

ŠTO HRVATSKU ČINI (NE)PODUZETNOM ZEMLJOM?

Mokriš, Bartol

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:366844>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-30**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij menadžmenta

Bartol Mokriš

ŠTO HRVATSKU ČINI (NE)PODUZETNOM ZEMLJOM?

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij menadžmenta

Bartol Mokriš

ŠTO HRVATSKU ČINI (NE)PODUZETNOM ZEMLJOM?

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010217709

e-mail: bmokris@efos.hr

Mentor: izv.prof.dr.sc. Aleksandar Erceg

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study of management

Bartol Mokriš

ŠTO HRVATSKU ČINI (NE)PODUZETNOM ZEMLJOM?

Final paper

Osijek, 2022.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta: Bartol Mokriš

JMBAG: 0010217709

OIB: 00564555674

e-mail za kontakt: bartol567@gmail.com

Naziv studija: Preddiplomski sveučilišni studij

Naslov rada: Što Hrvatsku čini (ne)poduzetnom zemljom?

Mentor rada: izv.prof.dr.sc. Aleksandar Erceg

U Osijeku, _____ 2022. _____ godine

Potpis _____ Bartol Mokriš

Što Hrvatsku čini (ne)poduzetnom zemljom?

SAŽETAK

U ovome radu prikazani su rezultati GEM istraživanja u Republici Hrvatskoj 2021. godine, a vezani uz individualne attribute poduzetnika i društvene vrijednosti vezane uz poduzetništvo, poduzetničku aktivnost i njezinu rasprostranjenost te poduzetničku okolinu. Rezultati istraživanja pokazuju da je Hrvatska više nepoduzetna zemlja. Ograničavajući faktori odnose se prvenstveno na poduzetničku okolinu. U Hrvatskoj poduzetničku aktivnost ograničavaju pristup novcima, vladine politike i programi tj. regulatorni okvir i organizacija javne uprave, kvaliteta formalnog obrazovanja za poduzetničke kompetencije i kvaliteta profesionalnih usluga potrebnih poduzetnicima, tranzicija istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost tržišta, vezano uz barijere ulaska te kulturne i društvene norme. Značajan utjecaj na poimanje poduzetničke okoline uvjetovan je i pandemijom COVID-19, visokim stupnjem digitalizacije te prilagođavanju samom. Kvaliteta pojedinih komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj znatno je niža od velikog broja uspoređivanih zemalja, pa tako i od europskog prosjeka. Otvorenost tržišta, vezano uz dinamiku promjena, i fizičku infrastrukturu potiču poduzetničku aktivnost. Osim toga, stavovi ispitanika pokazuju da su novim i rastućim poduzećima dostupne vrlo dobre bankarske usluge i kreditni izvori, kao i vladini poticaji te da postoji dovoljan broj konzultanata.

Hrvatska već niz godina pokazuje iste nedostatke. Najveća prepreka napretku jest nečinjenje tj. nepoduzimanje preporučenih aktivnosti.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničke aktivnosti, poduzetnička okolina, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje.

What makes Croatia a (non) entrepreneurial country?

ABSTRACT

This paper presents the results of the GEM survey in the Republic of Croatia in 2021., related to the individual attributes of entrepreneurs and social values related to entrepreneurship, entrepreneurial activity and its prevalence, and the entrepreneurial environment. The results of the research show that Croatia is a more enterprising country. Limiting factors relate primarily to the entrepreneurial environment. In Croatia, entrepreneurial activity is limited by access to money, government policies and programs, ie. regulatory framework and organization of public administration, quality of formal education for entrepreneurial competencies and quality of professional services needed by entrepreneurs, transition of research and development, professional and commercial infrastructure, market openness, barriers entry of that cultural and social norm. COVID-19 pandemic as well as the rising intensity of digitalization are significant factors taken into consideration. The quality of individual components of the business environment in Croatia is significantly lower than a large number of compared countries, including the European average. Market openness, related to the dynamics of change, and physical infrastructure encourage entrepreneurial activity. In addition, respondents' views show that very good banking services and credit resources, as well as government incentives, are available to new and growing companies, and that there is a sufficient number of consultants. Croatia has been showing the same shortcomings for many years. The biggest obstacle to progress is not doing, not taking the recommended activities.

Key words: entrepreneurship, growth, entrepreneurial activities, entrepreneurial environment
Global Entrepreneurship Monitor (GEM) research.

| | |
|---|-----------|
| Sadržaj | |
| 1. Uvod | 1 |
| 2. O poduzetništvu | 2 |
| 2.1. Određenje poduzetništva kroz povijest | 2 |
| 2.2. Poduzetnička aktivnost | 3 |
| 2.3. Poduzetnička okolina | 5 |
| 2.4. Dobna razdioba novih poduzetničkih smjerova | 6 |
| 3. Poduzetnički kapacitet Hrvatske | 8 |
| 3.1. Istraživanja poduzetničkog kapaciteta Hrvatske | 8 |
| 3.1.2. Pokretanje poslovnih pothvata kroz mjere samozapošljavanja | 9 |
| 3.1.3. Inovativnost kao glavni temelj konkurentnosti | 9 |
| 3.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje | 10 |
| 3.2.1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje u Hrvatskoj | 12 |
| 3.2.1.1. Rezultati GEM istraživanja o individualnim atributima i društvenim vrijednostima u Hrvatskoj 2021. godine | 13 |
| 3.2.1.2. Rezultati GEM istraživanja o poduzetničkoj aktivnosti u Hrvatskoj 2021. godine | 15 |
| 3.2.1.3. Rezultati GEM istraživanja o rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj 2021. godine | 18 |
| 3.2.1.4. Rezultati GEM istraživanja poduzetničke okoline u Hrvatskoj 2021. godine | 19 |
| 4. Zaključak | 26 |
| Literatura | 29 |
| Popis slika | 31 |
| Popis tablica | 31 |

1. Uvod

Predmet završnog rada analiza je poduzetničkog kapaciteta Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu: Hrvatska) tj. poduzetničkih aktivnosti i okoline u kojoj se poduzetničke aktivnosti odvijaju na međunarodnoj i regionalnoj razini.

Opći cilj rada usmjeren je na teorijske aspekte poduzetništva – određenje poduzetništva kroz povijest i vrste poduzetništva te određenje poduzetničke aktivnosti i poduzetničke okoline tj. političkih, gospodarskih, pravnih i socio-kulturnih utjecaje okoline, a koji imaju velik značaj za njegov razvoj. Specifičan cilj rada jest, na temelju analize poduzetničkog kapaciteta Hrvatske, ukazati na one njegove komponente u kojima pokazuje dobre rezultate, kao i na one u kojima iskazuje slabosti i vezano uz koje je potrebno provesti dodatne aktivnost kako bi došlo do promjene loših trendova i obrazaca.

Sukladno definiranom predmetu i ciljevima završnog rada korištene su različite metode. U završnom radu korištene su: metoda dedukcije, metoda indukcije, metoda analize, metoda sinteze te metoda kompilacije.

Sadržaj završnog rada podijeljen je u četiri poglavlja. Uvodno poglavlje definira predmet i ciljeve završnog rada. U njemu je iznesena i kratka sadržajna analiza samoga rada te ukazano na metode korištene pri njegovoj izradi. U drugom poglavlju, a vezano uz opći cilj rada, poduzetništvo se razmatra s teorijskog aspekta. Treće poglavlje posvećeno je analizi poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Prikazani su rezultati pojedinih istraživanja pri čemu je naglasak na rezultatima Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanja 2021., a koji se odnose na poduzetničke aktivnosti i njihovu rasprostranjenost u Hrvatskoj te komponente poduzetničke okoline u kojima se ova aktivnost odvija. Zaključno četvrto poglavlje donosi, sukladno specifičnom cilju ovoga rada, preporučene aktivnosti koje bi u Hrvatskoj trebalo poduzeti kako bi se uklonili ili značajno popravili loši trendovi i obrasci vezani uz poduzetničku aktivnost.

2. O poduzetništvu

2.1. Određenje poduzetništva kroz povijest

Pod poduzetništvom, u najširem smislu, podrazumijeva se „skup aktivnosti koje grupa ljudi ili pojedinac poduzima s ciljem provođenja poduzetničkih pothvata“ (Lukić, 2014:10). Riječ poduzetništvo izvedena je iz glagola poduzeti, a prema Aniću „poduzeti nešto znači prihvatiti se nečega, odnosno pristupiti ostvarivanju nečega“ (Anić, 2006:14). Osnova svakog poduzetništva je poduzetnički pothvat, a pod poduzetničkim pothvatom podrazumijevaju se sve vrste aktivnosti, inicijativa, akcija i projekata koje se provode u sklopu poduzeća (Lukić, 2014: 10).

Primitivni oblici poduzetništva prisutni su još od antičkih civilizacija (Egipat, Indija, Mezopotamija, Grčka) kada su ljudi trgovali različitim predmetima. Ipak, poduzetništvo kakvo poznajemo danas počelo se razvijati relativno kasno, odnosno sredinom 17. stoljeća. Riječ poduzetništvo prvi uvodi ekonomist Richard Cantillon. Prema Kružiću „riječ poduzetništvo izvedeno je iz francuske riječi *entreprendre*, kojim se definira osoba koja je preuzela rizik novog posla“. Osim Cantillona, značajnu ulogu za razvoj poduzetništva imao je i otac moderne ekonomije – Adam Smith koji u ekonomsku terminologiju u kontekstu poduzetništva uvodi tri ključna faktora: zemlja, rad i kapital (Kružić, 2007:169).

Određenje se poduzetništva tijekom povijesti mijenjalo, a u Tablici 1. prikazane su navedene promjene.

Tablica 1. Definiranje poduzetništva kroz povijest

| IZVOR I GODINA | DEFINICIJA |
|---|---|
| Knight (1921.) | profit iz preuzimanja nesigurnosti i rizika |
| Schumpeter (1934.) | pronalaženje novih kombinacija organizacije poduzeća – novi proizvodi, nove usluge, nove metode, novo tržište i nova organizacije |
| Hosellitz (1952.) | preuzimanje rizika, koordinacija proizvodnje resursa, uvođenje inovacija, pribavljanje kapitala |
| Cole (1959.) | svrhovito djelovanje na razvoj profitabilnog poslovanja |
| Stevenson, Roberts i Grousbeck (1989.) | iskorištavanje prilike bez obzira na trenutno poslovanje |
| Hart, Stevenson i Dial (1995.) | iskorištavanje prilike bez obzira na trenutno poslovanje, ali ograničeno prethodnim iskustvom iz povezanih industrija |

Izvor: izrada autora prema Dollinger, 2002:6.

