2,74).

Djelotvornost poduzetničke okoline

Poduzetnička okolina je djelotvorna ukoliko ne otežava poduzetničku aktivnost. Kako će poduzetnička okolina utjecati na poduzetničku aktivnost ovisi o kapacitetu usklađenog djelovanja svih komponenti tog sustava. Hrvatska ima izuzetno niske ocjene za sve komponente poduzetničke okoline, i od svih promatranih komponenti samo fizička infrastruktura i dinamika promjena na domaćem tržištu djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Sve ostale komponente imaju ocjenu ispod 5, što ukazuje na njihovo ograničavajuće djelovanje. Posebno se niskim ocjenama ističu vladine politike, poduzetničko obrazovanje na primarnoj i sekundarnoj razini i transfer istraživanja i razvoja. Šest komponenti (vladine politike prema porezima i regulativi, poduzetničko obrazovanje na tercijarnoj razini, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, tržišne barijere, kulturne i društvene norme) imale su najniže ocjene u grupi EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju u dvije ili tri promatrane godine. U 2018.godini toj grupi se pridružuju i vladine politike prema prioritetima i podršci te poduzetničko obrazovanje-osnovno i srednje što znači da je Hrvatska od 12 komponenti imala čak 8 najniže ocjenjenih u usporednoj skupini EU zemalja.

4.3. Analiza kretanja poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj još uvijek djeluje na poduzetničku aktivnost više ograničavajuće nego stimulirajuće. Raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture i dinamika domaćeg tržišta djeluje stimulirajuće te daje nadu budućim poduzetnicima, no s druge strane upravo vladine politike koje trebaju poticati poduzetništvo i dati „vjetar u leđa“ mladim ljudima čine upravo suprotno, kao i barijere ulaska na tržište, te djeluju ograničavajuće u svim segmentima poslovanja. Intezitet pokretanja poslovnih pothvata u 2018. godini nastavlja rasti i to je rezultat pokretanja zbog nužde, a ne uočenih prilika. Hrvatska ima značajnije više poduzeća koja ulažu u najnovije tehnologije, ali malo poduzeća s novim proizvodima, te upravo zbog toga na tržištu je izložena većoj konkurenciji te se ne uspijeva pomaknuti na ljestvici konkurentnosti jer se konkurentnost ne ostvaruje kroz tehnološku opremljenost već, inovativne proizvode. Zbog nedostatka novih proizvoda, većina poduzeća ne može izaći sa domaćeg tržišta. Po poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika Hrvatska je iznad prosjeka EU, iako se visoka razina poduzetničke aktivnosti zaposlenika ponavlja iz godine u godinu, još uvijek se ne može promatrati kao važna komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Poduzetnička demografija pokazuje relativno stabilne odnose u distribuciji poduzetničke aktivnosti i po rodosti i po dobi. Hrvatska je još uvijek značajnije „muška“ zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, na razini prosjeka EU zemalja koje su u 2018. godini sudjelovale u GEM istraživanju. U Hrvatskoj su obrazovaniji ljudi i dalje aktivniji, više vide prilike, uvjereniji su da imaju potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata, bolje su umreženi s poduzetnicima i namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat unutar dvije godine. Sektorska rasprostranjenost novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj bilježi rast u sektoru usluga u 2018. godini. Najintenzivniji rast poduzetničkih pothvata je u Dalmaciji te Istri, Primorju i Gorskom Kotaru, a daleko najveći pad u Slavoniji i Baranji te Lici i Banovini. Taj pad je rezultat niskog motivacijskog indeksa, niskom razinom razvijenosti, niskom razinom BDP po stanovniku i visokom nezaposlenošću. Da bi se to promijenilo potrebno je ujediniti poduzetničke aktivnosti po regijama, ali i jačanje motivacijskog indeksa (porast poduzetničkih aktivnosti radi prilika a ne radi nužde). To je proces koji će se s vremenskim pomakom odraziti na promjene u vrijednostima bruto domaćeg proizvoda po stanovniku i smanjenje nezaposlenosti.

