

Hrvatska (ne) poduzetna zemlja

Strupar, Tena

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:145:943308>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (Poslovna informatika)

Tena Strupar

Hrvatska (ne) poduzetna zemlja

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (Poslovna informatika)

Tena Strupar

Hrvatska (ne) poduzetna zemlja

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010226260

e-mail: tena.strupar@gmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc. Julia Perić

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study (Business informatics)

Tena Strupar

Croatia (non)entrepreneurial country

Final thesis

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 (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) 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/studentice:

JMBAG:

OIB:

e-mail za kontakt:

Naziv studija:

Naslov rada:

Mentor/mentorica rada:

U Osijeku, 16.09.2022. godine

Potpis Tena Strupar

Hrvatska (ne) poduzetna zemlja

SAŽETAK

U svakoj državi poduzetništvo je jedan od najbitnijih pokazatelja uspješnosti gospodarstva i razvijenosti te zemlje. Zemlje koje su svjesne važnosti poduzetništva djeluju na stvaranju poslovnog i regulatornog okruženja koje će poticati razvoj poduzetničkih aktivnosti i inovacija, a posljedično time utjecati i na zaposlenost, konkurentsku prednost i održivi ekonomski i gospodarski razvoj. Na značaj poduzetništva ukazuje veliki broj različitih istraživanja. Jedan od najznačajnijih je najveće međunarodno istraživanje o poduzetništvu *Global Entrepreneurship monitor* (GEM) koje ne samo da uspoređuje razinu poduzetničkih aktivnosti među zemljama nego donosi i preporuke za razvoj poduzetničke okoline koja može utjecati na povećanje te razine. Svrha rada je sagledati razinu poduzetničke aktivnosti na razini Europske unije s posebnim naglaskom na Hrvatsku te analizirati rezultate GEM istraživanja, istraživanja Instituta za poduzetništvo i razvoj (*Global Entrepreneurship Development Index – GEDI*) kao i rezultate Izvještaja o malim i srednjim poduzećima koje svake godine objavljuje Centar za politiku i razvoj malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR). Ovaj rad objašnjava značenje pojma poduzetna zemlja i daje uvid u to što to neku zemlju čini poduzetnom, što je motivacija za pokretanjem poduzetničkih pothvata te koji utjecaj mogu imati vladine mjere na poduzetnost i konkurentnost zemlje.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetna zemlja, GEM istraživanje, GEDI istraživanje, Istraživanje o malim i srednji poduzećima

Croatia (non)entrepreneurial country

ABSTRACT

In every country, entrepreneurship is one of the most important indicators of the success of the economy and the development of that country. Countries that are aware of the importance of entrepreneurship work to create a business and regulatory environment that will encourage the development of entrepreneurial activities and innovations, and consequently affect employment, competitive advantage and sustainable economic and economic development. A large number of different studies point to the importance of entrepreneurship. One of the most significant is the largest international research on entrepreneurship, the Global Entrepreneurship monitor (GEM), which not only compares the level of entrepreneurial activities among countries, but also makes recommendations for the development of the entrepreneurial environment that can influence the increase of that level. The purpose of the paper is to review the level of entrepreneurial activity at the level of the European Union, with a special emphasis on Croatia, and to analyze the results of the GEM research, the research of the Institute for Entrepreneurship and Development (Global Entrepreneurship Development Index - GEDI), as well as the results of the Report on Small and Medium Enterprises, which is published every year by the Center for policy and development of small and medium enterprises and entrepreneurship (CEPOR). This paper explains the meaning of the term entrepreneurial country and provides an insight into what makes a country entrepreneurial, what is the motivation for starting entrepreneurial ventures, and what impact government measures can have on the country's entrepreneurship and competitiveness.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial country, GEM research, GEDI research, Research on small and medium enterprises

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. METODOLOGIJA RADA	2
3. ŠTO ZNAČI BITI PODUZETNA ZEMLJA?	3
3.1. Poduzetnost pojedinaca	4
3.2. Poduzetništvo u funkciji pokretanja poslovnog pothvata	5
3.2.1. Međunarodna istraživanja o poduzetničkim aktivnostima	6
3.2.1.1. GEM istraživanje	6
3.2.1.2. GEDI istraživanje	8
3.2.2. Odrednice poduzetničkog djelovanja	10
3.2.2.1. Indikatori poduzetničkih aktivnosti	11
3.2.3. Poduzetnički ekosustav	13
4. HRVATSKA KAO (NE) PODUZETNA ZEMLJA	15
4.1. Odluka i motivacija za pokretanje poduzetničkih pothvata	15
4.2. Poduzetnička aktivnost velikih poduzeća	16
4.3. Poduzetnički eko sustav u Hrvatskoj	17
4.4. Usporedba Hrvatske s ostalim zemljama u regiji	18
4.5. Utjecaj pandemije uzrokovane COVID-19 virusom na poduzetničku aktivnost	21
5. ZAKLJUČAK	23
Literatura	24
Popis tablica	26

1. UVOD

Poduzetništvo kao pojam ima danas jako puno značenja i definicija te se može gledati s različitih aspekata. Poduzetništvo jedan od najbitnijih pokazatelja uspješnosti gospodarstva i uspješnosti neke zemlje. Uspješnost poduzetničkih aktivnosti u nekoj zemlji važno je za gospodarstvo te zemlje jer omogućuje inovacije i konkurentnost. . Cilj rada je istražiti što točno neku zemlju čini poduzetnom zemljom te analizom dva najveća istraživanja o poduzetništvu, *Global entrepreneurship Monitor-a* (GEM) i istraživanja GEDI instituta (Global Entrepreneurship and Development Institute). Obzirom da je u fokusu Republika Hrvatska za potrebe rada koristit će se podaci i Izvješća o malim i srednjim poduzećima. Nakon uvoda i metodologije rada treće poglavlje daje pregled teorije i istraživanja s fokusom na poduzetništvo, poduzetničke pothvate i odrednice poduzetničkog djelovanja. Četvrto poglavlje stavlja fokus na Hrvatsku te istražuje odrednice poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj kao i poduzetnički ekosustav. Obzirom na situaciju u kojoj se cijeli svijet našao zadnje dvije godine, u tom poglavlju istražiti će se i utjecaj pandemije uzrokovane virusom Covid-19 koji je početkom 2020. u značajnoj mjeri promijenio dotadašnje načine poslovanja. Rad završava zaključkom i popisom literature

2. METODOLOGIJA RADA

Završni rad pregledom znanstvene i stručne literature odgovara na pitanje što utječe na poduzetništvo i razvoj poduzetnosti u Hrvatskoj. Znanstvena literatura je korištena za pojašnjavanje glavnih pojmova vezanih uz temu rada (poduzetništvo, poduzetnički ekosustav, pokretanje poduzetničkih pothvata), dok su glavni izvor stručne literature GEM publikacija iz 2018. i 2021. godine, GEDI publikacija iz 2010. godine te Izvješće o malim i srednjim poduzećima iz 2020. godine. Prikupljeni podaci su se analizirali, objasnili i usporedili korištenjem metoda analize, deskripcije i komparacije. Deduktivnim načinom zaključivanja donijeli su se pojedinačni zaključci o utjecaju poduzetništva i poduzetničkog ekosustava na ekonomski i društveni razvoj Republike Hrvatske.

3. ŠTO ZNAČI BITI PODUZETNA ZEMLJA?