Iz Tablice 1. evidentno je kako se određenje poduzetništva kroz povijest mijenjalo, odnosno postajalo je sve složenije i opširnije, a razlog tomu je razvoj novih tehnologija i uvođenje novih oblika poslovanja.

Hrvatski ekonomski teoretičari također su dali doprinos razvoju teorije poduzetništva. U 15. stoljeću Benedikt Kotruljević napisao je djelo *O trgovini i savršenom trgovcu* (rukopis je nastao 1458., a tiskan je u nešto izmijenjenom izdanju u Veneciji 1573. godine). Kotruljević govori o počecima stvaranja kapitalističkog društva, trgovini kao temelju bogatstva naroda i poduzetnosti trgovca. Govoreći o radnoj etici i marljivosti daje prikaz „savršenog trgovca“ koji se može usporediti s današnjim poduzetnikom.

U 19. je stoljeću Blaž Lorković, a koji se smatra utemeljiteljem hrvatske političke ekonomije, napisao *Počela političke ekonomije ili nauke obćega gospodarstva* (Zagreb: 1889.). Ovo znanstveno djelo izašlo je kao dio niza publikacija koje su bile namijenjene hrvatskim trgovcima. U ovome je djelu Lorković sistematično prikazao osnovne gospodarske pojmove i načela. Također se zalagao za popularizaciju ekonomske znanosti, upoznavanje hrvatskih gospodarstvenika s napretkom gospodarske znanosti u svijetu kao i smjerovima kretanja u svjetskom gospodarstvu.

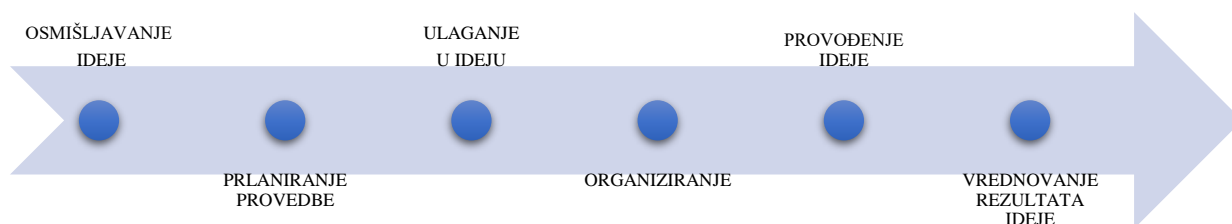
2.2. Poduzetnička aktivnost

Osnova je svake poduzetničke aktivnosti i pothvata vizija i misija, osnovno osmišljavanje strateškog plana za provođenje poduzetničke aktivnosti. Sukladno ranije navedenom zaključuje se kako poduzetništvo ima nekoliko segmenata, a to su:

- osmišljavanje jasne vizije i misije za poduzimanje poduzetničkih aktivnosti,
- planiranje i organiziranje ideja za provedbu poduzetničkih aktivnosti,
- realizacija ideje.

Detaljan proces koji obuhvaća i manje korake, odnosno sve faze poduzetničkog pothvata prikazane su Slikom 1.

Slika 1. Proces poduzetničkog pothvata



Izvor: izrada autora prema Lukić, 2014: 9

Zadnja faza procesa poduzetničkog pothvata, prikazana Slikom 1., koja se odnosi na vrednovanje rezultata konačna je faza ovog procesa nakon koje slijedi realizacija ideje i konkretno djelo. Pod realizacijom poduzetničke ideje podrazumijeva se otvaranje obrta, tvrtke ili trgovačkog društva. U suvremenom poduzetništvu najčešći oblik poduzetničke aktivnosti jest osnivanje društva s ograničenom odgovornošću.

Kada govorimo o poduzetništvu možemo razlikovati tradicionalno poduzetništvo, korporacijsko poduzetništvo i socijalno poduzetništvo.

Pod tradicionalnim poduzetništvom podrazumijevaju se mikro, mali i srednji poduzetnici. Oni mogu biti organizirani u raznim pravno-organizacijskim oblicima. Osnovni cilj im je ostvarivanje profita koji pripada vlasnicima kapitala i o čijoj namjeni oni zasebno odlučuju.

Oblici tradicionalnog poduzetništva prikazani su Tablicom 2.

Tablica 2. Oblici tradicionalnog poduzetništva

| Kategorija | Broj ljudi | Promet imovine | |
|-------------------------|------------|---------------------|--------------------|
| Srednja poduzeća | <250 | ≤ 260.000.000,00 kn | ≤130.000.000,00 kn |
| Mala poduzeća | <50 | ≤ 65.000.000,00 kn | ≤ 32.500.000,00 kn |
| Mikro poduzeća | <10 | ≤ (2 mil. €) | ≤ (2 mil. €) |

Izvor: izrada autora prema Narodne novine, br. 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19

Prema Alpeza, Oberman i Has, (2021: 13) broj mikro, malih i srednjih poduzeća tj. tradicionalnih oblika poduzetništva u Hrvatskoj od 2016. do 2020. godine bilježi stalan rast.

Istovremeno, a u odnosu na velika poduzeća, ovi oblici poduzetništva predstavljaju 99,7% u cijelom promatranom razdoblju.

U Tablici 3. dan je usporedni prikaz broja mikro i malih te srednjih poduzeća u Hrvatskoj, broj zaposlenih i prosječan broj zaposlenih u navedenim poduzećima za period 2016. do 2020.

Tablica 3. Usporedni prikaz broja mikro i malih te srednjih poduzeća, broja zaposlenih i prosječnog broja zaposlenih u mikro, malim i srednjim poduzećima Hrvatskoj za period od 2016. do 2020..

| Godina | Broj mikro i malih poduzeća / Broj srednjih poduzeća | | Broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima / Broj zaposlenih u srednjim poduzećima | | Prosječan broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima tijekom poslovne godine / Prosječan broj zaposlenih u srednjim poduzećima tijekom poslovne godine | |
|--------|--|-------|--|---------|--|-----|
| | | | | | | |
| 2016. | 112.809 | 1.347 | 485.122 | 170.403 | 30 | 250 |
| 2017. | 118.352 | 1.400 | 498.554 | 173.643 | 30.1 | 250 |
| 2018. | 129.259 | 1.498 | 514.391 | 178.546 | 30.2 | 250 |
| 2019. | 134.635 | 1.525 | 536.429 | 183.189 | 30 | 250 |
| 2020. | 136.986 | 1.632 | 503.089 | 180.166 | 30 | 250 |

Izvor: izrada autora prema Alpeza, Oberman i Has, 2021:14.

Broj zaposlenih u istraživanom razdoblju u mikro i malim poduzećima u porastu je do trenutka pojave pandemije COVID-19 nakon čega započinje period otpuštanja radne snage. Broj zaposlenih u srednjim poduzećima je u porastu podjednako kao i mikro i malim poduzećima iako su zamjetne oscilacije u pojedinim godinama. Prosječan broj zaposlenika u srednjim poduzećima je u padu iako ponderirani prosjek ne ukazuje na isto.

2.3. Poduzetnička okolina

U 21. stoljeću mijenjaju se uvjeti u kojima se poduzetništvo odvija. Neizvjesnost na ekonomskom planu postaje sve veća što dovodi do nestajanja tradicionalne poduzetničke strukture i nestajanja velikih poduzeća. Poslovanje se internacionalizira, poduzeća se uključuju u kooperativne mreže koje sačinjavaju zaposlenici određenog poduzeća i njihovi poslovni suradnici. Inventivnost i stvaralački rad sve se više cijene jer vode povećanje kvalitete, proizvodnosti i ekonomičnosti.

Vanjski utjecaji koji imaju velik utjecaj na poduzetništvo su: političko, gospodarsko, pravno i socio-kulturno okruženje.

Prema Dračiću (2012) političko okruženje odnosi se na to kako se društvo odnosi prema pojedincu vezano uz individualne slobode, vlasništvo i djelovanje pa se može govoriti o kolektivizmu ili individualizmu. Ovisno o tome mogu li pojedinci i društvene skupine slobodno izražavati svoja politička uvjerenja i djelovati u skladu s njima govorimo o demokraciji ili totalitarizmu. Stupanj demokracije, tržišne slobode i oblike vlasništva određuje društveno i političko okruženje socijalizma ili kapitalizma (Dračić, 2012:12).

Poduzetničke aktivnosti mogu se odvijati u okviru tržišnog gospodarstva u kojemu je zastupljeno privatno vlasništvo, planskog gospodarstva u kojemu dominira državno vlasništvo i mješovitog gospodarstva koje je tržišno-plansko i u kojemu država planira i usmjerava investicije (Dračić, 2012:12).

Ponašanje i procesi u nekoj državi regulirani su skupom pravila ili zakona koji čine pravni sustav ili pravno okruženje.

Međusobne odnose ljudi u društvu određuju filozofija života, odnos prema znanju, radu, moralu, bogatstvu, a njihovo međusobno prožimanje određuje socio-kulturno okruženje u kojemu se odvijaju poduzetničke aktivnosti.

2.4. Dobna razdioba novih poduzetničkih smjerova

Novonastala situacija prouzrokovana pandemijom te stalnim napretkom i sve većom iskorištenosti mogućnosti digitalizacije dovodi do kreiranja novih poduzetničkih prilika te pokretanja samih. Uvriježeno je mišljenje da mladi ljudi osnivaju nove kompanije i postaju uspješni poduzetnici. Zapravo je istina i na to ukazuju američke statistike da je 42. godina prosječna dob poduzetnika u trenutku kada osnivaju svoje tvrtke.

Bill Gates, Steve Jobs i Mark Zuckerberg bili su u ranim dvadesetima kada su pokrenuli tvrtke koje su promijenile svijet. Njihov uspjeh stvorio je iskrivljenu sliku o uspješnosti dvadesetogodišnjaka koji iz garaže mijenjaju svijet.

