

Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Plišo, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:075588>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij *Poduzetnički menadžment i poduzetništvo*

Ivana Plišo

**PODUZETNIČKO OKRUŽENJE HRVATSKE U
MEĐUNARODNOJ PERSPEKTIVI**

Diplomski rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij *Poduzetnički menadžment i poduzetništvo*

Ivana Plišo

**PODUZETNIČKO OKRUŽENJE HRVATSKE U
MEĐUNARODNOJ PERSPEKTIVI**

Diplomski rad

Kolegij: Strategije rasta malih i srednjih poduzeća

JMBAG: 1311029938

e-mail: ipliso@efos.hr

Mentor: prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Graduate Study *Entrepreneurial Management and Entrepreneurship*


Ivana Plišo

**ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT OF CROATIA IN
INTERNATIONAL PERSPECTIVE**

Graduate paper

Osijek, 2024.

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

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (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 visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
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: Ivana Plišo

JMBAG: 1311029938

OIB: 55539941540

e-mail za kontakt: ipliso@efos.hr

Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Mentor/mentorica rada: prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka

U Osijeku, rujan 2024. godine

Potpis 

Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Sažetak

Poduzetničko okruženje predmet je istraživanja mnogih svjetskih istraživača. Ono se odnosi na sve čimbenike i uvjete koji utječu na osnivanje, razvoj i uspjeh poduzetničkih aktivnosti na nekom području. Poduzetničko okruženje uključuje zakonodavni okvir (porezi, propisi), infrastrukturu (pristup tehnologiji, financijskim resursima), kulturne norme (stavovi prema riziku, inovacijama), dostupnost resursa (radna snaga, obrazovanje) te podršku i mreže koje mogu pružiti mentorstvo, savjete i pomoć budućim i sadašnjim poduzetnicima. Komponente koje čine poduzetničko okruženje međusobno utječu jedna na drugu. Kvaliteta svake od komponenti poduzetničkog okruženja utječe na kvalitetu cjelokupnog poduzetničkog okruženja, a poduzetničko okruženje utječe na kvalitetu poduzetničkih aktivnosti i poduzetništvo općenito. Poduzetništvo i poduzetnička aktivnost ključni su za razvoj gospodarstva u društvu, kroz ulogu poduzetništva u stvaranju nove vrijednosti i poboljšanju kvalitete života. Zbog toga, stvaranje poticajnog poduzetničkog okruženja ključan je faktor za postizanje održivog gospodarskog razvoja. Cilj je rada opisati i definirati poduzetničko okruženje, komponente poduzetničkog okruženja i njihov značaj za razvoj poduzetništva te usporediti poduzetničko okruženje Hrvatske s poduzetničkim okruženjem odabranih država članica Europske unije kako bi se dobio uvid o kvaliteti poduzetničkog okruženja Hrvatske u međunarodnoj perspektivi, ali i kako bi se definirala područja za poboljšanje poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj. U radu su korišteni sekundarni izvori podataka, a analiza poduzetničkog okruženja Hrvatske i odabranih zemalja (Nizozemska i Španjolska) provedena je na temelju rezultata izvještaja GEM i WEF istraživanja. GEM istraživanje identificira devet ključnih komponenti poduzetničkog okruženja, dok se analiza izvješća WEF istraživanja temelji na dvanaest pilara. Izvješća poput ovih su važna jer omogućuju usporedbu s drugim zemljama i pružaju temelje za kreiranje preporuka i strategija koje će pomoći u daljnjem razvoju poduzetničkog okruženja pojedinih zemalja.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničko okruženje, komponente poduzetničkog okruženja, GEM istraživanje, WEF istraživanje

Entrepreneurial environment of Croatia in international perspective

Abstract

The entrepreneurial environment is the subject of research by many scholars worldwide. It refers to all the factors and conditions that influence the creation, development and success of entrepreneurial activities in a particular field. The entrepreneurial environment includes the legal framework (taxes, regulations), infrastructure (access to technology, financial resources), cultural norms (attitudes to risk, innovation), availability of resources (labour, education) and the support and networks that can provide mentoring, advice and help to future and current entrepreneurs. The components that make up the entrepreneurial environment interact with each other. The quality of each component of the entrepreneurial environment affects the overall quality of the entrepreneurial environment, which in turn affects the quality of entrepreneurial activities and entrepreneurship in general. Entrepreneurship and entrepreneurial activity are crucial for the economic development of society, as entrepreneurship creates new value and improves the quality of life. Therefore, creating a supportive entrepreneurial environment is a key factor in achieving sustainable economic development. The aim of this paper is to describe and define the entrepreneurial environment, the components of the entrepreneurial environment and their importance for the development of entrepreneurship, and to compare the entrepreneurial environment of Croatia with that of selected European Union member states in order to gain insights into the quality of the Croatian entrepreneurial environment from an international perspective and to identify areas that can be improved in the Croatian entrepreneurial environment. The paper used secondary data sources. The analysis of the entrepreneurial environment of Croatia and selected countries (the Netherlands and Spain) was conducted based on the results of the GEM and WEF reports. The GEM study identifies nine key components of the entrepreneurial environment, while the WEF report analysis is based on twelve pillars. Reports such as these are important because they enable comparisons with other countries and provide a basis for developing recommendations and strategies that contribute to the further development of the business environment in each country.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial environment, components of the entrepreneurial environment, GEM research, WEF research

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Značaj i utjecaj poduzetništva.....	2
3. Poduzetničko okruženje	6
3.1. Definiranje poduzetničkog okruženja	7
3.2. Važnost poduzetničkog okruženja za razvoj poduzetništva.....	10
3.2.1. Funkcije poduzetničkog okruženja	10
3.2.2. Važnost elemenata poduzetničkog okruženja.....	10
3.3. Komponente poduzetničkog okruženja.....	12
3.3.1. Komponente poduzetničkog okruženja prema Isenbergu	12
3.3.2. Komponente poduzetničkog okruženja – WEF.....	13
3.3.3. Komponente poduzetničkog okruženja prema Stamu.....	16
3.3.4. Komponente poduzetničkog okruženja – OECD.....	17
3.3.5. Komponente poduzetničkog okruženja - GEM	19
4. Metodologija rada.....	21
5. Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	22
5.1. Analiza Hrvatske u međunarodnoj perspektivi prema GEM istraživanju	22
5.2. Analiza Hrvatske u međunarodnoj perspektivi prema WEF istraživanju.....	42
6. Zaključak.....	50
Literatura.....	52

1. Uvod

Tema ovog diplomskog rada je Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi. Poduzetništvo ima veliki značaj za gospodarstvo neke zemlje jer doprinosi stvaranju radnih mjesta, regionalnom razvoju, utječe na distribuciju gospodarstva, gospodarski rast, izvoz, ali i na poboljšanje životnog standarda. Poduzetničko okruženje može uvelike olakšati ili otežati poduzetnički put realizacije i razvoja poduzetničkih ideja te iskorištavanja prilika. Stoga su razumijevanje i analiza poduzetničkog okruženja od izuzetne važnosti za sve zemlje koje teže gospodarskom rastu.

Poduzetničko okruženje predmet je mnogih svjetskih istraživanja te mnogi autori ističu njegovu važnost. Primjerice, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) i World Economic Forum (WEF) provode detaljna istraživanja i analize kako bi pružili uvid u različite aspekte poduzetničkog okruženja. Ova istraživanja analiziraju ključne komponente koje čine poduzetničko okruženje i omogućuju njihovu usporedbu između različitih zemalja. U radu će se primarno koristiti definicija poduzetničkog okruženja prema GEM istraživanju, ali i drugog relevantnog međunarodnog istraživanja, WEF-a. Konkretnije, bit će uspoređene komponente poduzetničkog okruženja odabranih zemalja članica Europske unije s Hrvatskom i europskim prosjekom (kada je to moguće). Ova usporedba će omogućiti detaljan uvid u kvalitetu hrvatskog poduzetničkog okruženja te identificiranje područja koja zahtijevaju poboljšanja kako bi se stvorili povoljniji uvjeti za razvoj poduzetništva.

U prvom dijelu rada govori se o utjecaju poduzetništva na razvoj gospodarstva. U nastavku rada obrađuje se pojam poduzetničkog okruženja; od njegove definicije, prema različitim autorima, do komponenata, koje ga čine. U empirijskom dijelu rada prikazano je poduzetničko okruženje Hrvatske prema komponentama definiranim GEM i WEF istraživanjem te je napravljena usporedba poduzetničkih okruženja Hrvatske s poduzetničkim okruženjima Nizozemske i Španjolske. Ovakav prikaz poduzetničkog okruženja omogućava sagledavanje poduzetničkog okruženja iz različitih perspektiva i identifikaciju ključnih područja za poboljšanje. Cilj ovog rada je pružiti razumijevanje pojma poduzetničkog okruženja i njegovih komponenti te, kroz usporedbe s odabranim državama članicama EU, omogućiti bolje razumijevanje pozicije Hrvatske na europskoj poduzetničkoj sceni. Time se želi doprinijeti razvoju učinkovitijih politika i strategija koje će podržati poduzetnike i potaknuti gospodarski rast i razvoj, odnosno onih koje će doprinijeti razvoju poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj.

2. Značaj i utjecaj poduzetništva na razvoj gospodarstva

Poduzetništvo kao pojam sa sobom nosi brojne definicije koje su se mijenjale tijekom povijesti. Mnogi su autori različito definirali pojam poduzetništva.

Prema Shane i Venkataraman (2000:219), poduzetništvo predstavlja proces koji uključuje otkrivanje, evaluaciju i eksploataciju prilika za uvođenje novih proizvoda, usluga, procesa, načina organizacije ili tržišta.

Škrtić i Mikić (2011) ističu da je pojam poduzetništva određen obilježjima kao što su inovacije, rad, rizik, maštovitost, znanje, obrazovanje, planiranje, procjena, predviđanje, motiv, moral, energija i smjelost, a koji rezultiraju društvenim napretkom i određuju društvenu dimenziju poduzetništva.

„Poduzetništvo je važan pokretač ekonomskog rasta sektora, industrija i gospodarstva u cjelini“ (Grgić i dr., 2010:69).

Toma i dr. (2014) kronološki su istražili različite definicije poduzetništva u okviru teorijskih perspektiva o ekonomskom razvoju i poduzetništvu. Kao zaključak, navode da je poduzetništvo kreativni ljudski proces koji mobilizira resurse s jedne razine produktivnosti na onu drugu, superiorniju. Poduzetništvo podrazumijeva volju pojedinca da preuzme odgovornost i njegovu mentalnu sposobnost da izvrši zadatak od ideje do realizacije. Također, navode kako se poduzetništvo sastoji i u identificiranju prilika tamo gdje drugi ljudi vide kaos, konfuziju, a kao suštinu poduzetništva ističu služenje i to kroz ulogu nositelja promjene.

Različite perspektive u definiranju poduzetništva naglašavaju da poduzetništvo nije samo ekonomska aktivnost, nego i društveni proces koji uvodi inovacije i promjene, mobilizira resurse te potiče gospodarski rast. Poduzetništvo, između ostalog, ima i snažan utjecaj na gospodarski razvoj.

Općenito, gospodarski razvoj predstavlja proces u kojem dolazi do poboljšanja ekonomskog blagostanja i kvalitete života stanovnika određene zemlje, a neki od pokazatelja gospodarskog razvoja mogu biti povećanje bruto domaćeg proizvoda (BDP), povećanje udjela obrazovanog stanovništva, smanjenje siromaštva, povećanje zaposlenosti i sl. Postoje mnogi faktori koji utječu na gospodarski razvoj, a jedan od tih faktora je i poduzetnička aktivnost.

Ribić i Pleša Puljić (2020:10) ističu kako u današnjim razvijenim društvima nema pokretanja proizvodnje ni drugih poslovnih aktivnosti bez poduzetništva.

Kolaković (2006) kao glavni cilj poduzetništva navodi stvaranje vrijednosti kroz pokretanje i razvoj novih poslovnih organizacija čime se otvaraju mogućnosti za zapošljavanje, inovacije, ulaganja, razvoj novih proizvoda, širenja na nova tržišta te za razvoj proizvodnih tehnika.

Toma i dr. (2014) navode kako se gospodarski razvoj može opisati u smislu ciljeva (na primjer stvaranje radnih mjesta ili poboljšanje kvalitete života) ili kao proces koji utječe na rast kako bi se poboljšala ekonomska dobrobit zajednice, odnosno društva. U tom smislu, gospodarski razvoj predstavlja proces strukturne transformacije gospodarstva k modernom, tehnološki naprednom gospodarstvu koje je utemeljeno na uslugama i proizvodnji, odnosno, odnosi se na održiva poboljšanja u materijalnoj dobrobiti društva (rast BDP-a *per capita*, rast BDP-a, produktivnosti, zaposlenosti,...). Autori (Toma i dr., 2014) ističu kako se, da bi se izrazila povezanost između poduzetništva i gospodarskog rasta i razvoja, mogu izdvojiti dvije najvažnije uloge poduzetnika, a to su uloga poduzetnika kao osnivača novog poduzeća i uloga poduzetnika kao inovatora. Neovisno radi li se o *start-up* poduzećima ili inovacijama, poduzetnici, u tom smislu, predstavljaju najbolju poveznicu između poduzetništva i gospodarskog rasta.

Vajić (1994) navodi kako poduzetništvo povezuje gospodarstva. Poduzetništvo koje povezuje različita gospodarstva može stvoriti sinergijske učinke što potiče gospodarski razvoj na globalnoj razini. Isti autor ističe važnost utjecaja poduzetništva razvijenijih zemalja na razvoj poduzetništva zemalja u tranziciji. Napominje kako poduzetnici i menadžeri, uspostavljajući poslovne kontakte, investicije i trgovinu na stranim tržištima, uspostavljaju i pravila ponašanja jednaka onima u razvijenim zemljama. Na taj način poduzetnici i menadžeri zemalja u tranziciji, poštivanjem zadanih pravila ponašanja na osnovi iskustava razvijenijih zemalja, mogu svoje gospodarstvo „dovesti u red“ i tako ga učiniti ravnopravnim partnerom u europskom i svjetskom gospodarstvu. Vajić (1994:37) ističe kako „*uspostavljajući istu razinu poslovne kulture s poslovnim ljudima razvijenih zemalja i inovativnog doprinosa gospodarskome razvoju svojih zemalja, poduzetnici i menadžeri mogu povezati europsko tržište, ali i europska društva najjačom mogućom vezom – zajedničkim razvojnim interesom.*“

Barringer i Ireland (2010:21-22) značaj poduzetništva kategorizirali su u tri dijela. Prvi dio odnosi se na gospodarski utjecaj poduzetničkih poduzeća. „*Poduzetničko ponašanje ima jak utjecaj na ekonomsku snagu i stabilnost iz dva razloga.*“ Ta dva razloga su inovacije i nova radna mjesta. Općenito, inovacije mogu doprinijeti povećanju produktivnosti, stvaranju novih proizvoda i tržišta, mogu povećati kvalitetu života i konkurentnost gospodarstva. Nova radna mjesta, s druge strane, mogu smanjiti nezaposlenost i socijalnu nejednakost u

gospodarstvu, povećati domaću potrošnju i sl. Drugi dio odnosi se na utjecaj poduzetničkih poduzeća na društvo gdje poduzetnici, svojim proizvodima i uslugama, olakšavaju živote ljudi, unapređuju produktivnost na poslu, pospješuju zdravlje ili zabavljaju ljude na nove načine. Ipak, autori napominju da ovakve inovacije sa sobom često nose moralna i etička pitanja s kojima se društvo mora suočiti. Treći dio obuhvaća utjecaj poduzetničkih poduzeća na veća poduzeća. Autori navode kako se u mnogim slučajevima poduzetnička poduzeća spajaju s većim poduzećima u svrhu obostranih ispunjenja ciljeva. U takvim se partnerstvima „*ubrjava rast firme pristupom partnerskim resursima, menadžerskom talentu i intelektualnim kapacitetima.*“ Suština tih partnerstava leži u međusobnoj komplementarnosti gdje poduzeća, kroz partnerstvo, nadopunjuju svoje nedostatke uz istovremeno postizanje efikasnosti, održivosti i bolje konkurentnosti.

Hisrich i dr. (2011:13-16), u objašnjavanju uloge poduzetništva u gospodarskom razvoju, ističu kako ona predstavlja više od samog povećanja proizvoda i dohotka po glavi stanovnika. Oni navode da poduzetništvo uključuje iniciranje i uspostavljanje promjene kako u strukturi poslovanja, tako i u društvu. Također, ističu važnost inovacija kao ključ za razvoj novih proizvoda, za tržište kao i za stimuliranje ulagačkog interesa za pothvate koji se tek pokreću. „...*poduzetništvo je trenutačno najučinkovitija metoda premošćivanja rascjepa između znanosti i tržišta, stvaranja novih poduzeća i dovođenja novih proizvoda i usluga na tržište. Poduzetničke aktivnosti značajno djeluju na gospodarstvo nekog područja izgradnjom ekonomske baze te otvaranjem novih radnih mjesta. U nekim područjima, upravo je poduzetništvo generator većine novih proizvoda i neto novih zaposlenja. S obzirom na utjecaj poduzetništva na sveukupnu ekonomiju i zapošljavanje na nekom području, iznenađuje što ono nije postalo još veća okosnica gospodarskog razvoja*“ (Hisrich i dr., 2011:16).

Kako poduzetništvo doprinosi nacionalnom gospodarstvu ističe i Škrtić (2006) gdje napominje kako se poduzetničkom aktivnošću razvija gospodarstvo te se pridonosi stvaranju države blagostanja čime zaključuje da je poduzetništvo ključni dio gospodarstva. „*S druge strane, gospodarstvo kao sustav djelatnosti, prometne, pravne i druge infrastrukture, obuhvaćajući područje proizvodnje, raspodjele, razmjene i potrošnje svojim pravilima i odnosima utječe i na razvoj poduzetništva*“ (Škrtić, 2006:58). Poduzetnik koji pokreće poslovni pothvat s ciljem stvaranja promjene i ostvarivanja dobiti pod stalnim je utjecajem razvoja općih gospodarskih prilika i stanja u društvu. Opet, poduzetnički uspjeh ili neuspjeh u velikoj mjeri ovisi o društvenom razvoju i državnoj potpori.

U Zelenoj knjizi – Poduzetništvo u Europi (2003), Europska komisija daje opis značaja poduzetništva kroz četiri komponente:

1. Poduzetništvo potpomaže otvaranju novih radnih mjesta i rastu – ova komponenta govori o tome koliki utjecaj imaju mali subjekti u smanjenju nezaposlenosti. Naglasak se stavlja na nova radna mjesta koja, u velikoj većini, kreiraju mala i srednja poduzeća. Ističe se kako su zemlje u kojima je zabilježen rast poduzetništva uspjele smanjiti nezaposlenost.
2. Poduzetništvo je od presudne važnosti za konkurentnost – u ovoj komponenti stavlja se naglasak na poduzetničke inicijative kojima se povećava produktivnost poduzeća, a koje, na taj način, potiču druge poslovne subjekte na jačanje svoje učinkovitosti ili na uvođenje inovativnijih rješenja kao odgovor. Povećanom učinkovitošću i/ili inovacijama jača se konkurentska snaga gospodarstva u cjelini, a cijeli proces potrošačima donosi povećani izbor uz niže cijene. Konkurencija potiče na inovativnost, kreativnost i ne dozvoljava predah.
3. Poduzetništvo razvija osobne potencijale – ova komponenta odnosi se na neekonomske motive pokretanja posla. Različite osobe imaju različite kriterije prilikom odabira karijernog puta. Zarađivanje dohotka samo po sebi često nije bit zaposlenosti, nego tu postoje i važnije potrebe koje se trebaju zadovoljiti (poput neovisnosti ili samoostvarenja).
4. Poduzetništvo i društveni interesi – ova se komponenta odnosi na doprinos poduzetništva društvenom razvoju. Općenito, rezultati poduzetničke aktivnosti društvu donose blagostanje, stvaraju nova radna mjesta te potrošačima nude veći izbor, ali mnogi poslovni subjekti nastoje usvojiti i formalne ili neformalne strategije društveno odgovornog poslovanja koje imaju utjecaj i na društvo i okoliš. Provođenje takvih strategija osigurava odgovorno poslovanje poduzeća prema svim dionicima, ekološki prihvatljivu proizvodnju te poštivanje interesa potrošača i vođenje poslovanja na način koji nije u suprotnosti s njihovim interesima.

Dhaliwal (2016), u svome istraživanju, ističe kako je u ekonomski naprednim zemljama (SAD, Japan,...) poduzetništvo ključno za gospodarski razvoj. U takvim zemljama poduzetnici igraju značajnu ulogu u iskorištavanju resursa poput rada, kapitala i tehnologije - što je široko prihvaćeno u svijetu. Isti autor napominje kako uloga poduzetništva varira ovisno o resursima, industrijskoj klimi i političkom sustavu pojedine zemlje. Zbog toga, u razvijenijim zemljama poduzetnici više doprinose razvoju. S druge strane, u zemljama u razvoju, nedostatak sredstava,

radne snage i osnovnih društvenih i ekonomskih preduvjeta otežava „nastanak“ inovativnih poduzetnika. U takvim se zemljama poduzetništvo često temelji na imitaciji inovacija iz razvijenih zemalja što opet predstavlja glavni izvor razvoja. Autor navodi Indiju kao primjer nerazvijene zemlje koja, uz poticanje decentralizirane industrije, potiče i poduzetništvo kako bi se smanjile regionalne ekonomske neravnoteže i postigao uravnotežen razvoj. U konačnici, autor zaključuje kako poduzetnici imaju ključnu ulogu u formiranju kapitala, stvaranju radnih mjesta, regionalnom razvoju, ravnomjernoj distribuciji bogatstva, ekonomskom rastu, poboljšanju životnog standarda, izvozu, inovacijama i društvenim promjenama. I ovaj autor ističe vrijednost inovacija u ekonomskom razvoju i poboljšanju društva te zaključuje kako je poduzetništvo neizostavan katalizator gospodarskog razvoja.