U gospodarstvu Hrvatske 2017. godine mala i srednja poduzeća imaju udio od 99,7%, što je konstanta u cijelom promatranom razdoblju. U odnosu na prethodnu godinu, u 2017. godini

zabilježen je porast broja mikro i malih poduzeća za 4,9% te porast broja srednjih poduzeća za 3,9%. Mikro, mala i srednja poduzeća zapošljavaju gotovo tri četvrtine (73,2%) svih zaposlenih u poslovnim subjektima u Hrvatskoj u 2017. godini, i taj udio je bez veće promjene u odnosu na 2016. godinu. Unutar sektora, posebno se ističu mikro poduzeća koja zapošljavaju 27,5% svih zaposlenih u poslovnim subjektima. Broj zaposlenih u mikro poduzećima u 2017. godini porastao je u odnosu na 2016. godinu za 4,3%, u malim poduzećima za 3,1%, u srednjim poduzećima za 4,5%, te u velikim poduzećima za 2,3%. U 2017. godini udio mikro, malih i srednjih poduzeća u ukupnom prihodu ostvarenom na razini Hrvatske iznosio je 59,6%, što predstavlja neznatno smanjenje u odnosu na 2016. godinu. Međutim, promjene u prihodima ovisno o veličini poduzeća su uočljivije: ukupan prihod mikro poduzeća u 2017. godini porastao je za 8,4%, malih poduzeća za 7,9%, srednjih poduzeća za 4,7%, a velikih poduzeća za 7,6% u odnosu na 2016. godinu.

Tablica 33. Prosječan broj zaposlenih u mikro, malim i srednjim poduzećima

Godina	Broj mikro i malih poduzeća	Broj zaposlenih	Prosječni broj zaposlenih	Broj srednjih poduzeća	Broj zaposlenih	Prosječni broj zaposlenih
2015	105 029	432 934	4,1	1192	147 250	123,5
2016	112 809	455 670	4	1347	166 274	123,4
2017	118 352	472 619	4	1400	173 713	124,1

Izvor: *Vlastita izrada prema Cepor izvješću 2018.*

U Hrvatskoj broj mikro, malih i srednjih poduzeća kontinuirano raste kao i prihod, što ukazuje na povećanje produktivnosti i konkurentnosti u RH.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u 2017. godini u Hrvatskoj je osnovano 16.759 pravnih osoba, odnosno 8,3% više pravnih osoba u odnosu na 2016. Godinu. Najčešći uzroci prekida poslovne aktivnosti u Hrvatskoj tijekom 2017. godine bili su povezani s problemima profitabilnosti poslovanja (34,2%), zatim s osobnim ili obiteljskim razlozima (25,4%) te s problemima u pristupu izvorima financiranja (15,2%).

U 2017. godini u Hrvatskoj je bilo aktivno 77.335 obrta što čini 39,5% od svih aktivnih trgovačkih društava. Aktivni obrti su krajem 2017. godine zapošljavali 176.805 osoba (uključujući vlasnike/ortake obrta i njihove djelatnike), odnosno 13,4% od ukupno zaposlenih u pravnim osobama u Hrvatskoj. Tijekom 2017. godine najviše obrta bilo je aktivno u Gradu

Zagrebu (16,8%), a slijede Splitskodalmatinska županija (13,1%) i Primorsko-goranska županija (10,1%). U Hrvatskoj je krajem 2017. godine poslovalo 1.171 zadruga, s ukupno 20.619 zadrugara i 2.612 zaposlenih. Iste je godine osnovano 28 novih zadruga s 214 zadrugara. U odnosu na 2016. godinu, smanjio se broj zadruga za 3,9%, dok se broj zadrugara i broj zaposlenih nije značajno mijenjao. Najveći broj zadruga djeluje u sektoru poljoprivrede i šumarstva (42%), prerađivačke industrije (17%) i usluga (14%). Prema geografskoj rasprostranjenosti, najveći broj zadruga posluje u Splitsko-dalmatinskoj županiji (16,1%), Osječko-baranjskoj županiji (9,4%) i Gradu Zagrebu (10,7%), dok najmanji broj zadruga djeluje u Požeško – slavonskoj županiji (0,9%).