Prema Azoulay, Jones, Kim, Miranda (2018: 27) ovakve statistike ipak uključuju i veliku količinu varijacija unutar različitih industrija. U softverskim startupima prosječna dob je 40 godina, a mlađi osnivači su tu zaista češća pojava. Međutim, mladi ljudi su rjeđi u drugim industrijama kao što su energetika ili biotehnologija, gdje je prosječna dob bliža 47. Istaknuto mjesto mladih osnivača u javnosti odražava također i nerazmjerno isticanje IT poduzetnika te

njihova popularnost u društvenim medijima, a zanemarivanje ostalih u drugim industrijskim sektorima.

Velika većina novih poduzeća najčešće su mala poduzeća koja nemaju namjeru rasti (na primjer razni servisi, kvartovske trgovine, kemijske čistionice, kafići, restorani itd). Njihova prosječna dob ista je kao i kod osnivača visoke tehnologije te također pada u rane četrdesete.

Postoje mnogi čimbenici kojima se objašnjava prednost kasnije dobi u poduzetništvu, no radno iskustvo ima ključnu ulogu. U usporedbi s osnivačima bez relevantnog iskustva, oni s najmanje tri godine prethodnog radnog iskustva u istoj branši kao i njihov startup imaju 85% veću vjerojatnost da pokrenu uspješan vlastiti posao.

Bez obzira da li iskustvo zrelih godina omogućava bolji pristup financijskim resursima ili razvijeniju mrežu društvenih i poslovnih kontakata, bolji uvid u svoju djelatnost ili neko drugo specifično iskustvo, kasnija životna dob je moćna prednost, a ne mana ili nedostatak prilikom pokretanja potencijalno uspješnih tvrtki.

3. Poduzetnički kapacitet Hrvatske

3.1. Istraživanja poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Temelj gospodarskog razvoja neke zemlje čini poduzetnički kapacitet tj. poduzetničke aktivnosti i okolina u kojoj se one odvijaju. Stoga je poduzetnički kapacitet iznimno važno istraživati i proučavati. U Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama, provođena su brojna istraživanja pitanja i problema vezanih uz poduzetnički kapacitet.

Prema Izvještaju Hrvatske gospodarske komore za 2022. (HGK, 2022). godinu pokazao je da je došlo do rasta gospodarstva u Hrvatskoj (2020. postotna promjena BDP-a u odnosu na 2019. iznosila je -8,1 dok je 2021. postotna promjena u odnosu na prethodnu godinu iznosila 10,4), prvenstveno zbog pojave pandemije i opsežnih vladinih mjera u sprječavanju negativnih učinaka pandemije. Potrošnja kućanstava je smanjena jer je došlo do visoke neizvjesnosti uzrokovane pandemijom i visoko rastuće inflacije bez pravovremenog i ujednačenog rasta plaća. U odnosu na zemlje EU u kojima prosječna stopa zaposlenosti iznosi 73,1 posto% stopa zaposlenosti u Hrvatskoj je niska i iznosi 68,2%.

Uočene su pozitivne promjene na tržištu rada, ali ne i one vezane uz iskorištenost rada. Deficit države je u porastu i došlo je do ponovnog ulaska u postupak u slučaju prekomjernog deficita (2021. iznosi znatno više od referentne vrijednosti definirane ugovorom EU-A od 3% BDP-a). Kretanja pozitivnog trenda zabilježena su isključivo na računu usluga gdje je iznijedren suficit od 614 milijuna eura (+89%) zbog oporavka prihoda od turizma (HGK, 2021.)

Financijske izvještaje 2020. predalo je 139.009 poduzetnika (bez financijskih institucija) što čini rast od tri tisuće u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Usporedba financijskih rezultata s prethodnom 2019. godinom pokazuje znatan negativan pandemijski utjecaj na poslovanje. Točnije, ukupni prihodi smanjili su se za 5,3%, prihodi od inozemnog tržišta za 5,8%, dobit prije oporezivanja za 6,5%, dok je gubitak prije oporezivanja povećan za 59,0%, a investicije u novu dugotrajnu imovinu za 7,2%. Godina zahvaćena krizom je ujedno dovela i do smanjenja ukupnih rashoda za 3,8% te isto tako i smanjenju uvoza za 8,6%, dakle u konačnici je došlo do smanjenja ukupne dobiti poslovanja sa 31,9 milijardi kuna u 2019. na prošlogodišnju 21,0 milijardi kuna. Iznimno utjecajan pokazatelj je i osjetno veći udio poduzetnika koji su poslovali u minusu. Prema izvještajima za 2019. godinu taj je udio iznosio 33,2%, a prema predanim financijskim izvještajima za 2020. godinu povećan je na 40,5%. Proučavajući utjecaje pandemije kroz službene financijske izvještaje dolazim do zaključka kako je pretežito negativan utjecaj iskazan u većini poslovnih djelatnosti. U 2019. godini su samo djelatnosti osiguranja i financijske djelatnosti poslovale s gubitkom, dok je u 2020.

gubitak ostvaren kod znatnog broja gospodarskih djelatnosti, točnije kod rudarstva i vađenja, prijevoza i skladištenja, pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, financijskih djelatnosti i djelatnosti osiguranja, poslovanja nekretninama te administrativnih i pomoćnih uslužnih djelatnosti. Sukladno pandemiji i nemogućnosti pružanja turističkih i ugostiteljskih usluga najveći gubitak je zabilježen upravo u tim djelatnostima te je iznosio 3,4 milijarde kuna (HGK, 2022.)

3.1.2. Pokretanje poslovnih pothvata kroz mjere samozapošljavanja

Razlozi ulaska u poduzetničke vode variraju od gospodarstva do gospodarstva. Značajan čimbenik pokretanja vlastitog pothvata je i ekonomska slika države kao i njezina sigurnost te mogućnost pronalaska redovnog zaposlenja. Kao glavni inicijatori samostalnoga stupanja u poduzetničke vode nameću se rješavanje egzistencijalnoga pitanja i uočavanja prilika (Has, 2022). Unutar Republike Hrvatske potporu novim poduzetnicima kao mjeru samozapošljavanja pruža Hrvatski zavod za zapošljavanje u vidu podrške, bilo to financijske ili savjetodavne. Potpora za samozapošljavanje je mjera aktivne politike koja ovisi o geografskome području kandidata te je 2020. godine visina same iznosila u rasponu 75 000-100 000 HRK uz mogućnost dodjeljivanja dodatnog poticaja u iznosu od 10 000 HRK ukoliko korisnik simultano koristi potporu osposobljavanja na radnome mjestu. Potporu samozapošljavanja u 2020. godine aktiviralo je 3778 novih članova što je ujedno smanjenje u iznosu od 57% na prethodno promatranu 2019. godinu kada je broj aktivnih članova potpore iznosio 8723. Takav podatak nije iznenađujući s obzirom da su financijska sredstva, primarno uzrokovano pandemijom COVID-19, usmjerena prema drugim kanalima fiskalne politike i u najmanju ruku održavanju stope nezaposlenosti na postojećim razinama.

3.1.3. Inovativnost kao glavni temelj konkurentnosti

Povećanje produktivnosti je glavna sastavnica konkurentnosti, a ona se temelji na većim razinama inovativnosti od konkurencije. Konkurentnost i inovativnost glavna su sastavnica gospodarkoga rasta svake moderne države te na tome i Republika Hrvatska gradi svoj razvoj i traži mjesto na tržištu (Jurić, Popović, 2022). Najveća konkurentnost u području inovacija za Republiku Hrvatsku u 2021. očitovala se u području inoviranja proizvoda i procesa te

digitalizaciji i informacijskim tehnologijama. Iako navedene grane čine okosnicu i predstavljaju najizraženiju granu rasta inovacijskog indeksa Republike Hrvatske, mnogobrojne ostale gospodarske grane prema istraživanju European Innovation Scoreboard-a 2021. svrstava u kategoriju skromnih inovatora što predstavlja začelje u grupi zemalja EU koje dijeli sa Slovačkom, Rumunjskom, Latvijom, Bugarskom, Poljskom i Mađarskom.

Iznimno značajno i opsežno istraživanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske, poduzetničkih aktivnosti i poduzetničke okoline, provodi se u okviru Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanja. Rezultati ovoga istraživanja prikazani su u nastavku ovoga rada.

3.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje pokrenulo je deset najrazvijenijih zemalja svijeta 1999. godine. Ovo istraživanje smatra se najvećim svjetskim istraživanjem poduzetničke aktivnosti. Vode ga London Business School iz Londona i Babson College iz Bostona.

GEM konceptualni okvir omogućava istraživanje odnosa namjera i ponašanja ljudi koji pokreću poduzetničke aktivnosti i okoline u kojoj se te aktivnosti odvijaju (tzv. poduzetnički eko-sistem), bez obzira u kojoj fazi razvoja se neka zemlja nalazi.

Ciljevi istraživanja su:

- mjerenje razlika u poduzetničkom ponašanju i aktivnostima te poduzetničkoj okolini,
- utvrđivanje stimulirajućih i ograničavajućih faktora koji utječu na poduzetničku aktivnost neke zemlje,
- otkrivanje utjecaja politika koje provode vlade na kapacitet poduzetništva, oblikovanje politika koje stimulirajuće djeluju na poduzetničku aktivnost u pojedinoj zemlji. utjecaj koji poduzetništvo ima na razvojne procese. (Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman Peterka, 2019 : 14)

Za potrebe GEM istraživanja izrađen je jedinstven konceptualni okvir koji koristi jedinstvene indikatore. Navedeni indikatori koriste se za vrednovanje individualnih atributa poduzetnika, društvenih vrijednosti, poduzetničkih aktivnosti i kvalitete poduzetničkog okruženja. Pojedini indikatori promatraju se s dva ili više stanovišta. Tako se npr. vladine politike za poduzetništvo promatraju sa stanovišta prioriteta i podrške te zakona i regulative, poduzetničko obrazovanje kroz aspekt osnovnog i srednjeg te tercijarnog obrazovanja,

otvorenost domaćeg tržišta s aspekta dinamike promjena i barijera ulaska. Komponente i stanovišta vrednuju se ocjenjivanjem pojedinih izjava.