Biti poduzetna zemlja znači imati visoku razinu poduzetničke aktivnosti i podržavajuću okolinu koja potiče poduzetničko promišljanje i inovativnost. Iako se poduzetnost najčešće poistovjećuje s pokretanjem poduzetničkog pothvata, zemlje koje svoj gospodarski razvoj temelje na konkurentnosti znaju da moraju poticati poduzetnost kroz proaktivnost i preuzimanje odgovornosti i svih drugih svojih građana koji ne žele biti poduzetnici u najužem smislu riječi. Naravno, veći broj poduzetnika, posebice onih koji su svoj pothvat pokrenuli iz uočene prilike, znači i veću konkurentnost te brži rast i razvoj gospodarstva.

Poduzetništvo se može protumačiti kao proces stvaranja nečeg novog i inovativnog te za uloženi trud poduzetnik je nagrađen nagradama poput profita, statusa u društvu, novim iskustvom i znanjem. Iako se, kada je riječ o poduzetništvu, ono najčešće definira kao pokretanje poslovnog pothvata, postoje i druge definicije koje na širi način objašnjavaju ovaj pojam. Širi smisao poduzetništva je svaka aktivnost koja uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, razumno preuzimanje rizika, odgovornost, samostalnost i dr., a uži smisao poduzetništva je proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika. (Šipić, Najdanović, 2012.)

Šipić i Najdanović (2012) navode kako je poduzetništvo i u svom širem i u svom užem obliku predstavlja značajan oblik razmišljanja i djelovanja usmjeren prema razvoju inovacija i poticanju konkurentnosti i svaka zemlja koja to prepoznaje potiče svoje građane da budu proaktivni bez obzira žele li pokrenuti poslovni pothvat ili raditi u različitim organizacijama. Proaktivnost znači da osoba preuzima odgovornost za svoj život i da uspješno prevladava značajan dio prepreka s kojima se suočava. Osim toga, za percepciju i imidž poduzetništva, poduzetne zemlje razumiju važnost usklađene i konzistentne vladine politike usmjerene prema stvaranju okruženja koje će, kroz obrazovanje, istraživanje, nove tehnologije i inovativna rješenja poticati pokretanje poduzetničkih pothvata pojedinaca i razvoj poduzetničkog načina razmišljanja svih građana bez obzira u kojoj djelatnosti i vrsti organizacije žele graditi svoju profesionalnu karijeru.

3.1. Poduzetnost pojedinaca

Poduzetništvo, kao što je navedeno, nije samo i isključivo pokretanje poduzetničkog pothvata. U najširem smislu tog pojma poduzetništvo predstavlja kompetenciju odnosno proaktivan način promišljanja i djelovanja potreban svakom pojedincu u svakom aspektu života. To je prepoznala i Europska unija pa je 2006 godine poduzetništvo uvrstila pod 8 ključnih kompetencija za cjeloživotno učenje (Pavić, 2004.):

1. Komunikacija na materinom jeziku
2. Komunikacija na stranim jezicima
3. Matematička kompetencija i osnovne kompetencije u prirodoslovlju i tehnologiji
4. Digitalna kompetencija
5. Učiti kako se uči
6. Međuljudska i građanska kompetencija
7. Poduzetništvo
8. Kulturno izražavanje

Tih 8 kompetencija važne su za sve aspekte života i u gotovo svim zanimanjima.. Poduzetništvo, odnosno poduzetnost i inovativnost znači preuzimanje odgovornosti za svoj život i sposobnost pojedinca da iskoristi prilike u okruženju, ostvari zacrtane ciljeve i unaprijedi kvalitetu ne samo svog života nego i života drugih u svom okruženju. Razvoj svijesti o poduzetništvu kao kompetenciju dovela je do razvoja poduzetničkog obrazovanja.

„Postoje dva koncepta obrazovanja za poduzetništvo: širi i uži. U Strategiji učenja za poduzetništvo (2010) širi koncept obrazovanja za poduzetništvo je u funkciji razvijanja poduzetničkih sklonosti, vještina i sposobnosti, što uključuje i razvoj određenih odlika osobnosti poput stvaralaštva, inicijativnosti, samostalnosti, odgovornosti i drugih kvaliteta, te usvajanja osnovnih ekonomskih koncepata. Uži je koncept obrazovanja i osposobljavanja za poduzetništvo u funkciji pokretanja poslovnih subjekata i upravljanja njima.“ (Novaković, 2011.)

Jedna od alata za unapređenje poduzetničkog kapaciteta europskih građana i organizacija, kao i za uspostavljanje jače veze između obrazovanja i tržišta rada je i Europski okvir

poduzetničkih kompetencija (EntreComp)¹. EntreComp okvir definira tri međusobno povezana područja kompetencija: „Ideje i mogućnosti“, „Resursi“ i „Djelovanje“. Svako od ovih područja sadrži 5 kompetencija koje razvijaju poduzetnički način promišljanja i djelovanja.

„Poduzetnički duh trebamo svi, bez obzira jesmo li poduzetnici ili ne, jer nam poduzetnički duh omogućava poduzimati i djelovati u životu, za razliku od samo učiti i sanjariti. Bez pravog poduzimanja nema napretka, nema ostvarivanja blagostanja. Sva znanja svijeta nam ništa ne vrijede ako ih ne primijenimo u praksi, ako ne poduzimamo sve što je potrebno da bismo znanje pretvorili u imanje i blagostanje. „(Životna škola, 2009.)

Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. (Škrtić, 2006.) Najčešće osobine koje čine uspješnog poduzetnika su želja za odgovornošću, spremnost na umjereni rizik, povjerenje u svoju sposobnost za uspjeh, želja za brzom reakcijom, visoka razina energije, orijentacija ka budućnosti, vještina u organiziranju, te želja za uspjehom iznad novca. (Šipić, 2012.)

3.2. Poduzetništvo u funkciji pokretanja poslovnog pothvata

Fokus ovog rada je poduzetništvo u njegovom najužem obliku – pokretanje poslovnog pothvata. Za pokretanje poslovnog pothvata potrebno je puno više od same ideje iako je to primarna stavka koja pokreće osobu za poduzetnički pothvat. No, iako je ideja bitna, bez poslovne prilike, tima (kao skupine ljudi s različitim kompetencijama i znanjima) i resursa (novac, tehnologija, ljudi) teško će se sama ideja pretvoriti u uspješan poduzetnički pothvat. Najuspješniji poduzetnički pothvati se ostvaruju kada poduzetnik posjeduje sve nabrojene stavke. No uspjeh poduzetničkih pothvata ne ovisi samo i isključivo o poduzetniku, njegovog timu i resursima koje posjeduje. Okolina u kojoj poduzetnik želi pokrenuti i razvijati svoj pothvat, iako nije presudna, itekako ima utjecaj na njegov uspjeh. U nastavku će se analizirati rezultati različitih međunarodnih istraživanja čiji podaci govore o utjecaju poduzetničke aktivnosti na gospodarski razvoj zemlje, ali i o ulozi vlada u kreiranju poduzetničke okoline.

¹ <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>

3.2.1. Međunarodna istraživanja o poduzetničkim aktivnostima

Postoji veliki broj istraživanja o poduzetništvu i utjecaju poduzetništva na održivi ekonomski i društveni razvoj no za potrebe rada fokus će biti stavljen na dva istraživanja - GEM istraživanje i GEDI istraživanje.