U svome radu, Gregorić i dr. (2018) potvrđuju neraskidivu vezu između inovacija, poduzetništva i gospodarskog razvoja te naglašavaju njihovu kontinuiranu korelaciju. Ovi autori smatraju da se na temelju inovacija i poduzetništva u određenoj zemlji može predvidjeti gospodarski razvoj iste. Isto tako, navode da je „*na temelju postojeće razine ekonomskog razvoja, moguće saznati koliko je poduzetničko okruženje dosad bilo poticajno i propulzivno.*“ Isti autori zaključuju kako poduzetništvo ima direktan utjecaj na indikatore gospodarskog razvoja, uz napomenu da poduzetnici traže propulzivno i poticajno poduzetničko okruženje jer bez navedenog ne mogu postojati ili napredovati.

3. Poduzetničko okruženje¹

Poduzetničko okruženje odnosi se na sve čimbenike i uvjete koji utječu na osnivanje, razvoj i uspjeh poduzetničkih aktivnosti na nekom području. To uključuje zakonodavni okvir (porezi, propisi), infrastrukturu (pristup tehnologiji, financijskim resursima), kulturne norme (stavovi prema riziku, inovacijama), dostupnost resursa (radna snaga, obrazovanje) te podršku i mreže koje mogu pružiti mentorstvo, savjete i pomoć. Razumijevanje ovih čimbenika neophodno je za poduzetnike jer isti čimbenici određuju prilike i prepreke s kojima se poduzetnici suočavaju. U dobro razvijenom i poticajnom poduzetničkom okruženju postoje povoljni uvjeti za pokretanje, rast i razvoj poduzeća te se u takvom poduzetničkom okruženju potiču inovativnost i konkurentnost.

¹ Često se u literaturi umjesto pojma poduzetničko okruženje sreću termini poduzetnički ekosustav ili ekosistem ili poduzetnička okolina, gdje se uvijek misli na isto.

Za bolje razumijevanje poduzetničkog okruženja/ekosustava, Lee Swanson (2017) uspoređuje ga s prirodnim ekosustavom šume. Kao što šuma funkcionira kao složen sustav sastavljen od brojnih elemenata (drveće, biljke, životinje, itd.) koji djeluju međusobno, tako i poduzetnički ekosustav čine poduzetnici, institucije, pravila, tržišta i drugi elementi koji su međusobno povezani i prilagođavaju se jedan drugome. Iako prirodni ekosustavi pokazuju relativnu stabilnost, oni su zapravo u stalnom procesu evolucije i prilagodbe vanjskim utjecajima. Slično tome, poduzetnički ekosustav neprestano se mijenja i prilagođava. Značajne promjene, poput uvođenja novih pravila ili sustava podrške, uvođenja novih zakona, programa, osnivanje novih institucija, mogu imati snažan utjecaj na elemente sustava i transformirati cijeli poduzetnički ekosustav. Ako su te promjene pozitivne, mogu potaknuti gospodarski rast i razvoj. Dakle, dok manji vanjski podražaji možda neće bitno promijeniti ekosustav, značajnije promjene imaju potencijal za veliku transformaciju poduzetničkog okruženja u pozitivnom, ali i u negativnom smislu.

U nastavku poglavlja razmotrit će se različite definicije poduzetničkog okruženja, istaknuti ključni aspekti njegove važnosti u poticanju razvoja poduzetništva te pružiti dublji uvid u komponente poduzetničkog okruženja.

3.1. Definiranje poduzetničkog okruženja

Poduzetničko okruženje predmet je mnogih svjetskih istraživanja gdje različiti autori (Spigel (2020), Mason i Brown (2014), Stam (2015) i dr.) pokušavaju ustanoviti ključne elemente poduzetničkog okruženja te kako ti elementi djeluju na razvoj poduzetništva na nekom području.

Spigel (2020) u svojoj knjizi *Entrepreneurial Ecosystems* ističe važnost definiranja poduzetničkog okruženja jer je bez jasne definicije nemoguće razumijevanje ovog pojma, niti je moguće raditi na njegovom daljnjem istraživanju i razvoju. Još uvijek ne postoji jedinstvena definicija poduzetničkog okruženja. U ovoj cjelini obuhvatit će se neke od najčešće korištenih definicija prema različitim autorima.

Singer i dr. (2023:82) navode da je poduzetničko okruženje „*kontekst u kojem se odvija poduzetnička aktivnost ljudi i poslovnih sistema.*“

Mason i Brown (2014:5), poduzetničko okruženje opisuju kao skup međusobno povezanih poduzetničkih aktera (i potencijalnih i postojećih), poduzetničkih organizacija (npr. tvrtki, banaka, poslovnih anđela), institucija (financijska tijela, agencije javnog sektora, sveučilišta) i

poduzetničkih procesa (broj serijskih poduzetnika, broj brzorastućih poduzeća,...) koji se udružuju formalno i/ili neformalno kako bi se povezali, posredovali ili upravljali izvedbom unutar lokalnog poduzetničkog okruženja.

Oberman Peterka (2024) navodi da je poduzetničko okruženje set gospodarskih, društvenih, kulturnih i političkih čimbenika koji utječu na stvaranje, razvoj i opstanak poduzetničkih pothvata.

Acs i dr. (2017:3) govore kako pristup poduzetničkom okruženju naglašava međuovisnost između aktera (poduzetnici, investitori, zaposlenici, sveučilišta, inkubatori i sl.) i čimbenika (kultura, mreže, politika, tržišta, fizička infrastruktura,...), a razvoj poduzetništva vide kao ishod kvalitetnog poduzetničkog okruženja.

Bruns i dr. (2017:3-32) navode da je pojam poduzetničkog okruženja osmišljen kako bi opisao one elemente u okruženju poduzetnika koji im pomažu da uspiju (ili ne uspiju) u njihovim nastojanjima da pokrenu poslovni pothvat.

Spigel (2017:50) definira poduzetničko okruženje kao kombinaciju društvenih, političkih, ekonomskih i kulturnih elemenata unutar određenog područja koji podržavaju razvoj i rast inovativnih *start-up* poduzeća te potiču i ohrabruju nove poduzetnike i druge aktere da preuzmu rizike pokretanja, financiranja ili da na neke druge načine potpomognu u pokretanju rizičnijih pothvata.

Stam (2015) poduzetničko okruženje vidi kao skup međuovisnih aktera i čimbenika koji su koordinirani na način da omogućuju i stvaraju produktivno poduzetništvo.

Spilling (1996) također govori kako se poduzetnički sustav (poduzetničko okruženje) sastoji od složenih i različitih aktera, uloga i čimbenika iz okoline koji međusobno djeluju kako bi u konačnici odredili poduzetnički učinak u određenoj regiji.

Na temelju navedenih definicija mogu se izdvojiti neke ključne karakteristike poduzetničkog okruženja. Poduzetničko okruženje obuhvaća različite društvene, ekonomske, političke i kulturne elemente, a uspjeh poduzetništva ovisi o više čimbenika koji djeluju zajedno. Kvaliteta poduzetničkog okruženja ovisi o povezanosti njegovih komponenti i dinamičnosti interakcija između tih komponenti. Poduzetničko okruženje obuhvaća različite aktere (poduzetnici, organizacije, institucije,...) koji surađujući, direktno ili indirektno, potiču poduzetničku aktivnost. Termin poduzetničkog okruženja osmišljen je da bi pomogao poduzetnicima i

istraživačima razumjeti koji čimbenici utječu, i kako, na (ne)uspjeh pokretanja i razvoja poslovnih pothvata.

Spigel (2020:5-7), kao najopćenitiju i najšire prihvaćenu definiciju poduzetničkog okruženja, navodi kako je poduzetničko okruženje „*skup međusobno ovisnih aktera i čimbenika koordiniranih na takav način da omogućuju produktivno poduzetništvo unutar određenog područja.*“ Ova se definicija sastoji od četiri dijela koja je spomenuti autor dodatno pojasnio.

Prvi dio definicije odnosi se na „*međusobno ovisne aktere i čimbenike*“ pod koje autor podrazumijeva poduzetnike, investitore, savjetnike, vlade, nevladine organizacije te civilna društva. Osim navedenih, tu spadaju i društveni atributi i strukture unutar zajednice poput investicijskog kapitala, kulture, razine povjerenja i mreže. Prvim dijelom definicije nastoji se istaknuti važnost svih aktera i čimbenika koji utječu na uspjeh poduzetničkog procesa, a da to nisu samo osnivač i njegovi unutarnji resursi. Autor ističe kako se, u poduzetništvu, fokus sve više prebacuje s osnivača na šire okruženje u kojem osnivač i njegovo poduzeće egzistiraju.

Drugi dio definicije odnosi se na „*koordinaciju*“ između spomenutih aktera i čimbenika, odnosno na njihovu međuovisnost. Zaključuje da poduzetničko okruženje nije samo zbroj elemenata koji ga čine. Postojanje određenog elementa samog po sebi nije dovoljno ako on neće biti u međuovisnosti s drugim elementom te mu pružiti određenu vrstu koristi. Pojedini akteri poduzetničkog okruženja (poput poduzetnika, investitora i sl.) često imaju različite ciljeve, no to nije važno sve dok oni svojim djelovanjem na neki način doprinose širem okruženju koji je van kontrole bilo kojeg pojedinačnog aktera.

Treći dio definicije odnosi se na „*omogućavanje produktivnog poduzetništva*“ gdje autor navodi, prema Baumolu² (1990), kako jedino produktivno poduzetništvo gradi vrijednost kako za samog poduzetnika, tako i za društvo u cjelini, kroz uvođenje novih tehnoloških inovacija, povećanje učinkovitosti ili kroz smanjenje prepreka tržištima. Neproduktivno poduzetništvo, s druge strane, obogaćuje samo poduzetnika, ali na štetu društva. Poduzetničko okruženje nastoji razmotriti koji su to elementi lokalnog okruženja koji mogu podržati produktivno poduzetništvo koje se smatra sinonimom za poduzeća s visokim rastom koja su odgovorna za većinu novih zapošljavanja u razvijenim ekonomijama (Spigel, 2020 prema Brown & Mawson, 2015).

Zadnji dio definicije odnosi se na „*određeno područje*“ gdje autor ističe kako je poduzetničko okruženje određeno geografskim područjem, a ne sektorima ili industrijama. Poduzetnička

² Baumol (1990) razlikuje tri vrste poduzetništva: produktivno, neproduktivno i destruktivno poduzetništvo.

okruženja odraz su društvenih, ekonomskih, kulturnih i političkih čimbenika određenih područja. Različiti gradovi i regije imaju različite kulture, tržišta rada, povijest, političke inicijative i sl. koje određuju karakteristike poduzetničkog okruženja.

3.2. Važnost poduzetničkog okruženja za razvoj poduzetništva

Kako je (produktivno) poduzetništvo važno za razvoj gospodarstva, tako je (pogodno) poduzetničko okruženje važno za razvoj poduzetništva. Poduzetničko okruženje igra važnu ulogu u formiranju atmosfere za nastanak novih poslovnih pothvata, opstanak postojećih te za njihov rast i razvoj što u konačnici može doprinijeti gospodarskom rastu i razvoju. Rezultati proučavanja bilo kojeg uspješnog poduzeća pokazali su da je poduzetnik pod snažnim utjecajem svojeg okruženja što mu može znatno olakšati ili otežati poduzetnički put.

3.2.1. Funkcije poduzetničkog okruženja

Poduzetničko okruženje osigurava poduzetniku dvije stvari: osigurava mu pristup resursima i omogućava njihovo korištenje.

Prvo, poduzetničko okruženje koje osigurava poduzetniku pristup resursima, podrazumijeva postojanje različitih ljudi i institucija koji poduzetniku, na jednom mjestu, omogućavaju dostupnost materijalnih resursa poput investicijskog kapitala, poduzetničkog znanja, kvalificiranih radnika itd. Navedeni resursi ključni su za sve poduzetnike u stvaranju i razvoju inovativnih poduzeća.

Drugo je stvaranje takvog okruženja u kojem se spomenutim resursima može pristupiti te ih iskoristiti na efikasan i efektivan način. Prisutnost resursa na određenom mjestu - snaga i gustoća mreža unutar tog mjesta, javne politike i ekonomska struktura - sve navedeno utječe na dostupne resurse i na mjeru u kojoj poduzetnici do istih mogu doći. Resursi u poduzetničkom okruženju nisu slobodno dostupni, nego ovise o spremnosti onih unutar tog okruženja da ih osiguraju, bez obzira je li razlog (osiguranja tih resursa poduzetnicima) profit koji mogu ostvariti na temelju transakcije ili iz razloga što misle da tim činom rade ispravnu stvar (Spigel, 2020b).

3.2.2. Važnost elemenata poduzetničkog okruženja

Spigel (2020b) izdvaja tri elementa poduzetničkog okruženja – kulturne, društvene i materijalne. Navedene elemente smatra osnovom za poduzetničko okruženje određenog

područja za čiji je razvoj potrebno vrijeme. Kulturni, društveni i materijalni elementi poduzetničkog okruženja obuhvaćaju različite pod-elemente.

Kulturni elementi poduzetničkog okruženja odnose se na osnovna uvjerenja i stavove o poduzetništvu unutar određenog područja. Oni obuhvaćaju stavove prema poduzetništvu i priče o poduzetnicima koji su pokrenuli pothvate kojima su inspirirali druge poduzetnike da se tu nastane. Takve uspješne priče postaju dio privlačnosti određenog područja, a lokalni promotori mogu ih koristiti za privlačenje drugih poduzetnika da otvore svoje pothvate na tom području.

Društveni elementi predstavljaju resurse koji uključuju društvene mreže, investicijski kapital, mentore, posrednike i radne talente. Navedeni elementi, međusobno povezani i s izgrađenim povjerenjem, donose višestruke koristi koje potiču poduzetništvo i povećavaju šanse za uspjeh. Snažna međupovezanost spomenutih elemenata omogućuje protok znanja koje pomaže poduzetnicima da se lakše uključe inovacijske procese, suradnju s drugim poduzetnicima itd. Investitorima, koji su dio mreže i zajednice, snažna međusobna povezanost i povjerenje olakšavaju identifikaciju lokalnih poduzetnika koji bi mogli biti obećavajuća buduća poduzeća za njihove portfelje.

Materijalni elementi poduzetničkog ekosustava odnose se na postojanost opipljivih „sistema“ koji oblikuju poduzetničko okruženje. U ovu skupinu pripadaju fakulteti i sveučilišta, institucije za usluge podrške, državni zakoni, lokalne politike i otvorena tržišta. Fakulteti i sveučilišta razvijaju tehnologije koje mogu npr. dovesti do stvaranja *spin-off* poduzeća te pružaju stalni dotok kvalificiranih diplomiranih radnika. Institucije za usluge podrške, najjednostavnije rečeno, pomažu novim poduzećima da stanu na noge. Lokalne politike mogu pružiti različite poticaje novim poduzećima kroz porezne olakšice ili pojednostavljene regulative. Otvorenost tržišta pruža (novim) poduzetnicima spremnu bazu kupaca pomažući im da brže postignu financijsku stabilnost.

Za razvoj uspješnog poduzetničkog okruženja nisu neophodni svi kulturni, društveni i materijalni elementi. Ipak, ako (ključni/značajni) elementi nedostaju ili su veze između njih slabe, određeno područje može imati poteškoće u privlačenju većeg broja *start-up* poduzeća. Ove elemente treba razumjeti kao glavne čimbenike koji pomažu u stvaranju podupirućih okruženja za poduzetničku aktivnost i povećanje konkurentnosti postojećih i novih poduzeća.

3.3. Komponente poduzetničkog okruženja

Komponente poduzetničkog okruženja odnose se na prethodno spomenute pod-elemente društvenih, kulturnih i materijalnih elemenata poduzetničkog okruženja. Njihova međusobna povezanost i interakcija od ključne su važnosti u stvaranju poticajnog poduzetničkog okruženja. U nastavku rada prikazat će se okviri poduzetničkog okruženja prema Isenbergu, WEF-u i Stamu te će biti navedene komponente poduzetničkog okruženja prema OECD-u i GEM-u.

3.3.1. Komponente poduzetničkog okruženja prema Isenbergu

Isenbergov *Entrepreneurship Ecosystem Model* sastoji se od 6 ključnih dimenzija: politike, financija, kulture, podrške, ljudskog kapitala i tržišta (slika 1). Svaka od navedenih dimenzija uz sebe veže još neke važne elemente.

Politika obuhvaća dvije kategorije: vodstvo i vladu. Vodstvo se odnosi na bezuvjetnu podršku, društveni legitimitet, otvorena vrata za pregovore, strategiju poduzetništva te na hitnost, krize i izazove. Zadaća Vlade, s druge strane, je osigurati institucije za investicije i podršku, financijsku podršku (npr. za istraživanje i razvoj), regulatorni okvir (npr. porezne olakšice), istraživačke institucije i zakonodavstvo pogodno za poduzetnike.

Područje financija obuhvaća financijski kapital – uključuje *mikro*-zajmove, poslovne anđele, prijatelje, obitelj, fondove rizičnog kapitala, privatni kapital, dugove i sl.

Kultura se odnosi na uspješne poduzetničke priče i društvene norme. Uspješne priče uključuju vidljive uspjehe poduzetnika. One igraju ključnu ulogu u izgradnji međunarodne reputacije jer privlače globalnu pažnju i jačaju ugled poduzeća ili zemlje iz koje dolaze. Osim toga, priče često mogu motivirati druge poduzetnike i inspirirati ih, pokazujući im da je moguće ostvariti velike ciljeve, čime se dodatno potiču poduzetnički duh, inovacije i rast. Društvene norme odnose se na toleranciju prema riziku u društvu, odnosu prema neuspjehu, inovacije, kreativnost, eksperimentiranje, društveni status poduzetnika, ambiciju i dr.

Podrška obuhvaća tri kategorije – infrastrukturu, profesionalnu podršku i nevladine institucije. Infrastruktura se odnosi na fizičke i digitalne prostore koji omogućuju poslovanje. Profesionalna podrška uključuje usluge poput pravnog i računovodstvenog savjetovanja. Nevladine institucije obuhvaćaju organizacije koje mogu pružati mentorstvo, mreže i/ili resurse za poduzetnike.

Ljudski kapital obuhvaća radnu snagu (kvalificirani i nekvalificirani radnici, serijski poduzetnici) i obrazovne institucije.

Posljednja dimenzija, tržišta, obuhvaća „rane“ kupce i mreže (mreže poduzetnika, multinacionalne korporacije). Pojam „ranih“ kupaca odnosi se na prve korisnike ili kupce proizvoda ili usluga koje poduzeće nudi. Oni su ključni jer pružaju inicijalne povratne informacije i prihode koji mogu pomoći u daljnjem razvoju proizvoda ili usluge. „Rani“ kupci često su spremni preuzeti rizik s novim proizvodom ili uslugom i mogu postati zagovornici koji šire dobar glas o poduzeću. Mreže su izuzetno važne za pristup resursima, informacijama i partnerstvima. Mreže poduzetnika omogućuju dijeljenje znanja, iskustava i podrške među poduzetnicima što može ubrzati rast i razvoj poduzeća. Multinacionalne korporacije u mreži mogu pružiti pristup globalnim tržištima, tehnologijama, kapitalu i stručnosti, a mogu postati i strateški partneri ili kupci. Ove mreže također pomažu u povećanju vidljivosti poduzeća na tržištu i mogu olakšati ulazak na nova tržišta.



Slika 1: Komponente poduzetničkog okruženja – Isenberg

Izvor: Izrada autora prema Isenberg (2010)

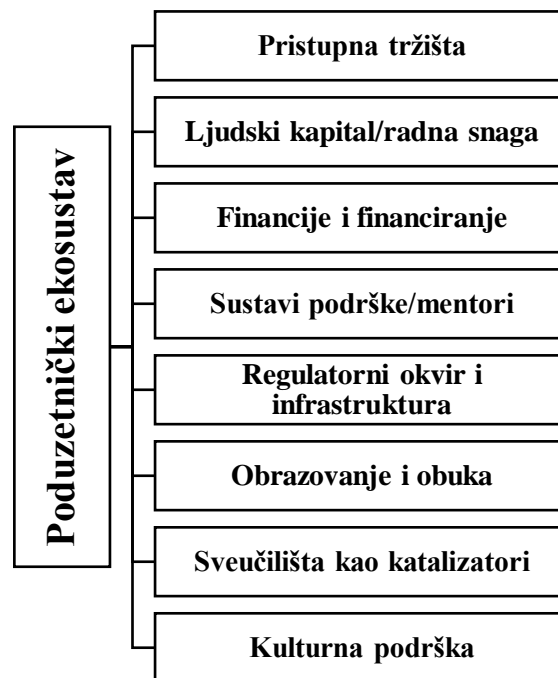
Ovaj sveobuhvatni okvir pokazuje kako različite komponente, unutar šest ključnih dimenzija (slika 1), zajednički djeluju kako bi razvijale i podržale poduzetničku aktivnost (Isenberg, 2010).

3.3.2. Komponente poduzetničkog okruženja – WEF

The World Economic Forum (WEF) nezavisna je međunarodna organizacija osnovana 1971. godine s ciljem poboljšanja stanja u svijetu. Okuplja poslovne, političke i druge lidere s ciljem oblikovanja globalnih, regionalnih i industrijskih agendi (WEF, 2024).

Mnoge vlade pokušavaju aktivno promovirati poduzetništvo putem različitih oblika podrške budući da su poduzetnici ključni pokretači gospodarskog i društvenog napretka - brzorastuća (poduzetnička) poduzeća smatraju se važnim izvorima inovacija, rasta produktivnosti i zapošljavanja (mala i srednja poduzeća kreiraju visok postotak svih radnih mjesta u ekonomijama u razvoju). Iz tog razloga, WEF, u suradnji sa Sveučilištem Stanford te tvrtkama Ernst & Young i Endeavor, anketira više od tisuću poduzetnika iz cijelog svijeta s ciljem boljeg razumijevanja kako uspješna poduzetnička poduzeća ubrzavaju pristup novim tržištima i postaju skalabilna poduzeća s visokim rastom (WEF, 2014).

Okvir poduzetničkog okruženja (ekosustava) WEF-a obuhvaća osam komponenti (stupova) koje su prikazane na slici 2.