Definicije navedenih indikatora prikazane su u Tablici 4.

Tablica 4. Definicije GEM indikatora

| Društvene vrijednosti i percepcije | Indikatori poduzetničke aktivnosti | Percepcija o kvaliteti poduzetničke okoline |
|--|---|---|
| <p>Društvene vrijednosti Dobar izbor karijere Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da je poduzetništvo dobar izbor karijere</p> <p>Društveni status uspješnih poduzetnika Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status</p> <p>Medijska pažnja poduzetništvu Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da postoji puno pozitivne medijske pažnje za poduzetništvo u njihovoj zemlji</p> | <p>Ukupna rana poduzetnička aktivnost – Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji je u procesu pokretanja poslovnog pothvata (poduzetnik-početnik koji nije dobio plaću za više od 3 mjeseca) ili je vlasnik novog pothvata starog do 42 mjeseca i dobiva plaću za svoj rad za najmanje 3 mjeseca, ali ne više od 42 mjeseca. Ovaj indikator može se promatrati iz perspektive motivacije (zbog uočene prilike ili nužde), uključenosti (spol, dob), utjecaja poslovnog pothvata (nova radna mjesta, inovativnost, internacionalizacija) i sektora</p> <p>Stopa „odraslih“ poduzeća Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji su sača vlasnici „odraslog“ poduzeća, tj. koji upravljaju vlastitim poduzećem koje isplaćuje plaće zaposlenicima i vlasniku, duže od 42 mjeseca</p> <p>Stopa prekida poslovanja Postotak populacije od 18-64 godine starosti (koji su ili poduzetnici-početnici ili vlasnici „odraslog“ poduzeća) koji su u zadnjih 12 mjeseci prestali sa svojim poslovnim pothvatom, ili prodajom, zatvaranjem, ili na neki drugi način</p> <p>Poduzetnička aktivnost zaposlenika⁴ - Entrepreneurial Employee Activity (EEA) Postotak populacije od 18-64 godine starosti koji su kao zaposlenici uključeni u poduzetničke aktivnosti kao što je razvoj novih proizvoda / usluga ili pokretanje nove poslovne jedinice</p> <p>Društveno poduzetništvo - Social Entrepreneurial Activity (SEA) Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji su angažirani u ranoj poduzetničkoj aktivnosti s društvenim ciljem</p> | <p>Prosječna vrijednost ocjena eksperata o kvaliteti devet komponenti poduzetničke okoline, korištenjem Likertove skale od 1 (jako nezadovoljavajuće) do 9 (jako zadovoljavajuće)⁵:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pristup novcima - vladine politike prema poduzetništvu - vladini programi za poduzetništvo - poduzetničko obrazovanje - transfer I & F - komercijalna i pravna infrastruktura - otvorenost domaćeg tržišta - fizička infrastruktura - kulturne i društvene norme |
| <p>Individuralni atributi potencijalnog poduzetnika</p> <p>Percepcija o prilikama Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vide dobre prilike za pokretanje poslovnog pothvata u području gdje žive</p> <p>Percepcija o osobnim sposobnostima Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da imaju potrebne vještine i znanja za pokretanje poslovnog pothvata</p> <p>Poduzetničke namjere Postotak populacije od 18-64 godina starosti (iz toga su isključene osobe koje su aktivne u bilo kojoj fazi poduzetničkog djelovanja) koji namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat u sljedeće tri godine</p> <p>Strah od propašaja Postotak populacije od 18-64 godina starosti koje strah od propašaja sprječava u pokretanju poslovnog pothvata.</p> | | |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2019:14

Navedeni indikatori koriste se za horizontalno i vertikalno praćenje i uspoređivanje. Vertikalno praćenje omogućava svakoj zemlji praćenje promjena u poduzetničkim aktivnostima i poduzetničkoj okolini tijekom godina, a horizontalno međusobno uspoređivanje rezultata pojedinih zemalja.

Nacionalni istraživački timovi i GEM koordinacijski tim imaju obvezu promovirati istraživačke rezultate. Rezultati se objavljuju kao globalni – odnose se na sve zemlje sudionice projekta i kao rezultati pojedinačnih zemalja.

Od 2018. godine u GEM istraživanju koristi se indeks NECI (National Entrepreneurship Context Index). Ovaj pokazatelj služi procjeni snage nacionalnog poduzetničkog okvira.

Godine 2021. u GEM istraživanju sudjelovalo je 50 zemalja. Izmjene poduzetničke okoline su nužne, ali vrlo često teško provedive zbog kompleksnosti koju zahtjeva institucionalna infrastruktura, specifičnih znanja i ekspertiza potrebnih kadrova te mnogih drugih bitnih faktora.

3.2.1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje u Hrvatskoj

Od 2002. godine, kada Hrvatska počinje sudjelovati u GEM istraživanju, do 2021. godine u njemu je sudjelovalo 40.000 ispitanika. Svoje zapažanja i mišljenja u 2021. godini iznijelo je 37 eksperata. Zaključno s 2021. godinom bilo je uključeno 386 eksperata.

CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništvo nositelj je GEM istraživanja u Hrvatskoj. IPSOS obavlja izbor uzorka i anketiranje, surađujući pri tom s nacionalnim istraživačkim timom¹. Zadatak nacionalnog istraživačkog tima jest: provoditi intervjue s ekspertima, istražiti odraslu populaciju, analizirati prikupljene informacije i izraditi nacionalni izvještaj². Radom nacionalnih istraživačkih timova, pa tako i u Hrvatskoj, koordinira Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Sjedište Global Entrepreneurship Research Association (GERA) je na London Business School.

Glavni financijski sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj od početka 2002. godine pa tako i u 2021. godini je Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta dok medijsku promociju rezultata izvršava Hrvatska udruga banaka. Slična situacija je i u drugim zemljama. GEM istraživanje u Hrvatskoj sufinancira Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku te CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.

Vezano uz vertikalno praćenje Hrvatska se uspoređuje sa zemljama Europske unije (u daljnjem tekstu: EU) i zemljama čijoj razini pripada. Prilikom istraživanja i utvrđivanja relevantnih indikatora, mjerilo uspoređivanja Hrvatske je na razini EU, odnosno grupe zemalja sa visokim bruto domaćim dohotkom u koju skupinu i Republika Hrvatska pripada.

¹ Slavica Singer voditeljica je nacionalnog istraživačkog tima, a članice su: Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer i Sunčica Oberman Peterka.

² GEM izvještaji za Hrvatsku od 2002. do 2021. godine dostupni su na mrežnom sjedištu CEPOR-a (<http://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>).

3.2.1.1. Rezultati GEM istraživanja o individualnim atributima i društvenim vrijednostima u Hrvatskoj 2021. godine

Vežano uz **individualne attribute**, a o kojima ovisi hoće li poduzetnička aktivnost biti pokrenuta, GEM istraživanje uzima u obzir:

- prosudbu ispitanika o prilikama koje bi mogli imati za poduzimanje poduzetničke aktivnosti u sredini u kojoj žive u narednih šest mjeseci,
- prosudbu o posjedovanju znanja i vještina koje su im za to potrebne,
- iskazivanje namjere za poduzimanje poduzetničke aktivnosti
- osjećaj straha od promašaja.

Prilike za pokretanje poduzetničke aktivnosti

Iako je percepcija za pokretanje poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj na višoj razini od usporednih grupa, ispitanici u narednih 6 mjeseci u svojoj okolini prikazuju pad percepcije o poduzetničkim prilikama u 2020. godini što je izravan uzrok pandemije COVID-19. Međutim tijekom 2021. godine pokazuje se trend vraćanja na predpandemijsku razinu 2019. U odnosu na rezultate istraživanja provedenih ranije zamjećuje se povećana percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poduzetničkog pothvata, ali niža razina percepcije o prilikama.

Posjedovanje potrebnih znanja i vještina

Ispitanici u Hrvatskoj imaju bolje mišljenje o posjedovanju znanja i vještina potrebnih za pokretanje poduzetničke aktivnosti od ispitanika u drugim europskim zemljama. Rezultati koji su iznad prosjeka EU i koji se prilično razlikuju od onih vezanih za prilike mogu ukazati na to da ispitanici ne znaju prepoznati poslovnu priliku. Nепрепозnavanje poslovne prilike može ukazivati i na upitnu kvalitetu obrazovnog sustava.

Namjera za poduzimanje poduzetničke aktivnosti

U Hrvatskoj, a u odnosu na EU, ispitanici češće pokazuju namjeru za pokretanjem poduzetničke aktivnosti.

Osjećaj straha od promašaja

U Hrvatskoj osjećaj straha od promašaja pri poduzimanju poduzetničkih aktivnosti u 2019. godini imalo je 51,0% ispitanika. U pandemiskoj 2020. godini očekivan je i porast same

vrijednosti te je iznosila 55,4%. Prolaskom pandemije strah od promašaja jenjava i vrijednost pada na 49,9%. Ove vrijednosti veće su od europskog prosjeka koji iznosi 44,7% u 2019., 46,9% u 2020. i 48,4% u 2021. godini.

Iznimno važan pokazatelj poduzetničke aktivnosti je i onaj koji govori o odnosu poduzetničkih aktivnosti pokrenutih zbog prepoznavanja prilike i onih pokrenutih zbog nužde (npr. ako se pokretanjem želi riješiti egzistencijalno pitanje, a ne postoji druga mogućnost rješavanja istog). U Hrvatskoj se više poduzetničkih aktivnosti pokreće zbog nužde. Motivacijski indeks ukazuje na poduzetnike koji pokreću poslovni pothvat iz nužde. U Hrvatskoj je značajno manji od prosjeka EU zemalja (npr. u 2021. godini 1,8% prema 4,32% u Švedskoj) što znači da znatno veći broj poduzetnika u Švedskoj odlučuje se za poslovni pothvat zbog prepoznate prilike, a ne iz nužde, a postotak poduzetnika koji to čine zbog uočene prilike je u 2021. godini neznatno ispod prosjeka EU. Sve navedeno znak je slabog poduzetničkog potencijala.