Žensko poduzetništvo

U Hrvatskoj se statistički može pratiti žensko poduzetništvo kroz aktivnosti trgovačkih društava i obrta u kojima jedna ili više žena posjeduje najmanje 51% udjela u vlasništvu. Žene u poduzetništvu u Hrvatskoj su važna, ali još uvijek nedovoljno zastupljena kategorija poduzetnika. Prema podacima FINA-e udio vlasnica trgovačkih društava u ukupnom broju trgovačkih društava u 2016. godini bio je 21,8%, što je povećanje udjela poduzetnica za 3,5 posto u odnosu na prethodnu godinu. U 2017. godini udio žena poduzetnica ostao je skoro nepromijenjen i iznosi 21,9%. U strukturi obrta, učešće žena u vlasništvu u 2017. godini iznosi 33,8%. Poduzetnice su sudjelovale u 2017. godini sa 4,4% u ukupnim prihodima i 8,2% u ukupnoj zaposlenosti. U 2017. godini, najveći udio poduzetnica, kao i prethodnih godina, zabilježen je u Bjelovarskobilogorskoj županiji (24%), dok je na drugom mjestu Grad Zagreb s 23,2%.

Velike razlike u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca ukazuju na nedovoljnu djelotvornost programa i mjera za razvoj i jačanje poduzetništva žena u Hrvatskoj. Vlada Republike Hrvatske je u 2014. godini usvojila nacionalnu **Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020**⁴⁸, koja se temelji na četiri strateška cilja: poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika, poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena, uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu i promocija poduzetništva žena. Strateški su ciljevi upotpunjeni mjerama, provedbenim aktivnostima i Akcijskim planom u kojemu su prikazani pokazatelji uspješnosti kako bi se mjerila učinkovitost Strategije. Izostanak većeg učinka Strategije na zatvaranje jaza u

⁴⁸https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf (23.09.2019)

poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca ukazuje na ukorijenjenost prepreka za razvoj poduzetništva žena u Hrvatskoj te nužnost provedbe evaluacije učinkovitosti.

