

PODUZETNIČKI EKOSUSTAV

Veić, 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:145:859565>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-19**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni preddiplomski studij Marketing

Tena Veić

PODUZETNIČKI EKOSUSTAV

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni preddiplomski studij Marketing

Tena Veić

PODUZETNIČKI EKOSUSTAV

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010227429

e-mail: tena.veic@gmail.com

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

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
University undergraduate degree in Marketing

Tena Veić

ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM

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_ (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: Tena Veić

JMBAG: 0010227429

OIB:18790815147

e-mail za kontakt: tena.veic@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni preddiplomski studij Marketing

Naslov rada: Poduzetnički ekosustav

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

U Osijeku, _____ godine

Potpis _____
Tena Veić

SAŽETAK

Poduzetnički ekosustavi definiraju se kao skup međusobno ovisnih aktera i čimbenika usklađenih na način da omogućuju produktivno poduzetništvo unutar određenog teritorija. Svrha ovog rada je kritički istražiti literaturu u nastajanju o poduzetničkim ekosustavima te istražiti poduzetnički ekosustav Republike Hrvatske. Trenutni rad na ekosustavima je nedovoljno razvijen, fokusirajući se više na površne generalizacije temeljene na uspješnim studijama slučaja. Rad daje pregled višestrukih definicija ekosustava koje se nalaze u literaturi, te raspravlja o odnosima između ekosustava i srodnih koncepata kao što su industrijska područja, klasteri i inovacijski sustavi.

Ključne riječi: ekosustav, GEM, NECI

ABSTRACT

Entrepreneurial ecosystems are defined as an aggregate of interconnected actors and factors, harmonized in a way to facilitate a climate which is advantageous for entrepreneurship in a given area. The main goal of this paper is to critically assess the emerging literature of entrepreneurial ecosystems and to evaluate Croatia's entrepreneurial ecosystem. Current thesis of economical systems is poorly developed concentrating on external notions which are based upon successful case studies. This paper gives an overview of multiple depictions of ecosystems found in literature, furthermore it addresses the correlation between related concepts such as industrial sectors, clusters, innovation systems and the ecosystem.

Keywords: ecosystem, GEM, NECI

SADRŽAJ

1. UVOD	8
2. PODUZETNIČKI EKOSUSTAV	9
2.1. Elementi poduzetničkog ekosustava.....	10
2.1.1. Politika	12
2.1.2. Financije.....	13
2.1.3. Kultura	14
2.1.4. Podrška.....	15
2.1.5. Ljudski kapital	15
2.2. Globalni poduzetnički ekosustav	16
2.3. Agenti poduzetničkog ekosustava	17
2.4. Institucije poduzetničkog ekosustava	18
2.5. Sustav poduzetničkog ekosustava	18
2.6. Upravljanje ekosustavom	19
2.7. Atributi uspješnih poduzetničkih ekosustava	19
2.8. Nedostaci pristupa poduzetničkog ekosustava	20
2.9. Model poduzetničkog ekosustava.....	21
3. ISTRAŽIVANJE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).....	23
3.1. Entrepreneurship Context Indeks (NECI)	24
3.2. Hrvatski GEM profil.....	26
4. ZAKLJUČAK	29
LITERATURA.....	30

1. UVOD

Poduzetnički ekosustavi relativno su nov koncept u istraživanju poduzetništva koji se fokusira na to kako lokalni okolišni uvjeti oblikuju poduzetničko ponašanje. Još ne postoji općeprihvaćeno razumijevanje poduzetničkih ekosustava, ali se često opisuju kao složene strukture ili sustavi zbog velikog broja različitih pojedinaca i organizacijskih dionika, kao i raznolikosti čimbenika koji utječu na interakcije između njih. Općenito, okvir poduzetničkog ekosustava se opisuje kao “konceptualni kišobran koji obuhvaća niz različitih perspektiva na geografiju poduzetništva” (Bosma i sur. 2021).

Poduzetnici i njihovi poduzetnički projekti ugrađeni su u širi društveni i institucionalni okvir. Investitori, kupci, dobavljači i konkurenti su ovdje od velike važnosti. No, na scenu stupaju i drugi akteri koji mogu utjecati na razvoj poduzetništva i inovacija, posebice kada je riječ o osnivanju tvrtke. To mogu biti (ekonomski) politički akteri, ali i obrazovne institucije ili institucije koje podržavaju start-up tvrtke. Ovdje je, na primjer, zanimljivo kako se koordiniraju start-up tvrtke ili inovacijske mreže.

Osnova ideja ovog rada je kritički istražiti literaturu o poduzetničkim ekosustavima te istražiti poduzetnički ekosustav Republike Hrvatske.

Rad je grupiran u četiri poglavlja. Od toga prvo poglavlje objašnjava predmet, svrhu i strukturu rada. Drugo poglavlje objašnjava poduzetnički ekosustav i sastavnice vezane uz poduzetnički ekosustav. Treće poglavlje daje pregled istraživanja Global Entrepreneurship monitora (GEM). Posljednje poglavlje donosi zaključak rada.

2. PODUZETNIČKI EKOSUSTAV

Koncept poduzetničkih ekosustava stekao je popularnost posljednjih godina. Prva komponenta pojma je poduzetnički: proces u kojem se istražuju, procjenjuju i iskorištavaju mogućnosti za stvaranje novih dobara i usluga. Pristup poduzetničkog ekosustava često sužava ovo poduzetništvo na 'početna poduzeća s visokim rastom', tvrdeći da je poduzetništvo koje predstavlja početna poduzeća s visokim rastom značajan izvor inovacija, rasta produktivnosti i zapošljavanja (Buble i Buble 2014).

Ova se tvrdnja čini previše isključiva: mreže inovativnih start-upova ili poduzetničkih zaposlenika također mogu biti oblici produktivnog poduzetništva i na taj način izvor prethodno spomenutih rezultata blagostanja. No, jasno je da pristup poduzetničkog ekosustava po definiciji ne uključuje tradicionalne statističke pokazatelje poduzetništva, kao što su 'samozapošljavanje' ili 'mala poduzeća' u poduzetništvo. Ova razlika između tradicionalnih mjera poduzetništva i konceptualno adekvatnijih mjera poduzetništva kao što je inovativno poduzetništvo i poduzetništvo usmjereno na rast, sve se više naglašava u poduzetničkoj literaturi (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Druga komponenta pojma je ekosustav. Biološko tumačenje ovog koncepta u kojem je u središtu interakcija živih organizama s njihovim fizičkim okruženjem očito se ne smije shvaćati previše doslovno. Umjesto toga, pristup poduzetničkog ekosustava naglašava da se poduzetništvo odvija u zajednici međuovisnih aktera. Posebno se literatura o poduzetničkim ekosustavima usredotočuje na ulogu (društvenog) konteksta u dopuštanju ili ograničavanju poduzetništva te je u tom smislu usko povezana s drugim novijim 'sustavima poduzetništva' ili pristupima istraživanja sustavnog poduzetništva, koji često imaju za cilj premostiti pristup inovacijskom sustavu i studije poduzetništva (Buble i Buble 2014).

Za razliku od prijašnjih upotreba pojma 'ekosustav' u literaturi o menadžmentu, kao što je Moore (1993.) koje se usredotočuju na organizaciju jedne industrije ili lanca vrijednosti, poduzetnički ekosustavi su inherentno geografska perspektiva. To znači da se poduzetnički ekosustavi usredotočuju na kulture, institucije i mreže koje se tijekom vremena stvaraju unutar regije, a ne na pojavu reda na globalnim tržištima (Acs, Autio i Szerb, 2014b).

Poduzetnička aktivnost, kao rezultat poduzetničkog ekosustava, smatra se procesom kojim pojedinci stvaraju mogućnosti za inovacije. Ova inovacija će na kraju dovesti do nove vrijednosti u društvu i to je stoga krajnji rezultat poduzetničkog ekosustava, dok je poduzetnička

aktivnost više posrednički rezultat sustava. Ova poduzetnička aktivnost ima mnoge manifestacije, kao što su inovativni start-upovi, start-upovi s visokim rastom i poduzetnički zaposlenici. Čini se da su zaposlenici poduzetnici od velike važnosti za stvaranje nove vrijednosti u razvijenim gospodarstvima poput Europe.