Vezano uz **percepciju društvenih vrijednosti o poduzetništvu** propitivani su stavovi ispitanika o tome:

- smatraju li poduzetničku karijeru dobrom karijerom,
- kakav je društveni status poduzetnika,
- posvećuju li mediji dovoljno pažnje uspješnim poduzetnicima.

Društveni status poduzetnika

U odnosu na društveni status poduzetnika, uspoređuje li se Hrvatska s europskim prosjekom, situacija se bitno razlikuje od one o stavu prema poduzetničkoj karijeri. U EU društveni status poduzetnika smatra dobrim oko 20% ispitanika više nego u Hrvatskoj.

Usmjerenost pažnje medija prema uspješnim poduzetnicima

Ispitanici u Hrvatskoj smatraju da se uspješnim poduzetnicima ne pridaje dovoljna pažnja u medijima. U 2021. godini ovaj stav je nešto pozitivniji te postotak koji percipira medijsku pažnju u Hrvatskoj pozitivno iznosi 62,2% dok je mišljenje ispitanika u zemaljama sa visokim bruto domaćim dohotkom 66,7% pozitivno. Ovaj pokazatelj govori o poboljšanju percepcije hrvatskih poduzetnika te približavanju europskim vrijednostima.

3.2.1.2. Rezultati GEM istraživanja o poduzetničkoj aktivnosti u Hrvatskoj 2021. godine

Dinamika poduzetničkih aktivnosti koje utječu na promjenu poduzetničke strukture u nekoj zemlji, pa tako i Hrvatskoj, analizirana je na osnovu broja:

- poslovnih pothvata u fazi pokretanja,
- poslovnih pothvata u fazi rasta,
- poslovnih pothvata u fazi izlaska iz poslovne aktivnosti,
- kapaciteta obnavljanja,
- broja brzorastućih poduzeća,
- tehnološke opremljenosti poduzeća,
- inovativnosti,
- broja poslovnih pothvata koji imaju priliku za brzi rast,
- broja zaposlenika koji su razvili novi proizvod ili novu uslugu ili pokrenuli novu poslovnu jedinicu.

Poslovni pothvati u fazi pokretanja

Za održavanje stabilnosti i vitalnosti gospodarske strukture nužno je pokretanje novih poduzetničkih aktivnosti. Pojavljivanje novih aktivnosti nadoknađuje gubitak izazvan gašenjem starih aktivnosti. Hrvatska je u odnosu na europske zemlje ispod prosjeka ili tek neznatno iznad prosjeka i kao što je već rečeno u Hrvatskoj se poslovni poduhvati više pokreću zbog nužde nego zbog uočene prilike.

Poslovni pothvati u fazi rasta

U fazi rasta nalaze se tzv. „odrasla poduzeća“. Ova poduzeća predstavljaju temelj gospodarske strukture neke zemlje. Broj „odraslih poduzeća“ u Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2021. godine iznosio je svega 57% europskog prosjeka. Stopa preživljavanja opada s vremenom.

Poslovni pothvati u fazi izlaska

Vezano uz fazu izlaska iz poslovne aktivnosti GEM istraživanje prati dva parametra - broj poduzeća i razloge zbog kojih poduzeća prestaju s poslovnom aktivnošću, a koji mogu biti prodaja poduzeća, umirovljenje, nasljeđivanje, nedostatak profita, strah prouzrokovan pandemijom COVID-19 (znate posljedice po gospodarske grane). Činjenica da manji broj

poduzeća izlazi iz poslovne aktivnosti može značiti da su poduzetnici dobro uočili poslovnu priliku, osmislili poduzetnički pothvat i vodili ga. Istovremeno, može značiti i da postoje određene administrativne prepreke koje otežavaju gašenje poduzeća koje tada nastavlja poslovanje s gubitkom. U Hrvatskoj je u 2021. godini broj poduzeća koja su prestala djelovati u razini europskog prosjeka (tablica 5.).

Tablica 5. Izlazak iz poslovne aktivnosti

| Godina | Hrvatska | | EU | | |
|--------|----------|-------|-----|-------------|----------------|
| | % | Rang* | % | Najmanji | Najveći |
| 2019. | 2,0 | 8/16 | 2,0 | 0,5 Italija | 2,8 Latvija |
| 2020. | 2,9 | 3/14 | 2,0 | 0,3 Italija | 3,5 Nizozemska |
| 2021. | 2,3 | 8/18 | 2,3 | 1,0 Italija | 4,4 Irska |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2021:33

Veće razlike pojavljuju se vezano uz poreznu politiku i prodaju. Prodaja kao razlog izlaska iz poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj gotovo ne postoji što može ukazati na to da su ta pitanja regulatorno neriješena i da institucije ne daju odgovarajuću podršku npr. edukacije i savjetovanja.

Kapacitet obnavljanja

Uravnoteženost broja poslovnih pothvata u fazi pokretanja, rasta i izlaska, broj „odraslih poduzeća“ i razlozi zbog kojih prestaje poduzetnička aktivnost određuju slabljenje, stabilnost ili jačanje poduzetničke strukture neke zemlje. Navedeno je važno u zemljama s visokom stopom nezaposlenosti koja se može smanjiti samo jačanjem gospodarstva. U ove zemlje ubraja se i Hrvatska u kojoj je krajem 2021. godine stopa nezaposlenosti iznosila 7,8%. U istraživanom razdoblju stopa kapaciteta obnavljanja u Hrvatskoj je na najvišoj razini u razdoblju od kada se provodi istraživanje te za promatrani period od 2019. do 2021. je narasla sa 2,9% na 3,1% što je ujedno i najviša stopa unutar EU.

Brzorastuća poduzeća

Brzorastuća poduzeća su ona koja koriste nove tehnologije, njihove proizvode na tržištu nitko ne nudi ili je konkurencija vrlo mala, konkurentni su, internacionaliziraju svoje poslovanje i generatori su novoga zapošljavanja. U GEM istraživanju brzorastućim poduzećem se smatra ono koje godišnje poveća zaposlenost za 10% ili ostvari rast godišnji za 20% u razdoblju od tri

godine. Zastupljenost brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj za 2019. godinu je iznosila 12,9% te su takva poduzeća zapošljavala 14,3% ukupno aktivne radne snage (Eurostat, 2022)

Tehnološka opremljenost

Rezultati istraživanja pokazuju da su hrvatska poduzeća po tehnološkoj opremljenosti bolja od ostalih uspoređivanih zemalja. U promatranome razdoblju od 2019. do 2021. godine Hrvatska je bila konkurentna na međunarodnim tržištima uz iznimku 2019. kada se pozicionirala neznatno ispod EU prosjeka.

Inovativnost

U Hrvatskoj 65,9% novih i 51,5% „odraslih“ nema kupaca izvan zemlje. Novi proizvodi povećavaju konkurentnost i time se stvara mogućnost za rast poslovnog pothvata. Zemlje koje imaju malo domaće tržište, a takva je i Hrvatska, moraju svoje proizvode plasirati na inozemnom tržištu, a u Hrvatskoj to čini oko 38% poduzeća.

Potencijal za intenzivni rast

U svim zemljama s kojima je Hrvatska uspoređivana, pa tako i u Hrvatskoj, poduzetnici su iskazali veći optimizam vezano uz zapošljavanje 5+ zaposlenika u narednih pet godina, nego 10+ zaposlenika. Hrvatski poduzetnici su optimističniji od poduzetnika u drugim zemljama. Veći optimizam u Hrvatskoj iskazan je u 2021. godini. Usporede li se ovi rezultati s rezultatima iskazanim za inovativnost, navedeni optimizam je potrebno opravdati jer poduzeća u Hrvatskoj razvijaju dovoljno novih proizvoda, konkurentnost nije na visokoj razini, međutim raste, a time i mogućnost novog zapošljavanja.

Poduzetnički aktivni zaposlenici

Zaposlenici u hrvatskim poduzećima imaju mnogo veću poduzetničku aktivnost nego u većini drugih zemalja. U istraživanju u kojemu su sudjelovale također Finska, Slovenija i Irska, Hrvatska se nalazi na prvom mjestu s najvišom razinom poduzetničke aktivnosti zaposlenika od 9,44% dok su na začelju Slovačka (1%) i Poljska (1,5%). Uzmu li se u obzir i rezultati istraživanja koji govore da je tehnička opremljenost hrvatskih poduzeća visoka, ali da nedostaje novih proizvoda, može se zaključiti da poduzetnička aktivnost zaposlenika nije prepoznata kao poduzetnički kapacitet.

3.2.1.3. Rezultati GEM istraživanja o rasprostranjenosti poduzetničke aktivnost u Hrvatskoj 2021. godine

Vezano uz rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti istraživani su pokazatelji:

- uključenosti s obzirom na rodnost i dob poduzetnika,
- obrazovanost poduzetnika,
- rasprostranjenost po sektorima,
- razlike u regionalnoj rasprostranjenosti.

Izrađeni su profili regija u odnosu na njihovu razvijenost te su regije rangirane po razvojnom kapacitetu.

Rod i dob poduzetnika

U Hrvatskoj najaktivnije godine ulaska u poduzetničke pothvate su 25-34 i 35-44. Međutim opada broj osoba koje kreću u poduzetničke vode, a pripadaju dobnim skupinama 18-24 i 35-44. Jedan od glavnih uzročnika je povećano iseljavanje mladih.

U odnosu na rodnu uravnoteženost Hrvatska je na razini europskog prosjeka. Na regionalnoj razini u gospodarski nerazvijenijim regijama kao što su Lika, Banovina, Slavonija i Baranja, izjednačeni su rezultati između muškaraca i žena u poduzimanju poduzetničkih aktivnosti.

Nivo obrazovanja poduzetnika

Rezultati GEM istraživanja u 2021. godini pokazali su, kao i prethodnih godina, da ljudi koji imaju višu razinu obrazovanja bolje uočavaju poduzetničke prilike, smatraju da imaju znanja i vještine za pokretanje i razvoj poduzetničkih aktivnosti, poznaju osobe koje su pokrenule poslovne projekte i bolje su umreženi. Slični rezultati uočeni su i u ostalim zemljama.