3.2.1.1. GEM istraživanje

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) istraživanje bavi se promatranjem poduzetničkih aktivnosti u nekoj državi, te uspoređuje utjecaj poduzetništva na društvo kroz godine koje se provelo istraživanje (od 1999. do 2021.). GEM istraživanje pokrenuto je 1999. godine od strane deset najrazvijenijih zemalja kojeg vode istraživači sa London Business School (UK) i Babson College (SAD). Glavni ciljevi koje GEM istraživanje želi ostvariti su (Singer i sur. 2018):

- ✓ Otkrivanje faktora koji utječu (stimulirajuće ili ograničavajuće) na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti neke zemlje
- ✓ Mjerenje razlika u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima, te kvalitete poduzetničke okoline unutar koje se obavlja poduzetnička aktivnost
- ✓ Otkrivanje implikacija vladinih politika na kapacitet poduzetništva i utjecaja poduzetništva na razvojne procese, te izgradnja platforme spoznaja za oblikovanje politika temeljenih na činjenicama koje mogu poboljšavati razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji.

Za ostvarenje ciljeva GEM istraživanja, potrebno je odgovoriti na dva pitanja (Singer i sur. 2018.):

- ✓ Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ukupnim društveno-ekonomskim rastom neke zemlje?

- ✓ Što vlade mogu činiti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja u zemlji, posebno kroz djelovanje na pojedine komponente poduzetničke okoline, kao što su obrazovanje, inovativna aktivnost, regulatorni okvir, porezna politika

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveća je svjetska i najdugovječnija studija o poduzetnicima i poduzetničkim pothvatima. GEM definira poduzetništvo kao čin pokretanja i vođenja novog posla. GEM istraživanje prati poduzetničke pothvate u odabranim državama, promatraju se ljudi s intencijama pokretanja poslovnog pothvata, rast postojećih poduzeća te se međusobno uspoređuju i mjere utjecaja različitih komponenata na razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji. Podaci prikupljeni u GEM istraživanju dobiveni su anketiranjem slučajnog uzorka od najmanje 2000 osoba u dobi od 18-64 godine (eng. APS - Adult Population Survey). Komponente koje se mjere istraživanjem su percepcija društvenih vrijednosti fokusiranih na poduzetništvo, percepcija o prilikama, poduzetničke namjere, otvaranje i rast poduzetničkih pothvata, te izlasci iz poduzetničkih aktivnosti. U 2018. godini u GEM istraživanju sudjelovalo je 48 zemalja, koje čine 66% svjetskog stanovništva i 85,8% svjetskog bruto domaćeg proizvoda, dok u 2021. godini u istraživanju je sudjelovalo 50 zemalja. (Singer i sur., 2018.) Radi standardizacije međunarodne usporedbe u istraživanju koriste se dva kriterija geografski i razvojni kriterij. Promatrane zemlje nisu na istom kontinentu te nemaju istu gospodarsku strukturu i podlogu za iste poduzetničke aktivnosti (primjerice, istraživanje poduzetničke aktivnosti Madagaskara i Njemačke) stoga je važno standardizirati podatke prema navedenim kriterijima. Bez obzira na razvojnu nejednakost ovo istraživanje kroz usporedbu među zemljama itekako može pomoći manje razvijenim zemljama da sagledaju načine na koje razvijene zemlje pristupaju poticanju poduzetničkih aktivnosti, ali i kako odgovaraju na vanjske utjecaje, poput pandemije uzrokovane virusom COVID-19 koja je 2020. godine zahvatila cijeli svijet i sva gospodarstva. Poduzetništvo, upravo u ovakvim situacijama, ima ključnu ulogu, generirajući radna mjesta, prihode i dodanu vrijednost društvu koji su potrebni za oporavak gospodarstava. Dok su mnoga poduzeća zbog pandemije morala zatvoriti ili smanjiti razinu svojih poslovanja neki poduzetnici su uspjeli prepoznati potrebe i iskoristiti prilike (proizvodnje maski za lice, dezinficijensa ili online kupnje životnih namirnica).

No na rast razine poduzetničke aktivnosti u značajnoj mjeri utječe i poduzetnička okolina. U GEM istraživanju, kroz stručnu ocjenu eksperata, procjenjuje se i kvaliteta poduzetničkog okruženja i razina interakcije poduzetnika sa poduzetničkom okolinom.. Komponente tog poduzetničkog okruženja, koje ocjenjuju eksperti, su pristup novcima, vladine politike prema

poduzetništvu, vladini programi za poduzetništvo, obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost domaćeg tržišta, fizička infrastruktura te kulturne i društvene norme.

3.2.1.2. GEDI istraživanje

Globalni indeks poduzetništva i razvoja (GEDI) predstavlja koristan alat za analizu usmjerenu na politiku, jer omogućuje određivanje ukupne poduzetničke uspješnosti zemlje.

Kako navode Acs i Szerb (2010) u svom radu sva izrada indeksa trebala bi početi s definicijom. Iako je generalno prihvaćena definicija poduzetništva oskudna, opće je prihvaćeno da koncept poduzetništva ima mnogo dimenzija. Neke od najčešćih obilježja koja možemo iščitati iz raznih definicija su preuzimanje rizika, prepoznavanje prilika, motivacija i eksploatacija inovacija. Osim navedenog, drugi se fokusiraju na rezultate ili učinak kojem doprinosi poduzetništvo, poput stvaranja novih vrijednosti, učinaka prelijevanja ili ekonomije visokog rasta. Shane i Venkataraman (2000) umjesto specifične definicije, nude konceptualni okvir koji opisuje distinktivnu domenu poduzetničkog istraživanja.

GEDI je prva složena, sustavno utemeljena, sveobuhvatna mjera poduzetništva koja se temelji na tri pod indeksa, četrnaest stupova i dvadeset osam varijabli. GEDI mjeri poduzetnički učinak jedne zemlje te je, kao istraživanje usporedivo s drugim zemljama i grupama zemalja, a promatra se tijekom određenog vremenskog perioda. Tri pod indeksa su **aktivnost, aspiracija i stav** te ta tri povezana indeksa u jedan stvaraju super indeks, a to jest GEDI indeks. Četrnaest stupova koji temelje GEDI indeks stvaraju individualne i institucionalne varijable koje međusobno utječu jedna na drugu, dvije spomenute od sveukupno dvadeset osam varijabli koje čine GEDI sve su međusobno povezane te imaju utjecaj jedna na drugu. Tako povezane varijable dovode do toga da GEDI daje posebne rezultate kao indeks te varijable određuju način, područje i prostor koji se istražuje. (Acs i Szerb, 2010.)

Analiza putem GEDI metodologije daje dubinski detaljan uvid u poduzetničke snage i slabosti određene zemlje. Nadalje, moguće je precizno odrediti indeks učinka na društvo na temelju individualne ili institucionalne komponente određenog stupa.

Dok su složeni pokazatelji GEDI indeksa postali popularni u mnogim područjima tijekom posljednja dva desetljeća, GEDI je prvi složeni indeks koji se fokusira na različite aspekte poduzetničkih pothvata, a ne na njihov broj.

GEDI metodologija prema Acs i Szerb (2010):

1. kombinira individualne i institucionalne varijable i
2. razmatra međuovisnosti sustava. Autori su za međuovisnost sustava razvili metodologiju Kazne za usko grlo (*Penalty for Bottleneck* PFB). Središnje načelo PFB-a je da izvedba sustava ovisi o najslabijoj karici. Stupovi s višim bodovanjem ne mogu pokazati svoj puni učinak na izvedbu sustava zbog uskog grla. Jedinственost ove metodologije je u tome što su elementi sustava samo djelomično zamjenjivi jedni s drugima.