Slika 2: Komponente poduzetničkog okruženja – WEF

Izvor: Izrada autora prema WEF (2014)

Ove komponente zajedno tvore ekosustav koji podržava poduzetništvo, a njihova uravnoteženost i međusobna povezanost ključne su za stvaranje okruženja koje omogućuje

uspjeh poduzetnika i održivi gospodarski rast. Prema WEF-u (2013), svaka komponenta je važna na svoj način jer obuhvaća različite aspekte:

- ✚ Pristupna tržišta - pristup tržištima ključan je element poduzetničkog ekosustava jer omogućava poduzećima da plasiraju svoje proizvode ili usluge. Uspjeh poduzetnika često ovisi o tome koliko lako mogu doseći različite vrste kupaca – od velikih i malih domaćih poduzeća do vlada i inozemnih tržišta. Raznolikost i pristupačnost tržištima omogućuju poduzećima rast i dugoročno održavanje poslovanja što u konačnici doprinosi jačanju ukupnog gospodarskog okruženja.
- ✚ Ljudski kapital/radna snaga - ljudski kapital srž je svakog poduzeća jer kvalitetna i obrazovana radna snaga, od menadžera do tehničkih stručnjaka, omogućava poduzećima inovaciju, rast i prilagodbu promjenjivim uvjetima na tržištu. Iskustvo zaposlenika u poduzetničkom okruženju, dostupnost stručnjaka i fleksibilnost u zapošljavanju ključni su faktori koji podržavaju dinamično poslovanje. Sposobnost privlačenja i zadržavanja talentiranih pojedinaca može značajno utjecati na konkurentnost poduzeća.
- ✚ Financije i financiranje - financiranje je temelj uspješnog poslovanja. Početno financiranje često dolazi od prijatelja i obitelji, no, kako poduzeće raste, potrebni su veći izvori kapitala poput poslovnih anđela, *venture* kapitala ili privatnog kapitala. Pristup financijskim sredstvima omogućava poduzećima pokretanje, širenje, istraživanje novih tržišta i inoviranje. Također, pristup kreditima i drugim oblicima financiranja omogućuje stabilnost i likvidnost (posebno u ranim fazama poslovanja).
- ✚ Sustavi podrške/mentori - sustavi podrške uključuju mentore, savjetnike, profesionalne usluge te inkubatore i akcelerate. Oni pružaju poduzetnicima stručne savjete i omogućuju im pristup mrežama i resursima koji su ključni za njihov uspjeh. Ovakve strukture pomažu poduzetnicima da premoste izazove, izbjegnu uobičajene greške i brzo prilagode svoje poslovanje promjenama na tržištu. Mreže poduzetnika omogućuju razmjenu iskustava i znanja stvarajući tako okruženje u kojem se poduzetnici mogu razvijati i napredovati.
- ✚ Regulatorni okvir i infrastruktura - regulatorni okvir i infrastruktura čine temelj na kojem poduzetnici grade svoja poduzeća. Pristupačan i poslovno orijentiran pravni okvir (uključuje jednostavnost pokretanja poslovanja, porezne olakšice, prijateljsko zakonodavstvo) bitan je za poduzetnički uspjeh. Osnovna infrastruktura poput pristupa

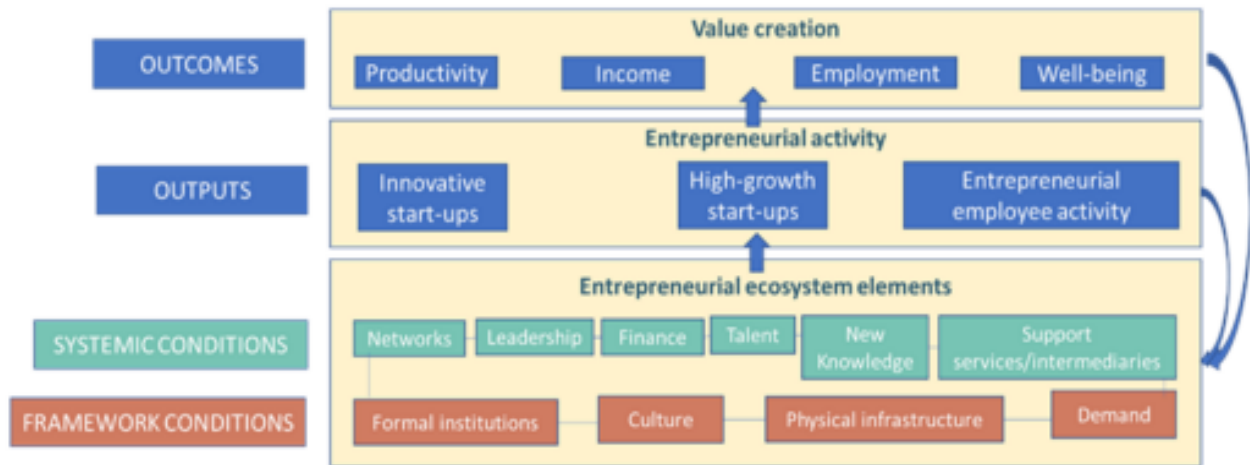
vodi, električnoj energiji, telekomunikacijama i transportu također igra ključnu ulogu u omogućavanju poduzećima učinkovito poslovanje i rast.

- ✚ Obrazovanje i obuka - igraju ključnu ulogu u pripremi pojedinaca za poduzetništvo. Radna snaga s osnovnim i visokoškolskim obrazovanjem pruža poduzećima potrebne vještine za obavljanje operativnih i strateških zadataka. Specifične obuke za poduzetnike omogućuju pojedincima da se uspješno upuste u poduzetničke pothvate. Sveobuhvatno obrazovanje koje obuhvaća i tehničke i menadžerske aspekte ključno je za razvoj konkurentnih poduzeća.
- ✚ Sveučilišta kao katalizatori - sveučilišta su katalizatori inovacija i poduzetništva jer stvaraju okruženje koje podržava poduzetnički duh. Sveučilišta koja promiču poduzetništvo često pomažu u stvaranju novih poduzeća kroz istraživanja i razvoj. Njihova uloga u stvaranju poduzetničkog ekosustava je nezamjenjiva jer osiguravaju dotok svježih ideja i inovacija u gospodarstvo.
- ✚ Kulturna podrška - kulturna podrška je iznimno važna komponenta poduzetničkog ekosustava. Kultura koja tolerira rizik i neuspjeh potiče samozapošljavanje i slavi uspješne poduzetničke priče, stvara okruženje u kojem poduzetnici mogu napredovati. Pozitivna percepcija poduzetništva u društvu potiče ljude da se upuste u poduzetništvo. Društvo koje podržava i cijeni poduzetništvo doprinosi stvaranju zdravog i dinamičnog gospodarstva.

3.3.3. Komponente poduzetničkog okruženja prema Stamu

Stam je, u svom modelu poduzetničkog okruženja (slika 3), svrstao komponente poduzetničkog ekosustava u dvije kategorije. Prva kategorija, „okvirni uvjeti“ (*framework conditions*), predstavlja institucionalnu strukturu određenog područja, odnosno predstavlja formalne preduvjete za stvaranje vrijednosti u društvu. U *Framework conditions* spadaju sljedeće komponente: formalne institucije, kultura, fizička infrastruktura i tržišna potražnja. S druge strane, tu su „sustavni/sistemske uvjeti“ (*systemic conditions*) koji predstavljaju sve resurse i podršku o kojima (mladi/novi) poduzetnici ovise kako bi uspjeli izgraditi i razviti inovativne i rastuće pothvate. Komponente koje čine *systemic conditions* su mreže, vodstvo, financije, talent, znanje i sustavi podrške. Za razliku od drugih autora, Stam nastoji objasniti daljnju interakciju, povezanost i utjecaj navedenih komponenti na poticanje poduzetničke aktivnosti u okruženju. Naime, sve navedene komponente utječu na kvalitetu poduzetničkog okruženja, a poduzetničko okruženje utječe na poduzetničku aktivnost koja u konačnici dovodi do stvaranja veće društvene vrijednosti sa stvaranjem nove ukupne vrijednosti na nekom području (rast

produktivnosti, prihoda, zaposlenosti, kvalitete života). Prema Stamu, svrha poduzetničkog okruženja nije samo povećati broj brzorastućih poduzeća, nego koristiti poduzetništvo za kreiranje vrijednosti u društvu u cjelini (Spigel, 2020).



Slika 3: Model i komponente poduzetničkog okruženja prema Stamu

Izvor: Roomi i dr. (2023) prema Stam (2015)

Sveukupno, Stamov model naglašava važnost međusobne interakcije komponenti koje potiču poduzetničku aktivnost i doprinose stvaranju društvene vrijednosti i gospodarskom razvoju. Iako je koristan za razumijevanje složenosti poduzetničkih ekosustava, model naglašava brzorastuće poduzetnike, dok manje pažnje posvećuje ostalim malim i srednjim poduzećima koja također igraju važnu ulogu u gospodarskom razvoju. Neki istraživači smatraju da je Stamov model koristan alat za početno razumijevanje poduzetničkog ekosustava, ali također smatraju da zahtijeva dodatno istraživanje i prilagodbu za potpunu primjenu u različitim kontekstima (Shweetzer i dr., 2019).

3.3.4. Komponente poduzetničkog okruženja – OECD

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) međunarodna je organizacija osnovana 1961. godine sa svrhom poticanja ekonomskog razvoja i svjetske trgovine sa sjedištem u Parizu. Ciljevi OECD-a uključuju postizanje najvećeg mogućeg gospodarskog razvoja i zaposlenosti te rast životnog standarda u zemljama članicama uz istovremenu financijsku stabilnost. OECD se također zauzima i za liberalizaciju međunarodne trgovine i slobodan protok kapitala. Iako OECD uglavnom ima savjetodavnu ulogu, njegov je utjecaj velik. (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Prema OECD-u (2023) poduzetnički ekosustav sastoji se od komponenata i čimbenika, koji zajedno podupiru i oblikuju poduzetničku aktivnost na nekom području. Osnovne komponente koje čine poduzetnički ekosustav nekog područja prema OECD-u su:

- ✚ Vladine politike i programi – ovu komponentu čine sve politike i inicijative koje provodi vlada kako bi podržala poduzetnike. To mogu biti različiti poticaji, potpore za *start-up* poduzeća, porezne olakšice, olakšani regulatorni okviri za poduzetnike i sl.
- ✚ Financijsko tržište – ova je komponenta iznimno važna za poduzetnike jer im pruža podršku prilikom financiranja njihovih pothvata - odnosi se na dostupnost kapitala, različite investitore, poslovne anđele, banke i *venture capital* (VC) itd.
- ✚ Poduzetničko obrazovanje i mentorstvo – odnosi se na obrazovne programe, inkubatore i akcelerate te mentore – svi navedeni postoje kako bi pomogli poduzetnicima steći određene vještine i znanja koja su im potrebna, a koja im trenutno nedostaju. Također im mogu pomoći u razvoju njihovih poslovnih ideja na temelju iskustva.
- ✚ Istraživanje i razvoj (R&D) – ova je komponenta iznimno važna – ulaganje u istraživanje i razvoj kao i dostupnost istraživačkih institucija i tehnoloških resursa mogu potaknuti razvoj visokotehnoloških poduzeća i inovacija općenito.
- ✚ Regulacije i pravni okvir – ova se komponenta odnosi na postojanost jasnih i pogodnih okvira koji su važni jer mogu olakšati poduzetnikovo poslovanje i uštediti mu vrijeme. Oni obuhvaćaju zaštitu intelektualnog vlasništva, pravila o osnivanju poduzeća, pravila o vođenju poduzeća i sl.
- ✚ Pristup tržištima - ova komponenta pomaže poduzećima u njihovom rastu i širenju. Pristup domaćim, inozemnim i globalnim tržištima kao i slobodna trgovina potiču rast poduzeća.
- ✚ Kulturni i društveni faktori - ova komponenta odnosi se na društvenu prihvaćenost poduzetništva, pristup mrežama i podršku zajednice kao i spremnost na preuzimanje rizika. Svi ovi elementi od iznimne su važnosti za oblikovanje poduzetničkog ekosustava.
- ✚ Tehnološka infrastruktura - pristup tehnološkoj infrastrukturi, kao što su širokopolasni internet i informacijske tehnologije, ključan je za podršku suvremenim poslovnim modelima.
- ✚ Financiranje istraživanja i razvoja (R&D) – ova komponenta orijentirana je na investiranje u R&D - može potaknuti inovacije i tako omogućiti tehnološki napredak u poduzetničkim pothvatima

- ✚ Mreže i povezanost – umreženost s drugim poduzetnicima, investitorima, institucijama i resursima unutar poduzetničkog ekosustava može značajno doprinijeti razvoju poslovanja.

Ove komponente zajedno čine poduzetnički ekosustav koji služi kao temelj za daljnje djelovanje poduzetnika. Karakteristike pojedinih komponenti različite su za svaku zemlju. Važno je da svaka zemlja identificira načine za poboljšanje pojedinih komponenti kako bi unaprijedila cijeli poduzetnički ekosustav i time potaknula i olakšala razvoj poduzetništva, odnosno poduzetničke aktivnosti u društvu.

3.3.5. Komponente poduzetničkog okruženja - GEM

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveće je svjetsko istraživanje o poduzetničkoj aktivnosti koje je pokrenuto 1999. godine. „*GEM istraživanje prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini i poduzetničku okolinu kroz faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera, do pokretanja i rasta poslovnog pothvata, te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od promašaja, društveni status)*“ (CEPOR, 2024). Rezultate GEM istraživanja koriste brojne međunarodne institucije i vlade kako bi mogle oblikovati svoje politike prema poduzetništvu.

GEM projekt nastao je kao rezultat želje da se odgovori na pitanje zašto pojedina nacionalna gospodarstva rastu brže od drugih te da se istraže uzroci različitih stupnjeva gospodarskog razvoja za različite zemlje. Ovim projektom osigurava se međunarodna usporedivost razina poduzetničkog djelovanja u različitim zemljama (GEM, 2020).

Prema Singer i dr. (2023) temeljni ciljevi GEM istraživanja su sljedeći:

- ✚ otkriti faktore koji utječu (stimulirajuće ili ograničavajuće) na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti neke zemlje,
- ✚ izmjeriti razlike u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima, te kvalitetu poduzetničke okoline unutar koje se obavlja poduzetnička aktivnost,
- ✚ otkriti implikacije vladinih politika na kapacitet poduzetničkog djelovanja i utjecaj tog djelovanja razvoje procese.

Shodno tome, GEM istraživanje daje značajan doprinos u odgovaranju na temeljna dva pitanja (Singer i dr., 2023):

1. Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ukupnim društveno-ekonomskim rastom neke zemlje?
2. Što vlade mogu učiniti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja u zemlji, posebno kroz djelovanje na pojedine komponente poduzetničke okoline (obrazovanje, inovativna aktivnost, regulatorni okvir, porezna politika)?

Prema GEM istraživanju, poduzetnički ekosustav sastoji se od devet komponenti:

- ✚ pristup novcima,
- ✚ vladine politike prema poduzetništvu,
- ✚ vladini programi za poduzetništvo,
- ✚ obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije,
- ✚ transfer istraživanja i razvoja,
- ✚ profesionalna i komercijalna infrastruktura za poduzetništvo,
- ✚ otvorenost domaćeg tržišta,
- ✚ fizička infrastruktura,
- ✚ kulturne i društvene norme.

„Kvaliteta poduzetničke okoline izražena je kapacitetom stimulirajućeg ili ograničavajućeg djelovanja na poduzetničku aktivnost, kojeg određuje sistemska karakteristika i dinamičnost poduzetničke okoline. Sistemska karakteristika proizlazi iz (ne)povezanosti svih njezinih komponenti...Dinamičnost poduzetničke okoline, uz makro-ekonomske politike, određuju kompleksne interakcije između svih komponenti poduzetničke okoline“ (Singer i dr., 2023:82).

Kvalitetu pojedine komponente u GEM istraživanju procjenjuju eksperti. U istraživanju svake godine sudjeluje minimalno 36 eksperata, koji pokrivaju ovih 9 područja. Prema GEM-u, ocjene eksperata kreću se u rasponu 0-10 pri čemu 0 predstavlja vrlo lošu kvalitetu komponente poduzetničke okoline, 5 zadovoljavajuću kvalitetu, a 10 vrlo dobru kvalitetu komponente poduzetničke okoline.

2018. godine uveden je NECI indeks kao prošireni dio GEM indikatora. NECI (National Entrepreneurship Context Index) je kompozitni indeks koji ocjenjuje kvalitetu cjelokupne poduzetničke okoline neke zemlje. Ovaj indeks pruža sveobuhvatan uvid u stanje poduzetničke okoline i omogućava praćenje njenog razvoja iz godine u godinu (GEM A, 2022).

NECI kompozitni indeks osmišljen je s ciljem da pomogne vladama i kreatorima politika u razumijevanju i unapređenju uvjeta za poduzetništvo i poduzetničku aktivnost u njihovim

zemljama. NECI se koristi za rangiranje zemalja prema povoljnosti uvjeta za poduzetništvo. Kreatori politika koriste ove podatke kako bi identificirali područja koja zahtijevaju poboljšanja s ciljem poticanja poduzetničke aktivnosti i stvaranja boljih uvjeta za poduzetnike. Posebna važnost NECI-a leži u tome što omogućuje usporedbu poduzetničkih ekosustava između različitih zemalja. Na taj način pruža osnovu za donošenje strateških odluka i provođenje reformi koje mogu značajno potaknuti gospodarski rast kroz poduzetništvo (GEM, 2020).

Ovaj indeks predstavlja vrijedan alat za sve stručnjake i donositelje odluka koji su usmjereni na unapređenje poduzetničke klime. Kroz praćenje i analizu poduzetničkog okruženja, NECI omogućuje prikupljanje relevantnih podataka koji su ključni za oblikovanje dugoročnih strategija i provođenje ciljanih intervencija. Ovakav pristup pruža dublji uvid u promjene i trendove unutar poduzetničkog ekosustava čime se osigurava temelj za donošenje informiranijih odluka koje su usmjerene na održiv gospodarski rast.

4. Metodologija rada

Predmet ovog diplomskog rada je poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi. U radu su korišteni isključivo sekundarni izvori podataka. U teorijskom dijelu rada korištene su različite knjige, članci, časopisi i ostali relevantni internetski izvori. Empirijski dio rada baziran je na već provedenim istraživanjima, uključujući GEM istraživanja u razdoblju od 2020. do 2022. godine te WEF istraživanje o konkurentnosti čiji je zadnji dostupni izvještaj objavljen 2019. godine.

Cilj rada bio je opisati poduzetničko okruženje, komponente poduzetničkog okruženja i njihov značaj za razvoj poduzetničke aktivnosti te usporediti poduzetničko okruženje Hrvatske s poduzetničkim okruženjem odabranih zemalja članica Europske unije. Zemlje s kojima su se uspoređivale komponente poduzetničkog okruženja Hrvatske bile su Nizozemska i Španjolska, iako su ponekad u kontekst usporedbe stavljene i neke druge zemlje (uglavnom najbolje ocijenjene) kako bi se postigao bolji dojam o kvaliteti poduzetničkog okruženja i mogućnostima poboljšanja. Korištena GEM izvješća obuhvaćaju izvješća za Nizozemsku i Španjolsku za 2022. godinu te GEM izvješća za Hrvatsku za razdoblje od 2020. do 2022. godine.

Nedostatak analize podataka prema WEF istraživanju leži u činjenici da je Izvješće o globalnoj konkurentnosti zadnji put objavljeno 2019. godine. Od tada su se, do 2024. godine, dogodile značajne promjene, uključujući utjecaj pandemije COVID-19 na sva gospodarstva. Stoga, ovo izvješće nije obuhvatilo promjene koje je pandemija donijela, što predstavlja određeno

ograničenje u analizi. Međutim, korištenjem dostupnih izvještaja i komparativnom analizom, nastojao se pružiti što točniji i sveobuhvatniji pregled ključnih čimbenika poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj (i usporednim zemljama) te njihove razvijenosti i mogućnosti poboljšanja s ciljem stvaranja što poticajnijeg poduzetničkog okruženja.

5. Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

U ovom dijelu rada bit će analizirane ocjene svih komponenti poduzetničkog okruženja Hrvatske prema GEM istraživanju od 2020. do 2022. godine i WEF istraživanju za 2019. godinu. Osim toga, poduzetničko okruženje Hrvatske bit će uspoređeno s nizozemskim i španjolskim poduzetničkim okruženjem prema navedenim izvješćima. Nizozemska se često ističe i izdvaja kao zemlja koja je primjer uspješnog i dinamičnog okruženja koje podržava rast i razvoj *start-up* poduzeća. Osim Nizozemske, hrvatsko poduzetničko okruženje bit će uspoređeno i s okruženjem jedne mediteranske zemlje, Španjolske. Usporedba će biti bazirana na ocjenama eksperata za pojedine komponente u 2022. godini (GEM) i u 2019. godini (WEF). Osim Nizozemske i Španjolske, ocjene Hrvatske bit će stavljene i u kontekst EU (zemlje članice Europske unije koje sudjeluju u GEM istraživanju) kada je to moguće. Na taj način bit će prikazano kako stoji Hrvatska u odnosu na europski prosjek te u odnosu na Nizozemsku i Španjolsku.

5.1. Analiza Hrvatske u međunarodnoj perspektivi prema GEM istraživanju

Republika Hrvatska u GEM istraživanju sudjeluje od 2002. godine. Istraživanje provodi Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR) koji objavljuje publikacije za Hrvatsku dostupne na njihovoj web stranici. U svom uvodu, u predstavljanju rezultata istraživanja iz 2022. godine, ministar gospodarstva i održivog razvoja ističe kako uključenost u GEM istraživanje, osim što daje uvid u trendove i obrasce poduzetničkih aktivnosti i vidljivost Hrvatske na europskoj i globalnoj razini, omogućava i uvid o tome što građani, poduzetnici i eksperti misle o politikama i programima koji su fokusirani na razvoj poduzetničke okoline. Rezultati GEM istraživanja važni su i Ministarstvu obrazovanja i znanosti, Ministarstvu financija te Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije. GEM istraživanje prati sektore mikro, malih i srednjih poduzeća koji općenito, i na razini Europe i na globalnoj razini, zapošljavaju većinu zaposlenih osoba. Prema podacima iz 2020. godine, u Republici Hrvatskoj, sektor mikro, malih i srednjih poduzeća zapošljava 72% zaposlenih. Taj istraživački fokus omogućava Ministarstvu gospodarstva i održivog razvoja

izgradnju poduzetničkog okruženja koje je „stimulirajuće za pokretanje i razvoj poduzetničkih pothvata, odnosno za stabilnost upravo onog dijela gospodarstva koje je nositelj zapošljavanja“ (izv. prof. dr. sc. Davor Filipović, 2023). Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja glavni je sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj od samih početaka, a Hrvatska udruga banaka (HUB) pokrovitelj je medijske promocije rezultata istraživanja od 2016. godine (Singer i dr., 2023).