2.1. Elementi poduzetničkog ekosustava

Na temelju opsežnih studija teorijskih i empirijskih istraživanja (Isenberg, 2011; Spigel, 2017; Chen i suradnici, 2019; Theodoraki i Messeghem, 2017; Theodoraki i suradnici, 2018), predlažu se četiri ključne komponente za poduzetnički ekosustav usmjeren na tehnologiju, a svaka komponenta može imati vlastiti skup atributa koji utjelovljuju elemente i međusobne odnose ekosustava. Četiri komponente su ljudi, tehnologija, kapital i infrastruktura. Komponenta ljudi uključuje ljudski kapital poduzetničkog ekosustava, npr. mentorstvo, vodstvo i usluge podrške, koje pružaju inkubatori i koji su neophodni za rast inkubiranih start-upa. Tehnološka komponenta je inovacija inkubatora, koja igra značajnu ulogu u osnivanju i razvoju tehnoloških start-upova. Većinu tehnoloških start-upova osnivaju znanstvenici i inženjeri koji posjeduju određene nove ili napredne tehnologije i koji ih žele komercijalizirati. Komponenta kapitala odnosi se na različite kapitale ili podružnice koje poduzetnički ekosustav prima ili posjeduje, što je bitan element za pokretanje uspjeha start-up tvrtke. Infrastrukturna komponenta je opća ekonomska i društvena infrastruktura ekosustava na razini inkubatora, koja može uključivati unutarnje infrastrukturne attribute, kao što su uredski prostor, laboratoriji i vanjske attribute kao što su regionalna ekonomija, industrijska raznolikost i obrazovne institucije u blizini inkubatora (Autio i Levie, 2015).

Poduzetnički ekosustavi sastavljeni su od podsustava (stupova) koji su agregirani u sustave koji se mogu optimizirati za performanse sustava na razini ekosustava. U poduzetničkoj literaturi (Chen i suradnici, 2019; Theodoraki i suradnici, 2018), se sve više priznaje da je teorija poduzetništva usmjerena samo na poduzetnika možda preuska. Koncept sustava poduzetništva temelji se na tri važne premise koje pružaju odgovarajuću platformu za analizu poduzetničkih ekosustava. Prvo, poduzetništvo je u osnovi radnja koju poduzimaju i vode agenti na temelju poticaja. Drugo, na pojedinačnu akciju utječu uvjeti institucionalnog okvira. Treće, poduzetnički ekosustavi su složene, višestruke strukture u kojima mnogi elementi međusobno djeluju kako bi proizveli performanse sustava; stoga, indeksna metoda treba omogućiti

interakciju sastavnih elemenata. Međutim, budući da su elementi u svakom slučaju različiti, ne postoji rješenje za sve (Autio i suradnici, 2014).

Kao što je navedeno, postoje različiti modeli poduzetničkih ekosustava i razlikuju se od zemljopisne analize. Međutim, ono što je iznimno važno za koncept poduzetničkih ekosustava je da su poduzetnički ekosustavi ovisni od zemljopisne lokacije, koja predstavlja kontekst poduzetničkih ekosustava i uvjetuje njihov rast i razvoj (Kuvačić, 2005).

Faktori koji utječu na poduzetništvo, domene poduzetnički ekosustav i slično istražuju se i otkrivaju različita područja i njihove povezanosti s poduzetništvom. Potom svaka pojedina domena i njezino djelovanje na poduzetništvo se istražuje pojedinačno i pokušava uspostaviti povezanost između njih.

Uspostavljanje i održavanje zdravog poduzetničkog ekosustava sve više postaje cilj vlada i investitora diljem svijeta. Kada se pogledaju vrhunski poduzetnički ekosustavi, prema mišljenju Akinyemi i Adejumo (2018). poput onih u Chicagu, New Yorku, Los Angelesu ili Pekingu, može se shvatiti da je trebalo vremena da se dođe tamo gdje jesu. Silicijska dolina, na primjer, rezultat je strastvenih tehnoloških poduzetnika koji su bili odlučni potaknuti industriju naprijed. Uspješni ekosustavi ne pokreću se preko noći uz veliki nalet novca.

Stvaranje poduzetničkog ekosustava zahtijeva novi ekonomski pogled na zajednice, mreže i institucije. Često je to pomak od konvencionalnog ekonomskog razmišljanja o poduzećima i tržištima. Iz tog razloga, start-up koji želi napraviti takav pomak treba jasnu stratešku viziju i snažno vodstvo koje će podržati cilj. Poduzetnički ekosustavi unutar velikih poduzeća mogu se pohvaliti cijenjenim liderima koji su predani cilju, i što je najvažnije, dostupnim svojim timovima. Osim snažnog vodstva, korporacije moraju raditi na svojoj upravljačkoj strukturi. Gotovo je nemoguće razviti poduzetnički ekosustav bez participativnog upravljanja, otvorene komunikacije i uključivog donošenja odluka.

I start-upovi i velike korporacije koje žele stvoriti zdrav poduzetnički ekosustav moraju biti otvoreni za suradnju unutar i izvan poduzeća. Međutim, ako poduzeće djeluje s tradicionalnim ja-prvi mentalitetom, postoji pristojna šansa da će ekosustav brzo umrijeti. Sjajan način za poboljšanje mentaliteta suradnje u korporativnom svijetu je osmišljavanje programa i inicijativa koje dodaju vrijednost poslovanju. U idealnom slučaju, ove inicijative trebale bi se usredotočiti izvan tvrtke tako što će omogućiti osoblju mogućnosti da isproba nove stvari ili nove načine rada.

Jedan od elemenata održivog ekosustava je da može pristupiti velikom talentu za vođenje poslovanja. Čak i ako poduzeće ima kapital, potrebna mu je jednaka ravnoteža osnovnih vještina - od tehnologije preko digitalnog marketinga do strategije rasta. Pravi talent podržat će poduzetnički ekosustav od začetne faze do sljedećih faza rasta. U suprotnom, poduzeće riskira izgorjeti ili još gore, napraviti pogreške koje bi mogle ubiti rast poduzetničkog sustava.

Ovo je nedvojbeno jedan od najučinkovitijih načina pokretanja poduzetničkog ekosustava. Bez obzira na kojoj vrsti tržišta djeluje poduzetnički start-up, mora se zakazati događaje s vrhunskim poduzetnicima u poduzetničkoj regiji. To mogu biti udruge rizičnog kapitala, industrijska trgovačka udruženja, grupe za umrežavanje poduzetnika, grupe za gospodarski razvoj itd. Kada se iskoristiti snagu istomišljenika, postaje lakše stvoriti veze koje će gurnuti ekosustav naprijed.

Važno je spomenuti potrebu za adekvatnim financiranjem. Najveće ideje i najbolji talenti bit će beskorisni ako nema kapitala za financiranje vizije. Iako velike korporacije možda neće imati problema zbog nedostatka sredstava, start-upi moraju poboljšati svoj pristup kapitalu. U idealnom slučaju, start-up bi trebao biti privlačan za različite opcije financiranja, uključujući pojedinačne ulagače, organizirane mreže ulagača, crowdfunding, privatne investicijske tvrtke i tvrtke rizičnog kapitala, među ostalim izvorima financiranja. Ono što je važno je održavati protok novca za kontinuirani rast, posebno u ranim fazama poslovanja.

Kako bi poduzeća uspješno stvorila održivi poduzetnički ekosustav, svi dionici moraju promijeniti svoj način razmišljanja i mentalitet. Kao dio kulture poduzeća, ona moraju osigurati da svi prihvate pristup odozdo prema gore. To uključuje razmišljanje na veliko, početak malog i poduzimanje dječjih koraka. Općenito vodeći princip za sve poduzetničke pothvate je stvoriti povezanost koja je neophodna za rani uspjeh, a zatim očistiti put za budući rast. Čineći to, poduzetnici mogu biti sigurni da će ojačati svoj ekosustav i održati prihod.

2.1.1. Politika

Politika je skup ideja ili planova za koje je grupa ljudi, institucija ili vlada dogovorila primjenu. Unatoč dinamici i uspjehu poduzetnika ovisno o njihovim osobinama, vještinama i sposobnostima, na njihove aktivnosti na jedan ili drugi način utječe politika vlade (Akinyemi i Adejumo, 2018). Prevladavajuća porezna i tarifna politika, politika poslovanja, monetarna i fiskalna politika imaju izravan utjecaj na poslovanje poduzeća. Gospodarski rast prioritet je svake nacionalne vlade jer povećava mogućnosti zapošljavanja i potrošačke sposobnosti ljudi.

Gospodarski rast može se postići samo rastom i razvojem poduzetništva u pojedinoj zemlji. Povoljna vladina politika prema poslovanju, oporezivanju, zakonodavstvu, obrazovanju itd. pomoći će poticanju poduzetništva u zemlji. Ribeiro-Soriano, i Galindo-Martín, (2012: 862) rekli su „Dobro upravljanje je nužan preduvjet za potporu i poticanje poduzetničke aktivnosti koja bi imala pozitivne učinke na gospodarski rast”.