Acs i Szerb (2010) su objasnili da je njihov cilj u izgradnji GEDI-ja bio pridonijeti razumijevanju gospodarskog razvoja pružanjem mjernog alata koji "hvata bit kontekstualnih značajki poduzetništva i ispunjava prazninu u mjeri razvoja.

Početni GEDI pokrivaio je 71 zemlju diljem svijeta i temeljio se na kvaliteti i kvantitetu procesa osnivanja poduzeća u tim zemljama te je osmišljen tako da uključi varijable na individualnoj i institucionalnoj razini.

U izvješću pripremljenom za Američku administraciju za mala poduzeća Acs i Szerb (2010) su objasnili da GEDI bilježi kontekstualne značajke poduzetništva fokusirajući se na tri široka područja navedena u njihovoj definiciji poduzetništva. Prvo područje obuhvaćaju poduzetnički stavovi, društveni temeljni stavovi prema poduzetništvu kroz obrazovanje i društvenu stabilnost. Drugo područje obuhvaća poduzetničku aktivnost koja se odnosi na poboljšanje kvalitete ljudskih resursa i tehnološke učinkovitosti. Treće područje predstavljaju poduzetničke težnje, usmjerenost na poduzetničke inovacije, poduzetništvo s velikim utjecajem na gospodarstvo i utjecaj poduzetništva na globalizaciju.

Prema Acs i Szerb (2010) GEDI je "super-indeks" temeljen na društvenim ocjenama na tri podindeksa koji mjere aktivnost, težnju i stavove:

- Pod indeks poduzetničkog stava ili "ATT" *entrepreneurial attitudes*, usredotočuje se na identificiranje i mjerenje "poduzetničkih stavova" povezanih s poduzetničkim ponašanjem u društvu. Među područjima interesa u vezi s ATT-om su potencijal za uočavanje novih poslovnih prilika, "strah od neuspjeha", "startup vještine" i osobne mreže. Acs i Szerb vjerovali su da će nekoliko institucionalnih čimbenika utjecati na ATT, uključujući veličinu tržišta, obrazovanje, poslovni rizik, korištenje interneta i kulturu.

- Podindeks poduzetničke aktivnosti ili “ACT” *entrepreneurial abilities* čini GEDI drugačijim od ostalih empirijskih mjera za istraživanje poduzetništva jer se fokusira na mjerenje “početne aktivnosti visokog potencijala rasta”. Među čimbenicima koji se uzimaju u obzir su „motivi pokretanja prilika“, sofisticiranost ili intenzitet uključene tehnologije, razina obrazovanja i jedinstvenost proizvoda/usluge. Acs i Szerb vjerovali su da relevantni institucionalni čimbenici koji se odnose na ACT uključuju jednostavnost poslovanja (naziva se "sloboda poslovanja"), dostupnost i apsorpciju najnovije tehnologije i razinu ljudskog razvoja (tj. obrazovanje i osposobljavanje).
- Podindeks poduzetničkih aspiracija, ili „ASP“ *entrepreneurial aspirations* odnosi se na ono što su Acs i Szerb nazvali „osobita, kvalitativna, strategija povezana priroda poduzetničke aktivnosti“ i uključuje „napore poduzetnika u ranoj fazi da uvede nove proizvode i usluge, razviti nove proizvodne procese, prodrijeti na strana tržišta, značajno povećati broj zaposlenih u tvrtki i financirati poslovanje formalnim ili neformalnim rizičnim kapitalom, ili oboje”.

Acs i Szerb (2010) zaključili su da kreatori javnih politika moraju poduzeti korake za jačanje institucija prije nego što se poduzetnički resursi neke zemlje mogu u potpunosti iskoristiti.

Na temelju načela najslabije karike, predstavlja se optimalna kombinacija politika za određenu državu koja uključuje osam stupova s najslabijim rezultatima. GEDI omogućuje izračunavanje načina na koji dodatni napori trebaju biti raspoređeni kako bi se osiguralo najveće povećanje poduzetničke uspješnosti.

Dok GEM i njegov glavni pokazatelj, indeks ukupne poduzetničke aktivnosti (TEA) pomažu objasniti kratkoročni gospodarski rast, GEDI se usredotočuje na vezu između poduzetništva i dugoročnog gospodarskog razvoja.

3.2.2. Odrednice poduzetničkog djelovanja

Odrednice ili indikatori poduzetničkih aktivnosti objašnjavaju ponašanje poduzetnika i poduzeća. Za različita područja istraživanja postoje zasebni indikatori, pa tako također postoje indikatori koji se samo odnose na poduzetništvo, pobliže na poduzetničku klimu. Različita

okruženja na različiti način djeluju na stvaranje poduzetničke klime. Na poduzetničku klimu, prema tome, utjecaj imaju političko, ekonomsko, pravno, te kulturno okruženje. Političko okruženje odnosi se na zakone koje propisuje država, ekonomsko okruženje na tržište i tržišna pravila, pravno regulira područja imovinskog prava, intelektualnog vlasništva, sigurnosti proizvoda, odgovornosti za proizvode, te ugovorne zakone, a kulturno okruženje označava što je popularno u pojedinoj državi te što u nekoj državi nije dopušteno.

3.2.2.1. Indikatori poduzetničkih aktivnosti

U sklopu GEM istraživanja razmatraju se sljedeći ključni indikatori: TEA indeks, stopa odraslih poduzeća, stopa prekida poslovanja, EEA indeks, SEA indeks, percepcija o kvaliteti poduzetničke okoline. (Singer i Sur., 2021.)

Ukupna rana poduzetnička aktivnost – *Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)*

TEA indeks ukazuje na 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. Kada se ovaj indikator promatra iz perspektive motivacije tada taj indeks nazivamo motivacijski indeks i on nam ukazuje na to koliko je poduzetnika početnika svoj pothvat pokrenulo iz uočene prilike, a koliko iz nužde, odnosno situacije u kojoj nisu imali izbora nego pokrenuti vlastiti pothvat (zbog gubitka posla, dugotrajne nezaposlenosti, čuvanja vlastite egzistencije i sl.). Motivacijski indeks izračunava se stavljanjem u omjer TEA priliku i TEA nuždu. Rezultati mogu biti veći ili manji od 1, ako je motivacijski indeks manji od 1 veći je broj onih koje je situacija natjerala na ulazak u poduzetnički aktivnost, a ako je motivacijski indeks veći od 1 veći je broj onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost iz uočene prilike.

U zadnje vrijeme sve se više u sklopu ovog indeksa promatra ***Social Entrepreneurial Activity (SEA)*** indeks. Ovaj indeks se odnosi na društveno poduzetništvo i poduzetnike koji pokreću

takozvana društvena poduzeća odnosno poduzetničke aktivnosti s ciljem rješavanja različitih društvenih problema.

Stopa „odraslih“ poduzeća

Pod odraslim poduzećima se podrazumijevaju sva ona poduzeća koja uspješno posluju i isplaćuju plaće zaposlenicima i vlasniku duže od 42 mjeseca, odnosno to su poduzeća koja su uspjela preživjeti prve tri godine poslovanja i sve izazove koje ih na samom početku njihova poslovanja očekuje. Ovaj indikator važan je jer ukazuje na to koliko poduzetničkih pothvata ima tendenciju rasta, a time i mogućnost generiranja inovacija, novih radnih mjesta te doprinosa gospodarskom rastu zemlje.

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.