4.4. Utjecaj daljnjeg razvoja poduzetništva na ekonomski rast Republike Hrvatske

Na temelju rezultata dobivenih GEM istraživanjem u kojem su sudjelovale 54 zemlje iz cijeloga svijeta, Hrvatska ima izuzetno niske ocjene iz skoro svih komponenti poduzetničke okoline i uglavnom djeluju destimulirajuće na poduzetništvo. S druge strane, raste namjera o pokretanju poduzetničkih pothvata kao i pozitivno mišljenje o poslovnim prilikama u narednih 6 mj. Još uvijek je razlog za ulazak u poslovni pothvat uzrokovan nuždom a ne prilikom, ali uz pomoć državnih subvencija u narednim mjesecima bi se situacija mogla promijeniti. Malo i srednje poduzetništvo je od velikog značaja za ekonomski rast i razvoj, pomaže u zapošljavanju, bolje se prilagođava promjenama u okolini, stvara inovativne proizvode, bolja i brža edukacija, promjene unutar kadrova i sl. GEM istraživanje upućuje svaku zemlju na njezine nedostatke i prednosti, stoga u skladu sa svim navedenim Hrvatska bi trebala više uložiti u educiranje poduzetnika, odnosno ljudi kako postati poduzetnik te ih usmjeriti na prave informacije o mogućnosti dobivanja određenih subvencija koje će im pomoći prilikom pokretanja posla i daljnjeg razvoja. Hrvatska poduzeća posjeduju novu tehnologiju i po tome smo u rangu sa vodećim zemljama u EU, no poduzetnici nemaju znanja kako tu tehnologiju usmjeriti u stvaranje inovativnih proizvoda kojima bi se ostvarila konkurentnost na svjetskom tržištu. Poduzetništvo u RH je ispod prosjeka EU zemalja i kako bi se postigao rast, potrebno je izgraditi bolju poduzetničku infrastrukturu koja bi pružala poduzetnicima bolju edukaciji (kako napisati poslovni plan, kako koristiti novu tehnologiju, znanje i vještine koje posjeduju), pristup kapitalu, osiguravanje subvencija za poticanje poduzetničke aktivnosti, manje poreze i sl. Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013-2020 ima za cilj osiguravanje lakšeg pristupa financijskim sredstvima, danas nakon šest godina, ti izvori su još uvijek nedovoljno prilagođeni poduzetnicima. Glavni izvor financiranja su krediti banaka čije su kamatne stope daleko iznad zadovoljavajućih i upravo je to jedan od razloga preranog izlaska iz poslovne aktivnosti. Kako bi se ostvarila konkurentnost i rast, poduzeća trebaju surađivati sa istraživačkim sektorom, time bi se osigurao transfer znanja i pomoglo u lancu vrijednosti (bolji dobavljači, konzultanti, niži troškovi i sl). U Hrvatskoj je otvorenost tržišta iznadprosjeaka EU zemalja što pokazuje da je Hrvatska spremna na investiranja i nove pothvate, no sve to otežavaju tržišne barijere i nedjelotvornost regulatornog okvira. Vlada treba provoditi donešene programe kako bi se utjecalo na rast i razvoj RH i poticati poduzetništvo kroz utvrđivanje nove infrastrukture.

4.5. Subvencije u Republici Hrvatskoj za razvoj poduzetništva

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta je uvelo osnovne mjere koje će potaknuti razvoj i povećati konkurentnost Republike Hrvatske, a to su: izrada strateškog i zakonodavnog okvira za jačanje konkurentnosti gospodarstva, sektorska specijalizacija Republike Hrvatske, poboljšanje poslovne klime i razvoj poslovne infrastrukture, promidžba i brendiranje prioritetnih područja, promicanje Republike Hrvatske kao poželjne investicijske destinacije uz proaktivni pristup investicijama, podrška razvoju i primjeni novih financijskih mehanizama za podršku gospodarstvu, jačanje izvrsnosti industrije i poticanje suradnje javnog, privatnog i znanstveno-istraživačkog sektora za razvoj i primjenu inovacija i novih tehnologija.⁴⁹

Strategija razvoja poduzetništva RH 2013-2020, Industrijska strategija RH 2014-2020, Strategija poticanja inovacija RH 2014-2020 te Strategija pametne specijalizacije RH 2016-2020, strateški su dokumenti proizašli iz djelokruga odgovornosti Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta koji se komplementarno nadovezuju i streme jačanju sveukupnog gospodarstva RH kroz razne aktivnosti i područja ulaganja.

Države članice EU omogućavaju pomoć malim i srednje velikim poduzećima različitim oblicima direktne (pomoć proračunskim sredstvima) i indirektno pomoći (pomoć putem različitih oblika olakšica), a Europska Unija pruža pomoć poduzetništvu i malog gospodarstvu država članica, kroz:⁵⁰

- **Financijsku podršku**- u obliku dotacija i subvencija, osiguravanja kreditnih sredstava pod povoljnih uvjetima i odobravanja jamstava,
- **Nefinancijsku podršku**- u oblicima programa poslovne podrške, edukacije, treninga i savjetodavnih usluga, odnosno različitih oblika povezivanja poduzetnika.

U cilju dinamiziranja poslovnih rezultata malog gospodarstva i povećanje broja zaposlenih, centralna vlast je kreirala brojne poticajne mjere i aktivnosti isključivo namjenjene stvaranju poželjnog poslovnog okvira koji potiče razvoj poduzetništva i olakšava odnosno uklanja postojeće zapreke.

