

Značaj poduzetničkog okruženja za rast poduzeća

Šoja, Laura

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:313938>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-25**



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

Laura Šoja

**ZNAČAJ PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA ZA RAST
PODUZEĆA**

Diplomski rad

Osijek, godina 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Laura Šoja

**ZNAČAJ PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA ZA RAST
PODUZEĆA**

Diplomski rad

Kolegij: Strategija rasta malih i srednjih poduzeća

JMBAG: 0010226304

e-mail: lurasoja35@gmail.com

Mentor: prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka

Osijek, 2024. godina

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Graduate Study Entrepreneurial Management and Entrepreneurship


Laura Šoja

**THE SIGNIFICANCE OF THE ENTREPRENEURIAL
ENVIRONMENT FOR COMPANY GROWTH**

Graduate paper

Osijek, 2024.

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

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim 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 trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada 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 s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Laura Šoja

JMBAG: 0010226304

OIB: 45221633801

e-mail za kontakt: laurasoja35@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Značaj poduzetničkog okruženja za rast poduzeća

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

U Osijeku 12.04.2024. godine

Potpis:
Laura Šoja



Značaj poduzetničkog okruženja za rast poduzeća

SAŽETAK

Poduzetničko je okruženje kontekst unutar kojeg se odvija poduzetnička aktivnost pojedinaca i poslovnih sistema. Njegova se kvaliteta ogleda u stupnju razvijenosti gospodarstva te rastu i razvoju poslovnih pothvata. U radu se analizira važnost sektora malih i srednjih poduzeća, a posebna pozornost se posvećuje rastućim poduzećima i njihovim karakteristikama, budući da ona doprinose rastu gospodarstva. U analizi poduzetničkog okruženja primarno su korišteni rezultati istraživanja Globalnog poduzetničkog nadzora (engl. Global Entrepreneurship Monitor, GEM) koje poduzetničko okruženje promatra kroz devet, međusobno povezanih komponenti: financijska sredstva, vladine politike prema poduzetništvu, vladini programi za poduzetništvo, obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost domaćeg tržišta, fizička infrastruktura, kulturne i društvene norme. GEM je najveće svjetsko istraživanje o poduzetništvu koje nastoji odgovoriti na pitanja koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ekonomskim rastom zemlje, te što vlade mogu učiniti kako bi potakle poduzetničku aktivnost u svojoj zemlji. Hrvatska u istraživanju sudjeluje u kontinuitetu, od 2002. godine, što joj omogućuje i praćenje poduzetničke aktivnosti i njen razvoj kroz godine.

U radu su uspoređena poduzetnička okruženja Republike Hrvatske i Finske. Prati se razvijenost svake komponente te njihov direktan utjecaj na poduzetničku aktivnost. Osim navedenog, analizira se razina poduzetničke aktivnosti, jednako kao i percepcije pojedinaca o pokretanju poslovnog pothvata.

Ključne riječi: poduzetničko okruženje, rastuća poduzeća, GEM istraživanje

The Significance of the Entrepreneurial Environment for Company Growth

ABSTRACT

The entrepreneurial environment is the context in which the entrepreneurial activities of individuals and business systems take place. Its quality is reflected in the level of economic development and the growth and development of business ventures. The paper analyzes the importance of the small and medium-sized enterprise sector, with special attention to growing enterprises and their characteristics, as they contribute to economic growth. The analyses of the entrepreneurial environment is primarily rely on the results of the Glob Entrepreneurship Monitor (GEM) research, which based the entrepreneurial environment through nine interrelated components: financial resources, government policies toward entrepreneurship, government programs for entrepreneurship, education and training for entrepreneurial competencies, research and development transfer, professional and commercial infrastructure, cultural and social norms. GEM is the world's largest study on entrepreneurship, designed to provide answers to the question of how differences in entrepreneurial activity relate to a country's economic growth and what governments can do to promote entrepreneurial activity in their country. Croatia has been continuously participating in the research since 2002. and has thus the opportunity to observe entrepreneurial activity and its development over the years.

The paper compares the entrepreneurial environments of the Republic of Croatia and Finland, tracking the development of each component and its direct impact on entrepreneurial activity. In addition, the level of entrepreneurial activity is analyzed, as well as individuals perceptions of starting a business venture.

Keywords: entrepreneurial environment, growing companies, GEM research

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja	2
2.1. Mala i srednja poduzeća i njihov značaj za razvoj društva	2
2.1.1. Rastuća poduzeća	7
2.1.2. Kriteriji za rastuća poduzeća	9
2.2. Poduzetničko okruženje	12
2.2.1. Definicija poduzetničkog okruženja	12
2.2.2. Komponente poduzetničkog okruženja	14
2.2.3. Utjecaj poduzetničkog okruženja na rast poduzeća	14
2.3. GEM – Global Entrepreneurship Monitor	15
2.3.1. Značaj GEM istraživanja	15
2.3.2. Poduzetnička aktivnost Hrvatske	17
2.3.3. Poduzetničko okruženje u okviru GEM istraživanja	22
3. Metodologija rada	28
3.1. Predmet istraživanja	28
3.2. Metode istraživanja	28
3.3. Izvor istraživanja	28
3.4. Cilj istraživanja	28
4. Usporedba poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske i Finske	29
4.1. Kriterij odabira usporedne zemlje	29
4.2. Usporedba komponenti poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske i Finske	29
5. Rasprava	44
6. Zaključak	46
Literatura	47
Sadržaj tablica	53

1. Uvod

Poduzetničko je okruženje kontekst u kojem se odvija poduzetnička aktivnost ljudi i poslovnih sistema. Različiti autori različito definiraju komponente poduzetničkog okruženja. Prema GEM istraživanju, poduzetničko okruženje čini devet komponenti: financijska sredstva, vladine politike prema poduzetništvu, vladini programi za poduzetništvo, obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost domaćeg tržišta, fizička infrastruktura, kulturne i društvene norme. One mogu stimulirati ili destimulirati poduzetničku aktivnost te utjecati na rast i razvoj uspješnih poslovnih pothvata. Kvaliteta poduzetničkog okruženja direktno utječe na kvalitetu gospodarstva i poduzetničku aktivnost u društvu. Najznačajniju ulogu u oblikovanju poduzetničkog okruženja ima država. Vlada svojim politikama direktno utječe na svaku od komponenti poduzetničkog okruženja.

Značaju ulogu u strukturi gospodarstva imaju mala i srednja poduzeća. Ona su nositelj gospodarstva, generiraju nova radna mjesta, prihode. Osim pokretanja poslovnih pothvata, važno je osigurati i njihov rast i razvoj jer upravo rastuća poduzeća doprinose gospodarskom razvoju kroz otvaranje novih radnih mjesta, poticanje izvoza, primjeni novih tehnologija i sl. Upravo poduzetnička okolina mora omogućiti rast i razvoj poduzeća, uklanjajući što veći broj prepreka u realizaciji ciljeva i strategija.

Poduzetničko je okruženje relativno novi koncept čija se kvaliteta prati i u sklopu GEM istraživanja, najvećeg svjetskog istraživanja o poduzetništvu

U radu se uspoređuju poduzetnička okruženja Hrvatske i Finske. Uspoređuje se na koji način i u kojoj mjeri država svojim politikama stimulirajuće djeluje na poduzetničku aktivnost, otvaranje novih poslovnih pothvata te njihov daljnji rast i razvoj. U radu je analiziran i kompozitni indeks NECI (National Entrepreneurship Context Index), razvijen u okviru GEM istraživanja. On procjenjuje kvalitetu cjeline poduzetničkog okruženja te omogućava direktnu usporedbu poduzetničkog okruženja promatranih zemalja. Detaljno se uspoređuje svaka promatrana komponenta te daje zaključak o njezinoj kvaliteti i doprinosu vlade unutar promatrane komponente.

2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja

2.1. Mala i srednja poduzeća i njihov značaj za razvoj društva

Mala i srednja poduzeća temeljna su pokretačka snaga zapošljavanja i gospodarskog razvoja svake zemlje (Nanić, 2013:1). Značaj se malih i srednjih poduzeća može sagledati iz različitih perspektiva, uključujući ekonomsku, socijalnu i političku dimenziju (Šipić, 2002:5). Mikro, mala i srednja poduzeća generiraju nova radna mjesta, dominantno sudjeluju u zaposlenosti, potiču inovacije, regionalni razvoj te utječu na stvaranje bolje i jače konkurencije (Alpeza et al., 2018:9). *Zakon o računovodstvu* i *Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva* postavljaju kriterije za razvrstavanje subjekata prema veličini, na mikro, mala, srednja i velika. Prema odredbama *Zakona o računovodstvu*, subjekti se svrstavaju u kategorije mikro, malih, srednjih i velikih poduzeća ovisno o tri ključna pokazatelja. Pokazatelji obuhvaćaju: ukupnu aktivu, iznos prihoda i prosječan broj radnika tijekom godine (zakon.hr, 2023, čl.5), a koji su prikazani u tablici 1. Pravilna klasifikacija subjekata pridonosi preciznijem praćenju stanja u gospodarstvu te regulaciji poslovanja.

Tablica 1 Kriterij svrstavanja poduzeća u mikro, mala, srednja ili velika poduzeća

KATEGORIJA PODUZEĆA	UKUPNA AKTIVA	IZNOS PRIHODA	PROSJEČAN BROJ RADNIKA
MIKRO	≤350.000,00 EUR	≤700.000,00 EUR	<10
MALO	≤4.000.000,00 EUR	≤8.000.000,00 EUR	<50
SREDNJE	≤20.000.000,00 EUR	≤70.000.000,00 EUR	<250

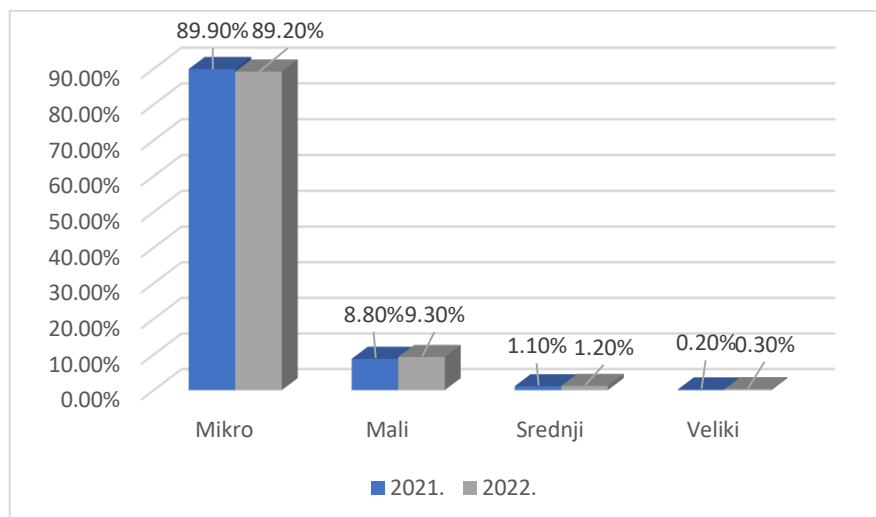
Izvor: zakon.hr (2023)

Prema *Zakonu o računovodstvu*, mikro su poduzetnici oni koji ne prelaze granične pokazatelje u dva od tri uvjeta: ukupna aktiva 350.000,00 EUR, prihod 700.000,00 EUR te prosječan broj radnika tijekom poslovne godine - 10. Mali su poduzetnici oni koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od tri uvjeta: ukupna aktiva 4.000.000,00 EUR, prihod 8.000.000,00 EUR i prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 50. Srednji su poduzetnici oni koji nisu ni mikro ni mali poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva

od tri uvjeta: ukupna aktiva 20.000.000,00 EUR, prihod 70.000.000,00 EUR i prosječan broj radnika tijekom poslovne godine - 250. Poduzetnici koji prelaze granične pokazatelje u najmanje dva od tri prethodno navedena uvjeta smatraju se velikim poduzetnicima (zakon.hr, 2023, čl.5).