Slično, Kshetri i Dholakia, (2011.) ističu da različiti teorijski prilozi i razne empirijske studije dovele su do prihvaćenog stava da vlada može napasti prepreke poduzetništvu povezane s vještinama, informacijama, tržištem i infrastrukturom pravnim putem. Vlada može provoditi opće ili posebne politike za potporu poduzetništvu u svojoj zemlji. Opće politike obuhvaćaju politike koje utječu na sve industrije i trgovinu, poput porezne politike, zakona o radu, tržišne politike itd. koje održavaju odgovarajuće poduzetničko okruženje. Specifične politike su politike koje je razvila određena institucija za određenu organizaciju u posebne svrhe (Akinyemi i Adejumo, 2018).

2.1.2. Financije

Financije su ključ pokretanja i rasta poduzetništva. Ideje se mogu realizirati, prilike se mogu zgrabiti samo kada ima dovoljno novca za ulaganje. Poduzetnici se vrlo često moraju oslanjati na vanjsko financiranje, što je vrsta financiranja poslovanja koje se stječe izvan poduzeća, bilo u obliku bankovnog zajma, ili ulaganja od strane pojedinačnih ili investicijskih tvrtki, ili prodaje vlasničkih ulaganja ili primanja bespovratnih sredstava. Kozmetski, Gill i Smilor (1985. prema Akinyemi i Adejumo, 2018) su predložili više faza financiranja rizičnim kapitalom za poduzetništvo, tj. početničko financiranje, financiranje početničkog poslovanja, te financiranje prve, druge, treće i četvrte faze. Početno financiranje je dokaz koncepta, Start-up financiranje je razvoj proizvoda i početni marketing, a preostale druge faze financiranja su komercijalizacija projekta, upravljanje obrtnim kapitalom, proširenje projekta i na kraju ulaganje u tvrtke koje izlaze na burzu.

King i Levine (1993.) raspravljali su o mehanizmima u kojima financijski sustavi utječu na dugoročni rast gospodarstva. U svom dizajnu, na poduzetništvo koje povećava produktivnost financijski sustavi utječu na četiri načina: 1) Financijski sustavi procjenjuju potencijalne poduzetnike za financiranje optimističnih pothvata; 2) Koristi svoja potrebna sredstva za

financiranje takvih projekata; 3) Potiče ulagače da ublaže rizik kroz inovacije i 4) otkriva obećavajuće koristi od inovacija umjesto neprekidnih istih starih ponuda.

2.1.3. Kultura

Učinak kulture u poduzetništvu bio je prilično zanimljiv u području istraživanja. Mnogi znanstvenici povezuju odnos kulture i poduzetništva u raznim literaturama. Kultura se može nazvati običajima, normama, vrijednostima, umjetnostima i društvenim interakcijama koje se uobičajeno dijele kao ponašanje u određenoj naciji, regiji ili društvu. Kultura je čak i specifična za organizaciju gdje određeni tip ponašanja slijede svi članovi organizacije i naziva se korporativna kultura.

Hayton, George i Zahra (2002) pregledali su odnos između kulture i poduzetništva kroz empirijsko proučavanje različitih literature objavljenih u različitim časopisima koji objavljuju poduzetnički sadržaj i kulturno ponašanje te pokušali istaknuti spoznaju o utjecaju kulture na poduzetništvo. Hayton, George i Zahra (2002.) saželi su šest pitanja za daljnje istraživanje kako bi se poboljšalo razumijevanje između kulture i poduzetništva koja pokrivaju: posvećivanje velike pozornosti odnosu između kulturnog aspekta i njegovog utjecaja na cjelokupno poduzetništvo; razvijanje zasebnog tečaja kulturnog aspekta koji se odnosi na poduzetništvo; uzimajući u obzir veliku veličinu uzorka i napredne multidimenzionalne analize za nadolazeće studije; obrazovan i dobro razvijen način razmišljanja o kulturi i poduzetništvu; razvijanje cjelovitog teorijskog dizajna povezanosti kulture i poduzetničkog ishoda; i ispitivanje odnosa između kultura na nacionalnoj i organizacijskoj razini i njihovog utjecaja na intrapoduzetništvo.

Kreatori politike prilikom izrade politike za poduzetništvo trebali bi uzeti u obzir i kulturni aspekt tog društva. “Učinkovitost politike može biti djelomično ograničena kulturnim čimbenicima koji su izvan kontrole kreatora politike. Alternativno, politike za poticanje poduzetništva na duge staze mogu se prilagoditi kulturnim predrasudama prisutnim u određenom društvu” (Thurik, i Dejardin, 2011: 59). Vlada bi trebala poduzeti inicijativu za razvoj kulture na nacionalnoj i regionalnoj razini koja je prijateljska i podržavaju poslovanje kako bi mogla unaprijediti poduzetništvo i poduzetnički način razmišljanja u zemlji. „Čini se da kultura može uvjetovati potencijal za poduzetništvo, stvarajući razlike preko nacionalnih i regionalnih granica. Jedan provizorni zaključak je da će nacionalna kultura “podrška”, ceteris paribus, povećati poduzetnički potencijal zemlje” (Mueller i Thomas, 2000: 52).

2.1.4. Podrška

Chowdhury, Audretsch i Belitski (2019) sugeriraju da je podrška institucija vrlo važna za poticanje poduzetništva u zemlji. Empirijski dokazi iz njihovog istraživačkog rada sugeriraju da promjene u kvaliteti institucija imaju veći utjecaj na kvalitetu i kvantitet poduzetništva u zemljama u razvoju. Ovdje pojam “podrška” obuhvaća konferencije, infrastrukture, poslovna udruženja, centre za razvoj poslovanja, stručnjake, itd. Mnogi znanstvenici (Carree i Thurik, 2003; Holcombe, 2000; Estrin i Mickiewicz 2011) proučavali su ulogu sustava podrške u poticanju poduzetništva. Što je veća podrška, veći će biti rast i razvoj poduzetništva. Chowdhury, Audretsch i Belitski (2019) navode kako uspjeh poduzetništva dolazi od inovacija ili opstanka ili rasta poduzeća, što veoma ovisi o tome kakvu vrstu podrške poduzeća dobivaju. Aidis, Estrin i Mickiewicz (2008) također su sugerirali da je slaba institucionalna potpora pridonijela manjem rastu poduzetništva, posebno u socijalističkim zemljama.

Kshetri i Dholakia (2011) naznačili su da se poduzetništvo u zemljama u razvoju suočava s različitim okruženjima i institucionalnim mehanizmima koji su izrazito suprotni razvijenim zemljama. To znači da je manje podrške i povoljnog okruženja za poduzetništvo u gospodarstvima u nastajanju. „Razvoj institucija pogodnih za poduzetništvo ukazuje na dokaze procesa sustizanja u kineskom gospodarstvu” (Kshetri, i Dholakia, 2011: 127). Kina je nadmašila Indiju u poduzetničkom kontekstu zbog veće institucionalne potpore poduzetništvu.

2.1.5. Ljudski kapital

„Ljudski kapital predstavlja zbirku znanja i vještina – proizašlih iz obrazovanja ili iskustva – koje poduzetnik posjeduje i može koristiti u kontekstu određenih poduhvata” (Dimov, 2017: 223). Goldin (2016: 25) definira ljudski kapital kao “zalihi produktivnih vještina, talenata, zdravlja i stručnosti radne snage, baš kao što je fizički kapital zaliha postrojenja, opreme, strojeva i alata”. Sve ove definicije ukazuju na važnost ljudskog kapitala u poduzetničkom kontekstu budući da uspjeh poduzeća uvelike ovisi o dostupnosti kvalificiranih ljudskih resursa. Uspjeh poduzetnika oslanja se na njihovu sposobnost drugačijeg razmišljanja i njihovu društvenu kompetenciju. „Ljudski kapital se naširoko i dosljedno koristio za predviđanje ishoda

kao što su angažiranje u poduhvatnim naporima, napredak u poduhvatu i nastanak pothvata, učinak i opstanak” (Dimov, 2017: 222).

Poduzetništvo i poduzetničko obrazovanje također utječu na razvoj ljudskog kapitala koji je vješti i motiviran za poduzetništvo. Na primjer, Martin, McNally i Kay, (2013: 222) dali su kvantitativnu ocjenu literature o poduzetničkom obrazovanju i osposobljavanju i pokazali njezinu korisnu i važnu povezanost s mnogim poduzetničkim ljudskim kapitalom i poduzetničkim rezultatima. Nadalje, Martin, McNally i Kay, (2013) zaključili su da “naši rezultati podržavaju ideju da obrazovanje specifično za poduzetništvo može utjecati na formiranje ljudskog kapitala specifičnog za poduzetništvo.” „Ljudski kapital se nadograđuje kroz obuku i iskustvo, priče o uspjehu nadahnjuju nove generacije i čine društvo tolerantnijim prema riziku i neuspjehu i stvaranju bogatstva, a poduzetnički pothvati postaju uspješni i postaju klijenti naklonjeni poduzetništvu“ (Isenberg, 2011: 5).