Poduzetnička aktivnost zaposlenika - Entrepreneurial Employee Activity (EEA)

Postotak populacije od 18-64 godine starosti koji su kao zaposlenici uključeni u različite poduzetničke aktivnosti. EEA indeks se odnosi na sve proaktivne, poduzetne u inovativne zaposlenike koji unutar organizacija u kojima su zaposleni rade na razvoju novih proizvoda i/ili usluge, pokreću nove poslovne jedinice i bave se inovacijama,

Percepcija o kvaliteti poduzetničke okoline

Prosječna vrijednost ocjena eksperata o kvaliteti devet komponenti poduzetničke okoline, korištenjem Likertove skale od 1 (jako nezadovoljavajuće) do 9 (jako zadovoljavajuće) (Singer i Sur., 2018.):

- pristup novcima
- vladine politike prema poduzetništvu
- vladini programi za poduzetništvo
- poduzetničko obrazovanje
- transfer istraživanja i razvoja
- komercijalna i pravna infrastruktura
- otvorenost domaćeg tržišta
- fizička infrastruktura

- kulturne i društvene norme

3.2.3. Poduzetnički ekosustav

Stam i Spigel (2016) definiraju poduzetnički ekosustav kao skup međusobno povezanih sudionika i čimbenika koordiniranih i povezanih na takav način da omogućuju produktivno poduzetništvo na određenom teritoriju. Bakarić (2020) nam objašnjava da dobra poduzetnička okolina omogućava obnavljanje gospodarskog razvoja, blagostanja, društvenih promjena i inovacija što je razlog zbog čega bi gospodarstva trebala njegovati i razvijati svoj poduzetnički ekosustav kako bi držala korak sa današnjim svijetom i postala što uspješnija. Autorica napominje kako jejak poduzetnički sektor neophodan jer pomaže gospodarstvima da sa što manje posljedica prođu određene izazove poput recesije ili pandemije. Mala i srednja poduzeća stvaraju nova radna mjesta, potiču poduzetnički duh i inovacije, a posljedično i gospodarski rast te društvenu stabilnost,. Svi ovi elementi od iznimne su važnosti za stvaranje konkurentne prednosti i mogućnosti zapošljavanja.

Kako bi sve navedeno bilo uspješno jako su bitna okruženja u kojima se nalaze. Postoje unutarnji i vanjski utjecaji koji čine ekosustav. Unutarnji utjecaji su oni koji se nalaze unutar poduzeća, odnosno oni na koje se može utjecati. Dok vanjski utjecaji su oni na koje se ne može utjecati. Dračić (2012) navodi vanjske utjecaje na poduzeće: političko okružje, gospodarsko okružje, pravno okružje i kulturno okružje.

Kako bi neka država pratila korak sa svjetskim trendovima morala stvarati poduzetničku okolinu koja će poticati na razvoj korisnih poduzetničkih aktivnosti, formirati regulatorni okvir koji će pomoći, a ne odmoći u razvoju poduzetništva i poduzetničkih pothvata te smanjiti nepotrebno administrativno i porezno opterećenje poduzetnika.

Dračić (2012) objašnjava da pozitivne poduzetničke okoline koje država stvara za uspješniji razvoj su poduzetničke zone, slobodne zone, poduzetnički inkubator, tehnološki park, poduzetnički centar. Poduzetničke zone pokreću općine ili gradovi uz poticaje od države te služe za razvoj malih i srednjih poduzeća kako bi se potaknuo ravnomjerniji razvoj gospodarstva. Slobodne zone su dio teritorija koji je posebno građen i označen, gdje se gospodarske aktivnosti obavljaju uz posebne uvjete, bez određenih administrativnih barijera, uz primjenu posebnih poreznih i carinskih olakšica. Poduzetnički inkubatori odnose se na nove poduzetničke pothvate, oni pružaju podršku i kontrolu uvjeta kako bi se novootvorena

poduzeća lakše razvijala. Tehnološki park čine poduzetnici i stručnjaci koji teže stvaranju novih tehnologija i inovacijama, dok poduzetnički centar organizira se s ciljem pružanja stručne pomoći, savjetodavne pomoći te poticanja razvoja i promocije poduzetništva. Pružaju informacije o mogućnostima ulaska u poduzetništvo, poticajnim državnim mjerama, pomoć kod izrade poslovnog plana, savjetovanje u vođenju projekta itd.

4. HRVATSKA KAO (NE) PODUZETNA ZEMLJA

Svaka država nastoji različitim politikama i mjerama unaprijediti i razviti svoje gospodarstvo imajući na umu blagostanje i životni standard svojih građana. Za razvoj gospodarstva poduzetništvo i u svom užem i u svom širem značenju ima izuzetno značajnu ulogu. Pa iako je gotovo svaka zemlja svjesna te uloge postoje značajne razlike u razini poduzetničkih aktivnosti i načinu poticanja razvoja poduzetništva među zemljama. Koliko uspješno Hrvatska provodi politike i mjere najviše nam govori GEM istraživanje. GEM istraživanje u Hrvatskoj pokrenuto je od strane nekolicine profesora sa Ekonomskog fakulteta u Osijeku, Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku 2002. godine, a s ciljem vrednovanja poduzetničke inicijative, poduzetničke okoline i uspjeha poduzetničkih pothvata u hrvatskom gospodarstvu. Glavni izvori sufinanciranja u Hrvatskoj su Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Hrvatska udruga banaka i Hrvatska udruga poslodavaca. (Singer i sur., 2018.)

U slučaju Hrvatske, slaba poduzetnička uspješnost povezana je uglavnom s nedostacima pojedinih pojedinačnih varijabli, a posebice, kao što će biti vidljivo, one vezane za regulatorni okvir i vladine politike. U radu će se uz analizu rezultata GEM istraživanja analizirati i preporuke politike koje GEDI nudi na razini pojedinačne zemlje.

4.1. Odluka i motivacija za pokretanje poduzetničkih pothvata

Da bi netko postao poduzetnikom mora pokrenuti neki poslovni pothvat. A pokretanje poslovnog pothvata kreće od odluke ili ideje i motivacije koju pojedinac ima za pokretanjem. Kako bi došlo do uspješnog poduzeća najbitnije je pozicionirati se u pravo vrijeme na tržištu sa svojom idejom, a to se uspijeva uočavanjem prave poslovne prilike.

„Tek 33 posto ljudi u Hrvatskoj uspijeva prepoznati pravu poslovnu priliku i primiti se tog posla, dok to primjerice u Švedskoj čini njih 79,5 posto, a u EU prosječno njih 42,6 posto.“
(Moj Posao, Hrvatska nije poduzetnička zemlja, 2018.)

Prema članku iz portala Moj Posao može se uočiti kako Hrvatska spada pod ne poduzetne zemlje zato što njezini građani imaju negativnu percepciju o poduzetništvu. Prema GEM

istraživanju tek za 48% ispitanika poduzetnici imaju pozitivan imidž u društvu, što je značajno ispod prosjeka Europske unije od 67%.