O značaju sektora malih i srednjih poduzeća za gospodarstvo najbolje govore financijski rezultati poduzetnika 2021. i 2022. godine (Financijske agencija (FINA)). Prema Fininom izvješću „Rezultati poslovanja poduzetnika u 2021. godini – razvrstani po veličini“ pokazuju kako je 2021. godine poslovalo 144 259 poduzetnika. Mikro, mali i srednji poduzetnici činili su 99,8% poduzetnika u Republici Hrvatskoj. Sljedeće, 2022. godine, broj poduzetnika je porastao za nešto više od 4% te je iznosio 150 846. Mikro, mala i srednja poduzeća činila su 99,7% poduzetnika u Republici Hrvatskoj.

Grafikon 1 Struktura poduzetnika u Republici Hrvatskoj u 2021. i 2022. godini



Izvor: Financijska agencija (2022. i 2023.)

U 2021. godini dominirao je sektor mikro poduzetnika, koji je iznosio 129 620 subjekta, čineći udio od 89,9% u ukupnom broju poduzetnika. Sljedeći su po veličini mali poduzetnici, ukupno je 12 678 subjekata u ovoj kategoriji, odnosno 8,8% u ukupnom broju poduzetnika. Srednjih je poduzetnika bilo svega 1,1% točnije 1 589 dok je velikih poduzetnika bilo 372 što u postotku iznosi 0,2%.

Prema izvješću Financijske agencije, u 2020. godini od ukupno 150 846 poduzetnika, mikro su poduzetnici činili 89,2% (134 587), mali poduzetnici 9,3% (14 102), srednji poduzetnici 1,2% (1 753), dok su veliki poduzetnici imali udio od 0,3% (404).

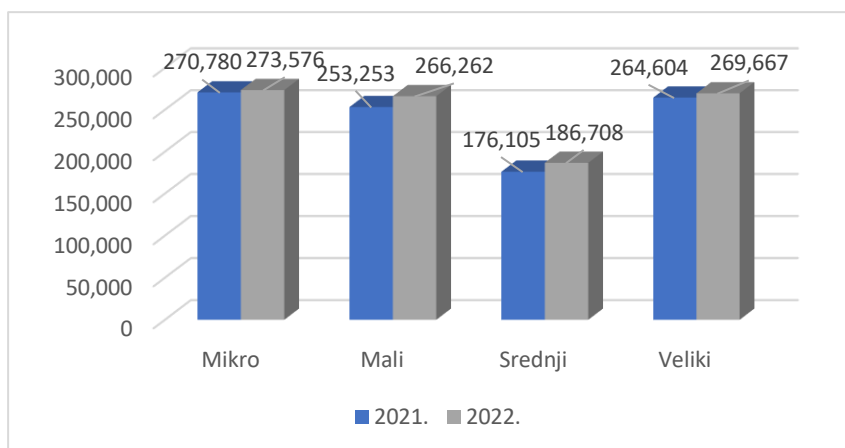
Analiza ukazuje na relativnu stabilnost strukture poduzetnika tijekom navedenog razdoblja, s većinskim udjelom mikro poduzetnika u ukupnom broju poduzeća.

U istom izvješću Financijske agencije poslovni subjekti su razvrstani i prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti – NKD u djelatnost u kojoj ostvaraju najveću dobit. Od 144 259 poduzetnika u 2021. godini, najveći je broj poslova u djelatnostima trgovine (19,8%). Sijede poduzetnici u stručnim, znanstvenim i tehnološkim djelatnostima (15,7%) te građevinarstvu (13%) (Financijska agencija, 2022). Prema dostupnim podacima za 2022. godinu, poslovanje poduzeća po djelatnostima se nije značajno promijenilo. Najviše je poduzetnika u djelatnosti trgovine (18,8%). Slijede poduzetnici u stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (15,7%) te građevinarstvu (13,6%) (Financijska agencija, 2023). Podaci sugeriraju na kontinuiranu važnost trgovine, stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti te građevinskog sektora u poduzetničkoj strukturi, naglašavajući njihovu stabilnost i dominaciju među različitim sektorima.

U 2021., od ukupnog broja zaposlenih (964 742 radnika), čak 73% bilo je angažirano u sektoru mikro, malih i srednjih poduzeća. Visoki postotak zaposlenosti u ovim sektorima naglašava ključnu ulogu ovih poduzeća u generiranju radnih mjesta i poticanju ekonomske aktivnosti. Struktura se zaposlenih nije značajno mijenjala tijekom 2022. godine (Financijska agencija, 2022).

Dublji uvid u broj zaposlenih u sve četiri skupine prateći dinamiku promjena prikazan je grafikonom 2.

Grafikon 2 Broj zaposlenih u Republici Hrvatskoj prema strukturi poduzetnika u 2021. i 2022. godini

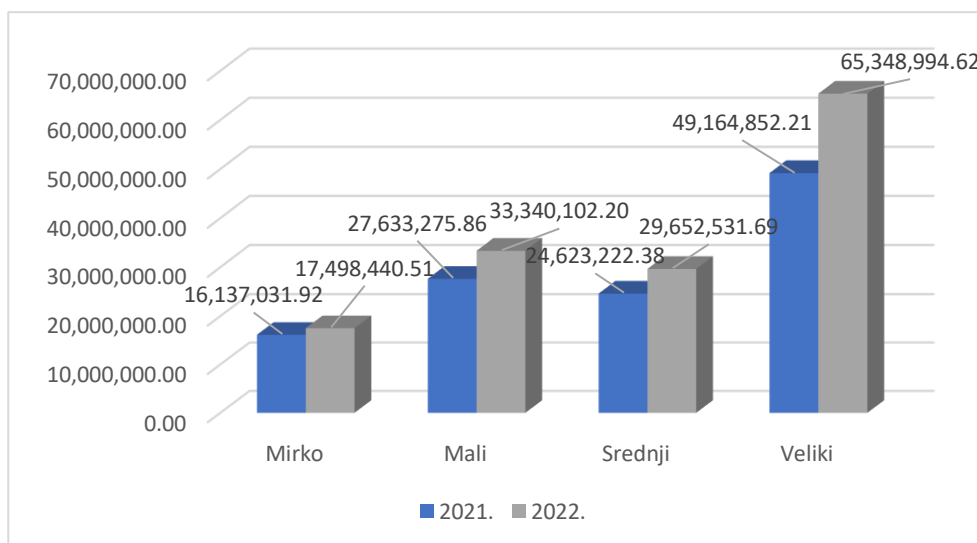


Izvor: Financijska agencija (2022. i 2023.)

Izuzetna važnost sektora mikro, malih i srednjih poduzeća ističe se kroz analizu ostvarenih prihoda u 2021. i 2022. godini. U 2021. godini navedeni su sektori generirali 68.393.530,16 EUR prihoda što čini značajnih 59% ukupno ostvarenih prihoda u 2021. godini. U prethodnoj, 2022. godini, ukupni su prihodi u sektoru mikro, malih i srednjih poduzeća dodatno porasli, dosegivši 80.491.074,99 EUR, što predstavlja značajno povećanje od 15%. Rast je prihoda obuhvatio sve sektore, s posebnim naglaskom na porast prihoda u sektoru velikih poduzeća. Unatoč tomu, vitalnost mikro, malih i srednjih poduzeća ostaje neophodna za funkcioniranje cjelokupnog gospodarstva.

Uvid u ukupni broj prihoda u Republici Hrvatskoj prema strukturi poduzetnika prikazan je grafikonom 3.

Grafikon 3 Ukupni prihodi u Republici Hrvatskoj prema strukturi poduzetnika u 2021. i 2022. godini (EUR)



Izvor: Financijska agencija (2022. i 2023.)

Značaj sektora malih i srednjih poduzeća očituje se kroz brojnost subjekata, značajnom udjelu u ukupnom broju zaposlenih te obujmu ostvarenih prihoda. Analizom dostupnih podataka, a prije svega analizom izvješća Financijske agencije u Republici Hrvatskoj, jasno je kako mala i srednja poduzeća imaju ključnu ulogu u gospodarstvu zemlje, doprinoseći njezinoj inovativnosti i konkurentnosti.

Nanić (2013) navodi kako Europska unija ima za cilj stvaranje konkurentnog, dinamičnog, inovativnog i zdravog poduzetništva koje je prije svega utemeljeno na znanju te osposobljeno za održiv ekonomski rast i razvoj. Zbog toga je iznimno važno osigurati stimulirajuće okruženje u kojemu će se rast i razvoj sektora malih i srednjih poduzeća neometano odvijati. Nužno je otkloniti sve prepreke u vidu administrativnog i financijskog karaktera, pružiti pomoć pri nabavi kapitala, pružiti podršku u vidu korištenja programa Europske unije te poticati interakciju i zajedništvo.

Mala i srednja poduzeća predstavljaju segment gospodarstva koji bi trebao biti u fokusu svake države. Vlade nastoje svoju ekonomiju prilagoditi novim tržišnim uvjetima, a to je moguće pomoću malih i srednjih poduzeća koja su fleksibilna, lakše primjenjuju nove trendove, imaju bolju komunikaciju unutar tvrtke te se lakše prilagođavaju promjenama (Horvatin, 2013). Iz navedenih je razloga važno poticati sektor malih i srednjih poduzeća, pružajući im podršku od inicijalnih zamisli pa sve do otvaranja poslovnih pothvata, s posebnim naglaskom na podršku

tijekom njihovog rasta. Njihov uspjeh nije samo od osobnog interesa poduzetnika, već ima značajne pozitivne implikacije na društvo u cijelosti.

U središtu pozornosti svakog gospodarstva su inovacije i konkurentnost, a upravo sektor malih i srednjih poduzeća predstavlja izvor proaktivne stvaralačke energije koja potiče ekonomske i društvene pozitivne promjene. Sustavna potpora ovom sektoru kroz poticanje inovativnosti, izlaska na međunarodno tržište s ciljem njegovog rasta i razvoja doprinosi ukupnom napretku društva koje se odražava u rastu zaposlenosti, rastu BDP-a i konkurentnosti gospodarstva u cjelini.

U nastavku će se rada analizirati kako poduzetničko okruženje utječe na sektor malih i srednjih poduzeća i njihov rast te što vlade mogu učiniti kako bi stvorile stimulirajuće poduzetničko okruženje.

2.1.1. Rastuća poduzeća

Poduzeća, jednako kao i živa bića, imaju životni ciklus. Ona nastaju, razvijaju se i nestaju (Poslovno-inovacijski centar Vukovar, 2015:20). Svaka faza ima svoje karakteristike i izazove s kojima se poduzeća suočavaju. Najčešće se životni ciklus poduzeća definira kroz pet faza.

Prema Lewisu i Churchillu (1983), faze u životnom ciklusu poduzeća su:

- Faza prije start up-a
- Start up
- Rast
- Zrelost
- Pomlađivanje/nestanak.