2.2. Globalni poduzetnički ekosustav

Poduzetničke ekosustave na socioekonomskoj razini se definiraju kao svojstva samoorganizacije, skalabilnosti i održivosti kao „...dinamičku institucionalno ugrađenu interakciju između poduzetničkih stavova, sposobnosti i težnji, od strane pojedinaca, koja pokreće raspodjelu resursa kroz stvaranje i rad novih pothvati.” Poduzetnički ekosustavi su složene društveno-ekonomske strukture koje se oživljavaju djelovanjem na razini pojedinca. Velik dio znanja relevantnog za poduzetničko djelovanje ugrađen je u strukture ekosustava i zahtijeva djelovanje na razini pojedinca da bi se izvuklo (Acs, Autio i Szerb, 2014b).

Poduzetnici u nastajanju i novi poduzetnici su u srcu sustava. Poduzetnici u nastajanju pojedinci su u procesu pokretanja novog pothvata. Ovi poduzetnici predstavljaju podskup odraslog stanovništva u određenoj zemlji. Stavovi koji prevladavaju u široj populaciji utječu na to tko se odluči postati poduzetnik. Poduzetnike u nastajanju i nove poduzetnike karakteriziraju različiti stupnjevi sposobnosti i poduzetničke aspiracije (Autio i suradnici, 2014).

Poduzetnici su ti koji pokreću dinamiku pokušaja i pogreške. To znači da poduzetnici započinju poslovanje kako bi slijedili prilike koje i sami vide. Međutim, poduzetnici ne mogu unaprijed reći jesu li prilike stvarne ili ne (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Jedini način da osoba potvrdi priliku je da je slijedi. Ishod je proces suđenja i greške.

Uvjeti poduzetničkog okvira važni su jer reguliraju prvo tko će postati poduzetnik i, drugo, u kojoj su mjeri novi pothvati koji nastaju u stanju ispuniti svoj potencijal rasta. Prvi aspekt – poduzetnički izbor – reguliran je uglavnom mekim okvirnim uvjetima, poput društvenih normi i kulturnih preferencija. Stupanj do kojeg su novi pothvati sposobni ispuniti svoj potencijal reguliran je nizom poduzetničkih okvirnih uvjeta, kao što su vlada, istraživanje i razvoj, obrazovanje, infrastruktura, financijski sektor i korporativni sektor.

Zdrav poduzetnički ekosustav potaknut će raspodjelu resursa prema produktivnoj upotrebi. Također će potaknuti ukupnu faktorsku produktivnost kroz inovaciju procesa. Što je veća ukupna faktorska produktivnost, veća je sposobnost gospodarstva da stvori radna mjesta i bogatstvo (Autio i Levie, 2015).

2.3. Agenti poduzetničkog ekosustava

Prva komponenta poduzetničkih ekosustava je djelovanje. Poduzetnik pokreće sustav. Poduzetnik je netko tko donosi odluke temeljene na prosudbi o koordinaciji oskudnih resursa. Pojam “netko” definira se kao pojedinac, a pojam “odluke temeljene na presudi” je odluka za koju ne postoji očito ispravan postupak (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Rasuđivanje nije rutinska primjena standardnog pravila. Postoje dvije temeljne poduzetničke aktivnosti: na jednom polu je rutinsko poduzetništvo, koje je zapravo vrsta upravljanja, a u ostatku spektra imamo poduzetništvo visokog rasta. Pod rutinskim poduzetništvom se podrazumijevaju aktivnosti koje su uključene u koordinaciju i izvršavanje dobro uspostavljene trajne koncesije u kojoj su dijelovi proizvodne funkcije u upotrebi dobro poznati i koja djeluje na uhodan i jasno definiran način (Acs, Szerb i Autio, 2014a). To uključuje samozapošljavanje i vlasnika malog poduzeća. To je sljedeći štand, garaža ili frizer. Sigurno je da replikativni poduzetnici mogu biti od velike društvene vrijednosti. Međutim, ove vrste tvrtki nisu ono što se podrazumijeva pod uslugama ekosustava (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Pod poduzetništvom s velikim utjecajem se podrazumijevaju aktivnosti potrebne za stvaranje inovativnog pothvata visokog rasta u kojem nisu sva tržišta dobro uspostavljena ili jasno definirana i u kojem relativni dijelovi proizvodne funkcije nisu u potpunosti poznati (Acs, Szerb i Autio, 2014a). Inovativni poduzetnici osiguravaju da korištenje izuma pridonosi povećanju produktivnosti te olakšava i doprinosi gospodarskom rastu. Kapaciteti popunjavanja praznina i ispunjavanja inputa jedinstvene su karakteristike poduzetnika.

2.4. Institucije poduzetničkog ekosustava

Druga temeljna komponenta poduzetničkih ekosustava su institucije – pravila igre. Za poduzetništvo su od posebne važnosti ekonomske institucije u društvu kao što su struktura vlasničkih prava i prisutnost učinkovitih tržišnih okvira. Gospodarske institucije važne su jer utječu na strukturu gospodarskih poticaja. Bez vlasničkih prava, pojedinci neće imati poticaj za ulaganje u fizički ili ljudski kapital ili usvajanje učinkovitijih tehnologija. Gospodarske institucije također su važne jer pomažu u raspodjeli sredstava za njihovu najučinkovitiju upotrebu; oni određuju tko dobiva dobit, prihode i preostala prava kontrole. Kada su tržišta bila jako ograničena i institucije su slale pogrešne signale, malo je zamjene između rada i kapitala, a tehnološke promjene su minimalne (Acs, Autio i Szerb, 2014b).

Institucije stvaraju poticaje, a poduzetnički talent se alocira na djelatnosti s najvećim privatnim povratom, koje ne moraju imati najveći društveni prinos. Univerzalni rezultati poboljšanja dobrobiti ne proizlaze automatski iz poduzetničke aktivnosti; doista takve aktivnosti mogu proizvesti upitne ili nepoželjne učinke. Poduzetnički talent može se rasporediti između niza izbora s različitim učincima od stvaranja bogatstva do uništavanja ekonomskog blagostanja. Ako se isti akter može angažirati u takvim alternativnim aktivnostima, tada mehanizam putem kojeg se talenti dodjeljuju ima važne implikacije na ekonomske rezultate, a kvaliteta tog mehanizma ključni je kriterij u ocjenjivanju danog skupa institucija s obzirom na rast.

2.5. Sustav poduzetničkog ekosustava

Treća komponenta poduzetničkih ekosustava su sustavi. Kada se gledaju sustavi, na primjer, sustavi inovacija ili klastere, postoji teorija o tome kako sustav funkcionira dok proizvodi rezultate (Autio i Levie, 2015).

Nadovezujući se na sustave literature o inovacijama i metodologiju Global Entrepreneurship Monitor, razvija se poduzetnički ekosustav koji integrira i institucije i agenciju te uvodi ekosustav koherentnih obrazaca na jednostavan, intuitivan i moćan način. Ključne ideje su odnosi; komplementarni, kroz sustave i podsustave; te važnost čimbenika uskog grla. Koncept komplementarnosti na svoj najjednostavniji način je interakcija dviju varijabli. Varijable s dva

izbora nadopunjuju se, kada se radi više od jedne od njih povećava povrat od više rada druge. Rizični kapital je uvijek težak, ali nije nemoguć čak i u gospodarstvima vođenim faktorima (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

2.6. Upravljanje ekosustavom

Iako mnogi misle o rezultatima ekosustava kao o više start-upova, poput GEM-a, to je pogrešno i obmanjujuće (Acs, Autio i Szerb, 2014b). Dvostruka usluga koju stvaraju poduzetnički ekosustavi je (1) alokacija resursa prema produktivnoj upotrebi i inovativni pothvati visokog rasta koji pokreću ovaj proces. Literatura o poduzetništvu često govori o prepoznavanju prilika i potrebi za prikupljanjem resursa. Međutim, iz perspektive uspješnosti, ključno je pitanje raspodjele resursa iz postojećih aktivnosti u nove. Raspodjela resursa u produktivne svrhe rezultirat će novim poduzećima visokog rasta i visoke vrijednosti. Hranjivi sastojak u ekosustavu su resursi – rizični kapital! Bez hranjivih tvari, ekosustav će umrijeti. Na primjer, lansiranje Ubera i Airbnb-a početkom drugog desetljeća 21. stoljeća i raniji uspjeh Googlea, Amazona, Facebooka, Twittera, Skypea, WhatsAppa i Craigslist-a stvorili su novu vrstu tvrtki. Tehnološki start-up vrijedan milijardu dolara nekoć je bio mit, ali sada se čini da je posvuda, poduprt bikovskim tržištem, lako dostupnim rizičnim kapitalom i novom generacijom disruptivne tehnologije (Acs, Autio i Szerb, 2014b).