Sektorska rasprostranjenost

U GEM istraživanju praćena je poduzetnička aktivnost rane faze za 11 različitih djelatnosti. Djelatnosti su bile grupirane u sektore - ekstraktivni, prerađivački, poslovne usluge orijentirane poduzećima i poslovne usluge orijentirane krajnjim potrošačima. Najveći rast iskazan je u sektoru usluga. U odnosu na druge zemlje iskazan je veći rast u sektoru usluga orijentiranih potrošačima, međutim udio u tom sektoru je i u 2021. i dalje znatno manji od prosjeka EU (36,6% u Hr, 44,5% u EU). Pojedine djelatnosti i sektori ne privlače poduzetnike istim intenzitetom te oni koji oblikuju poduzetničku okolinu moraju i to imati na umu.

Razvojni profili regija i rangiranost prema razvojnom kapacitetu

Za potrebe GEM istraživanja nije bilo prikladno iskazivanje rezultata prema županijama jer je dostupnost podataka manja i neujednačeni su. Stoga je podjela rađena prema regijama za promatrano razdoblje 2019.-2021. Regije koje su utvrđene prema geografsko-povijesnom poimanju regionalne strukture Hrvatske su: Zagreb i okolica, Slavonija i Baranja, Sjeverna Hrvatska, Lika i Banovina, Istra, Primorje i Gorski Kotar, Dalmacija. Kao pokazatelji regionalne razvijenosti utvrđeni su: fizički pokazatelji (površina, stanovništvo, vitalni indeks), ljudski kapital (obrazovanost), razvijenost (bruto domaći proizvod, konkurentnost, nezaposlenost, rizik od siromaštva), poslovna demografija i poslovna uspješnost.

Na temelju razvojnih profila regija izvedeno je rangiranje regija po razvojnom kapacitetu prikazano u Tablici 6.

Tablica 6. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, % od odrasle populacije

| Godina | Zagreb okolica | Slavonija i Baranja | Sjeverna Hrvatska | Lika i Banovina | Istra, Primorje i Gorski Kotar | Dalmacija | Hrvatska |
|--------|----------------|---------------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|-----------|----------|
| 2019. | 13,5 | 9,5 | 7,4 | 5,1 | 10,5 | 12,1 | 9,7 |
| 2020. | 13,2 | 13,1 | 10,2 | 9,6 | 13,1 | 14,8 | 12,7 |
| 2021. | 13,1 | 9,1 | 13,2 | 9,0 | 14,8 | 13,1 | 12,4 |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2021:52.

U razdoblju od 2019. do 2021. godine najznačajniji rast poduzetničke aktivnosti pokazuju Sjeverna Hrvatska te Istra, Primorje i Gorski Kotar, dok ostale regije su na razini vrijednosti oko hrvatskog prosjeka. Najveći pad poduzetničke aktivnosti zabilježen je u Lici i Banovini iako pokazuje tendenciju rasta. Slavonija i Baranja su na vrlo niskoj razini poduzetničke aktivnosti s iznimkom oscilacije u pandemijskoj 2020.

Regionalne razlike vezane uz razloge za ulazak u poduzetničke aktivnosti zbog uočene prilike ili zbog nužde te strah od promašaja, a o kojima ovisi ostvarivanje poduzetničke aktivnosti, upućuju na to da podršku poduzetnicima (savjetovanja, edukativni programi, mentorski programi) treba regionalno profilirati.

3.2.1.4. Rezultati GEM istraživanja poduzetničke okoline u Hrvatskoj 2021. godine

U sklopu GEM istraživanja, a vezano uz poduzetničku okolinu, govori se o nizu komponenti koje mogu poticati ili ograničavati poduzetničko djelovanje. Navedeno istraživanje kao komponente poduzetničke okoline navodi:

- mogućnost pristupa novcima,
- politike koje vlada poduzima,
- programe koje vlada osmišljava,
- obrazovanje poduzetnika,
- transfer istraživanja i razvoja,
- profesionalnu i komercijalnu infrastrukturu,
- razinu otvorenosti domaćeg tržišta,
- fizičku infrastrukturu,
- kulturne i društvene norme.

Pojedine komponente promatraju se kroz dva ili više aspekata. Tako se npr. vladine politike za poduzetništvo promatraju s aspekta prioriteta i podrške te zakona i regulative, poduzetničko obrazovanje kroz aspekt osnovnog i srednje te tercijarnog obrazovanja, otvorenost domaćeg tržišta s aspekta dinamike promjena i barijera ulaska. Komponente i aspekti se vrednuju ocjenjivanjem pojedinih izjava.

Kako je i prethodno navedeno i u 2021. godini se u GEM istraživanju koristi kompozitni indeks NECI (National Entrepreneurship Context Index). Ovim indeksom procjenjuje se snaga nacionalnog poduzetničkog okvira. Raspon NECI indeksa kreće se od 1 do 9 pri čemu vrijednost 1 znači da je poduzetnički okvir vrlo loš, a 9 da je poduzetnički okvir vrlo dobar. NECI indeks služi i za rangiranje zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju.

Prema rezultatima navedenog istraživanja poduzetnička okolina u Republici Hrvatskoj na poduzetničku aktivnost djeluje više ograničavajuće nego stimulirajuće.

Tablica 7. Percepcija kvalitete poduzetničke okoline u Hrvatskoj

| | Dostupnost financijskih sredstava | Lakota dobivanja financijskih sredstava | Vladine politike - prioriteti, podrška | Vladine politike - porezi i regulativa | Vladini programi | Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje | Poduzetničko obrazovanje - tercijarno | Transfer istraživanja i razvoja | Profesionalna i komercijalna infrastruktura | Otvorenost tržišta - dinamika promjena | Otvorenost tržišta - barijere ulaska | Fizička infrastruktura | Kulturne i društvene norme |
|-------|-----------------------------------|---|--|--|------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------|---|--|--------------------------------------|------------------------|----------------------------|
| 2019. | | 4,19 | 3,17 | 2,69 | 3,5 | 2,22 | 3,34 | 2,75 | 4 | 5,47 | 3,45 | 6,3 | 2,79 |
| 2020. | | 4,23 | 3,28 | 2,73 | 3,46 | 2,6 | 3,61 | 2,96 | 4,62 | 5,53 | 3,22 | 6,28 | 3,38 |
| 2021. | 4,32 | 3,76 | 2,8 | 3,53 | 4,15 | 2,82 | 3,44 | 3,36 | 4,8 | 5,77 | 3,57 | 5,97 | 3,06 |

Rezultati prikazani u Tablici 7 prikazuju ocjenu vrijednosti za pojedine komponente poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Ocjene vrijednosti ispod 5 ukazuju na ograničavajuće djelovanje pojedine komponente, a iznad 5 na stimulirajuće djelovanje komponente ili aspekta. Iz prikazanog je vidljivo da su u Hrvatskoj dvije komponente poduzetničke okoline potiču poduzetničku aktivnost, a to su fizička infrastruktura i dinamika promjena na domaćem tržištu. Sve ostale komponente ograničavaju poduzetničku aktivnost. Najniže ocjenu dobile su vladine politike, poduzetničko obrazovanje na primarnoj i sekundarnoj razini i transfer istraživanja i razvoja. Od 13 promatranih komponenti Hrvatska je, u odnosu na europske zemlje, dobila najnižu ocjenu za šest komponenti (navedene komponente označene su tamnijim poljem). Svaka se komponenta ocjenjivala kroz jednu ili više podkomponentata ili izjava kako bi se utvrdio razlog zaostajanja. U Tablicama 8. i 9. dan je prikaz najbolje i najlošije ocijenjenih izjava vezanih uz poduzetničku okolinu.

Tablica 8. Najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2019.-2021.

| Komponenta poduzetničke okoline | Izjava | Ocjena |
|--|--|--|
| Fizička infrastruktura | Novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup internetu za oko tjedan dana. | 2016: 7,05 2017: 7,1 2018.: 6,82 2019: 7,47 2020: 7,5 2021: 6,97 |
| Fizička infrastruktura | Za novo ili rastuće poduzeće nije suviše skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, internet, itd.). | 2016: 6,7 2017: 6,62 2018: 6,0 2019: 6,75 2020: 7,08 2021: 6,75 |
| Fizička infrastruktura | Fizička infrastruktura (ceste, komunalne usluge, komunikacija, odlaganje otpada) osiguravaju dobru potporu novim i rastućim poduzećima. | 2016: 5,98 2017: 5,8 2018: 5,05 2019: 5,78 2020: 5,92 2021: 6,06 |
| Fizička infrastruktura | Novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija). | 2016: 5,73 2017: 5,67 2018: 5,26 2019: 6,36 2020: 5,95 2021: 6,18 |
| Fizička infrastruktura | Novo ili rastuće poduzeće može dobiti komunalne priključke za oko mjesec dana (priklučenje na plinsku, vodovodnu, električnu, i kanalizacijsku mrežu). | 2018: 4,70 2019: 5,03 2020: 5,7 |
| Fizička infrastruktura | Postoji puno dostupnih proizvodnih prostora koje nova i rastuća poduzeća mogu unajmiti. | 2020: 5,57 |
| Fizička infrastruktura | Postoji puno dostupnog uredskog prostora koje nova i rastuća poduzeća mogu unajmiti. | 2020: 6,71 |
| Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena | Tržište roba i usluga namijenjenih krajnjim potrošačima dramatično se mijenja iz godine u godinu. | 2016: 5,6 2017: 5,98 2018: 5,18 2019: 5,53 2020: 5,42 2021: 5,77 |
| Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena | Tržište roba i usluga namijenjenih poslovnom sektoru (poduzećima) se dramatično mijenja iz godine u godinu. | 2017: 5,63 2018: 5,08 2019: 5,42 2021: 5,69 |
| Komercijalna i profesionalna infrastruktura | Novim i rastućim poduzećima, lagano je dobiti dobre bankarske usluge (tekući računi, devizne transakcije, akreditivi, i sl.) | 2016: 5,5 2017: 5,63 2018: 5,03 2019: 5,58 2020: 5,81 2021: 5,85 |
| Komercijalna i profesionalna infrastruktura | Postoji dovoljan broj podugovarača, dobavljača i konzultanata za potporu novih i rastućih poduzeća. | 2017: 5,18 |
| Komercijalna i profesionalna infrastruktura | Nova i rastuća poduzeća mogu dobiti pristup računalnim uslugama u „oblaku“ po pristupačnim cijenama. | 2021: 6,16 |
| Pristup novcima | Vladini poticaji raspoloživi su novim i rastućim poduzećima. | 2017: 5,03 2018: 4,9 2019: 4,89 |
| Pristup novcima | Kreditni izvori financiranja (pod kojima se podrazumijevaju bankarski ili slični krediti) raspoloživi novim i rastućim poduzećima. | 2018: 5,03 2019: 5,06 2020: 5,76 |
| Vladine politike | Poduzetnici mogu registrirati novo poduzeće uz prihvatljive troškove. | 2021: 6,23 |
| Vladini programi | Poslovni inkubatori su dostupni i pružaju djelotvornu podršku novim i rastućim poduzećima. | 2021: 5,57 |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2021:85.