Istraživanja ukazuju na činjenicu kako mali broj poduzeća preživi prvih pet godine poslovanja. Velika većina novopokrenutih poduzeća nestaje u prvih tri do pet godina (Učilište Studium, 2015). Okruženje obuhvaća niz čimbenika koji utječu na način i energiju u pokretanju poslovnog pothvata te dinamiku i uspješnost njegovog rasta i razvoja. Iz tog je razloga važno stvarati okruženje koje je poticajno za pokretanje poslovnih pothvata i njihov daljnji rast i razvoj. Tranzicija iz jedne faze životnog ciklusa u drugu zahtjeva nove izvore financiranja, promjenu u organizacijskoj strukturi te promjene u vidu vođenja poslovanja (Ožanić, 2013).

Faza prije start up-a predstavlja fazu kreiranja poslovne ideje, odnosno odluku o pokretanju poslovnog pothvata. Vrlec (2019) navodi kako poduzeća najčešće nemaju dovršen proizvod

ni poslovni model. Vlasnici se financiraju iz vlastitih izvora sredstava, uže i šire obitelji te prijatelja. Izuzetno su oprezni s troškovima jer u posao kreću bez bilo kakvih izvora prihoda. Start up fazu karakterizira kreiranje baze kupaca te balansiranje tijeka novca. Fazu rasta karakterizira razvoj tržišta, a čimbenici na koje se treba fokusirati su: uravnoteženje tijeka novca, kadrovsko popunjavanje te financiranje rasta (Učilište Studium, 2015). Rast će biti uspješan ako je kontroliran, uravnotežen i ne ugrožava stabilnost. Važno je pažljivo odabrati strategiju rasta kojom će se poduzeće voditi. Rast se ne odnosi isključivo na povećanje imovine ili operacija unutar poduzeća već i na niz kvalitativnih promjena kao što su: nove tehnologije, nova struktura proizvoda, nova kvaliteta uspješnosti poslovanja (Ruža, 1989:159). On sa sobom donosi brojne promjene s kojima se suočavaju vlasnici poduzeća i djelatnici. Promjene se prije svega ogledaju u povećanju broja zaposlenika te promjenama u organizacijskoj strukturi. Nositelj promjena mora biti vlasnik sa svojom jasnom vizijom koju je spreman prenijeti na svoje zaposlenike.

Rast i razvoj poduzeća zahtijeva odgovarajuća financijska sredstva. Rast je gotovo nemoguć bez stalnog inoviranja koje zahtijeva kontinuirano ulaganje. Rastuća poduzeća ulažu sredstva u: proizvode, procese, opremu, djelatnike te imidž i marketing.

Svaka faza životnog ciklusa stavlja naglasak na druge prioritete, ali i na različite izvore financiranja. Start up se najčešće financira iz vlastitih izvora sredstava te posuđenog novca od obitelji i prijatelja (Učilište Studium, 2015:19). Financijska sredstva se ulažu u razvoj proizvoda i njihovo usavršavanje. Faza rasta fokus stavlja na ostvarivanje efektivnosti i efikasnosti poslovanja. Financijska sredstva se ulažu u bolju opremu i usavršavanje proizvodnog procesa. Značajan dio financijskih sredstava odlazi na marketing koji je važan u svakoj fazi životnog ciklusa poduzeća.

Mala i srednja poduzeća teško mogu financirati rast i razvoj iz vlastitih izvora i najčešće su im potrebni vanjski izvori financiranja. Najčešći oblik financiranja poduzeća u Hrvatskoj predstavljaju krediti banaka (Has i Knežević, 2018:168). Još uvijek nedovoljno razvijeni izvori financiranja u Hrvatskoj su venture capital fondovi - fondovi rizičnog kapitala. Riječ je o fondovima koji financiraju mlada rastuća poduzeća s naglaskom na kreativnost i inovativnost. Upravo takva poduzeća imaju proizvode i usluge s potencijalom za povrat investicije. Rizični kapital se definira kao „oblik vlasničkog ulaganja u poduzeća uz aktivno sudjelovanje u poslovanju subjekta u koje je izvršeno ulaganje“ (HBOR, 2023). Osim financiranja iz fondova rizičnog kapitala, na poslovnoj su sceni prisutni i poslovni anđeli, kao izvori financiranja

rastućih poduzeća. Riječ je o fizičkim osobama koje ulažu u start up poduzeća u ranim fazama razvoja. Osim što investiraju financijska sredstva, oni djeluju i kao mentori, nesebično prenoseći znanje, iskustvo i mrežu kontakata (Has i Knežević, 2018:170).

Rastuća su poduzeća dinamična jezgra gospodarstva. Karakterizira ih sposobnost stvaranja pozitivnih poslovnih rezultata i otvaranje novih radnih mjesta. Iako ih je manje od 10% u ukupnom broju tvrtki, njihova se važnost očituje u činjenici da utječu na visok postotak zaposlenosti i dobru performansu gospodarstva (kroz pozitivne poslovne rezultate i rast). OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) definira poduzeća visokog rasta kao „poduzeća s prosječnim godišnjim rastom većim od 20% tijekom tri godine, a rast se može mjeriti prema broju zaposlenih ili prema prometu“ (Petersen i Ahmad, 2023). Posebna vrsta rastućih poduzeća su brzo rastuća poduzeća ili gazele. Naime, riječ je o poduzećima do 5 godine starosti s prosječnim godišnjim rastom od 20% u razdoblju od tri godine. Osim navedenog, poduzeća moraju imati najmanje 10 zaposlenih na početku bilo kojeg promatranja (OECD, 2016).

Realizacija poslovne ideje kroz pokretanje poslovnog pothvata je vrlo izazovan put, no održavanje i rast poduzeća na tržištu predstavlja još veći izazov. Iznimno je važno za gospodarsku vitalnost usredotočiti se na brzorastuća poduzeća koja stvaraju nova radna mjesta i inovacije kao pokretače ukupnog gospodarskog rasta.

2.1.2. Kriteriji za rastuća poduzeća

Put rasta i razvoja poduzeća specifičan je za svako poduzeće jer se očituje na različite načine i događa se u različitim vremenskim okvirima. Svako poduzeće je jedinstveno i različito od ostalih, s obzirom na industriju u kojoj djeluje, veličinu, postavljene ciljeve i strategije, proizvode i usluge koje nudi kao i načine ostvarivanja dodane vrijednosti. Geografski su prisutni na različitim lokacijama te imaju drugačiji pristup tehnologiji i razvoju organizacije. Svi navedeni čimbenici znatno utječu na dinamiku rasta i razvoja poduzeća. Kako bi se pratio i mjerio rast poduzeća važno je definirati kriterije, koji se moraju pratiti tijekom određenog vremenskog razdoblja i prema kojima se poduzeća kategoriziraju kao rastuća. Rast se poduzeća može mjeriti porastom niza čimbenika kao što su: dobit, promet, broj zaposlenih, produktivnost, broj proizvoda, ulazak na nova tržišta, tehnološka i organizacijska inovacija (Palameta, 2019:21). Rast se svih čimbenika može definirati kao kretanje od postojećeg do

novog stanja putem uspješno kreiranog puta razvoja koji se ostvaruje u nekom od prethodno spomenutog kriterija (ili u kombinaciji nekoliko/svih njih).

Najčešće se rast poduzeća ogleda u rastu prihoda, rastu broju zaposlenih te razvoju novih proizvoda i tržišta. Poduzeće može ulaganjem u inovacije stvoriti sasvim novi proizvod ili modificirati postojeće proizvode (Petric, 2021:5). Na jednaki se način očituje i razvoj tržišta. Naime, poduzeće može razvijati postojeće tržište ili ući na potpuno novo tržište. Važno je da rast bude kontroliran i stabilan u granicama mogućnosti poduzeća (Palameta, 2019:33).

Karakteristike i brojnost rastućih poduzeća prate se kroz brojna međunarodna istraživanja, a jedno od njih je i GEM, najveće svjetsko istraživanje o poduzetništvu.

Autori GEM izvješća za Hrvatsku naglašavaju kako intenzitet rasta poduzeća ovisi o kompleksnim interakcijama vlasnika, tržišta i poduzetničke okoline (Singer et. al., 2023:42). Jednako su važna sva tri čimbenika bez čije suradnje rast nije moguć. Singer et al. (2023) navode kako je vlasnik nositelj promjena u poduzeću bez čije prisutnosti rast nije moguć. Naravno, nužno je imati proizvod/uslugu sa dodanom vrijednosti koji je konkurentan na tržištu i čiju dodanu vrijednost prepoznaju kupci. To može uključivati: visoku kvalitetu, inovacije, efikasnost ili druge ključne elemente koji ga čine atraktivnijim u odnosu na konkurenciju. Osim spomenutog, rast je nemoguć bez efektivnih i efikasnih poslovnih procesa, a nemoguć je i bez stimulirajućeg poduzetničkog okruženja.

GEM prati stavove ispitanika o rastu poduzeća kroz procjenu inovativnosti, internacionalizaciju i zapošljavanje u sljedećih pet godina (Singer et. al., 2023:42).

GEM definira sljedeće kriterije za rastuća poduzeća (Singer et al., 2023):

- inovativnost proizvoda, na nacionalnoj ili svjetskoj razini
- inovativnost tehnologija/procedura koje su korištene u proizvodnji inovativnih proizvoda, na nacionalnoj ili svjetskoj razini
- izloženost konkurenciji u lokalnoj sredini, u zemlji ili na međunarodnom tržištu

Prema rezultatima GEM istraživanja (Singer et al., 2022) konkurentnost se gleda u vidu novih proizvoda i tehnologija, a ona je uvijek nešto viša na nacionalnoj razini, nego na internacionalnim tržištima. Kako bi poduzeća mogla ponuditi bolje proizvode na međunarodnim tržištima potrebna je i veća suradnja poduzeća i istraživačkih institucija. Tablica

2 sadrži podatke o inovativnosti proizvoda i tehnologija na nacionalnoj razini. Rezultati su prikazani u vidu % TEA poduzetnika¹.

Tablica 2 Inovativnost proizvoda i tehnologija na nacionalnoj razini - % TEA poduzetnika

	Hrvatska	Europska unija prosjeak
2020.	2,3	1,6
2021.	2,4	1,5

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

Tablica 3 Inovativnost proizvoda i tehnologija na međunarodnom tržištu - % TEA poduzetnika

	Hrvatska	Europska unija prosjeak
2020.	0,7	0,5
2021.	0,5	0,4

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

Inovativnost se proizvoda i tehnologija na nacionalnoj i međunarodnoj /internacionalnoj razini prati kroz poduzeća koja imaju novi proizvod na nacionalnom i/ili internacionalnom tržištu proizveden novom tehnologijom na nacionalnom/internacionalnom tržištu i koji imaju kupce na nacionalnom/internacionalnom tržištu (Singer et. al., 2022:42). Hrvatska je u obje kategorije iznad prosjeka Europske unije, no znatno ispod najboljih zemalja u navedenim kategorijama. Rezultati iz 2021. godine pokazuju kako Hrvatska ima 2,4% novopokrenutih pothvata koji zadovoljavaju kriterije konkurentnosti na domaćem tržištu, dok ih Nizozemska ima 3,5%. Ocjene su lošije u kategoriji međunarodnog tržišta. Hrvatska u 2021. godini ima manji postotak konkurentnih poduzeća na međunarodnom tržištu usporedno s 2020. godinom. Riječ je 0,5% novopokrenutih pothvata koji zadovoljavaju kriterije konkurentnosti na međunarodnom tržištu.

¹ TEA (engl. Total Entrepreneurial Activity Indeks) indeks – postotak odrasle populacije 18-64 godina starosti koji su pokrenuli poslovni pothvat (ne stariji od 3 mjeseca) i onih koji imaju poslovni pothvat stariji od 3 mjeseca, ali mlađi od 42 mjeseca

Ponovno je najbolja Nizozemska s 1,2% novopokrenutih pothvata koji zadovoljavaju taj kriterij (Bosma et. al., 2022).