2.7. Atributi uspješnih poduzetničkih ekosustava

Literatura o poduzetničkim ekosustavima izravno je usmjerena na ključne dionike ekosustava, uglavnom na poduzetničke vođe i kreatore politike, a ne na akademsku publiku (Feld, 2012). Nedavna literatura o poduzetničkom ekosustavu nudi nekoliko popisa čimbenika koji se smatraju važnima za uspjeh poduzetničkog ekosustava. Naravno, poduzetnici (biti vidljivi i povezani) smatraju se srcem uspješnog ekosustava, ali uspješni poduzetnički ekosustavi imaju više atributa. Pored ključne uloge samih poduzetnika (u vođenju razvoja ekosustava i kao mentora ili savjetnika), devet atributa Feld (2012) naglašava interakciju između igrača u ekosustavu (s velikom gustoćom mreže, mnogim povezujućim događajima i velike tvrtke koje surađuju s lokalnim novoosnovanim poduzećima) i pristup svim vrstama relevantnih resursa (talent, usluge, kapital), uz poticajnu ulogu vlade u pozadini (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Važan doprinos je široka, duboka baza talenata zaposlenika u svim sektorima i područjima stručnosti. To uključuje i tehničke radnike kao i više poslovno orijentirane radnike kao što su prodavači, trgovci i stručnjaci za razvoj poslovanja. Sveučilišta su izvrstan resurs za mlade talente i trebala bi biti dobro povezana sa zajednicom. Uz ljudski kapital, financijski kapital je ključan: snažna, gusta i podržavajuća zajednica rizičnih kapitalista, poslovnih anđela, početnih ulagača i drugih oblika financiranja trebala bi biti dostupna, vidljiva i dostupna u svim sektorima, demografskim i geografskim područjima.

Uspješan ekosustav zahtijeva vodstvo koje se sastoji od jake grupe poduzetnika koji su vidljivi, pristupačni i predani tome da je regija odlično mjesto za pokretanje i razvoj tvrtke. Zahtijeva i mnogo cijenjenih mentora i savjetnika koji se vraćaju u svim fazama, sektorima, demografskim i geografskim područjima, kao i solidnu prisutnost učinkovitih i dobro integriranih akceleratora i inkubatora (tj. posrednika) (Autio i Levie, 2015).

Osim toga, profesionalne usluge (pravne, računovodstvene, nekretnine, osiguranje, savjetovanje) koje su specijalizirane za jedinstvene potrebe novoosnovanih i proširenih poduzeća i s odgovarajućom cijenom (kao što je nuđenje aranžmana s kapitalom za uslugu). Da bi ekosustav bio uspješan, velike etablirane organizacije također bi trebale pružiti podršku. To uključuje velike usidrene tvrtke, koje bi trebale stvoriti posebne odjele i programe za poticanje suradnje s novim poduzećima s visokim rastom, a također uključuje snažnu državnu potporu i razumijevanje start-upova za gospodarski rast (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Osim toga, trebale bi postojati potporne politike koje pokrivaju gospodarski razvoj, poreze i sredstva ulaganja. Drugi preduvjet je veliki broj događaja za povezivanje i angažiranje poduzetnika i zajednice, s vrlo vidljivim i autentičnim sudionicima (npr. susreti, pitch dani, start-up vikendi, boot campovi, hackatoni i natjecanja). Konačno, kaže se da uspješan ekosustav ovisi o dubokoj, dobro povezanoj zajednici početnika i poduzetnika zajedno s angažiranim i vidljivim investitorima, savjetnicima, mentorima i podupirateljima (naznačeno velikom gustoćom mreže). Optimalno je da se ti ljudi i organizacije razlikuju po sektorima i demografiji. Svatko mora biti spreman vratiti svojoj zajednici (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

2.8. Nedostaci pristupa poduzetničkog ekosustava

Koncept poduzetničkog ekosustava može biti koristan za analizu dinamike stvaranja novih pothvata i drugih poduzetničkih aktivnosti unutar određenih geografskih lokacija; međutim,

literatura ne pokazuje uobičajeno razumijevanje o tome što su poduzetnički ekosustavi, prikazujući nedostatak dovoljno teorijskih i empirijskih studija. Iako je koncept privlačan kreatorima politike, nedostatak razumijevanja može dovesti do pogrešne primjene.

Uloga mreža za interakcije pojedinih elemenata unutar poduzetničkih ekosustava nisu dovoljno istražene. Prošle studije bile su usredotočene na identificiranje elemenata bez razmatranja odnosa između njih. Nedostatak razumijevanja interakcije elemenata poduzetničkih ekosustava otežava razumijevanje dinamike ekosustava. Nadalje, potrebno je istraživanje o tome kako različiti elementi poduzetničkih ekosustava poboljšavaju poduzetništvo (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

Drugi nedostatak je zabluda da je glavni fokus ekosustava na start-upima. Potom, postoji tendencija sužavanja pristupa na „početna poduzeća s visokim rastom“, s idejom da je ova vrsta poduzetništva pogodnija za inovacije, produktivnost i rast. Iako su nove tvrtke važne za rast zaposlenosti, samo je dio tih tvrtki koje stvaraju većinu rasta zaposlenosti i mogu se povećati. Dakle, ekosustavi su okruženja podrške za poduzetničku aktivnost, biti potencijalni poduzetnici, start-upovi, inovativne tvrtke orijentirane na rast i veći korporativni subjekti.

Drugo ograničenje je mjerenje i uspjeh poduzetničkih ekosustava. Istraživanja su nastojala mjeriti ih putem "ugovaratelja poslova" kao mjere dinamike. Izmjereni su specifični elementi, s naglaskom na gustoću, fluidnost, povezanost i raznolikost. Pristupi na nacionalnoj razini koristili su Globalni indeks razvoja poduzetništva. Broj jednoroga (tj. start-upa u vrijednosti od preko 1 milijarde dolara) korišten je kao mjera uspješnosti i prisutnosti poduzetničkih ekosustava. Ipak, zbog svoje heterogenosti i složenosti, poduzetničkih ekosustava predstavljaju znatne izazove kada se pokušavaju mjeriti (Autio i Levie, 2015).

2.9. Model poduzetničkog ekosustava

Kao što je upravo rečeno, poduzetnički ekosustav sastoji se od svih elemenata koji su potrebni za održavanje poduzetništva na određenom teritoriju. Feld (2012) predlažu četiri široke komponente ekosustava (ili ono što je on nazvao 'infrastrukturu') za poduzetništvo, uključujući (1) institucionalne aranžmane koji legitimiraju, reguliraju i potiču poduzetništvo; (2) javne resurse temeljnih znanstvenih spoznaja, mehanizama financiranja i fondova kompetentne radne snage; (3) potražnja na tržištu informiranih potrošača za proizvodima i uslugama koje nude poduzetnici; i (4) vlasničke poslovne aktivnosti koje privatni poduzetnici pružaju kroz funkcije istraživanja i razvoja, proizvodnje, marketinga i distribucije.

Znanstvenici (Feld, 2012; Isenberg, 2011; World Economic Forum, 2013) su naknadno razradili i proširili te elemente poduzetničkog ekosustava. Feld (2012), na primjer, naglašava interakciju između igrača u ekosustavu (s velikom gustoćom mreže, brojnim povezujućim događajima i velikim tvrtkama koje surađuju s lokalnim start-upovima) i pristupom svim vrstama relevantnih resursa (talent, usluge, kapital), s poticajnom ulogom vlade u pozadini. Isenberg (2011) formulirao je šest različitih domena ekosustava: politika, financije, kultura, podrška, ljudski kapital i tržišta. Svjetski gospodarski forum je 2013. godine predložio osam stupova za uspješan ekosustav (World Economic Forum, 2013). Ovi se stupovi usredotočuju na prisutnost ključnih čimbenika (resursa) poput ljudskog kapitala, financija i usluga; akteri uključeni u to (talent, investitori, mentori/savjetnici, poduzetnički kolege); formalne („državni i regulatorni okvir”) i neformalne institucije („kulturalna podrška”) koje omogućuju poduzetništvo; i konačno, pristup kupcima na domaćem i inozemnom tržištu (Acs, Szerb i Autio, 2014a).