Pristup novcima³

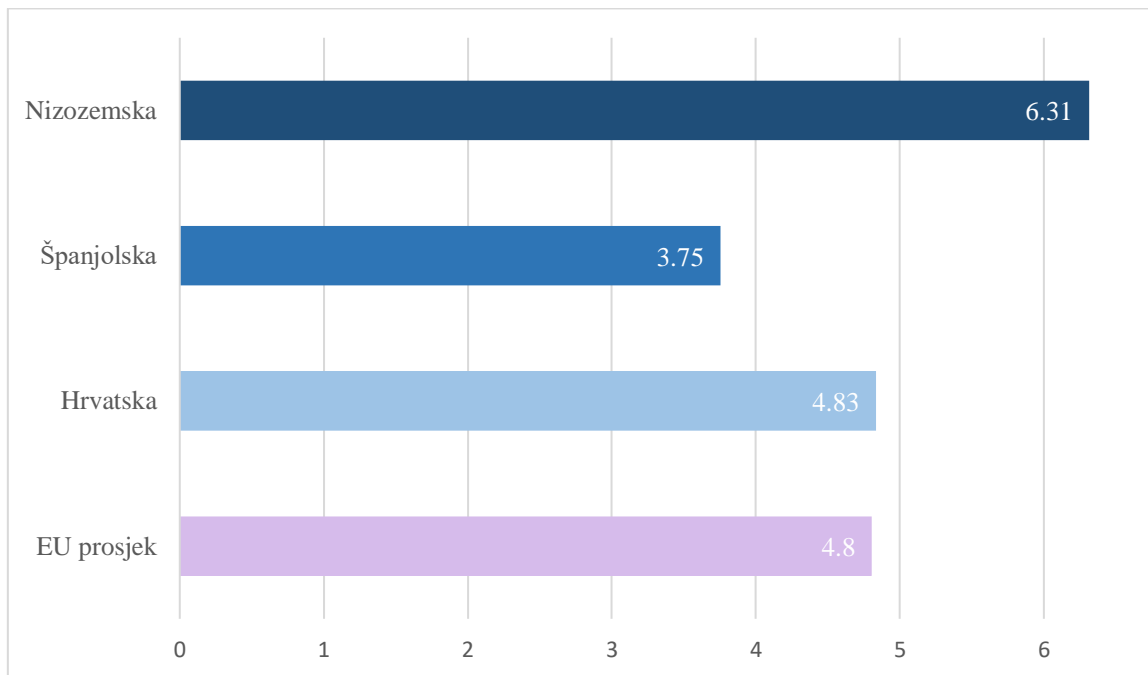
Pristup novcima, kao komponenta poduzetničkog okruženja, odnosi se na različite mogućnosti i izvore financiranja poduzetnika početnika i poduzetnika u razvoju. Pristup novcima obuhvaća dostupnost financijskih resursa uključujući vlastiti kapital i dug (za MSP - mala i srednja poduzeća), a također uključuje i potpore te subvencije (GEM, 2024). Ova komponenta igra presudnu ulogu u osiguravanju sredstava koja su potrebna za pokretanje i rast poduzeća omogućujući poduzetnicima da realiziraju svoje ideje i doprinose gospodarskom razvoju.

Ocjena eksperata za Hrvatsku u 2020. godini bila je 4,21. Ova se komponenta od 2021. godine počela promatrati kroz dvije stavke: dostatnost financijskih sredstava i lakoća dobivanja financijskih sredstava. Dostatnost financijskih sredstava u 2021. godini ocijenjena je s 4,3, dok je u 2022. godini ocijenjena s 4,83. Može se uočiti blagi trend rasta. Za razliku od dostatnosti financijskih sredstava, koja je ocijenjena relativno dobro, lakoća dobivanja financijskih sredstava je u 2021. godini bila ocijenjena puno lošije, ocjenom 3,73, ali 2022. godine ocjena se poboljšala na 4,11. I ova komponenta bilježi porast. Može se zaključiti kako u Hrvatskoj ne nedostaje financijskih sredstava, ali je do njih prilično komplicirano doći (zbog različitih procedura i zahtjeva). Singer i dr. (2023) napominju kako je u Hrvatskoj ustaljena dominacija ponude bankarskih kredita, ali je prisutan nedostatak alternativnih izvora financiranja rastućih poduzetničkih pothvata. Također, izlazak na tržište dionica, kao strategija financiranja poslovnog rasta, u Hrvatskoj je i dalje zanemariva strategija.

Grafikon 1 prikazuje ocjene ove komponente za Hrvatsku, Nizozemsku, Španjolsku i EU prosjek u 2022. godini (Singer i dr., 2022). Iz grafikona se može uočiti kako je, u ovoj komponenti, Hrvatska vrlo slična prosjeku EU. Ako se pak uspoređi s Nizozemskom, može se reći da je Hrvatska u značajnom zaostatku. Iako najbolja u EU (u 2022.), Nizozemska također

³ Naziv ove komponente u GEM globalnom izvješću je „*Entrepreneurial finance*“. U prethodnim izvješćima na hrvatskom jeziku korišten je naziv „Pristup novcima“, dok se u hrvatskom GEM izvješću od 2022. godine koristi termin „Financijska sredstva“. U cijelom radu dosljedno je korišten prijašnji naziv komponente „Pristup novcima“.

ima prostora za napredak s obzirom da je u 2022. godini najbolje ocijenjena zemlja u cijelom GEM istraživanju bila UAE (Ujedinjeni Arapski Emirati) s ocjenom 7,18. U odnosu na Španjolsku, Hrvatska se ipak može smatrati boljom u pogledu pristupa novcima, kao komponente poduzetničke okoline, jer je u Španjolskoj ova komponenta ocijenjena ocjenom 3,75 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).



Grafikon 1: Pristup novcima - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Vladine politike prema poduzetništvu

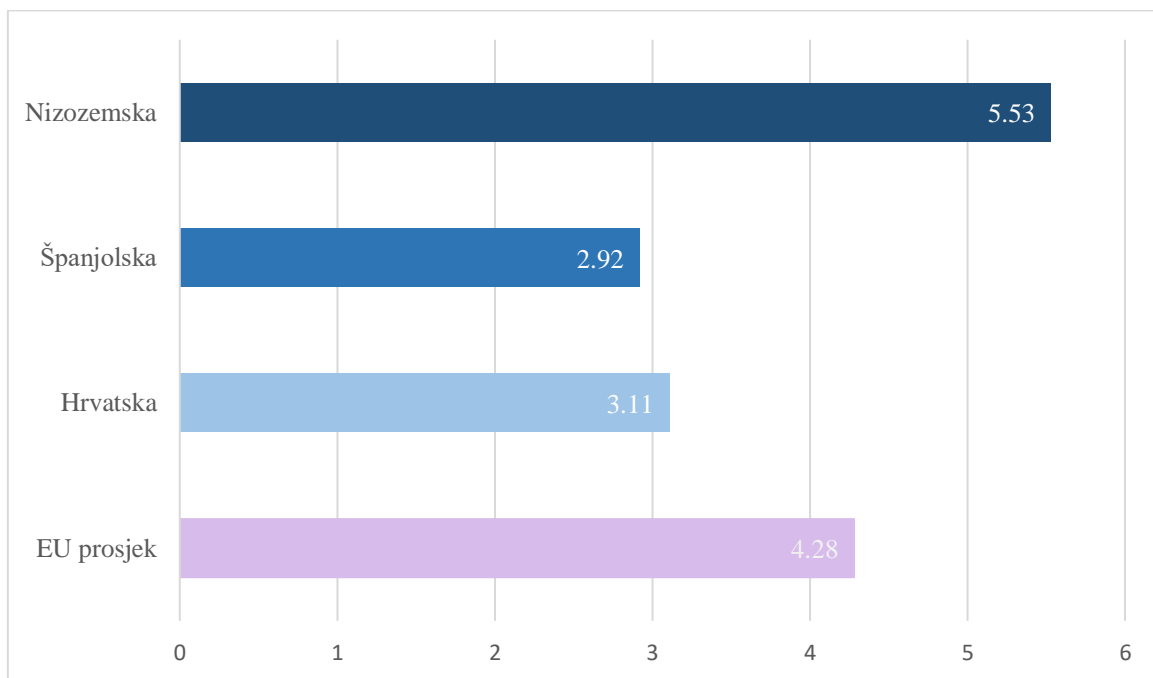
U GEM istraživanju, vladine politike prema poduzetništvu prate se kroz dvije dimenzije, prioritete i podršku te poreze i regulatorni okvir. Ova komponenta odnosi se na politike vlade te na podršku koju vlada daje poduzetnicima u osnivanju i razvoju poduzetničkih pothvata.

Hrvatska se već dugi niz godina bori s ograničavajućem karakterom ove komponente. Ograničavajući karakter vladinih politika prema poduzetništvu ukazuje na to da vladini postupci nisu dovoljno prilagođeni potrebama poduzeća, posebno malih i srednjih, te da stvaraju/ne rješavaju prepreke koje otežavaju osnivanje, rast i razvoj poduzeća što u konačnici smanjuje konkurentnost i otežava poslovanje u zemlji. Iako različita istraživanja ističu (veliku) važnost ove komponente za stvaranje poticajnog okruženja za poduzetnike (GEM istraživanje), Hrvatska, unatoč tome, bilježi niske rezultate dugi niz godina.

Komponenta "vladine politike - prioriteti i podrška" odnosi se na razinu u kojoj javne politike prepoznaju poduzetništvo kao relevantno i prioritetno ekonomsko pitanje te u kojoj mjeri te politike podržavaju razvoj poduzetništva (GEM, 2024). Analiza ove komponente omogućava uvid u to koliko vlada aktivno radi na promoviranju poduzetništva kao ključnog elementa gospodarskog razvoja te koliko su te politike prilagođene potrebama poduzeća.

Dimenzija vezana uz prioritete i podršku u Hrvatskoj, u razdoblju od 2020. do 2022., ocijenjena je redom 3,21, 2,72, 3,11. U 2021. godini ova dimenzija bila je ocijenjena iznimno loše, a dvije godine za redom (2020. i 2021.) Hrvatska je bila najlošije ocijenjena zemlja u cijeloj EU (GEM A, 2022). U 2022. godini stanje se malo popravilo, ali ne pretjerano. Iako te godine Hrvatska nije bila najgore ocijenjena zemlja Europske unije, imala je manju ocjenu nego li 2020. godine.

Grafikon 2 prikazuje ocjene ove dimenzije za Hrvatsku i odabrane zemlje u 2022. godini.



Grafikon 2: Vladine politike - prioriteti i podrška – ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM Economy Profile za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

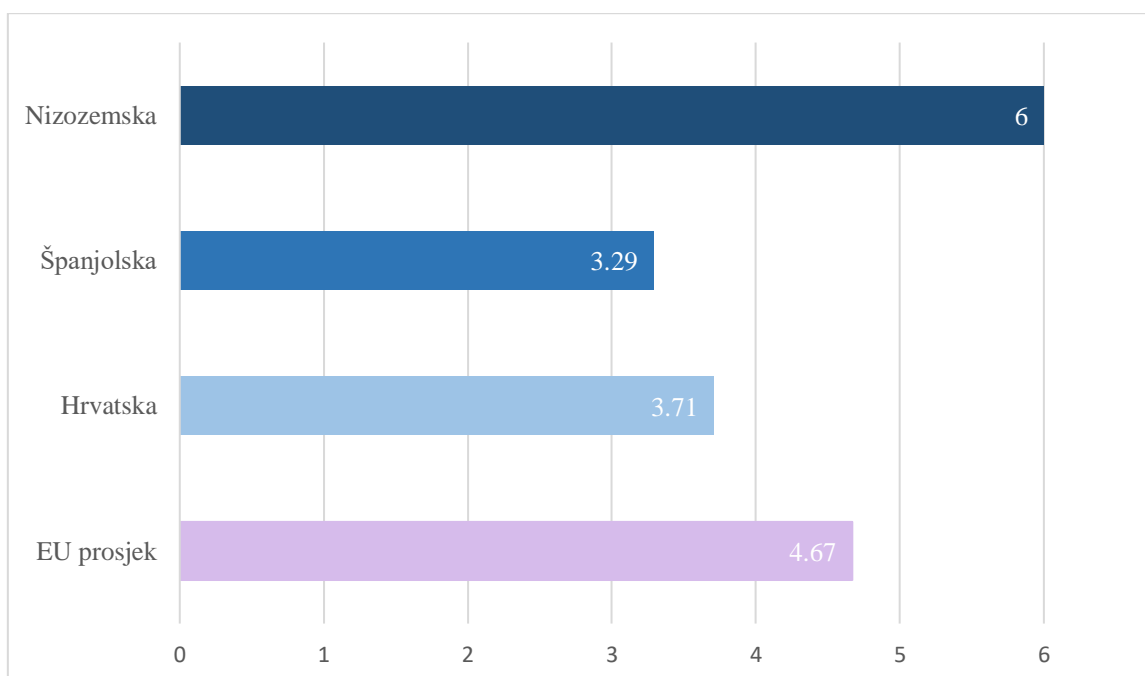
Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Iz grafikona se može uočiti kako je Hrvatska, zajedno sa Španjolskom, ispod razine EU prosjeka. Iako je Španjolska ocijenjena lošije od Hrvatske s ocjenom 2,92, ona ipak te godine nije bila najlošije ocijenjena zemlja EU. Nizozemska se s ocjenom 5,53 našla iznad prosjeka. Ova je komponenta za Nizozemsku na zadovoljavajućoj razini (ocjena veća od 5) (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).

Komponenta "vladine politike - porezi i regulatorni okvir" procjenjuje utjecaj poreznih politika i regulatornog okvira na poduzetništvo, posebno na mala i srednja poduzeća (MSP) (GEM, 2024). Ova komponenta analizira u kojoj mjeri porezni sustav i zakonske regulative podržavaju ili otežavaju osnivanje i rast poduzeća.

Dimenzija, koja obuhvaća poreze i regulatorni okvir, za Hrvatsku bilježi tendenciju rasta od 2020. do 2022. godine. Ocjene za ovu dimenziju su 2,48 (2020.), 3,43 (2021.) i 3,71 (2022.). Situacija je i kod ove dimenzije poprilično loša za Hrvatsku. Hrvatska je bila i najlošije ocijenjena zemlja u EU 2020. godine (GEM A, 2022).

Ocjene (za vladine politike - porezi i regulativa) Hrvatske, Španjolske, Nizozemske i EU prosjek za 2022. godinu prikazane su grafikonom 3.



Grafikon 3: Vladine politike - porezi i regulativa - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Kao što se može vidjeti iz grafikona, Hrvatska se u 2022. godini nalazila ispod prosjeka EU, kao i Španjolska. Španjolska je iste godine bila najlošije ocijenjena zemlja u EU. Nizozemska je u ovoj komponenti na zadovoljavajućoj razini s ocjenom 6 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).

Ova komponenta (vladine politike prema poduzetništvu) jedna je od važnijih komponenti poduzetničke okoline. Ona uvelike može ograničiti ili stimulirati poduzetničko djelovanje što

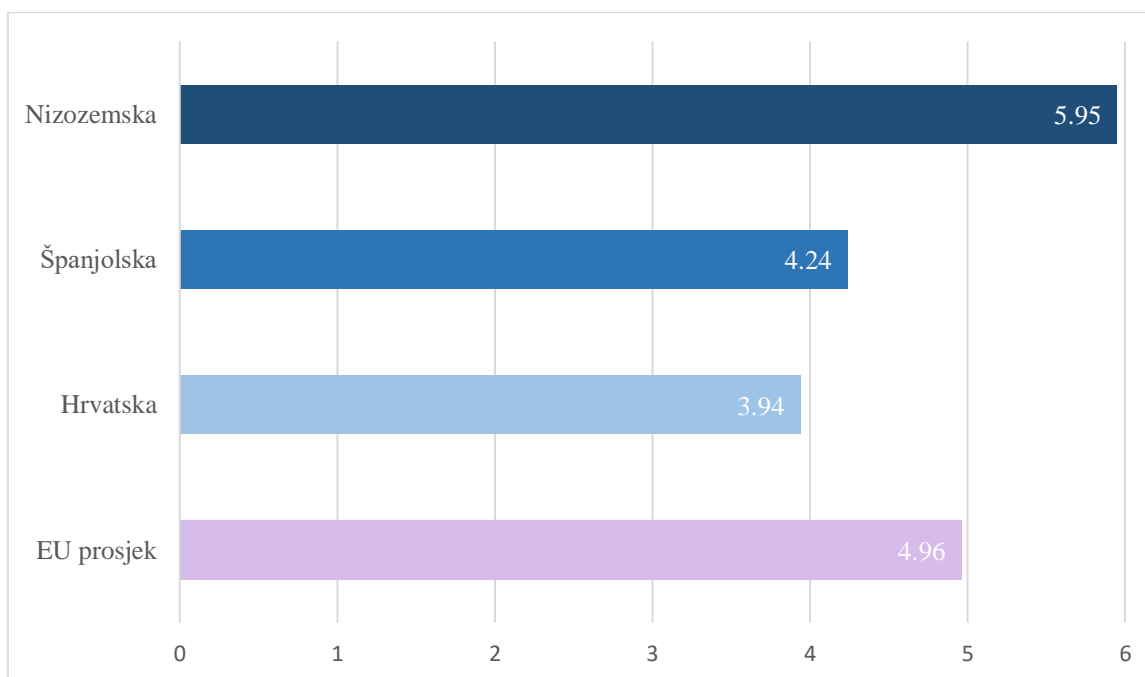
su pokazala i brojna druga međunarodna istraživanja o konkurentnosti, korupciji i lakoći poslovanja, ali ni to nije bilo dovoljno da se uvedu neke hitnije promjene (Singer i dr., 2023).

Vladini programi za poduzetništvo

Vladini programi za poduzetništvo odnose se na različite programe usmjerene razvoju i poticanju razvoja poduzetničkih aktivnosti te na načine implementacije tih programa. Ova komponenta poduzetničkog okruženja ima važnu ulogu u poticanju rasta i razvoja malih i srednjih poduzeća. Oni uključuju niz inicijativa i potpora koje su osmišljene kako bi im se olakšalo poslovanje. Na svim razinama vlasti (nacionalnoj, regionalnoj i općinskoj) postoje programi koji izravno pomažu poduzetnicima u pokretanju, rastu i održavanju poslovanja (GEM, 2024).

Generalno, vladini programi u Hrvatskoj bolje su ocijenjeni nego li prethodna komponenta, ali ocjene su i dalje loše. U razdoblju od 2020. do 2022. ocjene su bile 3,32, 4,11 i 3,94. Može se uočiti pad kvalitete u programima vlade u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. 2020. godine Hrvatska je bila najlošije ocijenjena zemlja u EU (GEM A, 2022).

Grafikon 4 prikazuje ocjene Hrvatske i usporednih zemalja za vladine programe prema poduzetništvu u 2022. godini.



Grafikon 4: Vladini programi za poduzetništvo - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Hrvatska se u 2022. godini našla ispod EU prosjeka, a bila je lošije ocijenjena i u odnosu na ostale promatrane zemlje. Nizozemska je i u ovoj komponenti iznad EU prosjeka i iznad ocjene 5 što pokazuje da je kvaliteta ove komponente na zadovoljavajućoj razini (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Dosadašnje komponente uvijek su bile bolje ocijenjene u Hrvatskoj u odnosu na Španjolsku, ali kvaliteta vladinih programa ipak je nešto bolja u Španjolskoj. S obzirom da se ova ocjena odnosi u najvećoj mjeri na implementaciju vladinih programa za poduzetništvo, može se zaključiti da je u Hrvatskoj potrebno mijenjati načine na koji se ti programi implementiraju (Singer i dr., 2023).

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije

Ova komponenta odnosi se na osnovno i srednje obrazovanje te na tercijarno obrazovanje. Rezultati GEM istraživanja, već dugi niz godina, pokazali su da su poduzetnički obrazovanije osobe češće poduzetnički aktivne za razliku od manje obrazovanih. Važnost obrazovanja za poduzetničke kompetencije naglašava i Europska unija pri čemu se poduzetnička kompetencija definira kao kapacitet transformiranja prilika i ideja u vrijednosti za druge, a temelji se na kreativnosti, kritičkom mišljenju, rješavanju problema, proaktivnosti i suradnji (Singer i dr., 2023).

Poduzetničko obrazovanje u osnovnoj i srednjoj školi odnosi se na mjeru u kojoj je obuka za osnivanje ili upravljanje MSP-om uključena u sustav obrazovanja i obuke na osnovnoj i srednjoj razini (GEM, 2024).