Tablica 9. Najniže ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2019.-2021.

| Komponenta poduzetničke okoline | Izjava | Ocjena |
|--|---|--|
| Vladine politike – porezi i regulative | Novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa birokracijom, pravnim i regulativnim zahtjevima. | 2016: 2,03 2017: 1,95 2018: 1,82 2019: 2,42 2020: 2,21 2021: 2,23 |
| Vladine politike – porezi i regulative | Visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća. | 2016: 1,88 2017: 2,31 2018: 1,92 2020: 2,63 |
| Vladine politike – porezi i regulativa | Nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potvrde u roku od tjedan dana. | 2016: 2,53 2017: 1,93 2018: 2,32 2019: 2,58 |
| Vladine politike – porezi i regulativa | Porezna i ostala vladina regulacija primjenjuje se prema novim i rastućim poduzećima, na predvidiv i konzistentan način. | 2016: 2,38 2017: 2,53 2018: 2,47 |
| Vladine politike – prioriteti, podrška | Vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) sustavno daju prednost novim poduzećima. | 2016: 2,03 2018: 2,31 2020: 2,87 2021: 2,5 |
| Vladine politike | Pomoć novim i rastućim poduzećima ima visok prioritet u oblikovanju politika na nacionalnoj razini. | 2021: 2,81 |
| Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje | Osnovno i srednjoškolsko obrazovanje posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća. | 2016: 2,28 2017: 2,31 2018: 2,26 2019: 2 2020: 2,45 2021: 2,6 |
| Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje | Osnovno i srednjoškolsko obrazovanje osigurava adekvatna saznanja o principima tržišnog gospodarstva. | 2018: 2,51 2019: 2,19 2020: 2,66 2021: 2,81 |
| Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje | Osnovno i srednjoškolsko obrazovanje potiče kreativnost, samostalnost, te osobnu inicijativu. | 2018: 2,59 2019: 2,47 2020: 2,68 2021: 3 |
| Poduzetničko obrazovanje – tercijarno | Više škole i fakulteti osiguravaju dobru i adekvatnu pripremu za pokretanje ili razvijanje novih poduzeća | 2019: 2,61 |
| Vladini programi | Širok raspon vladinih mjera pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobiven kontaktom sa samo jednom agencijom. | 2018: 2,36 2020: 2,67 |
| Kulturne i društvene norme | Nacionalna kultura naglašava odgovornost koju ima pojedinac (prije nego kolektiv) za upravljanje vlastitim životom | 2018: 2,5 2019: 2,61 |
| Kulturne i društvene norme | Nacionalna kultura potiče poduzetničko preuzimanje rizika. | 2019: 2,61 2021: 2,81 |
| Kulturne i društvene norme | Nacionalna kultura visoko podržava uspjeh pojedinca ostvaren kroz osobni rad i napor. | 2021: 3,03 |
| Transfer istraživanja i razvoja | Znanja o novoj tehnologiji, znanstvenim dostignućima i ostala znanja se efikasno prenose iz sveučilišnih i javnih istraživačkih centara na nova i rastuća poduzeća. | 2019: 2,44 2020: 2,64 |
| Transfer istraživanja i razvoja | Nova i rastuća poduzeća si mogu priuštiti najnoviju tehnologiju. | 2019: 2,58 2021: 2,89 |
| Transfer istraživanja i razvoja | Nova i rastuća poduzeća imaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao i velika poduzeća. | 2020: 2,64 |
| Otvorenost tržišta – barijere ulaska | Nova i rastuća poduzeća imaju dovoljno novaca za probijanje barijera pri ulasku na tržište. | 2020: 2,89 |
| Financijska potpora | Izvori ulaganja poput inicijalne javne ponude dionica za nova i rastuća poduzeća. | 2021: 2,97 |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2021:86

Pri analiziranju utjecaja poduzetničkog konteksta na poduzetničku aktivnost u pojedinim zemljama nužna je i međunarodna usporedba koja ukazuje na mogućnost kvalitativnih promjena u onim zemljama u kojima su pokazatelji slabi. U evaluaciji snage poduzetničke okoline sudjelovale su 54 zemlje.

Tablica 10. NECI indeks

| Godina | Hrvatska | EU | | Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg dohotka po stanovniku | |
|--------|----------|------------------------|-----------------|--|-----------------|
| | | Prosjeak/Najviši | Rang Hrvatske** | Prosjeak/Najviši | Rang Hrvatske** |
| 2019. | 3,6 | 4,6/ 6,0 Nizozemska | 17/17 | 4,8/ 6,1 Švicarska | 32/33 |
| 2020. | 3,7 | 4,6/ 6,3 Nizozemska | 14/14 | 4,9/ 6,3 Nizozemska | 29/30 |
| 2021. | 3,9 | 4,9/6,3 Nizozemska | 19/19 | 5,05/ 6,8 UAE | 32/32 |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman 2021:71.

U Tablici 10. dan je pregled usporedbe Hrvatske i zemalja EU i njihove poduzetničke okoline. Hrvatska s NECI indeksom 3,6-3,9 u promatranome razdoblju ima najlošije rezultate. Zemlje koje imaju viši NECI indeks za poduzetničku okolinu imaju i veću kvalitetu poduzetničke aktivnosti. S indeksom 3,9 Hrvatska je prema ovom istraživanju najlošija.

Tablica 11. Najbolje ocijenjene komponente poduzetničke okoline u grupi zemalja EU

| | | Prosječne ocjene |
|--|------------|------------------|
| | | 2021 |
| Dostatnost financijskih sredstava | Finska | 7,08 |
| Lakoća dobivanja | Finska | 6,58 |
| Vladine politike - prioriteti, podrška | Francuska | 6,26 |
| Vladine politike - porezi i regulativa | Nizozemska | 6,78 |
| Vladini programi | Nizozemska | 6,43 |
| Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje | Finska | 6,1 |
| Poduzetničko obrazovanje - tercijarno | Nizozemska | 6,07 |
| Transfer istraživanja i razvoja | Finska | 5,95 |
| Profesionalna i komercijalna infrastruktura | Finska | 6,86 |
| Otvorenost tržišta - dinamika promjena | Poljska | 6,28 |
| Otvorenost tržišta - barijere ulaska | Nizozemska | 6,47 |
| Fizička infrastruktura | Finska | 8,24 |
| Kulturne i društvene norme | Nizozemska | 6,71 |

Izvor: Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman, 2021:88

Vođeni tezom da u svakom trenutku postoji mjesto za napredak te težnji države za kontinuiranim napretkom izrađena je tablica vrijednosti najbolje ocijenjenih komponenti država koje su sudjelovale u GEM istraživanju 2021. te je okvir prema kojemu bi se države, uključujući i Hrvatsku trebale voditi.

U tablici 11. su predstavljene komponente poduzetničke okoline. Sukladno tome vidimo kako Finska prednjači u 6 komponenti, slijedi ju Nizozemska sa 5. Finska je primjer države u kojoj je usklađenost komponenti na visokoj razini te je ona glavni preduvjet za iznimnu učinkovitost poduzetničke okoline.

4. Zaključak

Poduzetništvo je jedan od temelja razvoja ekonomije i društva u cjelini i ovisi o političkom, gospodarskom, pravnom i socio-kulturnom okruženju u kojemu se poduzetničke aktivnosti odvijaju.

U Hrvatskoj su provedena brojna istraživanja vezana uz poduzetnički kapacitet. U ovome radu prikazana su samo neka od njih. Među njima valja istaknuti Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje, najveće svjetsko istraživanje poduzetničkih aktivnosti i okoline u kojoj se one odvijaju tj. poduzetničkog kapaciteta, a u kojemu Hrvatska sudjeluje od 2002. godine. Ovo istraživanje ukazalo je na obrasce ponašanja i smjerove kretanja poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj, kao i njihovo uspoređivanje sa zemljama EU i zemljama čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada. Uvođenjem novog indeksa - Entrepreneurial Ecosystem Composite Index (EECI), omogućeno je u 2018. godini i sustavno praćenje i uspoređivanje na razini hrvatskih regija.

Rezultati do koji se došlo tijekom ovoga istraživanja, a koji se odnose na individualne atribute i društvene vrijednosti, poduzetničke aktivnosti i njihovu rasprostranjenost te na poduzetničku okolinu dani su u poglavljima 3.1.1 do 3.1.4 ovoga rada.

Rezultati GEM istraživanja u Hrvatskoj 2021. pokazali su visoku razinu pozitivnog razmišljanja ispitanika o vlastitim vještinama potrebnim za pokretanje poduzetničkih aktivnosti, relativno izjednačenu razinu uočavanja prilika u okolini sa zemljama EU i prilično visoku razinu namjera da se one poduzmu, najvećim dijelom ne zbog nedostatka drugih mogućnosti, zbog nužde. Za ispitanike u Hrvatskoj poduzetnička karijera je dobra, ali smatraju da društveni status poduzetnika nije visok i da im mediji ne pridaju dovoljno pažnje. Navedene tvrdnje govore u prilog tome da se poduzetničke aktivnosti smanjeno ili na neadekvatan način ostvaruju u poduzetničkoj okolini što doprinosi smanjenju poduzetničkog kapaciteta Hrvatske.