3. ISTRAŽIVANJE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

Global Entrepreneurship Monitor kako se definira u radu Besma i sur (2021) kao studija poduzetničke aktivnosti koja istražuje povezanost između ekonomskog rasta i razvoja sa razvojem poduzetništva u promatranoj državi. „S godinama GEM je postao najveća godišnja studija poduzetničke aktivnosti na svijetu, a njegova izvješća imaju vrlo značajnu u raznim drugim studijama u kojima su često citirana i navedena. GEM projekt se ponajprije bavi razvojem raznih pokazatelja uz pomoć kojih se mjeri poduzetnička aktivnost. Rezultati mjerenja objavljuju se u godišnjim izvješćima, a objavljuju ih GEM timovi u svakoj pojedinoj državi sudionici projekta u obliku izvještaja analize nacionalnih poduzetničkih aktivnosti. Također se objavljuju i globalni izvještaji svih promatranih država zajedno“ (Besma i sur., 2021).

Istraživački konzorcij Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mjeri poduzetničku aktivnost radno sposobnih odraslih osoba u širokom rasponu zemalja na usporediv način od 1998. godine. 2020. studija je provela istraživanja u 43 zemlje i predstavlja najmjerodavniju usporednu studiju na svijetu poduzetničke aktivnosti u općoj odrasloj populaciji.

Primarni fokus GEM-a je na proučavanju tri područja (Janković, 2018):

- Mjerenje razlika u razini poduzetničke aktivnosti između zemalja
- Otkrivanje čimbenika koji vode do odgovarajućih razina poduzetništva
- Predlaganje politika koje mogu poboljšati nacionalnu razinu poduzetničke aktivnosti.

Globalna studija GEM 2020. temelji se na analizi rezultata ankete odrasle populacije (APS) iz 43 gospodarstva koja pokrivaju oko dvije trećine svjetske populacije. Jezgra APS-a je identična u svakoj zemlji i pita ispitanike o njihovim stavovima prema poduzetništvu, o tome jesu li uključeni u neki oblik poduzetničke aktivnosti i, ako jesu, o njihovim težnjama za poslovanje.

Global Entrepreneurship Monitor uspostavljen je s tri cilja na umu (Janković, 2018):

- **Za mjerenje razlika u razini poduzetničke aktivnosti između zemalja** – korištenjem jedne metodologije za sve zemlje sudionice dobivaju se podaci za pouzdanu usporedbu iz godine u godinu i između zemalja. To je ključna karakteristika našeg alata i metoda se stalno poboljšava.
- **Kako bismo otkrili čimbenike koji dovode do odgovarajuće razine poduzetništva** – prikupljamo podatke o težnjama, stavovima pojedinaca kao i o specifičnostima lokalnog poduzetničkog ekosustava. Stručna analiza prikupljenih podataka daje odgovor koji

čimbenici globalno i lokalno utječu na okoliš – na individualnoj razini kao i na okvirne uvjete.

- **Predložiti politike koje mogu unaprijediti nacionalnu razinu poduzetničke aktivnosti** – treći cilj koji je proizvod prva dva – izraditi GEM-ova godišnja izvješća koja analiziraju podatke i daju preporuke koje bi kratkoročno i/ili dugoročno unaprijedile poduzetnički ekosustav -rok, ako se provodi. Sljedeća godišnja naknadna anketa omogućuje nam praćenje napretka i učinka provedbe naših preporuka.

Alati za postizanje ovih ciljeva su godišnja istraživanja po zemljama – Anketa o odrasloj populaciji i Anketa nacionalnih stručnjaka.

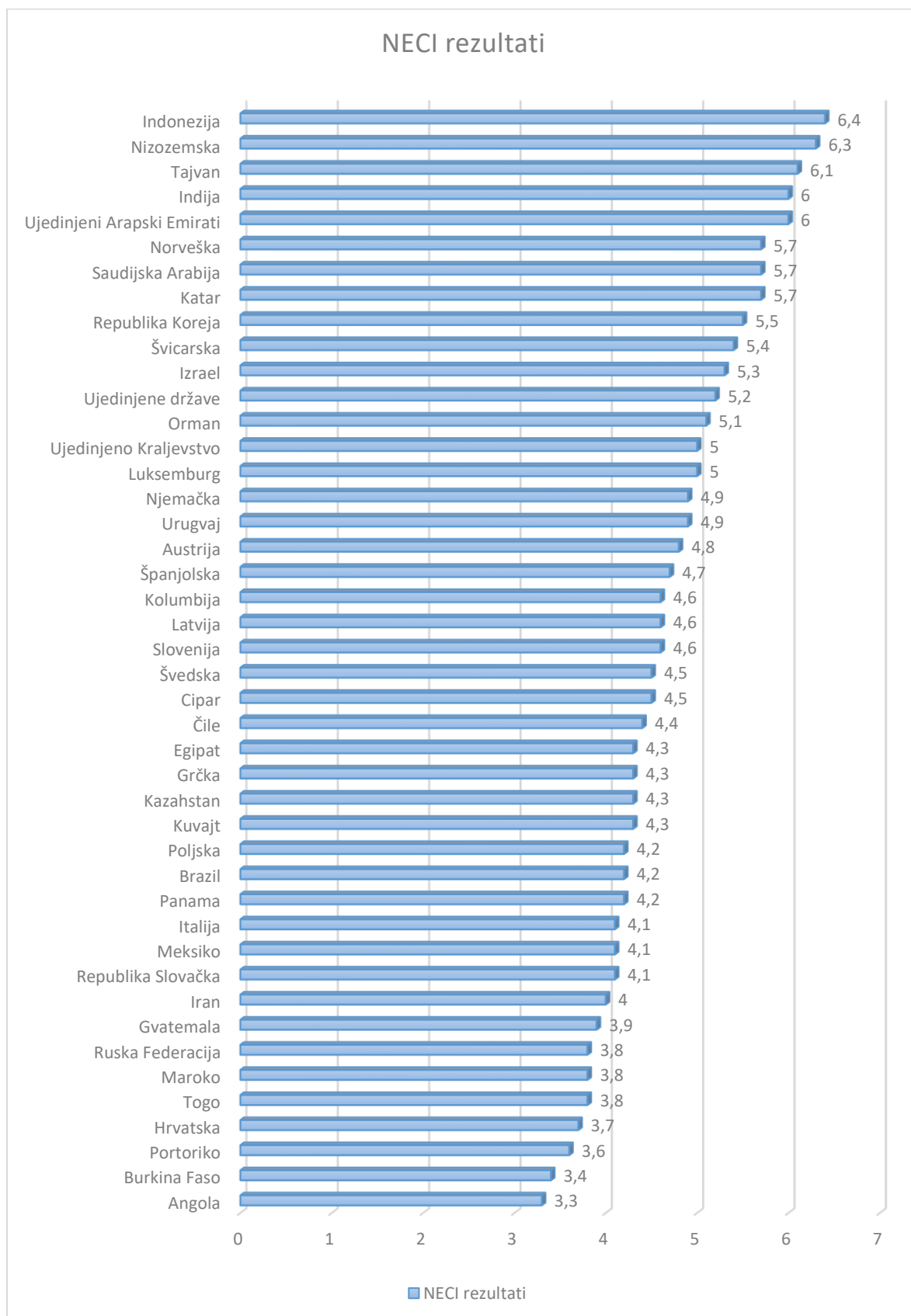
Početak svake godine GEM objavljuje svoje Globalno izvješće koje analizira prikupljene podatke iz prethodne godine u skoro sto zemalja sudionica. Nacionalni timovi ubrzo nakon toga ubrzo počinju objavljivati svoja nacionalna izvješća (Janković, 2018).

3.1. Entrepreneurship Context Indeks (NECI)

GEM je 2018. pokrenuo Nacionalni indeks poduzetničkog konteksta (NECI), koji u jednom broju sažima prosječno stanje poduzetničkog okruženja u gospodarstvu. NECI rezultat za dano gospodarstvo je aritmetička sredina EFC (Poduzetnički okvirni uvjet) rezultata tog gospodarstva, pa se kao i ovi rezultati mjeri na Likertovoj ljestvici od 0 do 10 (Bosma i sur., 2021).

Skraćeni rezultati NECI za 44 gospodarstva uključena u GEM Nacionalna stručna istraživanja 2020. prikazani su na slici 1, rangirani od najviše do najniže. Ako se rezultat od 5,0 smatra „upravnim dovoljnim“, samo 15 od svih sudjelujućih gospodarstava ima okruženje za poduzetništvo koje je sasvim dovoljno ili bolje, uključujući šest iz Europe i Sjeverne Amerike, pet iz Bliskog istoka i Afrike, četiri iz središnje i istočne Azije i nijedan iz Latinske Amerike i Kariba. Od pet gospodarstava s najvišim NECI ocjenama, tri su klasificirana kao gospodarstva s visokim dohotkom, jedno sa srednjim dohotkom i jedno s niskim dohotkom (Bosma i sur., 2021).