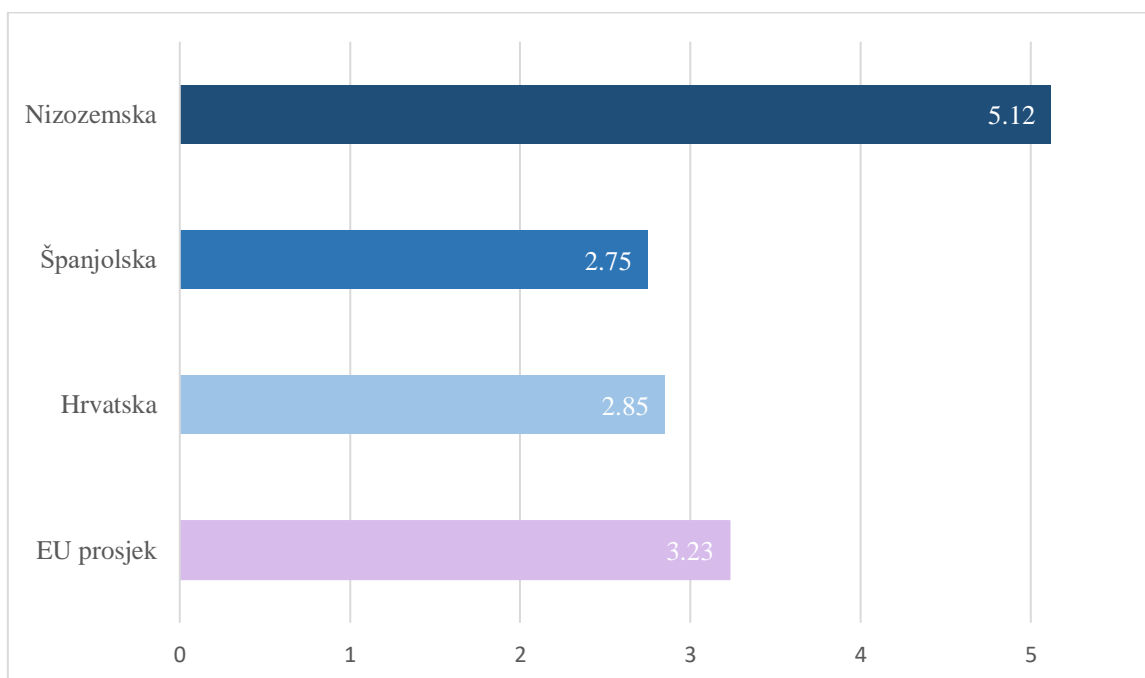
Poduzetničko obrazovanje u osnovnoj i srednjoj školi za Hrvatsku ocijenjeno je jako nisko. Ocjene su 2,43 (2020.), 2,71 (2021.) i 2,85 (2022.) (GEM, 2022). Ocijene ne prelaze ocjenu 3, ali pokazuju blagu tendenciju rasta. Singer i dr. (2023) navode tri tvrdnje koje su karakteristične za ovu komponentu među deset najniže ocijenjenih tvrdnji od 2020. do 2022.:

Poduzetničko obrazovanje u osnovnim i srednjim školama:

- ✚ ne doprinosi razvoju poduzetničkih kompetencija, kreativnosti i inicijativnosti,
- ✚ ne doprinosi razumijevanju tržišnog gospodarstva,
- ✚ ne posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća.

Autorice zaključuju kako se o poduzetničkim kompetencijama uči ili ekstra-kurikularno ili u okviru posebnih predmeta. Izostaje shvaćanje poduzetničkih kompetencija kao transverzalne kompetencije koja omogućuje proaktivnost, inovativnost te odgovornost za vlastite izbore o bilo kojoj profesiji ili aktivnosti.

Grafikon 5 prikazuje ocjene eksperata za poduzetničko obrazovanje u osnovnim i srednjim školama Hrvatske u odnosu na odbrane zemlje i prosjek Europske unije za 2022. godinu. Iz grafikona se može uočiti kako je jedino Nizozemska ocijenjena s ocjenom iznad 5 (5,12). Hrvatska je s ocjenom 2,85 tek nešto malo bolja od Španjolske (2,75). I Hrvatska i Španjolska ocijenjene su ispod EU prosjeka koji je za 2022. godinu iznosio 3,23 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Najbolju ocjenu u cijelom GEM istraživanju, za ovu komponentu poduzetničke okoline, dobio je Izrael (7,58). Najbolje ocijenjena zemlja u Europskoj uniji bila je Latvija (5,59). Nizozemska, iako ima zadovoljavajuću ocjenu, također ima prostora za napredak, ali Hrvatska i Španjolska trebaju uložiti značajnije napore kako bi se ova komponenta, kojoj izostaje djelotvorna reakcija, poboljšala. Postoje zemlje u kojima je ova komponenta ocijenjena mnogo lošije (npr. Poljska je u 2022. godini s ocjenom 1,81 bila najgore ocijenjena zemlja u EU), ali to nije razlog za „utjehu“ (GEM A, 2022). Loše ocijenjene zemlje trebaju se pitati što i kako to rade bolji od njih te slijediti te primjere kako bi ova komponenta poduzetničke okoline, u konačnici, počela djelovati stimulirajuće.



Grafikon 5: Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje - ocjene

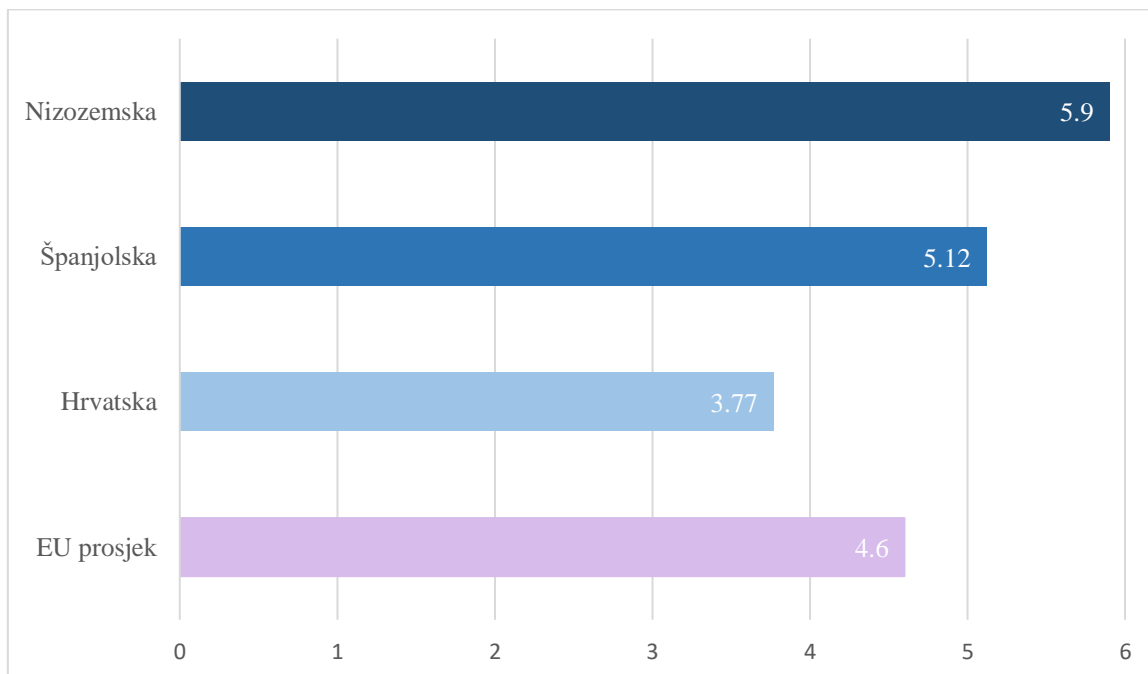
Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Tercijarno poduzetničko obrazovanje pokazuje u kojoj mjeri obuka za osnivanje ili upravljanje MSP-om uključena u sustav obrazovanja i obuke u visokom obrazovanju kao što su fakulteti, poslovne škole itd. (GEM, 2024).

Tercijarno poduzetničko obrazovanje ipak je ocijenjeno nešto bolje od osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja za Hrvatsku. U razdoblju od 2020. do 2022. godine ocjene eksperata bile su sljedeće: 3,54, 3,41, 3,77. Najveću ocjenu u promatranom razdoblju Hrvatska je imala 2022. godine.

Grafikon 6 prikazuje ocjene Hrvatske i drugih odabranih zemalja u 2022. godini za tercijarno poduzetničko obrazovanje. Iz grafikona se može uočiti kako je Hrvatska najlošije ocijenjena zemlja u odnosu na Nizozemsku i Španjolsku. U odnosu na osnovno i srednjoškolsko obrazovanje, može se uočiti da je tercijarno obrazovanje bolje ocijenjeno u svim promatranim zemljama. Nizozemska se približila ocjeni 6, a Španjolska se s ocjenom 5,12 približila Nizozemskoj koja je te godine bila najbolje ocijenjena zemlja u Europskoj uniji. Nizozemska je u razdoblju od 2020. do 2022. godine uzastopno bila najbolje ocijenjena zemlja u EU. Iako se u ovoj dimenziji poduzetničkog obrazovanja Španjolska uspjela istaknuti, Hrvatska je i ovdje ispod EU prosjeka koji je u 2022. godini iznosio 4,6 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Ako se u obzir uzmu sve zemlje koje su 2022. godine sudjelovale u GEM istraživanju (51 zemlja), tercijarno poduzetničko obrazovanje najlošije je ocijenjeno u Iranu (3), a u EU je najlošiju ocjenu imala Poljska (3,06) (GEM A, 2022). Iz navedenog, može se zaključiti kako Hrvatska s ocjenom 3,77 više naginje k lošije ocijenjenim zemljama nego li k boljima.



Grafikon 6: Poduzetničko obrazovanje – tercijarno - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

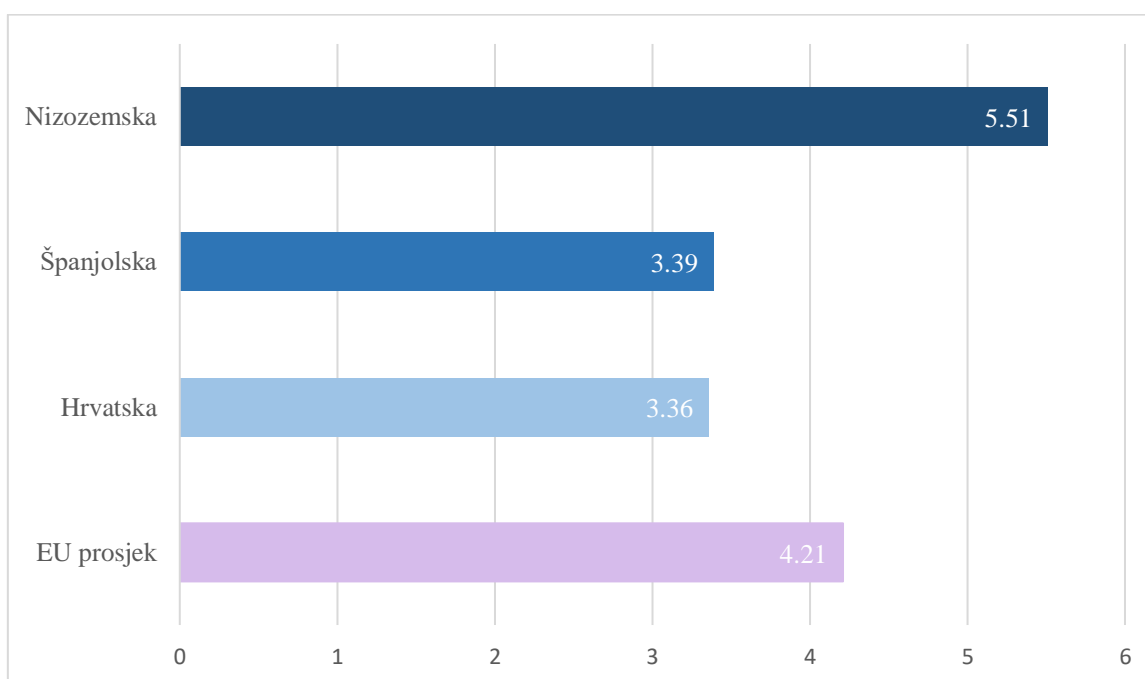
Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Općenito, Singer i dr. (2023:91) za komponentu **obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije** ističu kako je „teško razumjeti zašto nema brže i djelotvornije reakcije na činjenice koje su rezultat istraživanja, ali i zašto nas ne uznemiruje ne-činjenje, niti ne-učenje od onih gdje je obrazovanje za poduzetničke kompetencije stimulirajuća, a ne ograničavajuća komponenta poduzetničke okoline.“

Transfer istraživanja i razvoja

Transfer istraživanja i razvoja predstavlja suradnju između istraživačkog i poslovnog sektora s ciljem komercijalizacije istraživanja u inovativne proizvode i usluge radi povećanja inovativnosti i konkurentnosti poslovnog sektora.

U Hrvatskoj je ova komponenta ocijenjena kao nezadovoljavajuća dugi niz godina (2015.-2019.), a ocjene u razdoblju od 2020. do 2022. redom iznose 2,86, 3,29, 3,36. U 2020. godini Hrvatska je bila najlošije ocijenjena zemlja u cijeloj EU. Ova komponenta od velike je važnosti s obzirom da kvaliteta iste utječe na razinu konkurentnosti hrvatskih proizvoda, ali i gospodarstva u cjelini. Iako je ova komponenta ocijenjena kao nezadovoljavajuća, u razdoblju od 2020. do 2022., ona pokazuje blagu tendenciju rasta (Singer i dr., 2023).



Grafikon 7: Transfer istraživanja i razvoja - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Grafikon 7 prikazuje ocjene za transfer istraživanja i razvoja Hrvatske i drugih odabranih zemalja te europski prosjek za 2022. godinu. Transfer istraživanja i razvoja najbolje je ocijenjen u Nizozemskoj s ocjenom 5,51 u 2022. godini, a u istoj je godini Nizozemska bila najbolje ocijenjena zemlja članica. Tu je titulu odnijela i 2020. godine (kada je Hrvatska bila najgore ocijenjena zemlja članica) s ocjenom 6,06. Španjolska je s ocjenom 3,39 lošija od EU prosjeka (4,21), ali za nijansu ipak bolja od Hrvatske koja je u 2022. godini ocijenjena s 3,36 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Iako se Hrvatska nalazi ispod EU prosjeka, Singer i dr. (2023) ističu kako se u 2021. i 2022. godini smanjio jaz u ocjenama između Hrvatske i EU prosjeka sa oko 68% na 80%, no zaključuju kako je ova komponenta poduzetničke okoline i dalje ograničavajuća, a ne stimulirajuća.

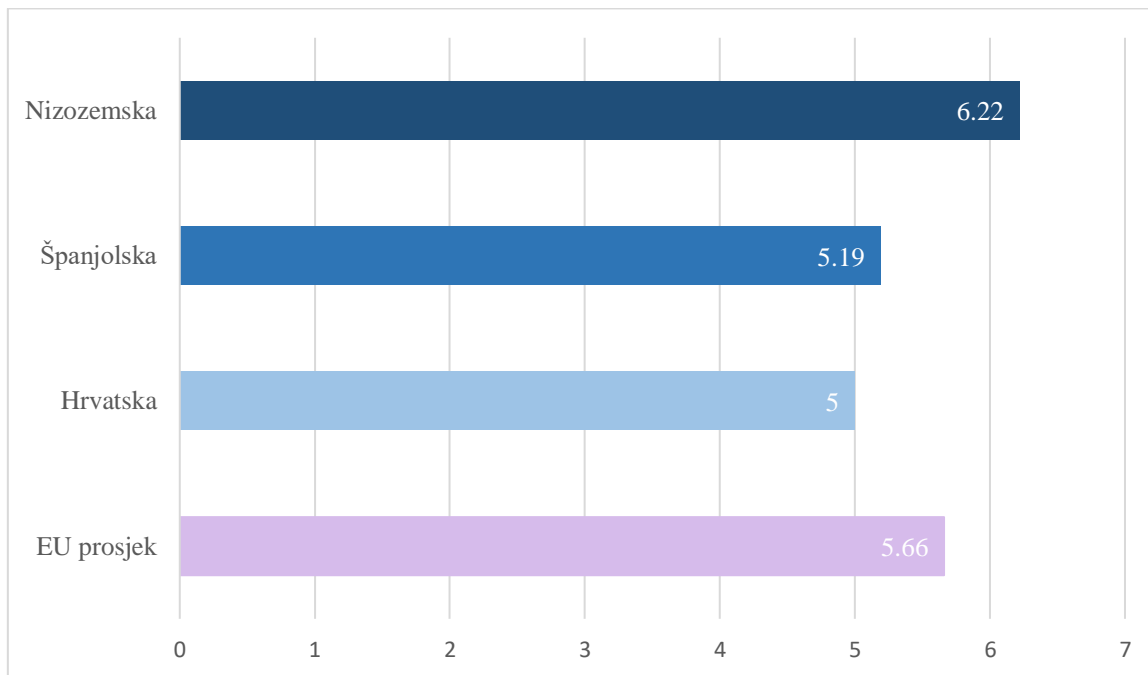
Profesionalna i komercijalna infrastruktura

Profesionalnu i komercijalnu infrastrukturu čine sve institucije koje pružaju poslovne usluge nositeljima poduzetničkih aktivnosti. Poslovne usluge odnose se na obuke, savjetovanja vezana za pokretanje i/ili rast poslovnog pothvata, usluge povezivanja s investitorima ili pak usluge osiguranja organizacijskih shema za jačanje kreditne sposobnosti i sl. (Singer i dr., 2023).

U 2020. godini Hrvatska je ocijenjena s 4,6, 2021. s 4,8, a 2022. ocijenjena je s 5. Ocjena 5 ili više znači da se radi o stimulirajućoj komponenti poduzetničkog okruženja te se na prvu i čini kako je hrvatska komercijalna i profesionalna infrastruktura barem jedna komponenta poduzetničke okoline koja je na zadovoljavajućoj razini (postignuta ocjena 5) do onog momenta kada se uspoređi s drugim zemljama. Naime, Hrvatska je u promatranom razdoblju dvije godine uzastopno (2020. i 2021.) bila najlošije ocijenjena zemlja članica EU. Singer i dr. (2023) ističu kako institucije komercijalne i profesionalne infrastrukture postoje, ali rijetko surađuju. Većina usluga temelji se na informiranju poduzeća o vladinim ili EU projektima ili pak o tome kako pokrenuti poslovni pothvat. Usluga koje su usmjerene na jačanje inovativnosti poslovnih pothvata, za poslovne pothvate s intencijom rasta ili za izlaznu fazu u životnom ciklusu poslovnog pothvata gotovo da i nema. Autorice također ističu potrebu za sofisticiranijim uslugama (suradnja s istraživačkim sektorom, znanje i informacije za uključivanje u lance vrijednosti).

Položaj hrvatske profesionalne i komercijalne infrastrukture u međunarodnoj perspektivi za 2022. godinu prikazan je grafikonom 8. Iz grafikona je vidljivo kako sve promatrane zemlje imaju ocjenu 5 ili više od 5 što znači da je promatrana komponenta poduzetničke okoline relativno dobro razvijena. U odnosu na promatrane zemlje, Hrvatska je najlošije ocijenjena.

Španjolska je malo bolja s ocjenom od 5,19. Obje zemlje nalaze se ispod EU prosjeka koji za 2022. godinu iznosi 5,66. Nizozemska ima višu ocjenu od EU prosjeka, 6,22 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Godine 2020. Nizozemska je bila najbolja ocijenjena zemlja unutar Europske unije. U 2022. godini u cijelom GEM istraživanju (51 promatrane zemlje) najbolju ocjenu ostvario je Tajvan s ocjenom 6,87 (GEM A, 2022).



Grafikon 8: Profesionalna i komercijalna infrastruktura - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

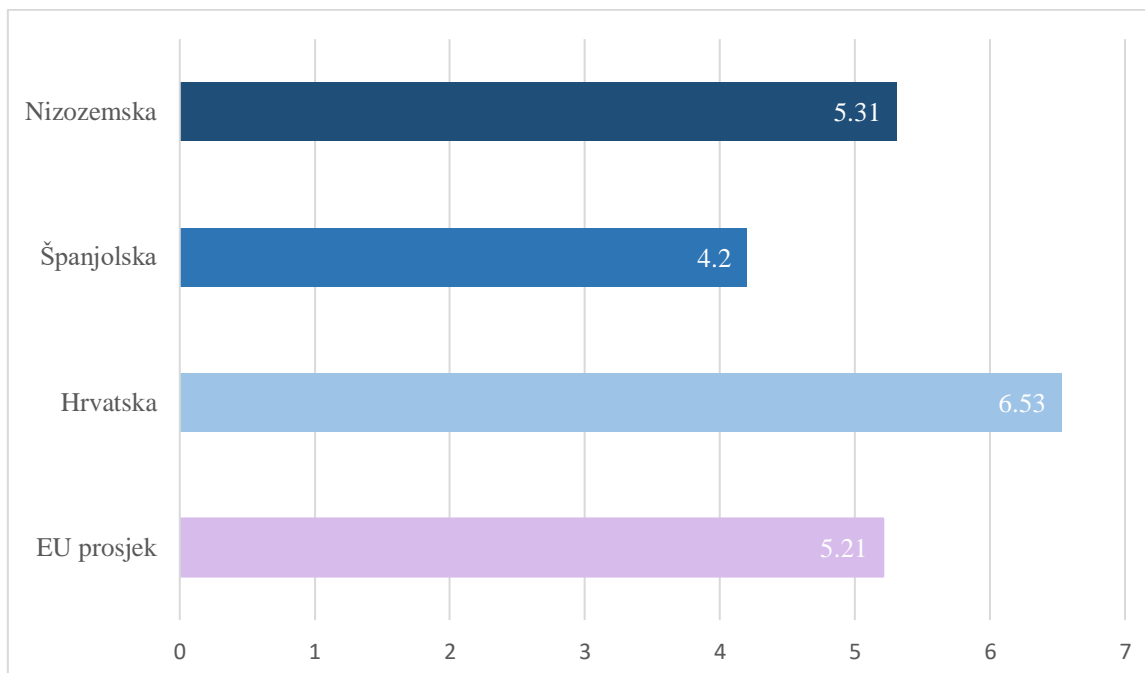
Otvorenost domaćeg tržišta

Ova se komponenta poduzetničke okoline promatra kroz dvije dimenzije: dinamičnost promjena i intenzitet barijera, odnosno barijere ulaska na tržište (Singer i dr., 2023).

Dinamičnost promjena može se opisati kao razina i brzina kojom se tržišta mijenjaju iz godine u godinu. To uključuje promjene u ponudi i potražnji, ulazak novih konkurenata, inovacije u proizvodima i uslugama, prilagodbe na vanjske faktore (poput tehnološkog napretka ili regulatornih promjena) i sl. (GEM, 2024). Dinamična tržišta karakterizira visoka razina takvih promjena, što stvara prilike, ali i izazove za poduzeća.

Ocjene dinamičnosti promjena u Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2022. bile su 5,35, 5,83 i 6,53. Iz navedenog, može se uočiti tendencija rasta. Kroz cijelo promatrano razdoblje Hrvatska je ostvarila iznadprosječne ocjene u usporedbi sa zemljama EU koje su sudjelovale u istraživanju (GEM A, 2022).