S druge pak strane, Hrvatska je u 2020. godini bila zemlja s najvećim učešćem poduzeća u ostvarivanju prodaje od izvoza iznad 76%. Hrvatske je u obje kategorije poslovnih pothvata (TEA i 'odrasli') bila iznad prosjeka usporednih zemalja. Veliki je udio prodaje od izvoza što Hrvatsku čini zemljom s najvećom razinom internacionalizacije.

Hrvatska svoju konkurentnost gradi u velikoj mjeri u sektorima srednjeg i visokog tehnološkog intenziteta. U 2021. godini najveće učešće TEA poduzetnika u sektorima srednjeg i visokog tehnološkog intenziteta bilo je u Sloveniji (17,1%), a Hrvatska je imala 8,8% takvih poduzeća. Najveće je učešće odraslih poduzetnika u sektoru srednjeg i visokog tehnološkog intenziteta u 2021. godini imala Irska (15,5%) dok je Hrvatska imala 7,9% takvih poduzeća (Bosma et. al., 2022).

GEM rastuće poslovne pothvate prati i kroz kriterij novog zapošljavanja. Riječ o kriteriju kojim se definira očekivanje da će poslovni pothvat u razdoblju od pet godina povećati zaposlenost za najmanje 50%, uz uvjet da očekuje ostvarenje od najmanje 10 zaposlenih na kraju promatranog razdoblja. U 2021. godini 32,8% TEA poduzetnika je očekivalo 5+ novog zapošljavanja, dok ih je 25,8% očekivalo 10+ novog zapošljavanja. Odrasli su poduzetnici u Hrvatskoj oprezniji sa zapošljavanjem te je Hrvatska u kategoriji odraslih poduzetnika koji predviđaju novo zapošljavanje ispod prosjeka EU (Bosma et. Al., 2022).

2.2. Poduzetničko okruženje

2.2.1. Definicija poduzetničkog okruženja

Poduzetničko je okruženje relativno novi koncept u istraživanju poduzetništva. Ne postoji jedinstvena definicija poduzetničkog okruženja, no riječ je o kontekstu u kojem se odvija poduzetnička aktivnost ljudi i poslovnih sistema (Singer et. al., 2023.). U brojnim se radovima i literaturi upotrebljava i naziv poduzetnička okolina ili poduzetnički ekosustav. Shvaćanje poduzetničkog okruženja gotovo je nemoguće bez razumijevanja poduzetništva u cijelosti. Prema Spigelu (2020) poduzetništvo je u suštini timski sport. Spigel veliko poštovanje odaje genijima kao što je Steve Jobs, osnivač Applea, no upozorava kako veliku i uspješnu kompaniju nije izgradio sam. Njegova ideja i vizija ne bi bili ostvarivi bez velike podrške, kako

zaposlenika i investitora, tako i ranih kupaca, mentora i vlade. Svaki je poduzetnik pod utjecajem okruženja u kojem se nalazi, a koje na njega može utjecati pozitivno ili negativno, odnosno stimulirajuće ili destimulirajuće. Prema Spigelu (2020), poduzetničko okruženje stvara dvije ključne stvari za poduzetnika. Prije svega osigurava poduzetničke resurse te stvara okruženje u kojemu se tim resursima može pristupiti. Poduzetnici upravo i jesu inovatori koji uz ograničene resurse stvaraju i dodaju nove vrijednosti za okruženje i razvoj gospodarstva u cijelosti. Poduzetničko okruženje objedinjuje i daje na važnosti učenju o poduzetništvu, korelaciji između sveučilišta, gospodarstva i vlada, te poticajnijem okruženju. Najopćenitiju definiciju poduzetničkog ekosustava su dali Stam i Spigel (2020), a definiraju ga kao „skup međuovisnih aktera i čimbenika koordiniranih na takav način da omogućuju produktivno poduzetništvo unutar određenog teritorija“. Autori pod pojmom aktera uključuju poduzetnike, savjetnike, investitore, vlade i grupe civilnih društava. Osim spomenutog, jednako su važni kultura i razina povjerenja u društvu. U izgradnji održivog i konkurentnog društva najznačajniju ulogu imaju upravo poduzetnici. Ekonomski je rast gotovo nemoguć bez inovacija, a inovacije potiče poduzetništvo. Uspjeh svakog pojedinca u velikoj mjeri ovisi o njegovim osobinama i kompetencijama, no značajnu ulogu u stvaranju njihovih vizija ima upravo okruženje u kojem se nalaze. Najčešće korišteni model ekonomskog okruženja je onaj ekonomista Isenberg-a koji navodi kako poduzetničko okruženje čini šest ključnih dimenzija s dvanaest elemenata koji su međusobno povezani (Colin i Ross, 2014:6). Stimulirajuće okruženje direktno utječe na bolju kvalitetu života svakog pojedinca i zajednice u cjelini (Perić, Koprivnjak i Marić, 2020). O važnosti suradnje između pojedinih čimbenika i aktera društva, govori i Etzkowitz te Leydesdorff. Naime, oni su razvili tzv. *Triple Helix model*. Etzkowitz i Leydesdorff (2002) svojim modelom govore o odnosu sveučilišta, industrije i vlade kao jednim od relativno jednakih, ali međuovisnih aktera koji se preklapaju i preuzimaju uloge jedni od drugih. Naime, autori naglašavaju važnost suradnje ova tri segmenta društva i spremnosti na učenje jedni od drugih. Suradnja svih aktera poduzetničkog ekosustava stvara stimulirajuće okruženje koje je temelj za razvoj poduzetništva i gospodarskog rasta. Riječ „ekosustav“ preuzeta je iz biološkog ekosustava, koji predstavlja: „prirodnu zajednicu živih organizama i nežive prirode koji međusobno djeluju na jednome staništu, a izmjena je stvari među njima kružna“ (Hrvatska Enciklopedija, 2024). Cilj je poduzetničkog okruženja osigurati stabilno okruženje karakterizirano otvaranjem novih radnih mjesta i privlačenjem investitora izvan regije. Dakle, nastoji se kreirati poduzetničko okruženje koje će predstavljati najbolje moguće okruženje za poduzetnike početnike, ali i za poduzeća s visokim potencijalom rasta.

2.2.2. Komponente poduzetničkog okruženja

Poduzetničko se okruženje definira na različite načine što ukazuje na nepostojanje jedinstvenog koncepta poduzetničkog okruženja. Osim Spigela, čija je definicija poduzetničkog okruženja najviše upotrebljavana, značajan doprinos razvoju poduzetničkog okruženja imao je Isenberg. Isenberg navodi kako poduzetničko okruženje čini šest ključnih dimenzija s dvanaest elemenata koji su međusobno povezani. Riječ je o: politici (vodstvo, vlada), financijama (financijski kapital), kulturi (priče o uspjehu, društvene norme), potporama (infrastruktura, pomoćna zanimanja), ljudskom kapitalu (rad, obrazovne institucije) i tržištu (rani kupci, mreže) (Colin i Ross, 2014:6). Navedeni se elementi gotovo potpuno poklapaju s modelom poduzetničkog okruženja napravljenog od strane Svjetskog ekonomskog foruma. Prema Svjetskom ekonomskom forumu (Foster i Shimizu, 2013:6), poduzetničko je okruženje sačinjeno od osam komponenti. Komponente su sljedeće: dostupnost tržišta, ljudski kapital točnije radna snaga, financiranje i financije, sustav podrške, regulatorni okvir i infrastruktura, edukacija i trening, sveučilište kao katalizator te kulturna podrška, odnosno podrška okruženja.

GEM istraživanje poduzetničko okruženje definira kao kontekst u kojem se odvija poduzetnička aktivnost ljudi i poslovnih sistema te ga dijeli na devet komponenti. Komponente su sljedeće: 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 te kulturne i društvene norme. Komponente poduzetničkog okruženja vrlo su slične kod svih autora, sugerirajući kako su modeli konceptualno vrlo slični. Ovaj rad koristi definiciju poduzetničkog okruženja iz GEM istraživanja.

2.2.3. Utjecaj poduzetničkog okruženja na rast poduzeća

Rastuća su poduzeća ključna za razvoj svakog gospodarstva. Često ih se naziva poduzetničkom elitom. Oni su nositelji inovativnosti i konkurentnosti. Inoviraju proizvode i procese, otvaraju nova radna mjesta i stvaraju dodatnu vrijednost (Singer et al, 2023:42). Uspjeh ovih poduzeća, osim o vlasniku i o njegovom timu, te njihovim znanjima i vještinama, ovisi značajno i o poduzetničkom okruženju u kojem se nalaze. Stupanj razvoja poduzetničkog okruženja odraz je ekonomske i političke razvijenosti društva. Ono može djelovati stimulirajuće ili

destimulirajuće, odnosno ono može olakšati ili otežati poslovanje i rast. Poduzetničko je okruženje splet različitih komponenti koje se odnose na različite institucije, a koje izravno ili neizravno utječu na poduzetničku aktivnost u tom okruženju. Krajnji je cilj osigurati da svaka komponenta poduzetničkog okruženja djeluje stimulirajuće na poduzetničku aktivnost i omogući poduzećima brži rast i razvoj. Poduzetničko je okruženje kvalitetno koliko mu je kvalitetna najslabija karika, odnosno komponenta. S obzirom na činjenicu kako se u komponente poduzetničkog okruženja ubrajaju vladini programi i politike, vlada svojim djelovanjem direktno utječe na razinu poduzetničke aktivnosti, odnosno njezin rast. (Singer et al, 2022). Vlada stvara okruženje u kojem poduzeća mogu poslovati, rasti i razvijati se bez administrativnih i drugih prepreka. Institucije moraju međusobno surađivati i otklanjati prepreke koje stoje na putu razvoju poduzetničkih pothvata te doprinositi stvaranju stimulirajućeg poduzetničkog okruženja.

2.3. GEM – Global Entrepreneurship Monitor

2.3.1. Značaj GEM istraživanja

Republika Hrvatska službeno ulazi u treće desetljeće sudjelovanja u GEM istraživanju (Singer et al., 2023). GEM je najveće je svjetsko istraživanje poduzetništva. GEM je zajednički istraživački projekt između Babson Collegea (SAD) i London Business School (UK) (Hill et. Al., 2023). Naime, deset je najrazvijenijih zemalja 1999. godine pokrenulo istraživanje kojim su željeli utvrditi o čemu ovisi poduzetnička aktivnost zemlje. Istraživanje su pokrenule najrazvijenije zemlje svijeta: Kanada, Francuska, Njemačka, Italija, Japan, UK, SAD, Danska, Finska i Izrael s ciljem utvrđivanja zbog čega postoje razlike u poduzetničkoj aktivnosti među zemljama. Istraživanje se provodi na godišnjoj bazi, a rezultati istraživanja prezentiraju se u globalnom izvješću. Svaka zemlja, sudionica istraživanja objavljuje svoje nacionalno izvješće u kojemu prati napredak zemlje kroz godine i uspoređuje se s drugima u različitim karakteristikama poduzetničke aktivnosti. U istraživanju provedenom 2022. godine. sudjelovala je 51 država, 22 iz Europe, odnosno 18 članica Europske unije (Singer et al., 2023). Nositelj GEM istraživanja u Hrvatskoj je CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva), a istraživački tim čini grupa istraživača s Ekonomskog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Glavni financijski sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj je Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja.