Vezano uz poduzetničke aktivnosti rezultati istraživanja pokazali su da je pokretanje novih poduzetničkih aktivnosti ispod prosjeka ili neznatno iznad prosjeka EU te se aktivnosti pokreću više zbog nužde nego zbog uočene prilike. Broj "odraslih poduzeća" koja čine temelj gospodarskog kapaciteta iznosi 57% u odnosu na europski prosjek, a broj ugašenih poduzeća je u razini europskog prosjeka. Gotovo nepostojeća prodaja poduzeća kao razlog izlaska iz poduzetničke aktivnosti ukazuje na administrativnu nereguliranost i nedostatak institucionalne podrške. Navedeni pokazatelji ukazuju na to da Hrvatska ima nisku stopu obnavljanja poduzetničkog kapaciteta. U razdoblju od 2019. do 2021. godine broj brzorastućih poduzeća kao i stopa zaposlenosti su stagnirali ili bili u vrlo blagom rastu, manje nego u ostalim

zemljama, izražavali optimizam vezan uz zapošljavanje novih djelatnika. Ovaj optimizam smanjio se u 2020. godini. Hrvatski poduzetnici ulažu znatna financijska sredstva u tehnološku opremljenost svojih poduzeća, zaposlenici pokazuju veću poduzetničku aktivnost nego u drugim europskim zemljama, ali novih je proizvoda je relativno malo. Nesuglasje među navedenim rezultatima istraživanja ukazuje na to da poduzetnički kapacitet djelatnika nije prepoznat te otvara pitanje opravdanosti ulaganja u tehnološku opremljenost poduzeća.

Rezultati GEM istraživanja vezani uz poduzetničku demografiju pokazali su da su osobe najsklonije poduzimati poduzetničke aktivnosti u dobi od 18. do 25. i od 35. do 44. godine. Viša razina obrazovanja veže se uz poduzimanje većeg broja poduzetničkih aktivnosti. U Hrvatskoj se najviše poduzetničkih aktivnosti pokreće u sektoru usluga. Rangiranje hrvatskih regija prema stupnju razvijenosti poduzetničkog kapaciteta je sljedeće: Istra, Sjeverna Hrvatska, Zagreb i okolica, Primorje i Gorski Kotar, Dalmacija, Slavonija i Baranja i Lika i Banovina

Rezultati do kojih je došlo GEM istraživanje pokazuju da u Hrvatskoj poduzetnička okolina više ograničava nego što potiče poduzetničku aktivnost.

Otvorenost tržišta, vezano uz dinamiku promjena, i fizičku infrastrukturu potiču poduzetničku aktivnost. Osim toga, stavovi ispitanika pokazuju da su novim i rastućim poduzećima dostupne vrlo dobre bankarske usluge i kreditni izvori, kao i vladini poticaji te da postoji dovoljan broj konzultanata.

Poduzetničku aktivnost ograničavaju pristup novcima, vladine politike i programi tj. regulatorni okvir i organizacija javne uprave, kvaliteta formalnog obrazovanja za poduzetničke kompetencije i kvaliteta profesionalnih usluga potrebnih poduzetnicima, tranzicija istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost tržišta, vezano uz barijere ulaska te kulturne i društvene norme. Kvaliteta pojedinih komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj znatno je niža od velikog broja uspoređivanih zemalja pa tako i od europskog prosjeka.

U okviru GEM istraživanja i u prijašnjim razdobljima izrađivale su se preporuke za pojedince kao nositelje poduzetničke aktivnosti i institucije koje osiguravaju adekvatnu poduzetničku okolinu. Ove preporuke ukazivale su na to kako u budućnosti djelovati na loše obrasce ponašanja i trendove iz negativnog smjera ili stagnacije pokrenuti u pozitivnom smjeru.

Većina preporuka koje su dane u ovom istraživanju odnose se na probleme koji su primijećeni i u prijašnjim razdobljima, prvenstveno se odnose na poduzetničku okolinu, te je istaknuto kako je potrebno postići društveni konsensus i početi s njihovim rješavanjem. Društveni konsensus treba biti postignut između ministarstava, obrazovnih institucija na svim razinama, znanstvenih institucija, pravosuđa, financijskih institucija, medija tj. svih onih koji

sudjeluju u kreiranju poduzetničke okoline. Od iznimne je važnosti postići ravnomjernu rasprostranjenost među pojedinim regijama i sektorima gospodarstva te u odnosu na rodnost, dob i spol. Vladine strategije, politike i programi moraju osigurati rješavanje navedenih problema, a osobitu je pozornost potrebno posvetiti ojačavanju državnog fonda rizičnog kapitala, vladinim mjerama oporavka od pandemije COVID-19 te osigurati porezne olakšice. Kvaliteta javne uprave mora biti značajno unaprijeđena. Za one koji ulaze u poduzetničke aktivnosti potrebno je osigurati profesionalnu infrastrukturu i izraditi okvir kojim će se pratiti aktivnosti malih i srednjih poduzeća. U okviru formalnog obrazovanja potrebno je razvijati poduzetničke kompetencije. Kako bi se povećala konkurentnost nužno je daljnje jačanje inovativnosti iako u promatranome razdoblju od 2019. do 2021. Hrvatska pripada okviru Europskog prosjeka. U ovakve aktivnosti nužno je uključiti medije koji kontinuirano moraju raditi na promoviranju uspješnih poduzetničkih pothvata

U trenutku pisanja ovoga rada i uzevši u obzir 2020. godinu jasno je kako Republika Hrvatska je zahvaćena brojnim negativnim aspektima pandemije COVID-19, međutim pravovremene i učestale intervencije države iznimno su pomogle prebroditi krizu te na razini prosjeka zemalja EU po gospodarskim indeksima reagirala primjereno.

Literatura

- Alpeza, M., Sertić, M., Delić, A., Popović, T., Jurić, P., Novosel M., Peterka, S., Perić, J., Petričević, T., Banović, R., Vučković, V., Križanović, K., Kuček, S., Oberman, M. i Has, M. (2021) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021 : uključujući rezultate GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2021. godinu. Zagreb : CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2022/06/GEM-publikacija-2021-WEB.pdf> [pristupljeno: 29. lipnja 2022]
- Anić, V. (2006). Veliki rječnik hrvatskog jezika, Znanje d.o.o., Zagreb
- Dollinger, M. J. (2002). Entrepreneurship: Strategies and Resources. New Jersey: Prentice Hall.
- Dračić, I. (2012). Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, HZZ, Varaždin
- Zubak, D., Hanzl. Ž., - Hrvatska gospodarska komora – Gospodarska kretanja 2021, str. 13-19 Dostupno na : <https://www.hgk.hr/documents/gospodarskakretanja091021kor0161f3b4a8386be.pdf> [pristupljeno: 30. lipnja 2022.]
- Knežević, D., Žiljak, N. (2018). Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s odabranim zemljama svijeta, Obrazovanje za poduzetništvo, 8(2), str. 179-189. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/213877> [pristupljeno: 30. lipnja 2022]
- Kovačić, B. (2018). Analiza hrvatskog gospodarstva u 2017. godini. Bisnode. Dostupno na: <https://www.bisnode.hr/znanja-misli/nase-misli-znanje/analiza-hrvatskog-gospodarstva-u-2017-godini/> [pristupljeno: 30. lipnja 2022]
- Kružić, D. (2007) Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, 16 (2), str. 167-192
- Lukić, I., Petričević, T., Ferk, M., Zoretić G., Čizmek Vujnović, O., Vujnović, T., Horbec, G., Magzan, M., Kamenov, Ž. (2014). Poduzetništvo, EBIZ d.o.o. Zagreb
- Narodne novine, br. 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2011). Ekonomija. Zagreb: Mate; Zagrebačka škola ekonomije i managementa
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. i Oberman Peterka, S. (2021) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? : GEM Hrvatska 2021. Zagreb : CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2022/06/GEM-publikacija-2021-WEB.pdf> [pristupljeno: 30. lipnja 2022]
- https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/bd_9pm_r2/default/table?lang=en, [pristupljeno: 10. kolovoza. lipnja 2022]
- Zubak, D., Hanzl. Ž., Hrvatska gospodarska komora – Gospodarska kretanja 2022, str. 4-8 Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/gospodarskakretanja010222www623c503a2692b.pdf> [pristupljeno: 9. kolovoza 2022.]
- Azoulay, P., Jones. B., Kim. J., Miranda. J., (2018.) Age and High-Growth Entrepreneurship, str. 27-28. Dostupno na https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24489/w24489.pdf

[pristupljeno: 9. kolovoza 2022.]

Popis slika

| | |
|---|---|
| SLIKA 1. PROCES PODUZETNIČKOG POTHVATA..... | 4 |
|---|---|

Popis tablica

| | |
|---|----|
| TABLICA 1. DEFINIRANJE PODUZETNIŠTVA KROZ POVIJEST | 2 |
| TABLICA 2. OBLICI TRADICIONALNOG PODUZETNIŠTVA | 4 |
| TABLICA 3. USPOREDNI PRIKAZ BROJA MIKRO I MALIH TE SREDNJIH PODUZEĆA, BROJA ZAPOSLENIH I PROSJEČNOG BROJA ZAPOSLENIH U MIKRO, MALIM I SREDNJIH PODUZEĆIMA HRVATSKOJ ZA PERIOD OD 2016. DO 2020.. | 5 |
| TABLICA 4. DEFINICIJE GEM INDIKATORA..... | 11 |
| TABLICA 5. IZLAZAK IZ POSLOVNE AKTIVNOSTI | 16 |
| TABLICA 6. REGIONALNA DIMENZIJA PODUZETNIČKOG KAPACITETA HRVATSKE – TEA INDEKSI, % OD ODRASLE POPULACIJE..... | 19 |
| TABLICA 7. PERCEPCIJA KVALITETE PODUZETNIČKE OKOLINE U HRVATSKOJ20 | |
| TABLICA 8. NAJVIŠE OCIJENJENE TVRDNJE O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2019.-2021. | 22 |
| TABLICA 9. NAJNIŽE OCIJENJENE TVRDNJE O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2019.-2021. | 23 |
| TABLICA 10. NECI INDEKS..... | 24 |
| TABLICA 11. NAJBOLJE OCIJENJENE KOMPONENTE PODUZETNIČKE OKOLINE U GRUPI ZEMALJA EU | 24 |