Na grafikonu 9 prikazan je položaj Hrvatske u odnosu na Nizozemsku, Španjolsku i EU prosjek za dinamiku promjena u 2022. godini.



Grafikon 9: Otvorenost domaćeg tržišta - dinamika promjena - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

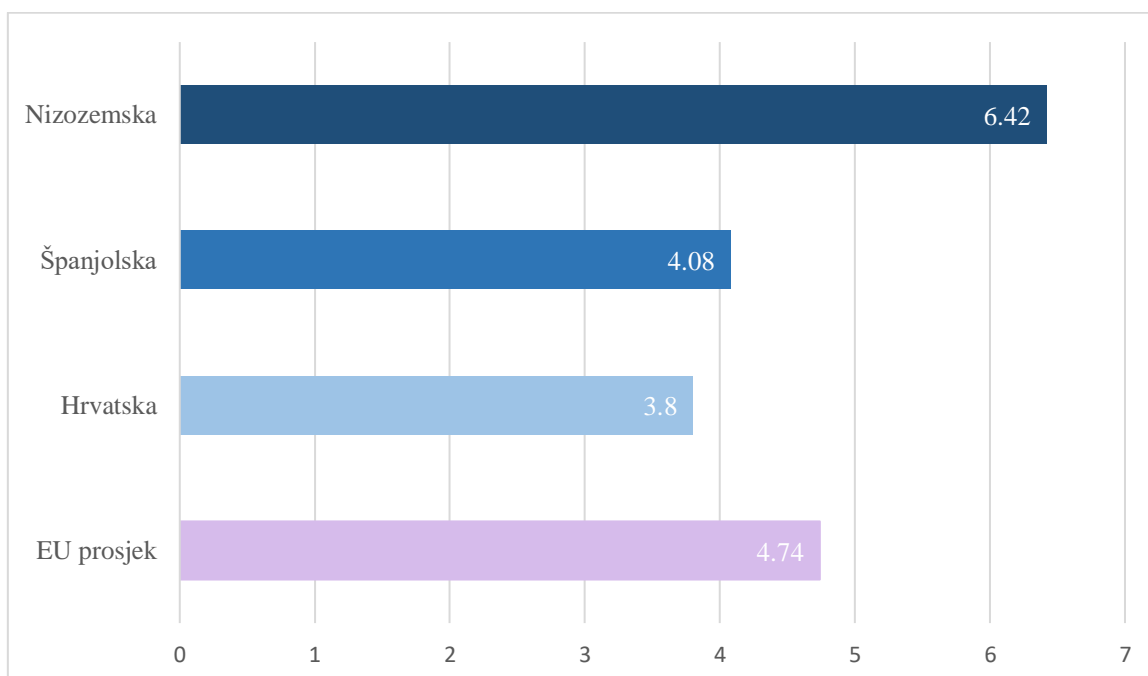
Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

U 2022. godini, ova dimenzija najbolje je ocijenjena u Hrvatskoj u odnosu na promatrane zemlje. Ocjenom 6,53 Hrvatska je premašila čak i Nizozemsku koja je ocijenjena malo bolje od EU prosjeka. Španjolska je s ocjenom 4,2 najlošije ocijenjena od 3 zemlje koje se uspoređuju, a lošija je i od EU prosjeka koji iznosi 5,21. Hrvatskoj je ova dimenzija na zadovoljavajućoj razini kao i Nizozemskoj (GEM A, GEM B, GEM C, 2022). Iako se Hrvatska može pohvaliti ovom ocjenom, ako se promotre najlošije ocijenjene zemlje u cijeloj EU, koje su sudjelovale u istraživanju, može se uočiti da je to za 2020. i 2021. godinu bio Luksemburg, a za 2022. godinu Francuska. S druge strane, najbolje ocijenjena zemlja u razdoblju od 2020. do 2021. bila je Poljska, a 2022. godine Latvija. Poljska se kao i Hrvatska istaknula u ovoj dimenziji otvorenosti tržišta, ali ne smiju se izostaviti druge, „važnije“ komponente u kojima je Poljska ostvarila iznimno nisku ocjenu u 2022. godini kao što su lakoća dobivanja financijskih sredstava, vladine politike – prioriteti i podrška, vladini programi, osnovnoškolsko, srednjoškolsko i tercijarno obrazovanje, transfer istraživanja i razvoja te profesionalna i komercijalna infrastruktura. Može se pretpostaviti da je ova komponenta poduzetničke okoline razvijena u zemljama koje su u tranziciji, tzv. „*emerging economies*“, ali, da bi se iskoristila

dinamika promjena koja postoji u okruženju, ostale komponente također trebaju biti usklađene i razvijene.

S druge strane, dimenzija otvorenosti tržišta, koja se odnosi na barijere ulaska na tržište, ocijenjena je jako loše za Hrvatsku. Iako je dinamika promjena na zadovoljavajućoj razini, barijere ulaska su u razdoblju od 2020. do 2022. bile uzastopno najlošije ocijenjene u cijeloj EU. Ocjene su: 3,15, 3,51 i 3,8. Iako postoji tendencija rasta, rastao je i EU prosjek (GEM A, 2022). Dakle, može se reći da je, unatoč velikoj dinamici promjena na tržištu, jako teško ući na hrvatsko tržište, pokrenuti i razviti poduzetnički pothvat.

Na grafikonu 10 prikazane su ocjene odabranih zemalja u 2022. godini za barijere ulaska promatrane komponente. Barijere ulaska pružaju uvid u razinu prepreka koje poduzetnici susreću prilikom ulaska na tržište. Barijere ulaska najlošije su ocijenjene u Hrvatskoj s ocjenom 3,8. Ta je ocjena ispod EU prosjeka koji iznosi 4,74. Ispod EU prosjeka našla se i Španjolska s ocjenom 4,08, ali je bolje ocijenjena od Hrvatske za razliku od prethodne dimenzije. Barijere ulaska u Nizozemskoj ocijenjene su ocjenom 6,42, što je mnogo bolje od prosjeka. Nizozemska je u cijeloj EU tri godine uzastopno (2020.-2022.) bila najbolje ocijenjena zemlja članica EU uz napomenu da je 2020. i 2021. godine bila najbolje ocijenjena zemlja u odnosu na sve zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).



Grafikon 10: Otvorenost domaćeg tržišta - barijere ulaska - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Autorice Singer i dr. (2023) ističu kako je komponenta otvorenost domaćeg tržišta već dugi niz godina (još od 2012. godine) najniže ocijenjena u skupini EU zemalja. Ističu i povezanost barijera ulaska s regulatornim zahtjevima koji su također ocijenjeni ispodprosječno (vladine politike prema poduzetništvu – porezi i regulativa). „*Te dvije dimenzije tržišta su međusobno povezane – iznadprosječna ocjena za dinamičnost tržišta je poziv za ulaganja, za pokretanje poslovnih pothvata, ali ako je to istovremeno ograničeno barijerama koje zbog nedjelotvornosti regulatornog okvira otežavaju lojalnu tržišnu utakmicu, onda se time tržište zatvara*“ (Singer i dr., 2023:95).

Fizička infrastruktura

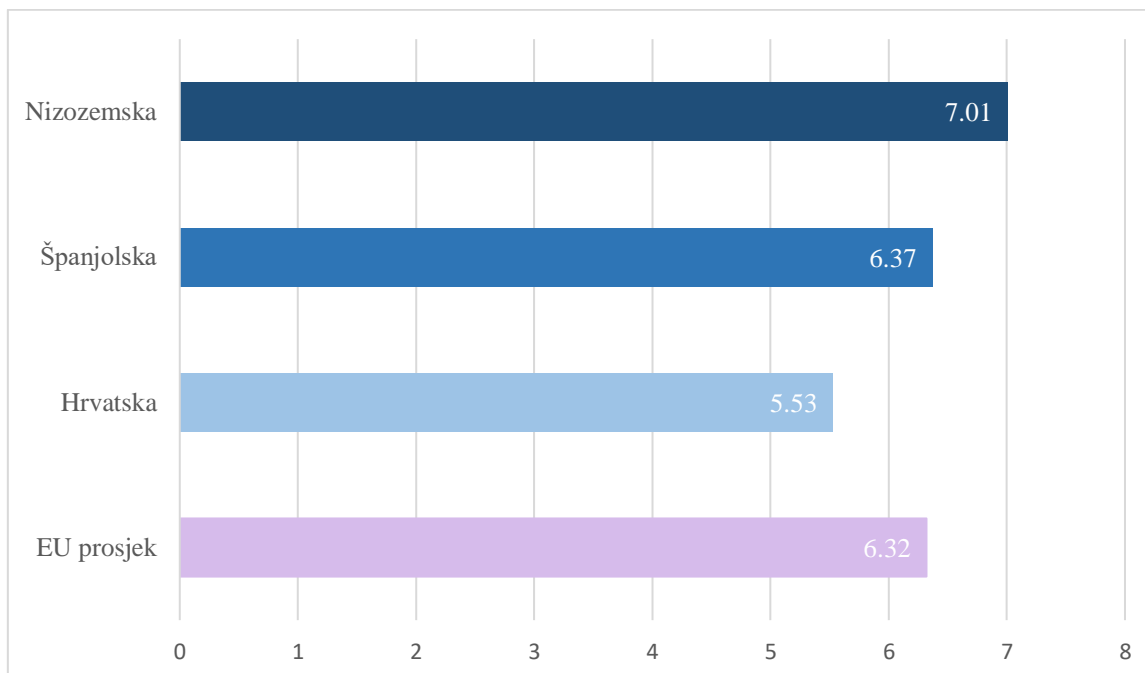
Fizička infrastruktura odnosi se na dostupnost i kvalitetu osnovnih fizičkih resursa potrebnih za poslovanje kao što su komunikacijske mreže, komunalne usluge (poput vode, struje i kanalizacije), transportni sustavi te zemljište ili poslovni prostor. Za mala i srednja poduzeća ključna je lakoća pristupa ovim resursima po pristupačnim cijenama koje ih ne diskriminiraju. Dobra fizička infrastruktura omogućuje poduzećima efikasno poslovanje, povezivanje s klijentima i dobavljačima te smanjuje troškove poslovanja (GEM, 2024).

Uz dinamiku promjena, ova je komponenta najbolje ocijenjena komponenta poduzetničke okoline u Hrvatskoj koja svojom dostupnosti i kvalitetom djeluje stimulirajuće poduzetničkoj aktivnosti (Singer i dr., 2023).

Prema GEM A (2022), od 2020. do 2022., ocjene ove komponente su: 6,39, 6 i 5,53. Može se uočiti tendencija pada, a spomenute autorice ističu kako je ta tendencija zabrinjavajuća. Fizička infrastruktura (prometna, komunalna, telekomunikacijska) važna je komponenta jer o njoj, u velikoj mjeri, ovisi mogućnost transformiranja ideje u poslovni pothvat, ali i razvoj poslovnog pothvata zbog osiguranja pristupu tržištima i temeljnim resursima (voda, električna energija, plin, internet...). Hrvatska trenutno ima relativno dobre ocjene (na zadovoljavajućoj razini) za svoju fizičku infrastrukturu, no (uvijek) postoje područja za poboljšanja. Hrvatska mora nastaviti ulagati u svoju fizičku infrastrukturu kako bi održala i poboljšala svoju konkurentnost i privlačnost, kako za domaće, tako i za strane investitore.

Na grafikonu 11 nalazi se prikaz ocjena ove komponente za Hrvatsku, Nizozemsku, Španjolsku i EU prosjek. Iako je ova komponenta jedna od najbolje ocijenjenih, Hrvatska se 2022. godine našla ispod EU prosjeka koji je iznosio 6,32, a lošije je ocijenjena i od Španjolske i Nizozemske. Španjolska je s ocjenom 6,37 na razini prosjeka EU, dok je Nizozemska s ocjenom 7,01 jedna od bolje ocijenjenih zemalja. Nizozemska je od 2017. do 2020. godine u ovoj komponenti bila

najbolje ocijenjena zemlja EU, tako da i ona ima prostora za napredak i poboljšanja. Globalno, u 2022. godini, najbolju ocjenu (8,35) ostvario je Tajvan (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).



Grafikon 11: Pristup fizičkoj infrastrukturi - ocjene

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

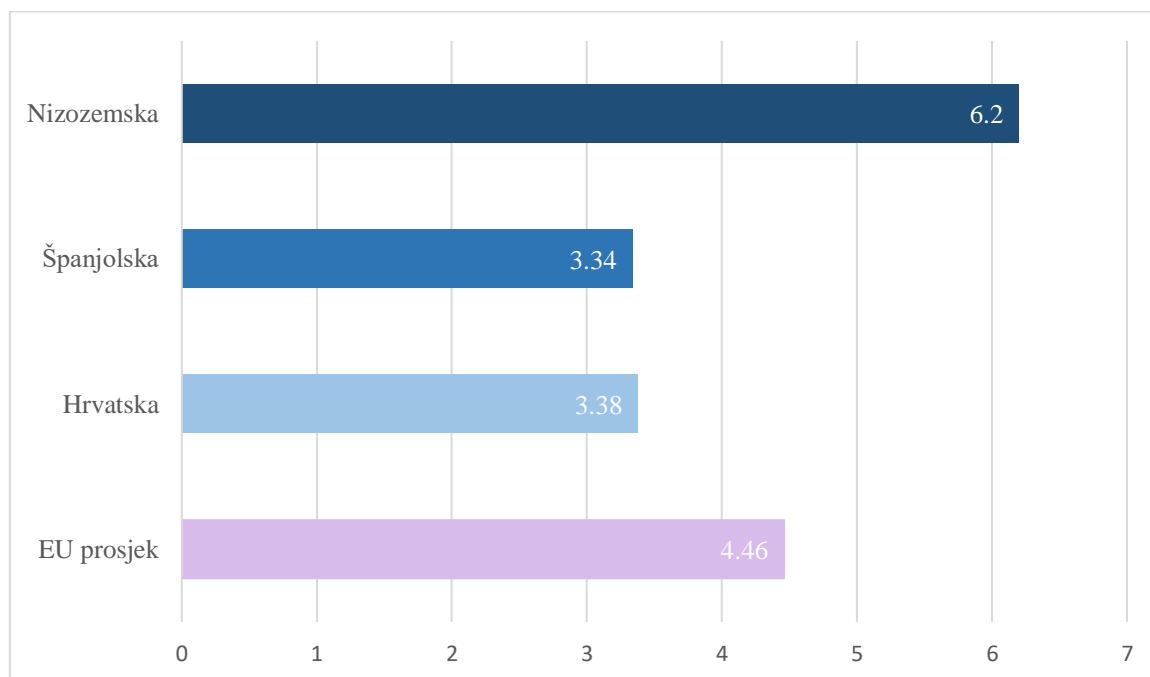
Kulturne i društvene norme

U GEM istraživanju, kulturne i društvene norme definirane su kroz različite dimenzije poput samoodređenja, inicijativnosti, odgovornosti za rizik (spremnost na preuzimanje rizika) te inovativnosti (Singer i dr., 2023). Kulturne i društvene norme važne su jer oblikuju stavove, vrijednosti i ponašanja ljudi prema poduzetništvu i inovacijama. Kada društvene i kulturne norme potiču kreativnost, inovacije i poduzetnički duh, ljudi su više motivirani za preuzimanje rizika, pokretanje vlastitih pothvata i razvijanje novih poslovnih ideja. Takvo okruženje može dovesti do povećanja osobnog bogatstva i prihoda, kao i do gospodarskog rasta. S druge strane, ako norme obeshrabruju poduzetničke aktivnosti, to može ograničiti broj novih poslovnih inicijativa i usporiti gospodarski napredak.

Kulturne i društvene norme u Hrvatskoj su ocijenjene loše i nisu na zadovoljavajućoj razini kao ni većina drugih komponenti poduzetničke okoline. U razdoblju od 2020. do 2022., ocjene za ovu komponentu iznose: 3,25, 2,96 i 3,38. Autorice Singer i dr. (2023) ističu kako su promjene vrijednosnog sustava spore, što pokazuje stabilnost ocjena kako u Hrvatskoj, tako i u drugim zemljama članicama EU koje sudjeluju u istraživanju. 2020. i 2021. godine Hrvatska je bila

najlošije ocijenjena zemlja, ali, kako ističu autorice, tu je „titulu“ odnijela i u razdoblju od 2014. do 2019. što znači da je Hrvatska osam godina uzastopno bila najlošije ocijenjena zemlja članica EU. Ovaj problem ne može se otkloniti u kratkom vremenu. „Promjene ove komponente poduzetničke okoline zahtjeva dugoročno usklađene politike i strategije te suradnju između brojnih aktera u tim procesima (obrazovanje, vlada, poslovni sektor, civilni sektor, mediji) pri čemu je obrazovanje ključno za te promjene“ (Singer i dr., 2023:96).

Grafikon 12 prikazuje odnos ocjena ove komponente za Hrvatsku i promatrane zemlje u 2022. godini. Iz grafikona je vidljivo da su Hrvatska (3,38) i Španjolska (3,34) ocijenjene slično, ali obje ispod razine prosjeka EU (4,46). Nizozemska ni u ovoj komponenti ne pokazuje ograničenja jer se s ocjenom 6,2 našla iznad prosjeka. Kulturne i društvene norme Nizozemske u razdoblju od 2020. do 2021. (kada je Hrvatska bila najlošije ocijenjena zemlja EU) bile su najbolje ocijenjene u EU. 2022. godine najbolje ocijenjena zemlja za ovu komponentu u cijelom GEM istraživanju bila je UAE s ocjenom 7,85 (GEM A, GEM B, GEM C, 2022).



Grafikon 12: Kulturne i društvene norme - ocjene

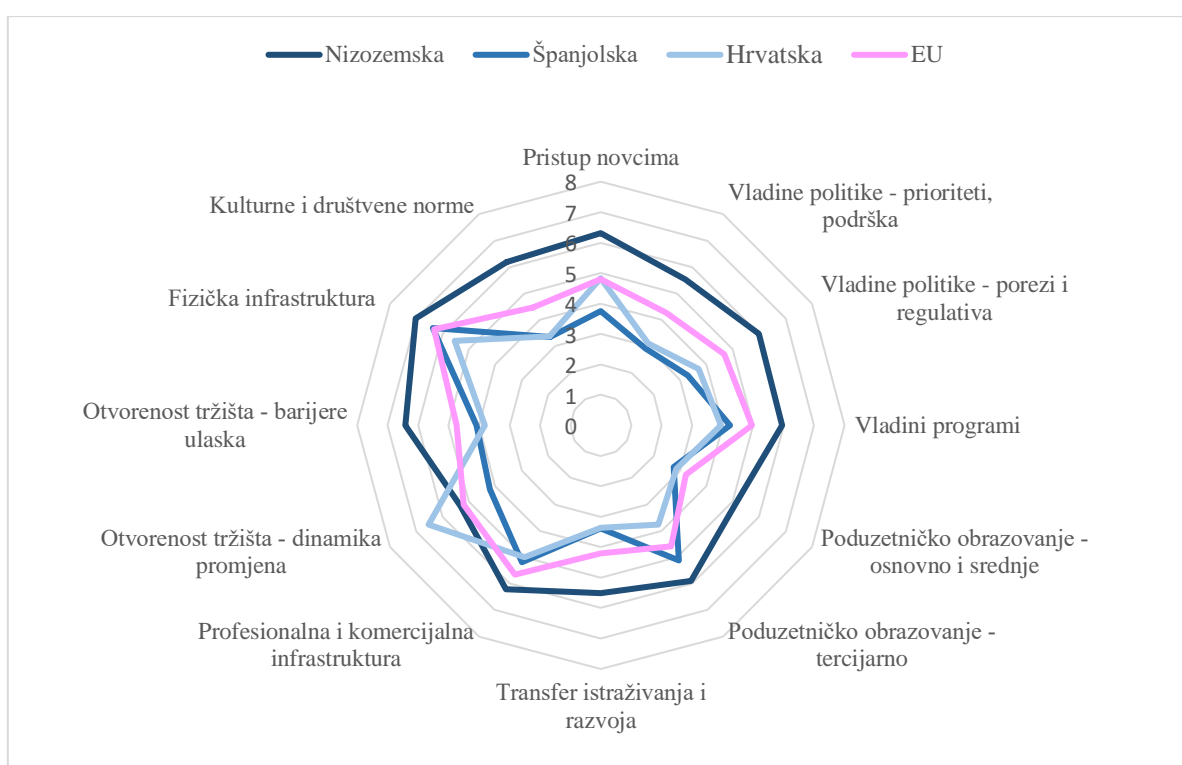
Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

Može se reći da kulturne i društvene norme u Nizozemskoj nisu prepreka razvoju poduzetničkih aktivnosti. Stav ljudi prema poduzetništvu, pokretanju vlastitog pothvata te ulogi poduzetnika u društvu pozitivan je za razliku od Hrvatske, gdje to još uvijek nije slučaj.

Zaključak i preporuke

Usporedba poduzetničkih okruženja Hrvatske, Nizozemske i Španjolske pokazala je da hrvatsko poduzetničko okruženje nije stimulirajuće za pokretanje i razvoj poduzetničkih pothvata te da ima puno prostora i potrebe za poboljšanja. Poduzetničko okruženje Španjolske u velikom je broju komponenti (vladine politike prema poduzetništvu – prioriteti i podrška, osnovno i srednjoškolsko poduzetničko obrazovanje, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, kulturne i društvene norme) slično poduzetničkom okruženju u Hrvatskoj, dok je Nizozemska zemlja u kojoj je poduzetničko okruženje razvijeno i stimulirajuće za razvoj poduzetničke aktivnosti u društvu (grafikon 13).



Grafikon 13: Odnos ocjena eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline – 2022. godina

Izvor: Izrada autora prema GEM *Economy Profile* za Hrvatsku, Nizozemsku i Španjolsku (2022)

Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

U svim komponentama Nizozemska postiže bolje rezultate od prosjeka europskih zemalja sudionica, ali i svih zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju. Prema mišljenjima eksperata, najrazvijenije komponente poduzetničkog okruženja u Nizozemskoj su fizička infrastruktura, otvorenosti domaćeg tržišta – barijere ulaska te dostupnost financijskih sredstava. U usporedbi s EU prosjekom, Nizozemska postiže posebno bolje rezultate u osnovnoškolskom i srednjoškolskom poduzetničkom obrazovanju, kulturnim i društvenim normama i već

spomenutim komponentama - otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska te dostupnost financijskih sredstava.