Dva su temeljna istraživačka pitanja u sklopu GEM istraživanja (Singer et al., 2023:23) : „Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ekonomskim rastom zemlje? te Što vlade mogu učiniti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja zemlje?“ Podaci prikupljeni GEM istraživanjem predstavljaju čvrste i vjerodostojne podatke na temelju kojih bi vlade trebale donositi odluke i kreirati politiku s ciljem kreiranja stimulirajuće poduzetničke okoline, poticajne za osnivanje, ali i za rast poduzetničkih pothvata.

Republika Hrvatska u GEM istraživanju sudjeluje svake godine. GEM upotrebljava tri izvora podataka: makroekonomske podatke, stavove odrasle populacije te stavove i mišljenja eksperata o poduzetničkom okruženju. U GEM istraživanju provedenom 2022. godine u Republici Hrvatskoj sudjelovalo je 2000 odraslih ispitanika. Oni predstavljaju reprezentativni uzorak koji je neophodan za provedbu samog istraživanja. Uzorak je utvrđen slučajnim odabirom odraslih osoba, a koji se utvrđuje spolom, dobi te teritorijalnom pripadnošću. Ispitanici izražavaju vlastiti stav o pojedinim aspektima poduzetničkog procesa. Osim reprezentativnog uzorka odrasle populacije, važan izvor informacija u istraživanju su eksperti. U istraživanju sudjeluje minimalno 37 eksperata, koji se biraju prema kriteriju reputacije i iskustva u devet različitih područja koja čine poduzetničko okruženje zemlje prema kriterijima GEM-a. Eksperti, kroz intervju, izražavaju svoje mišljenje o kvaliteti poduzetničkog okruženja.

Važnost GEM istraživanja pokazuje i činjenica kako njegove rezultate upotrebljavaju međunarodne institucije, a neke od njih su Europska komisija i OECD (Škuder, 2023). Singer (2023) navodi kako se nada da će: „hrvatska vlada pokazati interes da oblikuje svoje politike na istraživačkim spoznajama, a ne na političkim pretpostavkama“.

Podaci prikupljeni GEM istraživanjem predstavljaju osnovu za horizontalno i vertikalno uspoređivanje poduzetničke aktivnosti zemlje. Vertikalna usporedba omogućava zemlji da kroz godine, od 2002. do 2022. godine, uspoređuje i prati regionalne razlike u poduzetničkoj aktivnosti, ali i promjene koje se događaju u poduzetničkom okruženju između regija unutar Hrvatske. Vertikalnom je analizom moguće doći do zaključka događaju li se pozitivne ili negativne promjene u poduzetničkoj aktivnosti te u kojem točno dijelu i u kojoj mjeri. Horizontalna analiza ostavlja mogućnost svakoj zemlji da se uspoređuje s drugim zemljama koje su također sudjelovale u GEM istraživanju (Singer et. al., 2023:24). Preporuča se usporedba sa zemljama u vlastitom okruženju, ali i onima koje su daleko bolje od njih samih. Upravo horizontalna analiza ostavlja mogućnost usporedbe pojedinih komponenti

poduzetničke aktivnosti među zemljama, ali još važnije usporedbu elementa poduzetničkog okruženja među svim zemljama, odnosno zemljama u regiji.

2.3.2. Poduzetnička aktivnost Hrvatske

Poduzetnička se aktivnost u sklopu GEM istraživanja prati na individualnoj razini, odnosno razini pojedinca.

Indikatori poduzetničke aktivnosti prema GEM istraživanju su sljedeći (Singer et. al., 2023):

- poduzetnici „početnici“ – oni koji sami ili sa drugim pokušavaju pokrenuti vlastiti posao; samozapošljavanje
- novi poduzetnici – vlasnici poduzeća/obrta starosti od 3 do 42 mjeseca
- ukupna rana poduzetnička aktivnost (TEA) – poduzetnici „početnici“ i novi poduzetnici
- „Odrasli“ poduzetnici – oni koji imaju poslovni pothvat stariji od 42 mjeseca
- poduzetnička aktivnost zaposlenika

Poduzetnička je aktivnost rezultat odluke svakoga pojedinca, a koja proizlazi iz osobnih stavova i percepcija pojedinca u korelaciji s društvenim vrijednostima prema poduzetništvu. Ono najvažnije je da se sve događa u interakciji s poduzetničkim okruženjem. Radi lakšeg shvaćanja interakcije između poduzetničke aktivnosti i poduzetničkog okruženja, GEM je razvio konceptualni okvir unutar kojeg promatra navedene interakcije (Bosman et. al., 2022).

Konceptualni okvir GEM istraživanja (2021) predstavlja teorijsku podlogu samog istraživanja. Singer (2023) navodi kako konceptualni okvir polazi od pretpostavke da ekonomski rast zemlje ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkog ekosustava i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju novih vrijednosti. Kada se govori o individualnim atributima, govori se o percepciji pojedinca o prilikama, percepciji pojedinca o vlastitim vještinama i znanjima za pokretanja poslovnog pothvata, percepciji pojedinca o namjeri za pokretanje poslovnog pothvata te percepciji pojedinca o strahu od neuspjeha (Singer et. al., 2023:23).

2.3.2.1. *Percepcija o prilikama*

Podaci koji se dobivaju, a koji su vezani uz percepciju o prilikama, proizlaze iz reprezentativnog uzorka odrasle populacije i njihove percepcije o tome prepoznaju li prilike za pokretanje poslovnog pothvata u narednih 6 mjeseci u sredini iz koje dolaze.

Tablica 4 Percepcija o prilikama vezanih uz pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije s odgovorom DA

Godina	Hrvatska	EU prosjeak	Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku prosjeak
2021.	58,3	51,5	55,9
2022.	60,0	47,3	51,9

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

Budući da Republika Hrvatska redovito sudjeluje u spomenutom istraživanju, omogućava se usporedba podataka s prethodnim godinama, čime se mogu identificirati promjene koje su se dogodile tijekom vremena. Naime, iz tablice 4 vidljivo je kako postoji pozitivna stopa rasta po percepciji o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj sredini. U 2021. godini 58,3% ispitanika je odgovorilo potvrdnim odgovorom, dok je 2022. godine odgovorilo njih nešto više, 60,0%. Zanimljivo je kako se prosjeak u Europskoj uniji te zemljama s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku (među kojima je i Republika Hrvatska) značajnije smanjio.

2.3.2.2. *Percepcija o vlastitim vještinama i znanjima za pokretanje poslovnog pothvata*

Osim percepcije prema prilikama, za pokretanje poslovnog pothvata neophodno je i znanje. U ovom dijelu istraživanja, pojedinci donose sud o vlastitim znanjima i vještinama. Rezultati su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5 Percepcija o vlastitim znanjima i vještinama za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije

Godina	Hrvatska	EU prosjeak	Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku
---------------	-----------------	------------------------	--

			Prosjek
2021.	71,7	50,9	53,6
2022.	73,6	50,8	54,3

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

Prema podacima prikazanim u Tablici 5 Hrvati imaju daleko veće percepcije o svojem znanju i vještinama od prosjeka Europske unije i zemalja s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku. Hrvatska se nalazi na prvom mjestu unutar Europske unije u percepciji vezanoj uz znanje i vještine. Prema nacionalnom izvješću iz 2022. godine, postavlja se pitanje kako to da uz visoki stupanj samopouzdanja pojedinci ne uočavaju poslovne prilike i ne pokreću vlastiti posao. Odgovor se u znatnoj mjeri pronalazi u obrazovanju kao sastavnom dijelu poduzetničkog okruženja.

2.3.2.3. *Percepcija o namjerama za pokretanje poslovnog pothvata*

Percepcija o namjerama za pokretanje poslovnog pothvata ovisi o uočenoj prilici u svojoj okolini te o vlastitim sposobnostima. S obzirom da je Hrvatska imala visoke rezultate u prethodna dva indikatora, za očekivati je da Hrvatska ima visoke vrijednosti ovog pokazatelja. Percepcija o namjerama u Hrvatskoj daleko je viša od prosjeka Europske unije, ali neznatno viša od zemalja s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku. U 2021. godini 21,7% ispitanika imalo je pozitivan stav o namjerama za pokretanje poslovnog pothvata, dok se već u 2022. godini postotak povećao na 26,4%. Rezultati istraživanja vidljivi su u tablici 6.

Tablica 6 Percepcija o namjerama vezanih uz pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku Prosjek
2021.	21,7	11,8	17,6
2022.	26,4	15,3	22,9

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

2.3.2.4. Strah od promašaja

Percepcija vezana uz strah od promašaja ima korelaciju sa stabilnošću gospodarstva i institucionalnom uređenošću. Prema autorima nacionalnog GEM izvješća (Singer et. al., 2023) nisku razinu straha od promašaju imaju zemlje sa stabilnim gospodarstvom i s institucionalnom uređenošću. Prema podacima zadnjeg GEM istraživanja, najnižu razinu straha od neuspjeha ima Nizozemska (33,3%). Zabrinjavajuća je činjenica kako preko 50% ispitanika u Hrvatskoj ima strah od promašaja. Promatrani pokazatelj raste iz godine u godinu. Upravo strah od promašaja djeluje ograničavajuće prilikom donošenja odluke o pokretanju poslovnog pothvata, a njegovi su rezultati vidljivi u tablici 7.

Tablica 7 Percepcija o strahu od promašaja - % odrasle populacije

Godina	Hrvatska	EU prosjeak	Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku Prosjeak
2021.	49,9	48,4	46,0
2022.	52,2	49,7	47,5

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2022)

Analiza individualnih atributa pokazuje na koji način atributi utječu na poduzetničku aktivnost u zemlji. Može se uočiti kako Hrvatska ima pozitivnu percepciju o prilikama (60% u 2022. godini), visoku razinu samopouzdanja, odnosno percepcije o vlastitim znanjima i vještinama (73,6% u 2022. godini), visoku razinu percepcije o poduzetničkim namjerama (26,4% u 2022. godini), ali i značajno visoku percepciju o strahu od promašaja (52,2% u 2022. godini).

Prema Konceptualnom okviru GEM istraživanja koji je prethodno objašnjen u radu, osim individualnih atributa, na poduzetničku aktivnost u zemlji veliki značaj ima i percepcija društvenih vrijednosti o poduzetništvu. Ona se očituje kroz mišljenje ispitanika o poduzetničkoj karijeri, o statusu poduzetnika u društvu te medijskoj pozornosti koja je usmjerena ili bi trebala biti usmjerena prema uspješnim poduzetnicima. U 2022. godini 63% ispitanika smatra da je biti poduzetnikom dobar izbor karijere. Stav ispitanika u Hrvatskoj

poklapa se s prosjekom Europske unije (62,2%). Nešto više od polovice ispitanika (54,8%) u 2022. godini smatra kako uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu. Percepcija ispitanika u Hrvatskoj nešto je niža od prosjeka Europske unije (68,1%). Prema prikupljenim podacima medijska pozornost ka uspješnim poduzetnicima se kreće oko prosjeka Europske unije. Autori nacionalnog izvješća GEM-a u Hrvatskoj navode kako: „pozitivan stav prema poduzetničkoj karijeri nije praćen odgovarajućom medijskom pažnjom“ (Singer et. Al., 2023). Kako i sam Konceptualni okvir GEM-a navodi, društvene vrijednosti o poduzetništvu itekako utječu na pokretanje poslovnog pothvata te u interakciji s individualnim atributima pojedinaca određuju hoće li pojedinac pokrenuti vlastiti pothvat ili ne (Bosman et. Al., 2022).