Još bolji uvid u situaciju u Hrvatskoj te razloge zbog kojih ljudi otvaraju poduzeća možemo uvidjeti preko GEM istraživanja, odnosno preko TEA indeksa. U Hrvatskoj poduzetnici u većoj mjeri pokreću svoje pothvate iz prilike (TEA= 6,0) nego iz nužde (TEA= 3,1) (Singer i sur. 2018.). No, ako gledamo motivacijski indeks (TEA prilika/TEA nužnost) on iznosi 1,9 što nam objašnjava kako je jako blizu 1,0, što znači da je više ljudi otvorilo poduzeće iz prilike nego iz nužde ali je taj postotak otvorenih poduzeća vrlo mali što objašnjava da u Hrvatskoj i dalje ima puno onih koji su prisiljeni krenuti u samozapošljavanje. Manji motivacijski indeks pokazuje manji potencijal da poduzetničke aktivnosti dugoročno pozitivno utječu na ekonomski i društveni razvoj zemlje jer poduzetnici koji pokreću svoje poslovne pothvate iz nužde rjeđe šire svoje poslovanje i generiraju veći broj radnih mjesta.

4.2. Poduzetnička aktivnost velikih poduzeća

Poduzetnička aktivnost velikih poduzeća još se naziva i korporacijsko poduzetništvo.

„Korporacijsko poduzetništvo vezujemo za velike tvrtke - korporacije koje žele primijeniti suvremene principe menadžmenta na nov način, koji će stvoriti pretpostavke da kreativni pojedinci sa svojim idejama o novim proizvodima, postupcima i procesima dođu do izražaja. Povećanje konkurencije i stalne promjene na tržištima diljem svijeta tjeraju velika poduzeća na inovativnost i fleksibilnost. Korporacijsko poduzetništvo zapravo predstavlja ujedinjavanje prednosti malih poduzeća (kreativnosti, fleksibilnosti, inovativnosti, poznavanja tržišta i dr.) s tržišnom snagom i financijskim resursima velikog poduzeća.“ (Dračić, 2012.)

Pojam poduzetništvo općenito se povezuje s malim i srednjim poduzećima jer osim što imaju najveći udio u ukupnom broju poduzeća, ne samo u Hrvatskoj nego u gotovo svim zemljama svijeta, vlasnici malih i srednjih poduzeća imaju sve karakteristike poduzetničkog načina promišljanja i djelovanja.

Ipak, to ne znači da velika poduzeća nisu važna i ne doprinose gospodarskom razvoju zemlje. Kao što je vidljivo u tablici 1 najveći udio zaposlenih je u mikro poduzećima, a najmanji u srednjim poduzećima, no može se primijetiti kako udio zaposlenih ne utječe na prihod i izvoz, zato što najveći udio ukupnog prihoda i izvoza ostvaruju upravo velika poduzeća, dok

najmanji udio prihoda i izvoza ostvaruju mikro poduzeća. Sukladno navedenome može se zaključiti kako velika poduzeća imaju jako bitnu ulogu u gospodarstvu Republike Hrvatske.

Tablica 1. Usporedba veličine poduzeća i izabranih ekonomskih kriterija u 2019. godini

Ekonomski kriteriji	Veličina poduzeća			
	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Broj zaposlenih	286.603	249.826	183.189	250.158
Udio zaposlenih	29,6%	25,8%	18,9%	25,8%
Ukupan prihod (mil. kn)	126.003	189.187	165.172	315.765
Udio ukupnog prihoda	15,8%	23,8%	20,7%	39,7%
Izvoz (mil.kn)	12.379	31.064	36.739	71.273
Udio izvoza	8,2%	20,5%	24,3%	47,1%

IZVOR: Alpeza i sur., 2020.

Korporacijsko poduzetništvo bitno je zato što doprinosi razvoju inovacija. Tim koji je stvarao Analitičku podlogu za Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske (2019) objašnjava kako su ulaganja hrvatskih poduzeća u inovacije posljednjih godina znatno povećala i dosegla razinu veću od prosjeka EU. (The World Bank, 2019.)

4.3. Poduzetnički eko sustav u Hrvatskoj

Poduzetnički ekosustav koncept je koji se javlja 1980-ih i 1990-ih promjenom u proučavanju poduzetništva iz individualističkog u širu perspektivu koja uključuje ulogu društvenih, kulturnih i ekonomskih sila. (Dodd i sur., 2012.)

Prema Dodd i sur. (2012) 1980-ih je došlo do velikih promjena u percepciji poduzetništva i poduzetničkih aktivnosti. Poduzetništvo se prestalo promatrati kao individualistička aktivnost jer se shvatilo da se ovaj koncept ne može razvijati bez međusektorske suradnje i prilagođavanja poduzetnika i njihovih pothvata društvu i zajednici (kao i prilagođavanja društva i zajednice poduzetnicima). Sve komponente u okolini koji utječu na uspješan razvoj poduzetničkih aktivnosti, a time i konkurentnost i razvoj neke države čine poduzetnički ekosustav. Poduzetnički ekosustav najčešće je reguliran zakonima, no može se poticati

različitim projektima i udrugama. Jedan od primjera ulaganja u poduzetnički ekosustav je Projekt Migrant Talent Garden. Ovaj projekt je pokrenut 2019. godine, a primjenjuje se u Grčkoj, Latviji, Litvi, Bugarskoj i Hrvatskoj. U Hrvatskoj ga provodi ZIP (Zagrebački inkubator poduzetništva), a namijenjen je obučavanju i mentoriranju mladih imigranata s ciljem razvoja i provedbe njihovih poslovnih ideja. (Alpeza i sur., 2020.)

Što se tiče poduzetničkog ekosustava u Hrvatskoj, on djeluje destimulirajuće. Mali i srednji poduzetnici teško se probijaju na tržište te im država ne nudi dovoljno dobe poticaje kako bi imali bolje uvjete za rad. Prema istraživačkom timu GEM-a objašnjeno je kako Hrvatska politika djeluje destimulirajuće te zbog čega nismo u mogućnosti stvoriti bolju poduzetničku i investicijsku klimu: *„Najveće prepreke su u nečinjenju i to u području radikalnih intervencija u regulatorni okvir, u eliminiranju barijera ulaska na tržište, u obrazovanju za poduzetničke kompetencije i u stvaranju uvjeta za suradnju istraživačkih institucija i poslovnog sektora. Hrvatska ima relativno dobru tehnološku opremljenost poduzeća, ali nema novih proizvoda s kojima se konkurira na tržištu, pa se guši u „crvenom oceanu“ s brojnim konkurentima sličnih proizvoda. Uvođenje koncepta inovacijskih vaučera i raznih drugih vladinih programa za intenziviranje suradnje istraživačkog i poslovnog sektora je obećavajući. Po poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika Hrvatska je u vrhu EU, ali tu skrivenu komponentu poduzetničkog kapaciteta zemlje nedovoljno prepoznaju poslodavci. Poticajnim programima kompenzacija unutar poduzeća ta poduzetnička aktivnost zaposlenika bi vrlo djelotvorno doprinijela stvaranju novih proizvoda, a time i boljeg iskorištavanja uloženog u tehnološku opremljenost poduzeća i konkurentnosti.“*(Singer i sur., 2019.)

4.4. Usporedba Hrvatske s ostalim zemljama u regiji

Pokrenuti poduzetnički pothvat u Hrvatskoj danas nije nikakav problem, no ono što nije zadovoljavajuće je broj pokrenutih poslovnih pothvata koji imaju tendenciju rasta i uspijevaju opstati duže od 42 mjeseca.

Tablica 2. Percepcija o prilikama za pokretanje polovnog pothvata

Godina	Hrvatska	Prosjek/najviši	Rang Hrvatske u EU
2019.	55,7	52,1 87,28 Poljska	5/16
2020.	47,2	40,5 62,5 Švedska	5/14
2021.	58,3	51,5 79,6 Švedska	5/18

IZVOR: Singer i sur., 2021.