Institucije za potporu i poticanje poduzetništva te razvoj malog gospodarstva uključuju:

- Institucije za podršku poduzetništva koje osniva država ili njena tijela, pa stoga one imaju karakter državnih ili javnih službi.

⁴⁹<https://www.mingo.hr/page/kategorija/programi-i-projekti-eu> (14.06.2019)

⁵⁰Buble, M., Kružić, D., *op.cit.* str 193.

- Institucije za podršku poduzetništva koje osnivaju pojedinci ili grupe pa su stoga one karakter privatnih profitnih ili neprofitnih institucija.

Institucionalni okvir za podršku poduzetnicima i sektoru malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj na nacionalnoj razini, bez obzira radi li se o državnim: tijelima, agencijama, fondovima, zavodima ili pak gospodarskim udruženjima, moguće je skicirati na sljedeći način:

- **Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva**⁵¹- centralna institucija u RH zadužena za provedbu programa Vlade na područjima poduzetništva i malog gospodarstva. Ta institucija izravno potiče poduzetnike i jedinice lokalne samouprave (putem osiguranja sredstava za programe kreditiranja poduzetništva i potpora za razvoj poduzetničkih centara, poduzetničkih inkubatora i poslovnih zona).
- **Hrvatska agencija za malo gospodarstvo**⁵²- uz prethodno navedenu instituciju glavni je nositelj Programa razvoja malog gospodarstva, s ulogom praćenja i usklađivanja provedbe poticajnih mjera. Temeljni zadaci su: poticanje osnivanja i razvoja subjekata malog gospodarstva, poticanje ulaganja u malo gospodarstvo, a naročito provedbom financijskih poticajnih mjera-odobrovanje jamstava za kredite odobrene od poslovnih banaka, davanjem financijskih potpora za smanjivanje troškova kredita i subvencioniranjem kamata po kreditima.
- **Hrvatska banka za obnovu i razvoj**⁵³-uključena je u brojne programe kreditiranja poduzetnika početnika i malih i srednjih poduzeća i pomoći poduzetničkom sektoru putem organiziranja seminara za poduzetnike početnike i one koji to tek namjeravaju postati.

Naravno uz ove institucije postoje brojne drugo koje pomažu u razvoju i poticanju poduzetništva: Fond za razvoj i zapošljavanje, Fond za regionalni razvoj, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatski savez zadruga...

U cilju što stabilnijeg razvoja pojedinih segmenata malog gospodarstva stalno se ulaže u razvoj nove i dogradnju postojeće mreže poduzetničke infrastrukture, gdje se osmišljavaju različiti oblici institucija za poticanje poduzetništva i rasta malog gospodarstva, kao što su:

⁵¹ https://gospodarstvo.gov.hr/podrucje_rada/180 (23.09.2019)

⁵² <https://hamagbicro.hr/> (23.09.2019)

⁵³ <https://www.hbor.hr/en/> (23.09.2019)

- **Poduzetnički centri**⁵⁴-promoviraju poduzetništvo, pružaju informacije vezane za poduzetništvo na jednom mjestu, davanje savjeta za vođenje poslovanja, organiziranje informativnih aktivnosti u lokalnim medijima, internet uloge i povezivanje poduzetnika, suradnja s lokalnom samoupravom u promoviranju poduzetništva...
- **Poduzetnički inkubatori**- predstavljaju lokacijsku zajednicu namjenjenu malim poduzetnicima, najčešće onima u fazi start-upa. Uz tehničku i financijsku pomoć, omogućavaju beneficirane uvjete u početak djelatnosti, sve do trenutka kada se osposobe za samostalno poslovanje. Za uspostavljanje poduzetničkih inkubatora trebaju se najprije zadovoljiti određeni uvjeti. Uloga im je pružanje stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima u početnom razdoblju za ostvarivanje svojih poduzetničkih pothvata.
- **Poduzetničke zone**- poduzetnicima se rješava dostupnost prostora i stvaranje uvjeta za rad, korištenjem zajedničke infrastrukture ili povezivanje poduzetnika smještenih na istom prostoru. Neki ciljevi su: razvoj poduzetničkih zona potreban je u blizini svakog većeg naselja, težište djelatnosti u poduzetničkim zonama mora biti proizvodnja, treba osigurati osnivanje i izgradnju proizvodnih objekata u najkraćem roku.
- **Tehnološki centri**- osnivaju se s ciljem promicanja inovacija, novih tehnologija i poduzetništva, kao i razvitka inovatorstva u lokalnim sredinama. Ovi centri pružaju potporu tehnološki orijentiranim poduzetnicima u fazi osnivanja i rasta, pomažu u transferu tehnologije i znanja i pružanje savjetodavne usluge.