Osim gore navedenih individualnih atributa i društvenih vrijednosti o poduzetništvu, GEM (Singer et. Al., 2022) prati intenzitet rađanja poduzetničkih pothvata. Ukupna rana poduzetnička aktivnost, skraćeno TEA, odnosi se na poduzetnike „početnike“ i nove poduzetnike. Kao što je ranije definirano poduzetnici „početnici“ su pojedinci koji sami ili s drugima pokušavaju pokrenuti vlastiti posao. Novi poduzetnici su vlasnici poduzeća/ obrta u rasponu od 3 do 42 mjeseca starosti. Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom prikazana je u tablici 8.

Tablica 8 Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - % od odrasle populacije

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku prosjek
2021.	12,4	8,4	11,3
2022.	13,2	8,9	12,2

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. Al., 2022)

Iz prethodne je tablice moguće uočiti kako Hrvatska ima rastući intenzitet pokretanja novih poslovnih pothvata. On je nešto veći i od prosjeka Europske unije, ali i zemalja s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku. Nužno je razumjeti i pravilno interpretirati dobivene podatke. Prema GEM-u (Singer et. Al., 2023) poduzeća mogu biti pokrenuta iz prilike ili iz nužde. Svako gospodarstvo, na čelu sa vladom, treba težiti sve većem broju pokrenutih poslovnih pothvata iz prilike. Upravo su ta poduzeća nositelji gospodarstva, njegove inovativnosti te novih radnih mjesta. Poduzeća pokrenuta iz nužde najčešće nisu inovativna te

zapošljavaju jednu ili svega nekoliko osoba. Poduzeća iz nužde se otvaraju radi nemogućnosti pojedinca da se zaposli. U Hrvatskoj dominiraju poduzeća iz nužde. Glavni je razlog njihovog otvaranja rješavanje egzistencijalnog pitanja. Prema podacima dobivenim posljednjim GEM istraživanjem, gotovo je 70% ispitanika otvorilo poduzeće kako bi uspjeli zaraditi za život. Stavljanjem u odnos otvorenih poduzeća iz prilike te otvorenih poduzeća iz nužde dobiva se motivacijski indeks. Zemlje teže što većem motivacijskom indeksu jer on ukazuje na činjenicu kako je više otvorenih poduzeća iz prilike nego iz nužde. Tablica koja slijedi sadrži podatke o motivacijskom indeksu za Hrvatsku u 2022. godini u usporedbi sa zemljama s najvišim i najnižim motivacijskim indeksom.

Tablica 9 Motivacijski indeks zemalja

Godina	Hrvatska	Najviši motivacijski indeks	Najniži motivacijski indeks
2022.	1,66	4,52	1,08

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Najviši motivacijski indeks u 2022. godini imala je Švedska te je on iznosio 4,52. Najniži motivacijski indeks imala je Poljska, a iznosio je 1,08. Motivacijski indeks u Hrvatskoj iznosi 1,66. Iz toga proizlazi činjenica kako je malo više osoba pokrenulo svoj pothvat iz prilike, a ne iz nužde. Kako stoji u nacionalnom izvješću GEM istraživanja (Singer et. al., 2022) u Hrvatskoj stabilnost indeksa proizlazi iz kompleksnosti utjecaja na odluku, odnosno o interakciji između osobnih atributa, društvenih vrijednosti te poduzetničke okoline. Izuzetno je teško mijenjati komponente i percepciju pojedinca o pojedinim atributima. Riječ je o dugotrajnom i kompleksnom procesu. S druge strane, moguće je uočiti kako u svim navedenim pokazateljima značajnu ulogu ima poduzetničko okruženje. Upravo ono može djelovati stimulirajuće ili destimulirajuće na pojedinca u vidu pokretanja poslovnog pothvata, ali i u vidu rasta i razvoja već postojećeg poduzeća. Potrebno je razumjeti poduzetničko okruženje te ga neprekidno analizirati kako bi vlade mogle donositi odluke o tome kako ga i u kojoj mjeri mijenjati (Singer et. al., 2022).

2.3.3. Poduzetničko okruženje u okviru GEM istraživanja

U prethodnom su poglavlju prikazane definicije poduzetničkog okruženja prema različitim autorima. U nastavku je analizirano poduzetničko okruženje sa stajališta GEM-a, najvećeg međunarodnog istraživanja o poduzetništvu. Naime, prema GEM-u poduzetničko se okruženje sastoji od devet komponenti. Navedena je raspodjela prikazana u Tablici 10.

Tablica 10 Komponente poduzetničkog okruženja prema GEM-u

KOMPONENTE PODUZETNIČKOG OKRUŽENJA
1. Pristup novcima (dostatnost; lakoća dobivanja financijskih sredstava)
2. Vladine politike prema poduzetništvu (prioriteti; porezi i regulativa)
3. Vladini programi za poduzetništvo
4. Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije (osnovno i srednje obrazovanje; tercijarno obrazovanje)
5. Transfer istraživanja i razvoja
6. Profesionalna i komercijalna infrastruktura za poduzetništvo
7. Otvorenost domaćeg tržišta (dinamika; barijere ulaska)
8. Fizička infrastruktura
9. Kulturne i društvene norme

Izvor: Izrada autora prema Singer et. al. (2021)

GEM poduzetničko okruženje definira kao kontekst u kojemu se odvija sva poduzetnička aktivnost ljudi i poslovnog sistema (Hill et. al., 2023). Kvalitetu poduzetničkog okruženja ocjenjuju eksperti koji se odabiru s obzirom na poznavanje pojedine komponente poduzetničkog okruženja. S obzirom da Hrvatska sudjeluje u GEM istraživanju od samih početaka, moguće je pratiti stanje pojedinih komponenti poduzetničkog okruženje kroz vrijeme. Kako bi se opisala ukupna razvijenost poduzetničkog okruženja GEM je razvio i NECI indeks (engl. National Entrepreneurship Context Index), indeks koji se odnosi na kvalitetu cjelokupnog poduzetničkog okruženja. Osim ocjene stanja i praćenje promjena cjelokupnog poduzetničkog okruženja, moguće je pratiti stanje i promjene svake pojedine komponente okruženja.

U nastavku je detaljnije obrađena svaka komponenta poduzetničkog okruženja, s posebnim osvrtom na analizu poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj u 2021. godini, prema izvješću GEM 2022.

2.3.3.1. Pristup novcima (dostatnost; lakoća dobivanja financijskih sredstava)

Prema GEM istraživanju navedena komponenta promatra dostatnost i lakoću dobivanja financijskih sredstava. Razdvajanje ove komponente – pristup novcima – na dostatnost i lakoću dobivanja financijskih sredstava u 2021. godini pokazalo je manji problem u dostatnosti novca nego u lakoći dobivanja financijskih sredstava (Singer et al., 2021, 74.str.). Prema mišljenju eksperata, u Republici Hrvatskoj i dalje dominiraju bankarski krediti za financiranje rastućih poduzetničkih pothvata. Postoji nedostatak alternativnih izvora financiranja rastućih poduzetničkih pothvata, ali i neznanje o dostupnim alternativnim izvorima. Fond rizičnog kapitala je investicijski fond koji svoja financijska sredstva ulaže u pažljivo odabrana poduzeća i poslovne pothvate s ciljem ostvarivanja kapitala. Rizik preuzimaju vlasnici fonda prilikom odabira poduzeća. HBOR navodi kako Hrvatska u takvom načinu financiranja zaostaje za europskim državama (HBOR, 2023).

2.3.3.2. Vladine politike prema poduzetništvu (prioriteti, porezi i regulativa)

Vladine se politike prate kroz dvije dimenzije: prioriteti i podrška poduzetništvu te porezna politika i regulativa. U Republici Hrvatskoj vladine su politike ograničavajući faktor razvoja poduzetničkog okruženja (Singer et. al., 2022). Prema ocjenama eksperata Hrvatska se nalazi na samom dnu u odnosu na zemlje EU u razvijenosti ove komponente poduzetničkog okruženja. Nova i rastuća poduzeća izrazito se teško nose sa složenošću administrativnih procesa koji su nužni za zadovoljavanje zakonskih propisa. Birokracija je vremenski zahtjevna što uvelike otežava poslovanje i čini ga neučinkovitim. Regulativa otežava ekonomski rast i vođenje poslovanja (Ekonomski lab, 2020). Osim toga, vrlo su česte promjene i izmjene u poreznim zakonima. Promjene stvaraju nesigurnost kod poduzeća jer onemogućavaju dugoročno planiranje, a poduzeća i investitori teže stabilnosti radi većih i boljih ulaganja.

2.3.3.3. *Vladini programi za poduzetništvo*

Vladini se programi nadovezuju na njezinu politiku. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatskoj su se otvorile dodatne mogućnosti pristupanja raznim programima EU namijenjenim malim i srednjim poduzećima, stoga je ova komponenta poduzetničke okoline ocjenjena nešto bolje od vladinih politika, iako je Hrvatska i dalje na dnu ljestvice po kvaliteti ove komponente poduzetničke okoline. Programa u državi ima, no njihova je realizacija neučinkovita. Hrvatska po ocjenama eksperata zaostaje za prosjekom Europske unije u razvijenosti ove komponente, a to je znak kreatorima politika da svoje programe trebaju prilagoditi potrebama poduzeća, te voditi računa o njihovoj djelotvornoj realizaciji (Singer et. al., 2022).

2.3.3.4. *Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije (osnovno i srednje obrazovanje; tercijarno obrazovanje)*

U sklopu GEM istraživanja, obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije se promatra kroz dva parametra: osnovno i srednje obrazovanje te tercijarno obrazovanje. Obrazovanje spada u jednu od ključnih komponenti poduzetničkog okruženja, koja stvara veliku razliku među zemljama koje sudjeluju u istraživanju, kao i među zemljama Europske unije. Neraskidiva je poveznica između obrazovanja i poduzetničke aktivnosti koja direktno utječe na razvoj gospodarstva zemlje (Bosma et. al., 2022). Zemlje s obrazovanijim stanovništvom imaju daleko veći gospodarski rast, ali i stimulirajuće poduzetničko okruženje. Zabrinjavajuća je činjenica kako eksperti u Republici Hrvatskoj navedenoj komponenti dodjeljuju prilično nisku ocjenu. U prosjeku je riječ o ocijeni 2,5, gdje 0 predstavlja najlošiju, a 10 najbolju ocjenu. Tercijarno obrazovanje je bolje ocijenjeno od osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja, ali je Hrvatska imala najniže ocjene među EU zemljama za sve navedene razine obrazovanja. Poduzetničko obrazovanje se ogleda u razvoju poduzetničkih kompetencija pojedinaca, njihove poduzetnosti, koja se odnosi na proaktivnost, inovativnost i preuzimanje odgovornosti svakog pojedinca.

2.3.3.5. *Transfer istraživanja i razvoja*

Transfer istraživanja i razvoja ukazuje na suradnju istraživačkog i poslovnog sektora. Po kvaliteti ove komponente Hrvatska je najlošija u gotovo cijelom razdoblju promatranja. Mala i srednja poduzeća zbog svoje veličine i likvidnosti teško izdvajaju značajnija sredstva u istraživanje i razvoj (DZS, 2022). Međutim, gotovo je nemoguće ostati konkurentan na tržištu bez inovacija i inovativnih proizvoda. Osim toga, inovacije potiču gospodarski rast. Kako bi se potakla inovativnost malih i srednjih poduzeća, nužno je poticati suradnju između znanstveno-istraživačkih organizacija i poduzeća koja bi potakla transfer istraživanja i razvoja u poslovni sektor. Jedan od načina poticanja transfera je program vaučera za mala i srednja poduzeća, koje su mogli upotrijebiti za plaćanje usluga znanstveno-istraživačkih organizacija. Nažalost, ovaj program nije bio uspješan, jer nije postojala institucionalna osposobljenost istraživačkih institucija za suradnju s poduzetnicima, ali nije postojala ni spremnost poduzetnika na suradnju (Singer et al., 2022).