Slika 1. Nacionalni indeks poduzetničkog konteksta (NECI): 44 gospodarstva, 2020.



Izvor: Bosma i sur., 2021.

Na drugom kraju ljestvice NECI, sve globalne regije imaju gospodarstva s poduzetničkim okruženjem ocijenjenim kao manje nego dovoljnim, s jednim iz središnje i istočne Azije, po osam iz Latinske Amerike i Kariba i Bliskog istoka i Afrike, te 13 iz Europe i Sjeverne Azije. Amerika. Od pet gospodarstava s najniže ocijenjenim EFC-ovima, tri su kategorizirana kao niska, a dva s visokim dohotkom. Ovi nalazi upućuju na to da ni razina dohotka ni globalna regija ne određuju kvalitetu okruženja za poduzetništvo (Bosma i sur., 2021).

Uzeti zajedno, ovi rezultati NECI ukazuju na to da vlade diljem svijeta još trebaju pokriti mnogo toga kako bi uspostavile vrste uvjeta koji dovode do maksimalnog povećanja kapaciteta zemalja za promicanje i njegovanje poduzetništva. S obzirom na utjecaj COVID-19 na zapošljavanje u cijelom svijetu i potrebu da se osigura brzi oporavak gospodarstva, dužni su kreatori politika diljem svijeta hitno uspostaviti najpovoljnije moguće uvjete za “njegovanje prirode” poduzetništva u svojim zemljama (Bosma i sur., 2021).

S obzirom na to da je ova procjena stanja poduzetničkog okruženja svakog gospodarstva poduzeta kada su se ta gospodarstva još učila nositi s ledenim stiskom pandemije (a možda još uvijek uče), otkriva se usporedba rezultata NECI-ja za 2020. s prethodnim - rezultati pandemije u NES-u 2019. za 35 gospodarstava koja su sudjelovala u oba. Dok su tri gospodarstva zabilježila pad svojih NECI bodova za 0,5 bodova ili više između 2019. i 2020. (Španjolska, Švicarska i Meksiko), još pet gospodarstava (Indonezija, Iran, Saudijska Arabija, Oman i Izrael) povećalo je svoje NECI rezultate za 0,5 bodova ili više u isto razdoblje. Zanimljivo je da su četiri od pet na Bliskom istoku i u Africi (Bosma i sur., 2021).

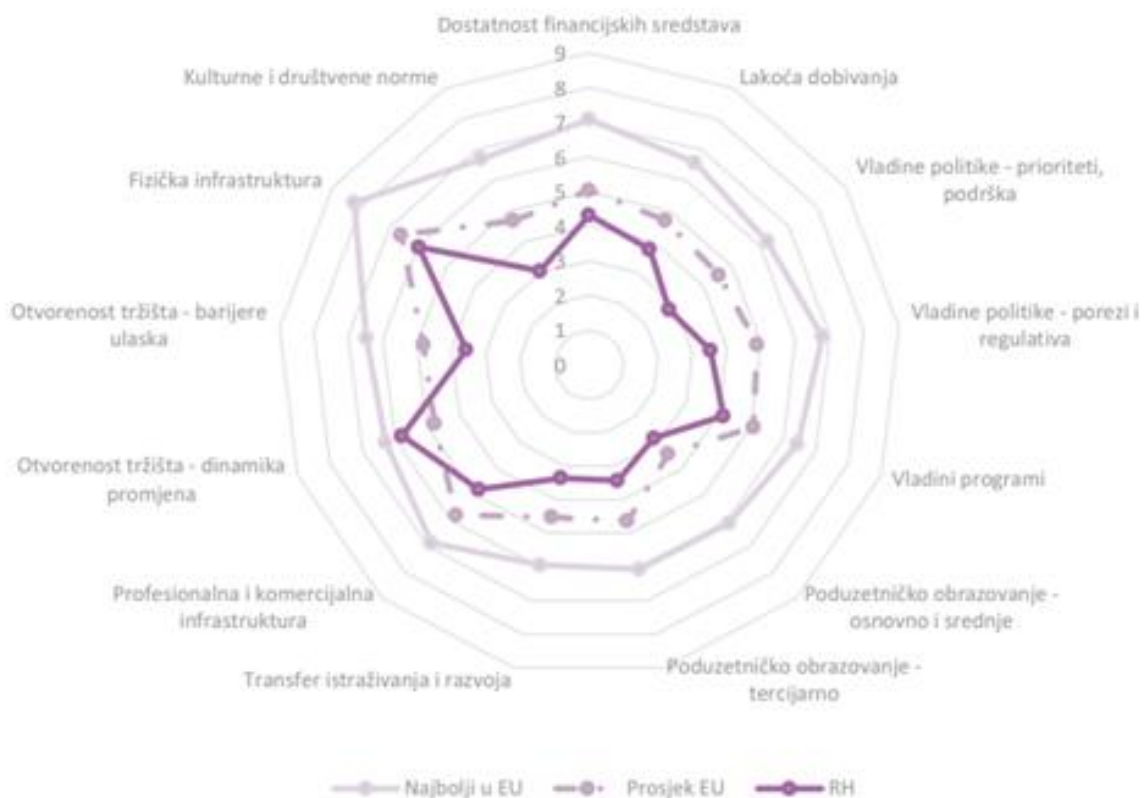
3.2. Hrvatski GEM profil

Hrvatska je razina poduzetničke aktivnosti u 2020. bila relativno visoka, s obzirom na poteškoće pandemije. Bila je relativno sretna i u gospodarskom smislu: samo 40% odraslih Hrvata (18–64) izjavilo je da su pretrpjeli gubitak prihoda kućanstva kao rezultat pandemije. Taj je postotak relativno nizak među europskim zemljama. S druge strane, 17% odraslih Hrvata zapravo je izvijestilo o povećanju prihoda kućanstava kao rezultat pandemije, što je treća najveća stopa od svih GEM gospodarstava, iza Republike Koreje (19%) i Izraela (33%). Stopa poduzetničkih namjera u Hrvatskoj (odrasli koji izjavljuju da namjeravaju pokrenuti posao u sljedeće tri godine) porasla je s 21% u 2019. na 24% u 2020., što je malo više od očekivanog s obzirom na iskustva drugih europskih zemalja. U mnogim slučajevima u kojima se gospodarski

teret pandemije prilično dobro upravljao, poduzetničke namjere su se smanjile. Gospodarstva poput Norveške ili Nizozemske, na primjer, imale su mnogo nižu stopu poduzetničkih namjera od Hrvatske. No, s obzirom da je 56% Hrvata s poduzetničkim namjerama izjavilo da je na njihovu odluku utjecala pandemija, to je možda bila dovoljna motivacija za nove poduzetnike (Bosma i sur., 2021).

Stopa ukupne poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi (TEA) u Hrvatskoj povećala se s 10,5% u 2019. na 12,7% u 2020., što je druga najviša stopa među europskim gospodarstvima (iza Slovačke Republike s 15,9%). Ipak, s obzirom na to kako je pandemija utjecala na Hrvate s poduzetničkim namjerama, samo 29% onih koji su uključeni u TEA izjavilo je da vidi nove prilike kao rezultat pandemije. Osim toga, rijetko se mogu vidjeti gospodarstva u kojima su stope TEA porasle, dok su stope u kojima se vide prilike za pandemiju ostale niske. U godini u kojoj tako dominiraju reakcije na pandemiju, može se očekivati da će prilike povezane s pandemijom potaknuti mnoge nove pothvate (Bosma i sur., 2021).

Slika 2. Stručne ocjene uvjeta poduzetničkog okvira Republike Hrvatske, 2021. godine - - usporedba s prosjekom Europske unije i najboljim ocjenama u državama Europske unije



Izvor: Singer, S. i sur. (2020).

Unatoč prilično dobrom učinku u mnogim pokazateljima poduzetničke aktivnosti, hrvatski stručnjaci davali su uglavnom negativne ocjene Okvirnih uvjeta gospodarstva u 2020. Kritično, opali su rezultati za dva od tri stanja povezana s državom. Za "Vladinu politiku: podrška i relevantnost" ocjena se neznatno povećala, s 3,0 u 2019. na 3,2 u 2020. (41. među gospodarstvima koja sudjeluju u GEM-u). Međutim, ocjena za „Državna politika: porezi i birokracija” smanjena je s 3,0 u 2019. na 2,5 u 2020. (43. među GEM gospodarstvima); i "Državni programi poduzetništva" neznatno su se smanjili, s 3,4 u 2019. na 3,3 u 2020. (39. ukupno). Začudo, te negativne ocjene nisu se odrazile na relativno visoku ocjenu za odgovor hrvatske vlade na pandemiju, ocjenu 5,8 (15. ukupno). Moguće je, međutim, da je hrvatska uprava patila s obzirom na ukupnu potporu poduzetnicima tijekom cijele godine, dok je vlada također djelovala razumno učinkovito u rješavanju problema specifičnih za pandemiju (Bosma i sur., 2021).