Prema GEM C (2022), ocjene različitih uvjeta španjolskog okruženja za poduzetništvo odražavaju pogoršanje u 2022. godini za sve uvjete. Poduzetničko obrazovanje u osnovnom i srednjoškolskom obrazovanju, kao i postojanje vladinih politika za podršku poduzetništvu i programa koji smanjuju birokraciju i porezno opterećenje novih poduzeća, jedne su od najlošije ocijenjenih komponenti. Isto tako, ne primjećuje se poboljšanje u poticanju društvenih i kulturnih normi za podršku poduzetništvu niti u prijenosu istraživanja i razvoja između sveučilišta i poduzeća, ali ni u postojanju dostupnog financiranja za poduzetnike. Kako navode autori ove studije, očekuje se da će novi pravni okvir za podršku poduzetništvu poboljšati spomenute uvjete u narednim godinama.

Prema GEM A (2022), zaključuje se kako se u Hrvatskoj ustalio obrazac kojim se upozorava na ograničavajuće djelovanje nedjelotvornih vladinih politika prema regulatornom okviru, niske razine transfera istraživanja u poslovni sektor kao i na nedostatni doprinos obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih (slično kao i u Španjolskoj). Općenito, poduzetničko okruženje u Hrvatskoj na poduzetničku aktivnost djeluje više ograničavajuće nego li stimulirajuće. Samo dvije komponente u 2022. godini (dinamika domaćeg tržišta i raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture) djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost (ocjene su iznad 5). Komponente koje se smatraju posebno ograničavajućima u 2022. godini bile su (već spomenute) vladine politike prema prioritetima i regulatornom okviru, prisutnost barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor te komponenta obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije.

S obzirom na važnost poduzetničke aktivnosti za gospodarski razvoj, kreatori politika bi trebali donijeti i implementirati odluke vezane uz stvaranje stimulirajućeg poduzetničkog okruženja koje će biti poticaj i podrška za pokretanje i razvoj poduzetničkih pothvata u Hrvatskoj.

U tablici 1 prikazane su vrijednosti svake komponente poduzetničke okoline prema GEM istraživanju za Hrvatsku, Nizozemsku, Španjolsku i EU prosjek - za Hrvatsku za 3 godine (2020.-2022.), a za Nizozemsku, Španjolsku i EU prosjek samo za 2022. godinu.

Tablica 1: Usporedba ocjena o kvaliteti poduzetničke okoline - Hrvatska (2020.-2022.), usporedne zemlje (2022.) i EU prosjek (2022.)

Komponenta	Hrvatska 2020.	Hrvatska 2021.	Hrvatska 2022.	Nizozemska 2022.	Španjolska 2022.	EU prosjek 2022.
Pristup novcima	4,21	4,3	4,83	6,31	3,75	4,8
Vladine politike – prioriteti i podrška	3,21	2,72	3,11	5,53	2,92	4,28
Vladine politike – porezi i regulativa	2,48	3,43	3,71	6	3,29	4,67
Vladini programi za poduzetništvo	3,32	4,11	3,94	5,95	4,24	4,96
Poduzetničko obrazovanje – osnovno i srednje	2,43	2,71	2,85	5,12	2,75	3,23
Poduzetničko obrazovanje – tercijarno	3,54	3,41	3,77	5,9	5,12	4,6
Transfer istraživanja i razvoja	2,86	3,29	3,36	5,51	3,39	4,21
Profesionalna i komercijalna infrastruktura	4,6	4,8	5	6,22	5,19	5,66
Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena	5,35	5,83	6,53	5,31	4,2	5,21
Otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska	3,15	3,51	3,8	6,42	4,08	4,74
Fizička infrastruktura	6,39	6	5,53	7,01	6,37	6,32
Kulturne i društvene norme	3,25	2,96	3,38	6,2	3,34	4,46

Izvor: Izrada autora prema GEM publikacijama (2020-2022)

5.2. Analiza Hrvatske u međunarodnoj perspektivi prema WEF istraživanju

U istraživanju Svjetskog gospodarskog foruma (World Economic Forum, WEF), Republika Hrvatska sudjeluje od 2002. godine. WEF objavljuje izvješća o globalnoj konkurentnosti koje analiziraju ekonomske pokazatelje i konkurentnost zemalja širom svijeta. Izvješće se temelji na kombinaciji javno dostupnih podataka i rezultata anketa koje se provode među poslovnim liderima u svakoj zemlji.

Od 141 zemlje koje su sudjelovale u istraživanju, svaka je zemlja rangirana prema određenim komponentama (pilarima) indeksa. Postoje dvanaest pilara prema kojima su WEF istraživači rangirali i ocijenili pojedine zemlje u odnosu na njihovu uspješnost. Za svaki pilar moguće je ostvariti rezultat u rasponu od 0 do 100, pri čemu je 100 najbolji rezultat. U ovom dijelu rada navest će se ostvareni položaj Hrvatske i zemalja s kojima se uspoređuje (Nizozemska i Španjolska) prema tih 12 pilara, a oni su: institucije, infrastruktura, usvajanje ICT⁴-a, makroekonomska stabilnost, zdravlje, vještine, tržište proizvoda, tržište rada, financijski sustav, veličina tržišta, poslovna dinamika i inovacijska sposobnost.

Prema WEF (2019), Hrvatska je, u Izvješću o globalnoj konkurentnosti 2019. na svjetskoj ljestvici konkurentnosti, napredovala za pet mjesta u odnosu na prethodnu godinu. Od 141 zemlje koje su sudjelovale u istraživanju, Hrvatska je zauzela 63. mjesto (tablica 3). Hrvatska je postigla značajan napredak u makroekonomskoj stabilnosti skočivši na 43. mjesto, što je pomak za 63 mjesta u odnosu na prethodnu godinu. Također je zabilježen bolji rang u infrastrukturi (32. mjesto), zdravlju (47. mjesto) i tržištu rada (94. mjesto). Navedeni podaci prikazani su u tablici 2.

Tablica 2: Napredak određenih pilara u odnosu na 2018. godinu - Hrvatska

	Infrastruktura	Makroekonomska stabilnost	Zdravlje	Tržište rada
2018.	36./140	106./140	51./140	96./140
2019.	32./141	43./141	47./141	94./141

Izvor: Izrada autora prema WEF (2018, 2019)

Među konkurentskim prednostima Hrvatske ističu se niska inflacija (1. mjesto), visoka stopa elektrifikacije (2. mjesto), povoljne trgovinske tarife (6. mjesto) i kvaliteta cesta (13. mjesto) (Ministarstvo financija, 2019).

⁴ ICT - Informacijske i komunikacijske tehnologije (Information and Communication Technologies).

Nizozemska se i u WEF istraživanju nalazi pri samom vrhu te je od 141 zemlje zauzela 4. mjesto, dok se Španjolska našla na 23. mjestu (tablica 3) (WEF, 2019).

Tablica 3: Položaj Hrvatske i usporednih zemalja na ljestvici konkurentnosti

Zemlja	Rang
Hrvatska	63.
Španjolska	23.
Nizozemska	4.

Izvor: Izrada autora prema WEF (2019)

Institucije obuhvaćaju različite aspekte poput sigurnosti, vlasničkih prava, socijalnog kapitala, mehanizama kontrole i ravnoteže, transparentnosti i etike, učinka javnog sektora i korporativnog upravljanja. Važnost institucija leži u činjenici da one postavljaju okvire unutar kojih se pojedinci organiziraju i obavljaju svoju gospodarsku aktivnost. Ti okviri mogu biti formalni (zakoni i mehanizmi provedbe) i neformalni (norme ponašanja). Institucije utječu na produktivnost pružajući poticaje i smanjujući nesigurnosti. Na taj način određuju kontekst u kojem se odvijaju gospodarske aktivnosti (WEF, 2018).

Nizozemska je zauzela 4. mjesto kada su u pitanju institucije (79/100 bodova). Španjolska se našla na 28. (65/100 bodova), a Hrvatska na 77. mjestu (52/100 bodova) (WEF, 2019).

Infrastruktura je pilar koji obuhvaća kvalitetu i proširenost prometne infrastrukture (ceste, željeznice, vodene i zračne rute) kao i komunalne infrastrukture. Ovaj pilar važan je iz razloga što su bolje povezane geografske regije općenito prosperitetnije. Dobro razvijena infrastruktura smanjuje troškove prijevoza i transakcija te olakšava kretanje robe i ljudi kao i prijenos informacija unutar zemlje i preko granica. Osim toga, infrastruktura osigurava pristup energiji i vodi koje predstavljaju nužne uvjete za modernu ekonomsku aktivnost (WEF, 2018).

Infrastruktura je najbolje ocijenjena u Nizozemskoj s rezultatom 94/100 bodova, po čemu je na 2. mjestu. Španjolska je također visoko plasirana kada je u pitanju infrastruktura te je s rezultatom 90/100 bodova zauzela 7. mjesto, dok se Hrvatska našla na 32. mjestu od 141 zemlje sudionice s rezultatom 78/100 bodova (WEF, 2019).

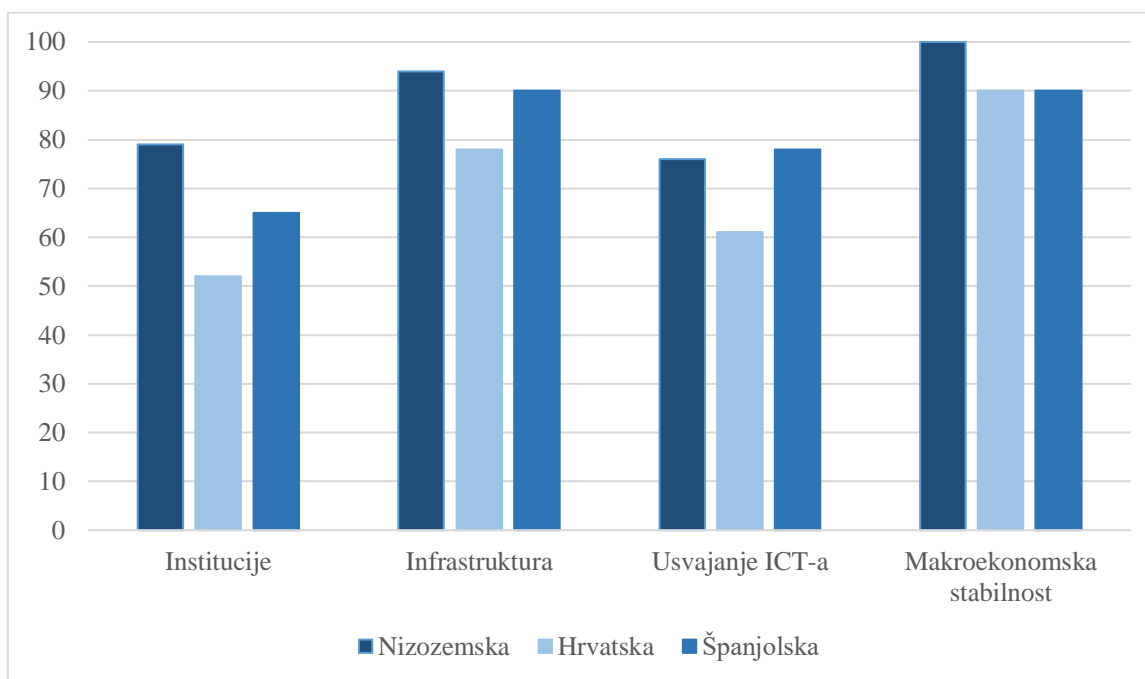
Usvajanje ICT-a predstavlja stupanj raširenosti specifičnih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. ICT smanjuje troškove transakcija i ubrzava razmjenu informacija i ideja te na taj način poboljšava učinkovitost i potiče inovacije. Budući da su ICT tehnologije sve više

ugrađene u strukturu gospodarstva, postaju nužne i jednako važne kao i energetska/prometna infrastruktura za sva gospodarstva (WEF, 2018).

Usvajanje ICT-a u Nizozemskoj ocijenjeno je sa 76/100 bodova, s čime je zauzela 24. mjesto, Španjolska se, sa 78/100 bodova našla na 19. mjestu, a Hrvatska je i u ovom pilaru ocijenjena i rangirana najslabije u odnosu na promatrane zemlje te je s rezultatom 61/100 zauzela 60. mjesto (WEF, 2019).

Makroekonomska stabilnost obuhvaća razinu inflacije, ali i održivost fiskalne politike. Umjeren i predvidljiva inflacija te održivi javni proračuni smanjuju nesigurnosti, postavljaju očekivanja povrata ulaganja i povećavaju poslovno povjerenje. Sve navedeno potiče produktivnost. Također, u sve više međusobno povezanom svijetu, gdje se kapital može brzo kretati, gubitak povjerenja u makroekonomsku stabilnost može izazvati bijeg kapitala s destabilizirajućim ekonomskim posljedicama (WEF, 2018).

Kada je u pitanju makroekonomska stabilnost, Nizozemska je ostvarila rezultat 100/100 s kojim se našla na 1. mjestu. Španjolska se s 90/100 bodova našla na 43. mjestu, koje dijeli s Hrvatskom koja je u ovom pilaru ostvarila isti rezultat (WEF, 2019).



Grafikon 14: *Enabling environment* – Hrvatska i usporedne zemlje

Izvor: Izrada autora prema WEF (2019)

Poticajnost okruženja (*enabling environment*) pojam je koji obuhvaća navedena četiri pilara (institucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost i usvajanje ICT-a), a njihove ocjene za Hrvatsku i usporedne zemlje u 2019. godini prikazane su grafikonom 14.

U WEF istraživanju, ljudski kapital predstavlja pojam koji obuhvaća sljedeća dva pilara, a to su zdravlje i vještine.

Zdravlje je pilar koji se odnosi na očekivani životni vijek prilagođen zdravlju (*health-adjusted life expectancy – HALE*). To je prosječan broj godina za koje novorođenče može očekivati da će ih provesti u dobrom zdravlju. Ovaj pilar od velike je važnosti s obzirom da zdraviji pojedinci imaju više fizičkih i mentalnih sposobnosti, produktivniji su i kreativniji te su skloniji ulagati u obrazovanje kako im se životni vijek povećava. Zdravija djeca razvijaju se u odrasle osobe s jačim kognitivnim sposobnostima (WEF, 2018).

Prema pilaru „zdravlje“ Nizozemska je zauzela 21. mjesto (94/100 bodova), Španjolska se s ostvarenim rezultatom 100/100 bodova našla na 1. mjestu te ovo mjesto dijeli s još 3 zemlje sudionice (Hong Kong SAR⁵, Japan, Singapur). Hrvatska je u ovoj kategoriji ostvarila 86/100 bodova čime se našla na 47. mjestu (WEF, 2019).

Vještine predstavljaju pilar koji obuhvaća opću razinu vještina radne snage kao i količinu i kvalitetu obrazovanja. Pojam kvalitete obrazovanja u stalom je razvoju, a važni čimbenici kvalitete obrazovanja u današnjem vremenu uključuju razvoj digitalne pismenosti, međuljudskih vještina te sposobnosti kritičkog i kreativnog razmišljanja. Važnost ovog pilara leži u činjenici da obrazovanje ugrađuje vještine i kompetencije u radnu snagu. Visokoobrazovane populacije produktivnije su jer posjeduju veću kolektivnu sposobnost obavljanja zadataka, brže prenose znanje te stvaraju novo znanje i primjene (WEF, 2018).

Vještine su najbolje ocijenjene u Nizozemskoj koja je ostvarila 85/100 bodova i time se našla na 4. mjestu. Za razliku od zdravlja, u Španjolskoj su vještine ocijenjene lošije, ostvarila je 72/100 bodova i našla se na 37. mjestu. Hrvatska je, kao i spomenute zemlje, ostvarila niži rezultat u pilaru ljudskog kapitala koji se odnosi na vještine te je sa 63/100 bodova zauzela 69. mjesto (WEF, 2019).

⁵ Posebna administrativna regija (SAR) područje je koje potpada pod opću nadležnost jedne države, ali zadržava odvojen politički i ekonomski sustav. Taj se izraz najčešće povezuje s kineskim autonomnim regijama. Dva važna SAR-a su Hong Kong i Makao, par relativno autonomnih regija unutar Narodne Republike Kine koje održavaju odvojene pravne, administrativne i sudske sustave od ostatka zemlje (Hayes, 2022).

Inovacijski ekosustav u WEF istraživanju obuhvaća sljedeća dva pilara: poslovnu dinamiku i inovacijsku sposobnost.

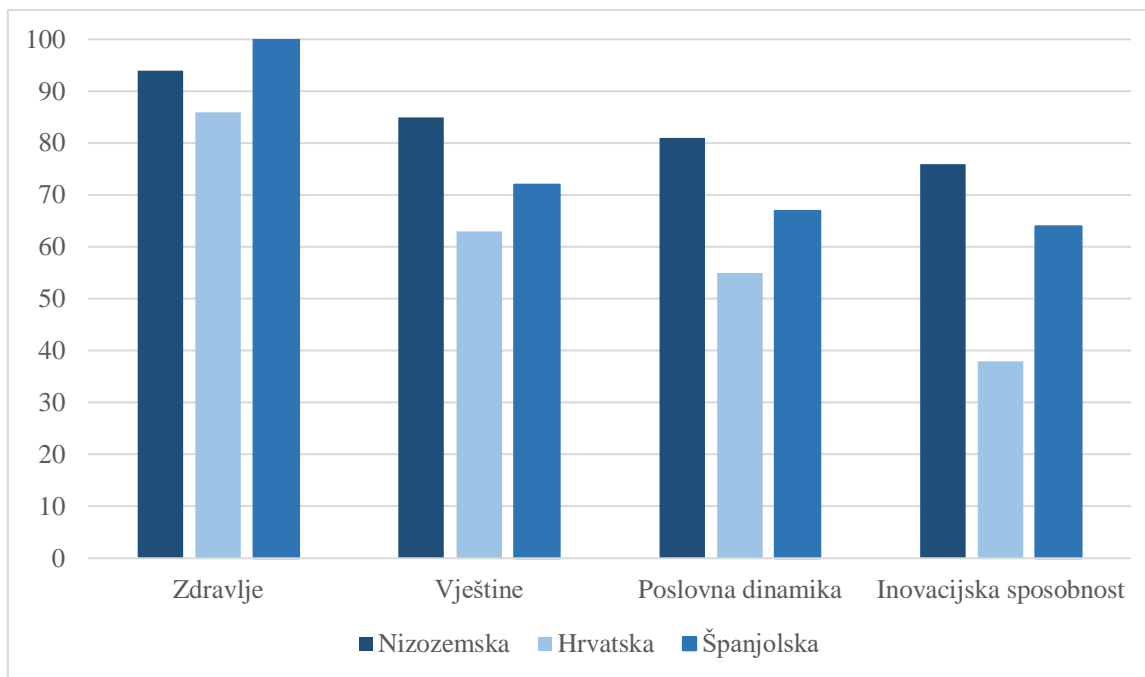
Poslovna dinamika predstavlja sposobnost privatnog sektora da generira i usvaja nove tehnologije i nove načine organizacije rada kroz kulturu koja prihvaća promjene, rizik, nove poslovne modele i administrativna pravila koja omogućuju lak ulazak i izlazak poduzeća na/sa tržište/a. Dinamičan privatni sektor povećava produktivnost kroz preuzimanje poslovnih rizika, testiranje novih ideja i stvaranje inovativnih proizvoda i usluga (WEF, 2018).

Poslovna dinamika u Nizozemskoj ostvarila je rezultat 81/100. S tim rezultatom Nizozemska se našla na 2. mjestu u istraživanju. Španjolska je s rezultatom 67/100 zauzela 34. mjesto, dok se Hrvatska našla na 101. mjestu s rezultatom 55/100 (WEF, 2019). Ovo je ujedno i pilar u kojem je Hrvatska najlošije rangirana, te je ujedno i jedini pilar u kojem je Hrvatska pala ispod 100. mjesta.

Inovacijska sposobnost obuhvaća količinu i kvalitetu formalnog istraživanja i razvoja, odnosno mjeru u kojoj okruženje u zemlji potiče suradnju, povezanost, kreativnost, raznolikost i konfrontaciju različiti vizija i perspektiva te sposobnost pretvaranja ideja u nove proizvode i/ili usluge. Ovaj pilar je bitan iz razloga što zemlje koje mogu generirati veću akumulaciju znanja i koje nude bolje mogućnosti za suradnju ili interdisciplinarnu aktivnosti, obično imaju veću sposobnost generiranja inovativnih ideja i novih poslovnih modela koji se široko smatraju pokretačima gospodarskog rasta (WEF, 2018).

Inovacijska sposobnost Nizozemske ocijenjena je s vrlo visokih 76 bodova (76/100) čime se Nizozemska našla na 10. mjestu. Španjolska je s rezultatom 64/100 zauzela 25. mjesto dok se Hrvatska s rezultatom 38/100 našla na 73. mjestu (WEF, 2019). U teorijskom dijelu rada istaknuta je važnost inovacija za poduzetništvo i gospodarstvo. Ovaj pilar govori upravo o tome. Njegovom razvoju treba posvetiti posebnu pažnju.

Grafikon 15 prikazuje odnos rezultata između Hrvatske, Nizozemske i Španjolske za ljudski kapital (zdravlje i vještine) i inovacijski ekosustav (poslovna dinamika i inovacijska sposobnost) u 2019. godini.



Grafikon 15: Ljudski kapital i inovacijski ekosustav – Hrvatska i usporedne zemlje

Izvor: Izrada autora prema WEF (2019)

Tržišta predstavljaju termin u istraživanju koji obuhvaća posljednja četiri pilara, a to su: tržište proizvoda, tržište rada, financijski sustav i veličina tržišta.