2.3.3.6. Profesionalna i komercijalna infrastruktura za poduzetništvo

Komponenta Profesionalna i komercijalna infrastruktura se odnosi na sve institucije koje pružaju poslovne usluge nositeljima poduzetničkih aktivnosti. Poduzetnička se infrastruktura odnosi na poduzetničke zone i potporne institucije. Njihova je uloga pomoći poduzetnicima od same ideje sve do njezine realizacije, ali i rasta i razvoja poduzeća te do njegovog zatvaranja u vidu savjetodavnih usluga. U Hrvatskoj postoji preko 400 subjekata koji su sastavni dio poduzetničke infrastrukture (JRPI, 2023). Subjekata ne nedostaje, no problem je njihova učinkovitost. Postojeće institucije nude pomoć prilikom otvaranja poslovnog pothvata, no rijetke su institucije koje nude pomoć poduzećima u njihovom rastu i razvoju, te drugim specifičnim potrebama, kao što su transfer poslovanja (Mezulić Juric i Alpeza, 2017:19).

2.3.3.7. Otvorenost domaćeg tržišta (dinamika, barijere ulaska)

Otvorenost domaćeg tržišta prati se kroz dinamičnost promjena na tržištu i intenzitet barijera za ulazak poduzeća na to tržište. Hrvatska ima visoke ocjene u vidu dinamičnosti promjena, no vrlo niske ocjene u vidu barijera ulaska na tržište (Singer et. al., 2022). Takva situacija predstavlja problem malim i srednjim poduzećima jer upućuje na činjenicu kako postoje

prilike, ali je njihovo iskorištavanje ograničeno barijerama ulaska na tržište zbog nedjelotvornog regulatornog okvira.

2.3.3.8. Fizička infrastruktura

U fizičku infrastrukturu pripadaju: prometna, komunalna i telekomunikacijska infrastruktura. Prema ekspertima koji su sudjelovali u GEM istraživanju (2022), navedena komponenta djeluje stimilirajuće na poduzetničku aktivnosti i prema mišljenjima eksperata pripada u jednu od najbolje ocjenjenih komponenti poduzetničkog okruženja. Iako je ova komponenta poduzetničke okoline najbolje ocijenjena, njena ocjena je i dalje niža od najviše ocjenjenih zemalja, što znači da prostora za poboljšanja još uvijek ima dosta.

2.3.3.9. Kulturne i društvene norme

Kulturne i društvene norme odnose se na stav društva o poduzetništvu. Ova komponenta poduzetničkog okruženja ocijenjena je ispod prosjeka Europske unije. Promjene u vidu ove komponente poprilično su spore i teške jer su duboko ukorijenjene u uvjerenja, stavove i navike ljudi (Singer et. al., 2022). Mediji imaju veliku ulogu u oblikovanju tih mišljenja i stavova. U medijskom prostoru Hrvatske nema dovoljno promicanja uspješnih priča malih i mladih poduzetnika, poduzetništva kao načina života i samozapošljavanja kao načina razvoja karijere.

3. Metodologija rada

3.1. Predmet istraživanja

Predmet je istraživanja rada utjecaj poduzetničkog okruženja na rast i razvoj poduzeća. Analizira se na koji način komponente poduzetničkog okruženja utječu na rast i razvoj poslovnih pothvata te što vlade mogu učiniti kako bi otklonile prepreke i okruženje učinile stimulirajućim.

3.2. Metode istraživanja

Tijekom pisanja diplomskog rada korištene su sljedeće metode: induktivna metoda, metoda deskripcije i metoda kompilacije. Induktivna je metoda primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize dolazi do zaključka o općem sudu. Metoda je korištena prilikom usporedbe elemenata poduzetničkog okruženja. Metoda je deskripcije upotrijebljena unutar cijelog rada. Deskripcija je postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica. Tijekom usporedbe elemenata poduzetničkog okruženja, kao i u cijelom teoretskom dijelu rada, korištena je metoda kompilacije. Riječ je o postupku preuzimanja tuđih rezultata znanstvenoistraživačkog rada.

3.3. Izvor istraživanja

Izvor diplomskog rada je GEM istraživanje. Osim toga, upotrijebljena su ostala dostupna znanstvena istraživanja na ovu temu. Upotrijebljeni su znanstveni i stručni časopisi.

3.4. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je bio utvrditi na koji način poduzetničko okruženje utječe na rast i razvoj poduzeća. Osim toga, cilj je bio usporediti poduzetnička okruženja u promatranim zemljama te utvrditi prostore za poboljšanja u poduzetničkom okruženju Hrvatske.

4. Usporedba poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske i Finske

4.1. Kriterij odabira usporedne zemlje

Poduzetničko je okruženje ključni čimbenik za rast i razvoj poduzeća. Razvijenost pojedinih komponenti poduzetničkog okruženja, kao i razvoj poduzetničkog okruženja kroz godine prati GEM istraživanje. U diplomskom se radu uspoređuju poduzetnička okruženja Hrvatske i Finske, dvije države članice Europske unije koje svojim nacionalnim politikama različito potiču poduzetničku aktivnost te rast i razvoj poduzeća.

Hrvatska i Finska članice su Europske unije, što im pruža sličan pravni i ekonomski kontekst. Usprkos navedenoj činjenici, značajne razlike proizlaze iz specifičnosti njihovih gospodarskih sustava. Finska se ubraja u kategoriju najrazvijenijih država članica Europske unije, a njihov visok status razvijenosti potvrđuju i zavidno visoke vrijednosti različitih pokazatelja vezanih uz poduzetničku aktivnost u sklopu GEM istraživanja. Finska se često navodi kao primjer izvrsnosti u organiziranosti i razvijenosti gospodarstva. Stabilan ekonomski rast, visoki životni standard i razvijena infrastruktura čine je poželjnim odredištem za poduzetnike. S druge strane, Hrvatska ne pripada kategoriji poželjnih destinacija za pokretanje i razvoj poduzetničkih pothvata. Zemlja se suočava s brojnim izazovima i prilagodbama na standarde Europske unije.

Usporedba poduzetničkih okruženja Hrvatske i Finske pruža uvid u različite čimbenike koji utječu na rast i razvoj poduzeća.

Finsko je poduzetničko okruženje jedno od najbolje ocijenjenih u sklopu GEM istraživanja. Zemlja pripada kategoriji A s BDP-om po glavi stanovnika većim od 40 000 USD. Usporedbe radi, Hrvatska se nalazi u kategoriji B s BDP-om po glavi stanovnika između 20 000 i 40 000 USD. Osim što je dio kategorije A, Finska je država u kojoj poduzetničko okruženje djeluje stimulirajuće, a sve su komponente daleko iznad prosjeka EU.

4.2. Usporedba komponenti poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske i Finske

Više od dva desetljeća istraživanja, GEM prati devet ključnih komponenti poduzetničkog okruženja. Riječ je o čimbenicima koji direktno utječu na poduzetničku aktivnost, a time i na gospodarstvo općenito, kao i njegov rast. Stanje navedenih komponenti može potaknuti,

ograničiti ili onemogućiti osnivanje novih poduzeća ili razvoj poslovnih pothvata koji generiraju prihod i otvaraju nova radna mjesta.

Vrijednost NECI indeksa (ocjena poduzetničke okoline u cijelosti) za Hrvatsku je 4,1 dok je vrijednost ovog indeksa za Finsku 6,2 u 2021. godini (Hill et al, 2022), što već dovoljno govori o razlikama između poduzetničkih okruženja ove dvije države.

1. Pristup novcima

Izvori financiranja jednako su važni novoosnovanim poduzećima kao i onima u fazi rasta. U Republici Hrvatskoj financijsko je tržište nedovoljno razvijeno. Svjetska istraživanja, među kojima je i GEM, potvrđuju kako su primarni izvori financiranja kreditna sredstva putem banaka. Financijska se sredstva u GEM istraživanju dijele na dvije komponente, dostatnost i lakoću dobivanja financijskih sredstava. U tablici 11 i 12 prikazani su podaci dobiveni GEM istraživanjem provedenim 2022. godine.

Tablica 11 Dostatnost financijskih sredstava

Dostatnost financijskih sredstava			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	4,30	7,13	5,04
2022.	4,83		4,80

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Tablica 12 Lakoća dobivanja financijskih sredstava

Lakoća dobivanja financijskih sredstava			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	3,73	6,61	4,71
2022.	4,11		4,57

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Iz tablice 11 i 12 moguće je uočiti kako komponenta dostatnost financijskih sredstava djeluje poprilično destimulirajuće u Republici Hrvatskoj. Promatrana je komponenta loše ocijenjena unutar cijele Europske unije. Zabrinjavajuća je činjenica kako u Europskoj uniji prosječna

ocjena pada u 2022. godini. Značajniji je problem lakoća dobivanja financijskih sredstava. Ona ukazuje na činjenicu kako su i dalje prisutni poprilično komplicirani procesi prilikom dobivanja i odobravanja financijskih sredstava.

Hrvatski se poduzetnici u najvećoj mjeri oslanjaju na bankarske kredite kao glavni izvor financiranja rasta poduzeća. Hrvatsko tržište nije dovoljno razvijeno za alternativne izvore financiranja što pokazuje niska ocjena eksperata. Antonija Knežević, u poslovnom tjedniku Lider (2021), navodi kako su „hrvatski poduzetnici orijentirani na bankovne kredite kao izvor financiranja zbog povijesne orijentiranosti na banke i kratke povijesti tržišnog gospodarstva“.

Nedostatak je alternativnih izvora financiranja kao što su: dionički fondovi, privatni investitori, poslovni anđeli, fondovi rizičnog kapitala te crowdfunding kampanje. Hrvatska banka za obnovu i razvitak navodi kako se scena rizičnog kapitala (engl. *private equity*) u Hrvatskoj razvija te kako postoje alternative klasičnim izvorima financiranja poduzeća. Profesor Marko Kolaković naglašava kako danas stoje na raspolaganju i drugi izvori financiranja kao što su poslovni anđeli ili fondovi rizičnog kapitala, no hrvatski se poduzetnici za njih teško odlučuju jer investitori na taj način ulaze u vlasničku glavnica mladih poduzetnika (Litvan, 2022).

U Republici Hrvatskoj ključnu ulogu u razvoju sektora malih i srednjih poduzeća ima Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR, 2019:9). HBOR je razvojna i izvozna banka te izvozno-kreditna agencija Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Usluge HBOR-a kao što su: kreditiranje, ulaganje u fondove rizičnog kapitala, osiguravanje izvoza, izdavanje garancija te savjetovanje, pomažu poduzetnicima u realizaciji poslovnih ideja i njihovom rastu. Iako kategorija pristup novcima nije najbolje ocijenjena unutar GEM istraživanja, dobra je činjenica kako ocijene u obje komponente rastu. Tome je u velikoj mjeri pridonijela upravo Hrvatska banka za obnovu i razvoj koja neprestano kreditira male i srednje poduzetnike u svrhu moderniziranja i proširenja poslovanja te povećanju broja radnim mjestima (HBOR, 2017).

Finska se ističe kao država s poticajnim poduzetničkim okruženjem čije su komponente znatno iznad prosjeka Europske unije. Dostatnost financijskih sredstava te lakoća dobivanja financijskih sredstava ocijenjene su ocjenama iznad 5, što ukazuje na činjenicu kako komponente utječu stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Prema istraživanju OECD-a kreditiranje malih i srednjih poduzeća raste iz godine u godinu te je u 2020. godini naraslo za 11,2% u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Dostupni su fondovi rizičnog kapitala. Finska udruga rizičnog kapitala uložila je 951 milijun eura u novoosnovana poduzeća i tvrtke u ranoj

fazi rasta tijekom 2020. godine. Usporedbe radi, u Hrvatskoj je u 2022. godini ulaganje rizičnog kapitala doseglo tek 430 milijuna eura.