Prikupljanje novčanih sredstava za pokretanje poduzetničkog pothvata veliki je izazov za svakog poduzetnika. Stalne promjene za tržištu samo otežavaju taj izazov. S problemom financiranja se susreću poduzetnici s „manje privlačnim“ industrijama i oni koji se nalaze na samom početku poduzetničke pustolovine. Pri odabiru izvora financiranja poduzetnici trebaju usmjeriti pozornost na neke faktore: pravni odabir poslovanja, faza životnog ciklusa poduzeća, priroda sredstava za koje je potrebno financiranje.

Osiguravanje lakšeg pristupa financijskim sredstvima jedan je od glavnih ciljeva Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020. Unatoč tome, i pet godina nakon njenog donošenja, izvori financiranja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj još uvijek se mogu karakterizirati kao tradicionalni i nedovoljno prilagođeni različitim fazama poduzetničkog pothvata. Dominantni izvor financiranja poduzetničke aktivnosti su krediti banaka, uz

⁵⁴ <https://www.aurora.hr/business-center> (23.09.2019)

Vladine programe poticaja i subvencionirane kreditne linije. Izvori financiranja koji su pogodniji za rizičnije faze poduzetničkog pothvata – pokretanje, preuzimanje pothvata, te brzi rast, naročito korištenjem poslovnih anđela, fondova venture kapitala, platformi za grupno financiranje / crowdfunding još uvijek su nedovoljno razvijeni. Prema analizama Hrvatske udruge banaka, jedan od razloga nedostatnih izvora financiranja u Hrvatskoj je u nepostojanju cjelovite vizije potpore razvitka malih i srednjih poduzeća od početne faze, pokretanja poduzeća i mikrokreditiranja, pa do rasta kroz ulaz na tržišta kapitala prodajom dionica. Radi poteškoća u pristupu financiranju, prema GEM istraživanju u Hrvatskoj, čak 15,7% poduzeća prekinulo je s poslovnim aktivnostima u 2017. godini.

Bankarski krediti su dominantan oblik financiranja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj. U 2017. godini nastavlja se trend pada ukupnog plasmana kredita banaka. Ukupan plasman banaka krajem 2017. godine iznosio je 245,8 milijardi kuna, što je smanjenje od 15,3 milijardi kuna ili 5,87% u odnosu na plasman kredita banaka ostvaren krajem 2016. godine, te smanjenje od 10,73% ili 29,5 milijardi kuna u odnosu na kraj 2015. godine kada je ukupan plasman iznosio 275,4 milijardi.⁵⁵

⁵⁵<http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf> (10.09.2019)