Dva hrvatska okvirna uvjeta vezana uz obrazovanje povećala su se tijekom prošle godine unatoč poteškoćama osobnog obrazovanja tijekom pandemije. Međutim, obje su još uvijek bile loše ocijenjene u usporedbi s drugim GEM gospodarstvima. Uvjet "Poduzetničko obrazovanje u školi" poboljšao se s 2,0 u 2019. na 2,4 u 2020. (32. među GEM ekonomijama), dok se ocjena "Poduzetničko obrazovanje poslije škole" neznatno povećala, s 3,3 u 2019. na 3,5 u ukupnoj 2020. (42). Općenito niske ocjene na Okvirnim uvjetima za potporu poduzetništvu u Hrvatskoj, čak i ako su ove godine malo poboljšane, mogu ukazivati na okruženje koje je za neke poduzetnike obeshrabrujuće. Sukladno tome, Hrvatska je 2020. imala najnižu ocjenu na području "Društvenih i kulturnih normi" (3,3), što odražava kulturu koja može biti pomalo skeptična prema poduzetništvu (Bosma i sur., 2021).

4. ZAKLJUČAK

Poduzetnički ekosustav pretpostavlja da njegove komponente međusobno djeluju na skladan način, uvijek tražeći prilagodbu kada dođe do izumiranja bilo kojeg od njegovih elemenata, budući da nedostatak ili krhkost elemenata može uzrokovati neravnotežu i gotovo uvijek djeluje na druge elemente ekosustava. Ekosustavi polaze od pretpostavke da nove tvrtke nisu izolirani otoci, već rastu i opstaju u okruženjima u kojima bezbroj čimbenika može podržati njihov razvoj, naime ljudski kapital, financiranje, sustavi podrške i mentori, vladine strukture i obrazovanje i osposobljavanje, potpora kultura, vodstvo, posrednici, između ostalih. Međutim, ne postoji idealan pristup ekosustavima koji se može generalizirati jer je svaki ekosustav jedinstven. Komponente i interakcije unutar ekosustava će se razlikovati od konteksta do konteksta. Ova raznolikost stvara potrebu za suptilnijim razumijevanjem poduzetničkih ekosustava koje uzima u obzir lokalne specifičnosti.

Ekosustavi su definirani vezama između njihovih sastavnih dijelova i koristi koje pružaju poduzetnicima. Ove pogodnosti i odnosi mogu se razlikovati među regijama. Iz provedenog istraživanja se može vidjeti da se Republika Hrvatska po Nacionalnom indeksu poduzetničkog konteksta (NECI), koji uspoređuje četrdeset i četiri države svijeta, nalazi na četvrtom mjestu od kraja. Znači samo su Portoriko, Burkina Faso i Angola lošije po rezultatima Nacionalnog indeksa poduzetničkog konteksta. Može se također iz istraživanja zaključiti da je pandemija djelovala na hrvatske s poduzetničkim namjerama. Također se iz istraživanja moglo rijetko uvidjeti gospodarstva u kojima su stope TEA narasle, dok su stope u kojima se vide prilike za pandemiju ostale niske. Hrvatski stručnjaci su davali uglavnom negativne ocjene Okvirnih uvjeta gospodarstva u 2020. godine. Smanjili su se rezultati za dva do tri stanja povezana s državom. Općenito niske ocjene na Okvirnim uvjetima za potporu poduzetništvu u Hrvatskoj, čak i ako su ove godine malo poboljšane, mogu ukazivati na okruženje koje je za neke poduzetnike obeshrabrujuće. Sukladno tome, Hrvatska je 2020. imala najnižu ocjenu na području "Društvenih i kulturnih normi" (3,3), što odražava kulturu koja može biti pomalo skeptična prema poduzetništvu.

LITERATURA

1. Acs, Z. J., Szerb, L. i Autio, E. (2014a). *The Global Entrepreneurship Index 2014*. Seattle: CreateSpace.
2. Acs, Z., Autio, E. i Szerb, L. (2014b). National Systems of entrepreneurship: Measurement issue and policy implications. *Research Policy*, 43, pp 476–494.
3. Aidis, R., Estrin, S. i Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: a comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656-672.
4. Akinyemi, F. O. i Adejumo, O. O. (2018). Government policies and entrepreneurship phases in emerging economies: Nigeria and South Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research : JGER. - Berlin : SpringerOpen*, 8 (35), p. 1-18
5. Autio, E. i Levie, J. (2015). *Management of entrepreneurial ecosystems*. Mimeo: Imperial college Business School.
6. Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. i Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation. *The importance of context. Research Policy*, 43(7), 1097–1108.
7. Bosma, N. i sur. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report, Global Entrepreneurship Research Association*, London Business School, UK
8. Buble M. i Buble M. (2014). *Poduzetništvo*. Aspira visoka škola za menadžment i dizajn
9. Carree, M. A. i Thurik, A. R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. In: Acs, Z. J., Audretsch, D. B. (eds) *Handbook of entrepreneurship research*, Boston, MA: Kluwer Academic Publishers, pp. 437–471.
10. Chen, J., Cai, L., Bruton, G.D. i Sheng, N. (2019). Entrepreneurial ecosystems: what we know and where we move as we build an understanding of China, *Entrepreneurship & Regional Development*, 32 (5-6), p. 370-388.
11. Chowdhury, F., Audretsch, D. B. i Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), pp. 51–81.
12. Dimov, D. (2017). *The Reflective Entrepreneur*. London: Routledge
13. Estrin, S. i Mickiewicz, T. (2011). *Entrepreneurship in transition economies: The role of institutions and generational change. The dynamics of entrepreneurship: Evidence from the global entrepreneurship monitor data*, Oxford: Oxford University Press, p. 181–208.
14. Feld, B. (2012) *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. New York: Wiley.

15. Hayton, J. C., George, G. i Zahra, S. A. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship : Theory and Practice*, 26 (4), pp. 33-53.
16. Holcombe, R. G. (2000). Entrepreneurship and economic growth. *The Quarterly Journal of Austrian Economics* 1(2), p. 45–62.
17. Goldin C. (2016). *Human Capital*. In: *Handbook of Cliometrics*. Heidelberg, Germany: Springer Verlag.
18. Isenberg, D (2011) *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship*, Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, Babson Park: MA
19. Janković, M.B. (2018). Global entrepreneurship monitor u Republici Hrvatskoj (završni rad). Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
20. King, R. G. i Levine, R (1993). Finance, entrepreneurship, and growth: Theory and Evidence. *Journal of Monetary Economics*, 32, pp. 513-542.
21. Kuvačić N. (2005). *Poduzetnička biblija*. Split: Beretin.
22. Kshetri, N. i Dholakia, N. (2011) Regulative institutions supporting entrepreneurship in emerging economies: A comparison of China and India. *Journal of International Entrepreneurship* 9(2), pp. 110-132
23. Martin, B.C., McNally, J.J. i Kay, M.J. (2013). Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes, *Journal of Business Venturing* 28(2), pp. 211-224.
24. Matijević, M. (2019). Poduzetnički ekosustav Republike Hrvatske (završni rad). Sveučilište u Splitu, Split.
25. Mueller, S.L. i Thomas, A.S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
26. Ribeiro-Soriano, D. i Galindo Martín, M. A. (2012). Government policies to support entrepreneurship. *Entrepreneurship and regional development : an international journal*. Abingdon : Taylor and Francis, 24(9-10), p. 865-945.
27. Singer, S. i sur. (2020). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva
28. Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), p. 49-72.

29. Somoye, R. O. C. (2013). The theoretical models of financial acceleration in entrepreneurship development. *Business and Entrepreneurship Journal*, 2(2), p. 1-16.
30. Theodoraki, C. i Messeghem, K. (2017). Exploring the entrepreneurial ecosystem in the field of entrepreneurial support: a multi-level approach. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(1), p. 47–66.
31. Theodoraki, C., Messeghem, K. i Rice, M.P. (2018). A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. *Small Bus Econ* 51, p. 153–170
32. Thurik, R. i Dejardin, M. (2011). *Entrepreneurship and culture*, in: Masurel, E. and van Gelderen, M. eds, *Entrepreneurship in Context*, London: Routledge, to appear.
33. World Economic Forum (2013). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics*. Davos: World Economic Forum.