Prema podacima iz *Tablice 2.* može se uočiti kako se Hrvatska, u odnosu na ostale europske zemlje, nalazi u boljoj poziciji obzirom na samu percepciju o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata. Ovaj podatak govori o tome kako ispitanici smatraju da se u Hrvatskoj mogu pronaći prilike za pokretanje poslovnog pothvata. Slično pokazuju i podaci iz *tablice 3* u kojoj je vidljivo da se Hrvatska i po pitanju pokrenutih poslovnih pothvata na koje ukazuje TEA indeks nalazi na dobroj poziciji u odnosu na prosjek Europske unije.

Tablica 3. TEA indeks rane poduzetničke aktivnosti, usporedba Hrvatske s EU

Godina	Hrvatska	Prosjek/najviši	Rang Hrvatske u EU
2019.	10,5	9,6 15,4 Latvija	6/16
2021.	12,7	8,1 15,6 Latvija	3/14
2022.	12,4	8,4 15,1 Latvija	4/18

IZVOR: Singer i sur., 2021.

Prema podacima iz *tablice 3.* vidljivo je da pandemija uzrokovana virusom Covid-19 nije smanjila broj novootvorenih poduzetničkih pothvata nego da se on iz godine u godinu povećava. Razlog se može iščitati i iz *tablice 4* u kojoj su prikazani TEA nužnost, TEA prilika i motivacijski indeks Hrvatske u usporedbi s EU. Naime, iz *tablice 3* je vidljivo da je TEA

indeks u Hrvatskoj značajno veći od EU prosjeka i nekih od najuspješnijih europskih zemalja. Međutim, motivacijski indeks, prikazan u tablici 4, je značajno manji što znači da iako uspješnije zemlje imaju manji broj pokrenutih poslovnih pothvata ipak u ukupnom broju imaju veći broj onih poduzetnika koji su svoj pothvat pokrenuli iz uočene prilike. Prema tome, pandemija koja je zadesila cijeli svijet 2020. godine zasigurno je igrala ulogu u pokretanju poslovnih pothvata iz nužde (mnoga poduzeća su tijekom pandemije bila primorana smanjiti ili ugasiti svoje poslovanje pa su neki od nezaposlenih bili primorani pokrenuti vlastite poduzetničke pothvate).

Tablica 4. Razlozi ulaska u poduzetničku aktivnost, zbog uočene prilike ili zbog nužnosti

Godina	TEA prilika %		TEA nužnost %		Motivacijski indeks TEA prilika/TEA nužnost		
	Hrvatska		Hrvatska		Hrvatska		
	Hrvatska	EU prosjek/najviši	Hrvatska	EU prosjek/najviši	TEA prilika/TEA nužnost	Rang u EU	EU prosjek
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	5,0
2018.	6,0	5,7 9,9 Nizozemska	3,1	1,4 0,4 Poljska	1,9	17/17	5,3

IZVOR: Singer i sur., 2018.

Kao što je vidljivo iz tablice 4 u Hrvatskoj je motivacijski indeks nizak, a prema GEM istraživanju Hrvatska je u zadnjih nekoliko godina na začelju s malim motivacijskim indeksom.

Također, jedan od bitnijih pokazatelja poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj je poduzetnost i inovativnost zaposlenika u poduzećima u kojima rade. Ona nam pokazuje postotak zaposlenih koji su uključeni u neku novu poduzetničku aktivnost. U 2021. godini Hrvatska u usporedbi s EU ima najbolju poduzetničku aktivnost zaposlenika (Singer i sur., 2021):

1. Hrvatska 9,44%
2. Finska 9,39%
3. Slovenija 8,8%
4. Irska 8,5%

Prema Singer i sur. (2021) visoka razina poduzetničke aktivnosti zaposlenika nije u dovoljnoj mjeri prepoznata kao važna komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Poduzetnička aktivnost zaposlenika najviše se iskazuje u razvoju inovativnih proizvoda i poboljšanju proizvodnih procesa, a stimuliranje i motiviranje zaposlenika kroz različite kompenzacijske programe, prema autorima, može značajnije utjecati na konkurentnost poduzeća i izlazak iz tzv. crvenog oceana, odnosno tržišta na kojem se proizvođači istim/sličnim proizvodima bore za isti tržišni segment.

4.5. Utjecaj pandemije uzrokovane COVID-19 virusom na poduzetničku aktivnost

Kada se dogode žestoki šokovi poput pandemije uzrokovane virusom COVID-19, uloga poduzetništva za društvo se povećava. Naravno, početni ključni fokus bio je (i ostaje) na sprječavanju broja infekcija i žrtava. Međutim, već je prvi val karantene značajno negativno utjecao na poslovanje velikog broja poduzeća. Utjecaj pandemije na različite industrije bio je različiti. Industrije, poput ugostiteljske ili kulturno kreativne, bile su, zbog potpunog zatvaranja objekata i zabrane okupljanja, jedne od najsnažnije pogođenih industrija u Europi. Mnoge vlade kao i Hrvatska odgovorile su paketima pomoći, iako nemaju sve vlade jednake polazišne točke za financiranje pomoći tijekom pandemije. Zbog COVID-19, tržišta i pravila igre su se promijenila, a i počela su se razvijati nova rješenja za izazove s kojima se poduzeća suočavaju. Hrvatske javne institucije morale su ne samo zadovoljiti potrebu održavanja postojećih poduzeća na životu nego i nastaviti stvarati poduzetničko okruženje, ostati povezani s drugim gospodarstvima, ostati svjesni novih prilika i čuvati poslove u budućnosti.

Kako bi se dobile informacije o poduzetničkim aktivnostima tijekom pandemije, GEM istraživanje je u ožujku 2020. uključilo set pitanja vezanih uz prepreke i mogućnosti tijekom pandemije, kao i o učincima pandemije na prihode kućanstva.

U 2020., pod indeksom poduzetničkih aspiracija (APS) pokušalo se doći do odgovora o utjecaju pandemije na proces pokretanja poslovanja, na obim poslovanja i mogućnosti rasta poduzeća. Također, ovim pod indeksom pokušalo se saznati mogu li vlade i na koji način adekvatno odgovoriti na pandemiju i izlazak iz krize koja je zahvatila cijeli svijet. Kako bi se dobili adekvatni i relevantni odgovori u istraživanju je, kroz više od 130.000 APS intervjua, bilo uključeno više od 3,2 milijuna odraslih osoba u više od 120 različitih gospodarstava.

„Mjere za suzbijanje epidemije bolesti COVID-19 imaju značajan utjecaj na gospodarstvo, u svijetu i u Hrvatskoj. U novonastalim uvjetima povećanje rizika posebno je izraženo u djelatnostima u kojima je izravan kontakt s korisnicima usluga osnova poslovanja, kao što je primjerice područje djelatnosti I – Djelatnost pružanja smještaja i usluživanja hrane, koje kolokvijalno nazivamo turizmom. Direktni učinci mjera socijalnog distanciranja, izolacije i karantene utječu na veliki broj poslovnih subjekata kod kojih je izražen ili im prijete rizik likvidnosti.“ (FINA, Poslovanje u uvjetima pandemije - najstabilniji poduzetnici u RH, 2021.)