5. ZAKLJUČAK

Na kraju ovog rada i na temelju dobivenih rezultata GEM istraživanja možemo zaključiti da je Republici Hrvatskoj potrebna promjena kako bi se poduzetničko okruženje poboljšalo i kako bi se poduzetnicima osigurala sredstva za pokretanje poslovnih pothvata i na taj način ostvarila konkurentnost što bi u konačnici dovelo do ekonomskog rasta i razvoja same države. Cilj rada je bilo objasniti kakva je uloga države u razvoju poduzetništva, utječe li ona pozitivno kroz subvencije, utječe li poduzetništvo na ekonomsku učinkovitost te dovodi li povećanje broja malih poduzeća do ekonomskog razvoja. Dobiveni rezultati su potvrdili sve navedene hipoteze. Država strategijama i subvencijama nastoji poticati poduzetništvo i utječe pozitivno na poduzetništvo, no isto tako porezi i različite regulative djeluju destimulirajuće na pojedince koji zbog nedostatka kapitala, velikih poreza i ostalih ograničavajućih čimbenika često odustaju od prvobitne zamisli. Mala poduzeća su ključ ekonomskog razvoja jer se bolje prilagođavaju okolini, bolja je koordinacija unutar poduzeća, raspored poslova, povezanost odjela s vanjskim suradnicima, kvalitetniji zaposlenici s više znanja i samim time veća šansa za stvaranje inovativnih proizvoda i usluga koji mogu „sutra“ biti konkurentni u svijetu. Veliki problem u Republici Hrvatskoj je stalno mijenjanje zakona koji se teško mogu pratiti, stoga bi se zakoni trebali donositi na dugoročnije vrijeme, kako promjene zakonske regulative nebi predstavljale problem poduzećima. Potporne institucije trebaju biti više povezane s poduzećima, usmjeravajući ih na novonastale promjene i pomažući im u prilagođavanju. Isto tako, jedan od ograničavajućih čimbenika je svakako pristup novcima, odnosno kapitalu potrebnom za financiranje pothvata, u RH su još uvijek bankarski krediti s visokim kamatnim stopama. Potrebno je educirati mlade o poduzetništvo, sastavljanju poslovnog plana te uspješnom pokretanju pothvata. Informacije i savjeti koji su potrebni poduzetniku za uspješno poslovanje mogu se pronaći u poduzetničkim potpornim institucijama. Republika Hrvatska je zemlja sa puno potencijala, mladih i obrazovanih ljudi koji žele svoje znanje iskoristiti na najbolji način, upravo zbog toga smatram da je potrebno poduzeti određene napore i stvoriti kvalitetnu poduzetničku infrastrukturu koja će omogućiti svakom pojedincu pokretanje vlastitog posla i stvaranje novog inovativnog proizvoda i usluge, koji će konkurirati na svjetskom tržištu te dovesti do većeg ekonomskog rasta i razvoja države.

Literatura

1. Knjige

1. Škrtić M. Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb 2006.
2. Horvat, Đ., Kovačić, M. Menadžment u malom poduzetništvu, Cera Prom d.o.o, Zagreb 2004.
3. Kolaković, M. Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb 2006.
4. Buble, M., Kružić, D. Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRif-plus, Split 2006.
5. Škrtić, M., Mikić, M., Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb 2011.
6. Bakotić, Danica... [et al.] Obiteljsko poduzetništvo, Logotip d.o.o. Široki Brijeg, 2016.
7. Siropolis, N. , Menadžment malog poduzeća, MATE, Zagreb
8. Porter, M., Konkurentska prednost- Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Masmedia, 2008.
9. Galović, T., Uvod u inovativnost poduzeća, Sveučilišni udžbenik prvo izdanje, Rijeka, 2016

2. Članci

1. Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske
2. Tkalec, Z. Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja,
3. Kružić, D. „Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2007
4. Škrtić, M., Mikić, M., Gospodarsko značenje Hrvatskog poduzetništva-šanse i zamke, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol 4. No 1., 2006
5. Kersan-Škabić, I., Banović, M. Malo gospodarstvo u Hrvatskoj i ulazak u Europsku uniju, Ekonomska misao i praksa, No.1, 2008.
6. Jakovac, P., Znanje kao ekonomski resurs: osvrt na ulogu i značaj znanja te intelektualnog kapitala u novoj ekonomiji znanja, Tranzicija, Vol 14, No.29, 2012.
7. Gosarić, I. Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva, Diplomski rad, 2016