Tržište proizvoda obuhvaća mjeru u kojoj država osigurava ravnopravne uvjete za sudjelovanje poduzeća na tržištu. Tržište proizvoda procjenjuje se u smislu tržišne moći, otvorenosti prema stranim poduzećima i stupnja tržišnih distorzija. Tržište proizvoda bitno je iz razloga što konkurencija potiče rast produktivnosti tako što motivira poduzeća da inoviraju, unaprijede svoje proizvode, usluge i organizaciju te da pruže najbolje moguće proizvode po najpravednijoj cijeni (WEF, 2018).

Prema ovom pilaru Nizozemska se našla na 7. mjestu sa 70/100 bodova. Španjolska je sa 61/100 bodova zauzela 34. mjesto dok se Hrvatska našla na dalekom 86. mjestu s 53/100 boda (WEF, 2019).

Tržište rada je pilar koji se odnosi na „fleksibilnost“ ljudskih resursa. Drugim riječima, tržište rada pokazuje u kojoj se mjeri ljudski resursi mogu reorganizirati i u kojoj se mjeri oni iskorištavaju. Tržišta rada koja dobro funkcioniraju potiču produktivnost tako što spajaju radnike s poslovima koji najbolje odgovaraju njihovim vještinama i razvijaju talente (kako bi postigli svoj puni potencijal). Kombinirajući „fleksibilnost“ sa zaštitom osnovnih prava radnika, tržišta rada koja dobro funkcioniraju omogućuju zemljama da budu otpornije na

šokove, u stanju su preraspodijeliti proizvodnju u nove segmente, potiču radnike na preuzimanje rizika, privlače i zadržavaju talente te motiviraju radnike (WEF, 2018).

Prema ovom pilaru, Nizozemska se našla na 11. mjestu (75/100) Španjolska na 61. (61/100), a Hrvatska na dalekom 94. mjestu (56/100) (WEF, 2019).

Financijski sustav odnosi se na dostupnost kredita, kapitala, duga, osiguranja kao i drugih financijskih proizvoda. Također, financijski sustav obuhvaća i stabilnost, odnosno smanjenje prekomjernog preuzimanja rizika i oportunističkog ponašanja unutar financijskog sustava. Razvijen financijski sektor potiče produktivnost kroz (WEF, 2018):

- ✚ okupljanje štednje u produktivne investicije,
- ✚ poboljšanje alokacije kapitala prema najperspektivnijim investicijama kroz praćenje zajmoprimaca i smanjenje informacijskih asimetrija,
- ✚ pružanje učinkovitog platnog sustava.

Istovremeno, odgovarajuća regulacija financijskih institucija potrebna je kako bi se izbjegle financijske krize koje mogu imati dugotrajne negativne učinke na investicije i produktivnost (WEF, 2018).

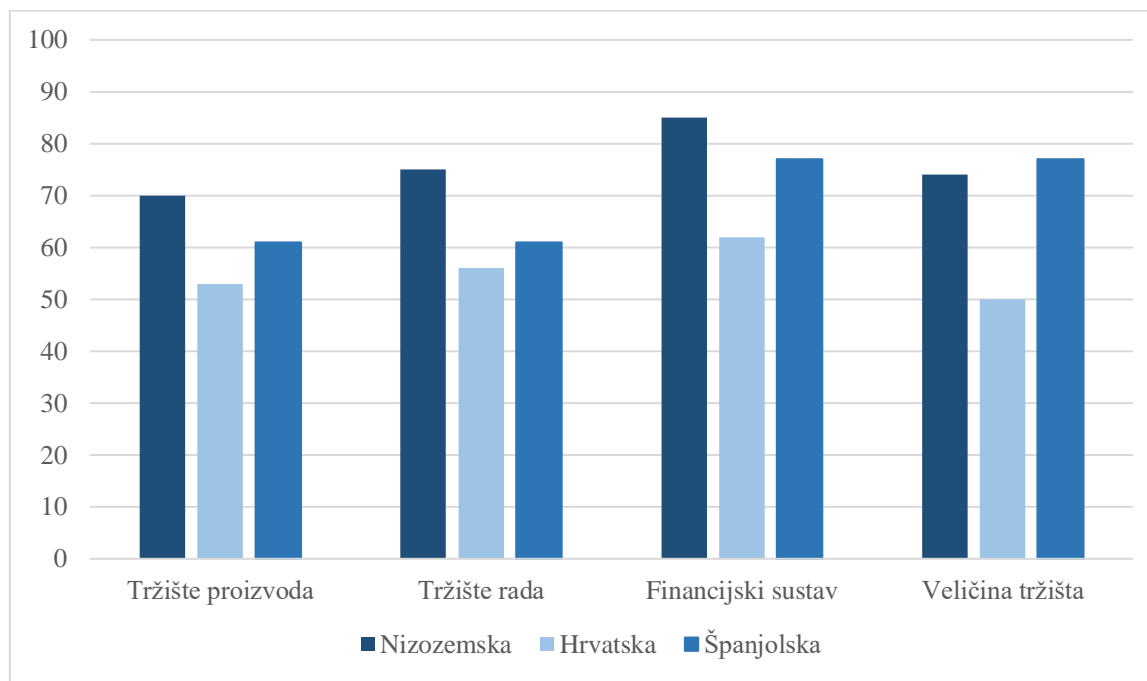
Financijski sustav u Nizozemskoj ocijenjen je s 85 bodova čime se Nizozemska našla na 17. mjestu. Španjolska se našla 9 mjesta iza Nizozemske te je zauzela 26. mjesto s ostvarenim rezultatom 77/100, a Hrvatska je sa 62 boda zauzela 63. mjesto (WEF, 2019).

Veličina tržišta je pilar koji se odnosi na veličinu domaćih i stranih tržišta kojima poduzeća u zemlji imaju pristup. Predstavlja zbroj vrijednosti potrošnje, investicija i izvoza. Veličina tržišta je važan pilar. Veća tržišta podižu produktivnost kroz ekonomiju razmjera (jedinični trošak proizvodnje obično se smanjuje s povećanjem količine proizvedenog outputa). Također, velika tržišta potiču inovacije jer se ideje mogu dijeliti među mnogim ljudima bez da se njihova vrijednost smanji što znači da veći broj korisnika donosi veće koristi za novu ideju. Osim toga, na velikim tržištima ljudi stječu više znanja i vještina što dodatno povećava vrijednost novih tehnologija i ideja (WEF, 2018).

Prema „veličini tržišta“ Španjolska je ostvarila najviše bodova u odnosu na druge dvije promatrane zemlje (77/100) te se s tim rezultatom našla na 15. mjestu. Nizozemska se našla

dva mjesta ispod Španjolske sa 74 boda, dok je Hrvatska zauzela 78. mjesto s 50 bodova (WEF, 2019).

Grafikon 16 prikazuje odnos rezultata kategorije „tržišta“ između Hrvatske, Nizozemske i Španjolske u 2019. godini.



Grafikon 16: Tržišta – Hrvatska i usporedne zemlje

Izvor: Izrada autora prema WEF (2019)

Iz navedenog može se zaključiti kako je Hrvatska ostvarila bolje rezultate u samo nekolicini kategorija/pilara (npr., makroekonomska stabilnost i zdravlje), dok je prema većini drugih pilara ostvarili osrednji rezultat, što ukazuje da ima dosta prostora za poboljšanja. Kategorija inovacijskog ekosustava ostvarila je lošije rezultate kao i kategorija tržišta, ali, prema navodima Ministarstva gospodarstva, Hrvatska je ipak pokazala napredak u odnosu na 2018. godinu (Hrvatska je 2018. godine zauzela 68. mjesto na svjetskoj ljestvici konkurentnosti, a 2019. popela se na 63. mjesto) (Ministarstvo gospodarstva, 2019). Valja napomenuti da je analizirani WEF izvještaj iz 2019. godine, a do 2024. godine se dosta toga u Hrvatskoj promijenilo (uvođenje eura, COVID-19, inflacija, euro zona) pa je moguće da je sadašnja slika drugačija što se, nažalost, ne može potkrijepiti podacima budući da ne postoji novije izvješće WEF-a.

6. Zaključak

Različiti autori naglašavaju različite aspekte poduzetništva, ali se svi slažu da ono predstavlja ključan faktor ekonomskog i društvenog razvoja. Poduzetništvo se opisuje kao kreativan proces koji mobilizira resurse za postizanje viših razina produktivnosti. Ono nije samo ekonomska aktivnost, nego i društveni proces koji uvodi inovacije, mobilizira resurse i potiče gospodarski rast. Njegova uloga varira ovisno o materijalnim resursima, industrijskoj klimi i političkom sustavu zemlje. Poduzetništvo ima važnu ulogu i u stvaranju novih radnih mjesta, inovacijama, poboljšanju kvalitete života i gospodarskoj konkurentnosti. Poduzetnici, ne samo da pokreću nove poslovne pothvate, već svojim inovacijama i odgovornim poslovanjem doprinose društvenom razvoju i blagostanju. Poduzetništvo je ključno za gospodarski razvoj kako u razvijenim, tako i u zemljama u razvoju. Ono je čvrsto povezano s inovacijama te utječe direktno na gospodarski razvoj, a njegova uloga je vrlo važna i u stvaranju vrijednosti i u poboljšanju kvalitete života. Poduzetnička aktivnost se odvija u određenom okruženju koje se naziva poduzetničko okruženje. Ono se odnosi na sve čimbenike i uvjete koji utječu na osnivanje, razvoj i uspjeh poduzetničkih aktivnosti u nekom području ili društvu. To uključuje zakonodavni okvir (porezi, propisi), infrastrukturu (pristup tehnologiji, financijskim resursima), kulturne norme (stavovi prema riziku, inovacijama), dostupnost resursa (radna snaga, obrazovanje) te podršku i mreže koje mogu pružiti mentorstvo, savjete i pomoć. U dobro razvijenom poduzetničkom okruženju postoje povoljni uvjeti za pokretanje i rast poduzeća te se potiču inovativnost i konkurentnost. Povoljno poduzetničko okruženje omogućava pristup resursima i kreira okruženje u kojem ti resursi mogu biti efikasno iskorišteni, što pomaže poduzetnicima u pokretanju, ali i rastu i razvoju njihovih poduzeća. S obzirom na utjecaj poduzetničke aktivnosti na gospodarski rast i razvoj, stvaranje poticajnog poduzetničkog okruženja izuzetno je važno i za postizanje gospodarskog rasta i razvoja. Komponente poduzetničkog okruženja, kao što su kulturni, društveni i materijalni elementi, zajedno tvore mrežu faktora koji stimuliraju ili ograničavaju poduzetničke pothvate. Njihova međusobna povezanost i interakcija od presudne su važnosti za stvaranje poticajnog okruženja koje povećava konkurentnost poduzetničkih pothvata. Različiti autori i institucije, kao što su Isenberg, WEF, Stam, OECD i GEM, razvili su okvire koji identificiraju ključne komponente poduzetničkog okruženja. GEM, najveće svjetsko istraživanje o poduzetničkoj aktivnosti, posebno se ističe po tome što prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini i kroz faze poduzetničkog ponašanja. Njegovi rezultati omogućuju međunarodnu usporedivost i pružaju vrijedne uvide za oblikovanje politika koje potiču poduzetništvo. Na temelju usporedbe

kvalitete poduzetničkih okruženja prema GEM-u i WEF-u u Hrvatskoj, Španjolskoj i Nizozemskoj, može se zaključiti kako je poduzetničko okruženje u Hrvatskoj najmanje razvijeno i još uvijek nedovoljno stimulirajuće za pokretanje i razvoj poduzetničkih pothvata. Najveće slabosti hrvatskog poduzetničkog okruženja su neučinkovitost vladinih politika, niska kvaliteta vladinih programa za podršku poduzetništvu, slabo poduzetničko obrazovanje te nedostatna infrastruktura za transfer istraživanja i razvoja. Analiza navedenih izvješća pokazuje da je Hrvatska suočena s brojnim izazovima koji koče poduzetničku aktivnost. U GEM izvješću, Hrvatska je u nekim segmentima, poput pristupa financiranju, ostvarila bolji rezultat u usporedbi sa Španjolskom koja je zabilježila pogoršanje u nekoliko ključnih komponenti. Ipak, prema WEF izvješću, Španjolska je bolje rangirana od Hrvatske u većini pilara unatoč određenim slabostima poput vještina i tržišta rada. Nasuprot tome, Nizozemska pokazuje kontinuiranu prednost u svim komponentama poduzetničkog okruženja prema oba izvješća, a posebno u područjima vladinih politika, obrazovanja, infrastrukture i inovacijske sposobnosti, što je čini jednim od najkonkurentnijih gospodarstava na globalnoj razini. Porezi i regulativa predstavljaju značajnu prepreku za poduzetnike u Hrvatskoj s rezultatima ispod EU prosjeka, dok je Nizozemska u ovom segmentu daleko ispred. Posebno je zabrinjavajući loš rezultat Hrvatske u području poduzetničkog obrazovanja gdje značajno zaostaje za europskim prosjekom. Kako bi unaprijedila svoje poduzetničko okruženje i potaknula gospodarski rast, Hrvatska treba provesti sveobuhvatne reforme koje su se pokazale uspješnima u Nizozemskoj i, u određenoj mjeri, u Španjolskoj. To uključuje reforme u obrazovnom sustavu, unaprjeđenje infrastrukture, smanjenje poreznog opterećenja te bolju implementaciju i praćenje vladinih programa. Samo kroz takve reforme Hrvatska može stvoriti stimulirajuće okruženje koje će potaknuti razvoj poduzetničke aktivnosti i inovacija koje su ključne za dugoročni gospodarski razvoj zemlje. Isto tako, Hrvatska ne smije zapostaviti uspješno ocijenjene komponente poduzetničkog okruženja (dinamika promjena, fizička infrastruktura, zdravlje, makroekonomska stabilnost), već mora nastaviti ulagati u njih i unaprjeđivati ih. Održavanje pozitivnih rezultata u pristupu financiranju, makroekonomskoj stabilnosti i infrastrukturi ključno je za dugoročni gospodarski rast i razvoj. To će omogućiti stvaranje stabilnog i poticajnog poduzetničkog okruženja koje će privući nove investicije, podržati inovacije i potaknuti poduzetničku aktivnost čime će se ojačati cjelokupno gospodarstvo zemlje.

Literatura

Acs, Z.J., Stam, E., Audretsch, D.B., O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Bus Economics* 49(1), 1–10 Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8>

Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2010). *Poduzetništvo – uspješno pokretanje novih pothvata*. Tuzla: Off-set.

Bruns, K., Bosma, N., Sanders, M. Schramm, M. (2017). Searching for the existence of entrepreneurial ecosystems: a regional cross-section growth regression approach. *Small Bus Economics*, 49(1), 31–54 Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9866-6>

CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. (2024). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/> [Datum pristupa: 23.6.2024.]

Dhaliwal, A. (2016). Role of entrepreneurship in economic development. *International Journal of scientific research and management*, 4(6), 4262-4269.

GEM. (2024). Definitions. Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/wiki/1154> [Datum pristupa: 20.8.2024.]

GEM A Economy Profile – Hrvatska (2022). Entrepreneurial Behaviour and Attitudes. Dostupno ns: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/croatia-2> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

GEM B Economy Profile – Nizozemska (2022). Entrepreneurial Behaviour and Attitudes. Dostupno ns: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/netherlands> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

GEM C Economy Profile – Španjolska (2022). Entrepreneurial Behaviour and Attitudes. Dostupno ns: <https://gemconsortium.org/economy-profiles/spain-2> [Datum pristupa: 20.6.2024.]

GEM. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Releases Ranking of Countries for Conditions to Start a Business. Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/news/global-entrepreneurship-monitor-releases-ranking-of-countries-for-conditions-to-start-a-business> [Datum pristupa: 10.8.2024.]

Gregorić, M., Hegeduš, I., i Kolenko, K. (2018). 'Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske', *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 8(Special issue/Posebni), str. 23-43. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196926> [Datum pristupa: 15.6.2024.]

Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010). *Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji*. Zagreb: Sinergija.

- Hayes, A. (2022). Investopedia: Special Administrative Region: Overview, Example, FAQ. Dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/s/special-administrative-region.asp> [Datum pristupa: 27.8.2024.]
- Hisrich R.D., Peters M. P., Shepherd D.A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/organizacija-za-ekonomsku-suradnju-i-razvoj> [Datum pristupa: 23.6.2024.]
- Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88, 40-50.
- Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija.
- Lee A. Swanson (2017). *Priručnik za poduzetništvo i inovacije*. [Online] Poglavlje 10 – Poduzetničko okruženje. British Columbia/Yukon Open Authoring Platform. Dostupno na: <https://pressbooksbccampusca.translate.goog/entrepreneurship/? x tr sl=en& x tr tl=hr& x tr hl=hr& x tr pto=sc> [Datum pristupa: 16.6.2024.]
- Mason, C., Brown, R. (2014). Poduzetnički ekosustavi i poduzetništvo usmjereno na rast. [Online] Dostupno na: <http://www.oecd.org/cfe/leed/entrepreneurial-ecosystems.pdf> [Datum pristupa: 17.6.2024.]
- Ministarstvo gospodarstva. (2019). Hrvatska napredovala za pet mjesta na ljestvici konkurentnosti. Dostupno na: <https://investcroatia.gov.hr/hrvatska-napredovala-za-pet-mjesta-na-ljestvici-konkurentnosti/> [Datum pristupa: 8.7.2024.]
- Oberman Peterka, S. (2024). Poduzetničko okruženje i komponente poduzetničkog okruženja – Nastavni materijali s kolegija Strategije rasta malih i srednjih poduzeća. Dostupno na: https://moodle.srce.hr/20232024/pluginfile.php/9613878/mod_resource/content/0/Strategije%20rasta_P3_poduzetnicko%20okruzenje_2024.pdf
- OECD Economic Outlook [online] Dostupno na: <https://www.oecd-ilibrary.org/croatia> [Datum pristupa: 22.6.2024.]
- Ribić, D., Pleša Puljić, N. (2020). *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Roomi, M.A., Coduras, A., Saiz-Alvarez, J.M. (2023). Riyadh: Evolving to Become as One of the MENA Region's Key Entrepreneurial Ecosystems. Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Riyadh Evolving to Become as One of the MENA Regio.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Riyadh%20Evolving%20to%20Become%20as%20One%20of%20the%20MENA%20Regio.pdf) [Datum pristupa: 22.6.2024.]
- Shwetter, C., Maritz, A., Nguyen, Q. (2019). Entrepreneurial ecosystems: a holistic and dynamic approach. Dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIUC-03-2019-0007/full/pdf?title=entrepreneurial-ecosystems-a-holistic-and-dynamic-approach> [Datum pristupa: 22.6.2024.]

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2023). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2022*. [Online] Zagreb: CEPOR Dostupno na: <https://www.cepohr.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf> [Datum pristupa: 16.6.2024.]

Spigel B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.

Spigel, B. (2020). *Entrepreneurial Ecosystems*. UK:USA: Edward Elgar Publishing.

Spigel, B. (2020b, May 4). Entrepreneurial ecosystems: what they're made of and how they work. Entrepreneur & Innovation Exchange. Dostupno na: <https://eiexchange.com/content/entrepreneurial-ecosystems-what-theyre-made-of-and-how-they-work> [Datum pristupa: 19.6.2024.]

Spilling, O.R. (1996). The netrepreneurial system: on entrepreneurship in the context of a mega-event. *Journal of Business Research*, 36, 91-103.

Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.

Škrtić, M. (2006). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.

Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.

Toma, S. G., Grigore, A. M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia economics and finance*, 8, 436-443.

Vajić, I. (ur.) (1994). *Management i poduzetništvo: 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća..* Zagreb: Centar za poduzetništvo : Mladost.

World Economic Forum. (2013). Report Summary for the Annual Meeting of the New Champions 2013. Dostupno na: https://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf [Datum pristupa: 15.8.2024.]

World Economic Forum. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and EarlyStage Company Growth Dynamics*.

World Economic Forum. (2018). *The Global Competitiveness Report 2018*. Dostupno na: <https://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> [Datum pristupa: 15.8.2024.]

World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Dostupno na: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf [Datum pristupa: 9.7.2024.]

World Economic Forum. (2024). *Introduction*. Dostupno na: <https://president.georgetown.edu/wef/> [Datum pristupa: 21.6.2024.]

Zelena knjiga – Poduzetništvo u Europi. (2003). Bruxelles. Europska komisija. Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/29402664/Poduzetni%C5%A1tvo-Zelena-knjiga> [Datum pristupa: 15.6.2024.]

Popis slika

Slika 1: Komponente poduzetničkog okruženja – Isenberg	13
Slika 2: Komponente poduzetničkog okruženja – WEF	14
Slika 3: Model i komponente poduzetničkog okruženja prema Stamu	17

Popis grafikona

Grafikon 1: Pristup novcima - ocjene	24
Grafikon 2: Vladine politike - prioriteti i podrška – ocjene	25
Grafikon 3: Vladine politike - porezi i regulativa - ocjene	26
Grafikon 4: Vladini programi za poduzetništvo - ocjene	27
Grafikon 5: Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje - ocjene	29
Grafikon 6: Poduzetničko obrazovanje – tercijarno - ocjene	30
Grafikon 7: Transfer istraživanja i razvoja - ocjene	31
Grafikon 8: Profesionalna i komercijalna infrastruktura - ocjene	33
Grafikon 9: Otvorenost domaćeg tržišta - dinamika promjena - ocjene	34
Grafikon 10: Otvorenost domaćeg tržišta - barijere ulaska - ocjene	35
Grafikon 11: Pristup fizičkoj infrastrukturi - ocjene	37
Grafikon 12: Kulturne i društvene norme - ocjene	38
Grafikon 13: Odnos ocjena eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline – 2022. godina	39
Grafikon 14: <i>Enabling environment</i> – Hrvatska i usporedne zemlje	44
Grafikon 15: Ljudski kapital i inovacijski ekosustav – Hrvatska i usporedne zemlje	47
Grafikon 16: Tržišta – Hrvatska i usporedne zemlje	49

Popis tablica

Tablica 1: Usporedba ocjena o kvaliteti poduzetničke okoline - Hrvatska (2020.-2022.), usporedne zemlje (2022.) i EU prosjek (2022.)	41
Tablica 2: Napredak određenih pilara u odnosu na 2018. godinu - Hrvatska	42
Tablica 3: Položaj Hrvatske i usporednih zemalja na ljestvici konkurentnosti	43