Od početka pandemije prošle su dvije godine pa, iako se većina svijeta prilagodila uvjetima neke stvari su se promijenile. Države su uvele različite mjere i nove zakone kojih se još danas treba pridržavati. Kako bi se svijet ponovno privikao na što normalniji rad (koji više neće biti kao što je bio prije pandemije) potrebne su različite mjere i potpore za oporavak od pandemije. Osim toga, mnoga poduzeća jako su se dobro izborila sa pandemijom, uz minimalne posljedice te su sada snažnija nego prije. Ova pandemija naučila je cijeli svijet, a pogotovo poduzetnike kako se prilagoditi situaciji te primjenjivati alternativna rješenja i razmišljati „izvan kutije“. Singer i sur. (2021) navode kako je tijekom 2021. godine i Europska unija nastojala ublažiti ekonomske i socijalne posljedice COVID-19 pandemije i dati snažnu financijsku potporu za izgradnju održivijih gospodarstava i društava otpornih i bolje pripremljenih za zelenu i digitalnu tranziciju kroz Mehanizam za oporavak i otpornost. Od 2022. godine Europski semestar se vraća kao mehanizam praćenja ostvarenja ciljeva Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021.-2026.

5. ZAKLJUČAK

Glavna svrha ovog rada je bila istražiti faktore koji utječu na razinu poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj te analizirati istraživanja koja daju odgovor na pitanje što čini Hrvatsku poduzetnom, odnosno nepoduzetnom zemljom? Pregledavajući znanstvenu literaturu i analizirajući rezultate GEM i GEDI istraživanja došlo se do zaključka kako poduzetnu zemlju prije svega čine ljudi, od poduzetnika do poduzetnih pojedinaca. Iako Hrvatskoj ne manjka poduzetnika početnika još je uvijek preveliki broj onih koji svoje poduzetničke pothvate počinju iz nužde. U zadnjih nekoliko godina na taj broj je utjecala i kriza u kojoj se našao cijeli svijet početkom 2020. godine. Međutim, iako nije nemoguće, puno je teže opstati i uspjeti u okolini koja ne podržava poduzetništvo i koja ne potiče razvoj poduzetničkog načina promišljanja i djelovanja. Osim toga, Hrvatska još uvijek nije pokazala da zna iskoristiti potpuni poduzetnički potencijal hrvatskih zaposlenika koji su, prema rezultatima istraživanja, među najpoduzetnijima u Europskoj uniji. Poticanje zaposlenika i investiranje u njihova znanja i iskustva dugoročno utječe i na konkurentsku prednost same zemlje. No, kao što je vidljivo iz istraživanja hrvatski se poduzetnici dugi niz godina suočavaju s istim problemima, a većina njih je vezana uz regulatorni okvir i vladine politike. U usporedbi s ostalim komponentama poduzetničke okoline u Hrvatskoj, prema GEM istraživanju, ova komponenta je daleko najniže ocjenjena već godinama. Iako bilježi pozitivan rast poduzetničke aktivnosti Hrvatska još nije u potpunosti poduzetna zemlja. Kako bi to postala važno je, između ostalog, unaprijediti suradnju svih aktera društva (međusektorska suradnja između javnog, privatnog i civilnog sektora), pojednostaviti regulatorni okvir, ojačati i poticati razvoj inovacijskog kapaciteta zaposlenika te razviti edukativne programe od primarne razine koji će poticati poduzetništvo i u funkciji pokretanja poslovnog pothvata i kao načina razmišljanja i djelovanja u svim djelatnostima, zanimanjima i situacijama.

Literatura

Knjige:

1. Acs, Z. i Szerb, L. (2010) *The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) (Paper presented at Summer Conference 2010 on "Opening Up Innovation: Strategy, Organization and Technology"*, Imperial College London Business School, June 2010).
2. Alpeza, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak, T., Mezulić Jurić, P., Oberman, M., Perić, J., Šimić Banović, R. (2020.). *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020*. Zagreb: CEPOR.
3. Bakarić, A. (2020.) *Izvori financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj*. Zadar: diplomski rad.
4. Dodd, S. D., Anderson, A. R., Jack, S. L. (2012.) *Entrepreneurship as Connecting: Some Implications for Theorising and Practice*. Robert Gordon University.
5. Dračić, I. (2012.). *Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje*. Varaždin.
6. Knežević, S., Kurlaš, A., Duspara, L., Martinović, M. (2013.) *Inovativnost kao ključni faktor konkurentnosti društva*. Slavonski Brod: stručni rad.
7. Matijević, M. (2019.). *Poduzetnički ekosustav Republike Hrvatske*. Split: završni rad.
8. Pavić, Z. (2004.) *Ključne kompetencije za cjeloživotno učenje europski referentni okvir*.
9. Shane, S., Venkataraman, S. (2000.) *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Academy of Management Review.
10. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2018.). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?*. Zagreb: CEPOR.
11. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2021.). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?*. Zagreb: CEPOR.
12. Stam, E., Spigel, B. (2016.) *Entrepreneurial Ecosystems, Tjalling C. Koopmans Research Institute*. Utrecht School of Economics, Utrecht University.
13. Šipić, N., Najdanović, Z. (2012.) *Osnove Poduzetništva*. Visoka poslovna škola Zagreb.
14. Škrčić, M. (2006), *Poduzetništvo*. Sinergija d.o.o., Zagreb.

15. The World Bank (2019.) *Analitička podloga za Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine: Rast, konkurentnost i inovacije.*

Članci:

1. Hrvatska Gospodarska Komora (2021.). Najnovije informacije o poslovanju i koronavirusu. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/korona> [pristupljeno 5. srpnja 2021.].
2. Fina (2021.). Poslovanje u uvjetima pandemije - najstabilniji poduzetnici u RH. Dostupno na: <https://www.fina.hr/-/poslovanje-u-uvjetima-pandemije-najstabilniji-poduzetnici-u-rh> [pristupljeno 20. travnja 2021.].
3. The World Bank (2019.) *Analitička podloga za Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine: Rast, konkurentnost i inovacije.*
4. Warbletoncouncil (2021.). 35 primjera oligopola i monopola. Dostupno na: <https://bs.warbletoncouncil.org/empresas-monopolio-oligopolio-7058#menu-2> [pristupljeno 20. travnja 2021.].
5. Zakon.hr (2021.). Zakon o računovodstvu. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu> [pristupljeno 5. srpnja 2021.].

Internetski izvori:

1. CEPOR (2021.). Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/> [pristupljeno 22. travnja 2021.]
2. European Commission. The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp). Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en> [pristupljeno 15. rujna 2022.]
3. Gimnazija Marul. Osam ključnih kompetencija. Dostupno na: <https://www.gimnazijamarul.hr/marul/o-skoli/osam-kljucnih-kompetencija/> [pristupljeno 07. lipnja 2022.]
4. Moj posao (2018.) Hrvatska nije poduzetnička zemlja. Dostupno na: <https://www.moj-posao.net/Savjet/77794/Hrvatska-nije-poduzetnicka-zemlja/2/> [pristupljeno 07. rujna 2022.]
5. Životna škola (2009.). Poduzetnost. Dostupno na: <https://www.zivotna-skola.eu/vrline/poduzetnost.html> [pristupljeno 07. lipnja 2022.]

Popis tablica

Tablica 1. Usporedba veličine poduzeća i izabраниh ekonomskih kriterija u 2019. godini	17
Tablica 2. Percepcija o prilikama za pokretanje polovnog pothvata.....	19
Tablica 3. Tablica 3. TEA indeks rane poduzetničke aktivnosti, usporedba Hrvatske s EU ...	19
Tablica 4. Razlozi ulaska u poduzetničku aktivnost, zbog uočene prilike ili zbog nužnosti ...	20