3. Internet izvori

1. <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/razvojna-suradnja-i-humanitarna-pomoc/odgovoran-gospodarski-razvoj/> (08.06.2019)
2. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf> (25.06.2019)
3. <http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci/ekstra> (12.09.2019)
4. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (03.09.2019)
5. https://www.pravo.unizg.hr/PE/onkp/blaz_lorkovic (10.09.2019)
6. https://europa.eu/european-union/topics/enterprise_hr (12.09.2019)
7. <https://www.portalnovosti.com/leksikon-tranzicije-kolektivizam> (04.09.2019)
8. <https://www.znakovi-vremena.net/socijalizam.htm> (04.09.2019)
9. <https://www.portalnovosti.com/leksikon-tranzicije-individualizam> (10.09.2019)
10. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14516> (10.09.2019)
11. <http://www.ebizmags.com/sto-je-pest-analiza-i-cemu-sluzi/> (13.9.2019)
12. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=33482> (13.09-2019)
13. <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/razvojna-suradnja-i-humanitarna-pomoc/ciljevi-i-prednosti-razvojne-politike-rh/> (08.09.2019)
14. <http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/> (23.09.2019)
15. https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/Akcijски_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf (23.09.2019).
16. https://gospodarstvo.gov.hr/podrucje_rada/180 (23.09.2019)
17. <https://hamagbicro.hr/> (23.09.2019)
18. <https://www.hbor.hr/en/> (23.09.2019)
19. <https://www.aurora.hr/business-center> (23.09.2019)

Ilustracije- popis tablica

Tablica 1. Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini-%	24
Tablica 2. Percepcija o poduzetničkim namjerama.....	25
Tablica 3. Percepcija o strahu od promašaja.....	25
Tablica 4. Rana poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom-%	26
Tablica 5. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost-zbog prilike ili nužnosti	27
Tablica 6. Izlazak iz poslovne aktivnosti - %	28
Tablica 7. Razlozi izlaza iz poslovne aktivnosti	29
Tablica 8.Korištenje novih tehnologija- za TEA poduzetnike %.....	31
Tablica 9. Korištenje novih tehnologija- za "odrasle"poduzetnike %	31
Tablica 10. Poduzetnička aktivnost zaposlenika %	32
Tablica 11. Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti, mjerena TEA indeksom	32
Tablica 12. Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerena TEA indeksom-udjel u dobnoj skupini %	33
Tablica 13. Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodnosti- TEA Muškarci/TEA Žene.....	34
Tablica 14. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi %	34
Tablica 15. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po obrazovanim razinama %.....	35
Tablica 16. Obrazovna razina i poduzetnički atributi, 2018 u % od odrasle populacije 18-64 godina starosti	35
Tablica 17. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima %	36
Tablica 18. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske-TEA indeksi %	37
Tablica 19. Razvojni profil regija u Hrvatskoj, 2018.....	38
Tablica 20. Zemlje s najboljim i najlošijim poduzetničkim kontekstom-NECI indeks	40
Tablica 21. Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje, *	41
Tablica 22. Vladine politike-prioriteti i podrška, Hrvatska i EU zemlje *	41
Tablica 23. Vladine politike-porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje *	42
Tablica 24. Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje *	43
Tablica 25. Poduzetničko obrazovanje-osnovno i srednje, Hrvatska i EU zemlje *.....	43
Tablica 26. Poduzetničko obrazovanje-tercijarno, Hrvatska i EU zemlje *	44
Tablica 27. Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje *	44
Tablica 28. Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje*	45
Tablica 29. Otvorenost domaćeg tržišta-dinamika promjena, Hrvatska i EU zemlje*.....	46
Tablica 30. Otvorenost domaćeg tržišta-barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje*	46
Tablica 31. Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje*	47

Tablica 32. Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje*	48
Tablica 33. Prosječan broj zaposlenih u mikro, malim i srednjim poduzećima	50

Izjava

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad izradila samostalno, isključivo znanjem stečenim na Odjelu za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, služeći se navedenim izvorima podataka i uz stručno vodstvo mentorice doc.dr.sc. Zorica Krželj-Čolović kojoj se još jednom srdačno zahvaljujem.