Financijsko tržište Finske daleko je razvijenije od financijskog tržišta u Hrvatskoj. Razvijeniji su alternativniji oblici financiranja, a tome u prilog govore brojke fondova rizičnog kapitala. Podaci pokazuju kako je komponenta dostatnosti financijskih sredstava u Finskoj ocijenjena ocjenom 7,13, dok je u Hrvatskoj ocijenjena s 4,83. Lakoća dobivanja financijskih sredstava je u Finskoj ocijenjena ocjenom 6,61, dok je u Hrvatskoj ocjena 4,11.

2. Vladine politike prema poduzetništvu

Vladine politike i programi prema poduzetništvu značajno utječu na razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji. U tablicama 13 i 14 prikazane su ocjene za navedenu komponentu poduzetničkog okruženja u Finskoj i Hrvatskoj.

Tablica 13 Prioriteti i podrška vlade

Prioriteti i podrška vlade			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	2,72	5,5	4,52
2022.	3,11		4,28

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Tablica 14 Porezi i regulativa

Porezi i regulativa			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	3,43	6,30	4,70
2022.	3,71		4,67

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

S obzirom da postoji značajna veza između poduzetničke aktivnosti i ekonomskog rasta zemlje, vlade neprestano kreiraju politike i programe kojima bi potaknuli poduzetničku aktivnost

unutar zemlje (Bosma et. al., 2022). Prema Bilas, Franc i Sadiković (2010) politika vlade utječe na poduzetničku aktivnost na dva načina: prvo utječe na količinu i kvalitetu inputa u poduzetničkom procesu (obrazovanje, porezne olakšice i sl.), a drugo, utječe na strukturu koja određuje na koji će se način odvijati poduzetnički proces. Vlada svojim politikama direktno utječe na poduzetnike i njihovu aktivnost, a u konačnici na gospodarski rast zemlje.

Prema ocjenama eksperata u Hrvatskoj, poduzetništvo nije prioritet hrvatske vlade. Ocjena ove komponente je nešto veća od 3. U Hrvatskoj se nova i rastuća poduzeća teško nose s birokracijom te regulatornim zahtjevima. Hrvatsko je zakonodavstvo izuzetno kompleksno i tromo, a u prilog mu ne idu neprestane izmjene koje se u njemu događaju. Sustav je trom, a pojedine se dozvole i papiri čekaju po nekoliko tjedana (Singer et. al., 2022).

Mala i srednja poduzeća teško mogu samostalno pratiti promjene i prilagođavati se novim zakonskim i regulatornim okvirima. Promjene su prečeste, što znatno otežava poslovanje. Početkom 2023. godine poslovanje je doživjelo značajne promjene prelaskom iz kune u euro. U 2024. godini, nova porezna reforma obuhvaća devet poreznih zakona. Ekonomisti su skeptični o stvarnoj suštini reforme, sumnjajući u motive reforme. Međutim, promjene su neizbježne, zahtijevaju prilagodbu i učenje od poduzetnika, posebno malih i srednjih (Hlevnjak, 2023)

Na temelju ocjena o vladinim politikama prema poduzetništvu, prioritet je finske Vlade potpora i promicanje poduzetništva. Politike i programi vezani uz poduzetništvo u nadležnosti su Ministarstva zapošljavanja i gospodarstva te njegovoj suradnji s ostalim nadležnim tijelima. Planiranje i provedba politika često uključuje suradnju s privatnim sektorom i nevladinim organizacijama. Vlada Finske svojim politikama potiče jačanje uključivog poduzetništva te svim ljudima, bez obzira na njihove osobne karakteristike i porijeklo, omogućava otvaranje vlastitog poslovnog pothvata. Nastoje poticati poduzetnički potencijal među posebno ranjivim skupinama kao što su: žene, imigranti, mladi, starije osobe, nezaposleni i osobe s invaliditetom (OECD, 2017:3).

Prema izvješću OECD-a (2022/2023), poslovno je okruženje u Finskoj pogodno za poduzetništvo s niskim regulatornim opterećenjem povezanim s pokretanjem poslovanja i širokim mogućnostima financiranja. Osim toga, finska je Vlada osnovala javni portal koji pruža sve informacije za novoosnovana poduzeća.

Finska Vlada daleko više napora ulaže u olakšavanje pokretanja i razvoja poduzetničkih pothvata te svoje politike usmjerava i prema marginalnim skupinama. Na taj način ravnomjerno potiče poduzetničku aktivnost i gospodarski rast zemlje.

3. Vladini programi za poduzetništvo

Vladini su programi za poduzetništvo nešto bolje ocijenjena komponenta poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj u usporedbi s vladinim politikama. Ipak, i vladini programi djeluju destimulirajuće na poduzetničku aktivnost, a o tome svjedoče podaci prikazani u tablici 15.

Tablica 15 Vladini programi za poduzetništvo

Vladini programi za poduzetništvo			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	4,11	5,60	5,06
2022.	3,94		4,96

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Vladini programi za poduzetništvo označavaju vladine programe i strategije usmjerene na osnivanje i rast poduzeća. Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva (2016), država provodi poticajne mjere i aktivnosti radi razvoja malog gospodarstva. Međutim, iako postoje mjere koje potiču rast i razvoj gospodarstva, ocjena ove komponente iznosi 3,94. Ona ukazuje kako mjere i dalje ne djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost u zemlji. Prema prosječnoj ocjeni ove komponente poduzetničkog okruženja u Finskoj u 2022. godini (5,6), može se zaključiti kako su vladini programi za poduzetništvo razvijeniji u Finskoj, u odnosu na Hrvatsku (3,94). Neki od trenutačno aktualnih programa poticanja poduzetništva u Finskoj su: Business Finland Strategy, Finland defining the future – Our strategy for 2025., 2030 Agenda – Sustainable Development Goals te niz programa donesenih 2021. godine, a čiji će se rezultati vidjeti u razdoblju do 2027. godine. Potiče se rast i razvoj poduzeća, ali i njihova internacionalizacija. U sklopu programa naglašava se kako je važno identificirati dugoročne strateške politike koje su usmjerene unapređenju poduzetništva (Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland, 2023), a neke od njih su:

- pojednostavljenje regulative i postupka izdavanja dozvola

- izgradnja poslovnih vještina
- povećanje međusektorske suradnje i dijaloga s interesnim skupinama izvan vladinih okvira
- osiguranje pristupa financiranju razvojem financijskih tržišta
- poticanje internacionalizacije malih i srednjih poduzeća.

Obje države provode programe vezane uz poduzetništvo, kako u sklopu Europske unije, tako i donošenjem vlastitih programa za poduzetništvo. Ciljevi su slični, no razlika se uočava u brzini provedbe i uspješnosti realizacije.

4. Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije

Hrvatska i Finska imaju posve različite obrazovne sustave (Bračun, 2015:1). GEM istraživanje prati obrazovanje za poduzetničke kompetencije kroz dvije komponente: razina osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja te tercijarna razina.. Eksperti su u Hrvatskoj obrazovanje ocijenili kao jednu od najlošije ocjenjenih komponenti u 2021. godini. Usporedna zemlja, Finska, ima daleko bolje rezultate te se ubraja u najbolje ocjenjenu zemlju u 2021. godini. Usporedni se podaci nalaze u tablicama 16 i 17.

Tablica 16 Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje

Poduzetničko obrazovanje – osnovno i srednje			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	2,71	6,09	3,35
2022.	2,85		3,23

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Tablica 17 Poduzetničko obrazovanje - tercijarno

Poduzetničko obrazovanje – tercijarno			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	3,41	6,00	4,62
2022.	3,77		4,60

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Komponenta poduzetničkog obrazovanja u Finskoj stimulirajuće djeluje na poduzetničku aktivnost. Naime, Finska je bila najbolje ocijenjena država članica Europske unije u pogledu obrazovanja. Poduzetničko je obrazovanje vrlo snažna karika poduzetničkog okruženja u promatranoj skandinavskoj zemlji dok se Hrvatska nalazi na začelju u usporedbi sa zemljama članicama Europske unije. Iako je poduzetničko obrazovanje gotovo svake godine ocijenjeno kao destimulirajuće, Hrvatska i dalje nije provela cjelovitu obrazovnu reformu. Hrvatski su eksperti izjavu „Osnovno i srednjoškolsko obrazovanje posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća“ ocijenili ocjenom 2,81 (najniža ocjena 0, najviša ocjena 10), dok su izjavu „Više škole i fakulteti osiguravaju dobru i adekvatnu pripremu za pokretanje i razvijanje novih poduzeća“ ocijenili s 2,61. Niske ocjene upućuju na to kako obrazovni sustav u Republici Hrvatskoj nije adekvatno i dovoljno posvećen razumijevanju poduzetništva niti razvijanju i jačanju poduzetničkih osobina (Singer et. al., 2022). Lucić i Matačić (2022) navode kako finski obrazovni sustav nije lagan za učenike, ali ih uči odgovornosti, organiziranosti i predanosti te u isto vrijeme osigurava individualizirani tempo za svakog učenika. Obrazovanje doživljavaju kao alat kojim stječu vještine za samostalan život i karijeru. Nastavnici navode kako se veliki dio obrazovnog procesa bazira na projektnoj nastavi kojom se razvijaju praktične vještine.

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije igraju važnu ulogu u stvaranju stimulirajućeg poduzetničkog okruženja. Poduzetničke kompetencije nisu samo ključne za pokretanje i vođenje poduzeća, već su nužne za osiguravanje gospodarskog rasta kroz inovacije i proaktivnost. Nužno je poduzetničko obrazovanje uvrstiti u obrazovni sustav već od predškolske dobi. Ono će omogućiti pojedincima lakše prepoznavanje poslovnih prilika te lakše poslovanje u nesigurnim i kompleksnim uvjetima. Finska je izvrstan dokaz koliko ulaganje u obrazovanje donosi ploda cijelom gospodarstvu.

5. Transfer istraživanja i razvoja

Transfer istraživanja i razvoja najlošije je ocijenjena komponenta GEM istraživanja u Republici Hrvatskoj. Naime, ocjena se iz godine u godinu kreće oko 3 što je ponovno manje od prosjeka Europske unije. Naravno, Finska prednjači s ocjenama i u ovoj komponenti. Naime, njezina je ocjena iznosila 6 što je daleko više od prosjeka Europske unije i dvostruko više od ocjene Republike Hrvatske. Rezultati dobiveni istraživanjem prikazani su u tablici 18.

Tablica 18 Transfer istraživanja i razvoja

Transfer istraživanja i razvoja			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	3,29	6,00	4,49
2022.	3,36		4,21

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2021), udio izdataka za istraživanje i razvoj u BDP-u u 2021. godini iznosio je 730 milijuna eura, odnosno 1,27%. Prema podacima Zavoda (2022), udio izdataka za istraživanje i razvoj u BDP-u u 2022. godini iznosio je 955 milijuna eura, odnosno 1,43%. Činjenica je kako se udio izdataka u istraživanje i razvoj povećava, no zabrinjava činjenica kako 72% sredstava financiraju tvrtke iz vlastitih izvora. Naime, za rast i inovativnost nužna je suradnja istraživačkog i poslovnog sektora, a u poticanju ove suradnje ključnu ulogu bi trebala imati država.

Prema Statističkom uredu Finske, izdvajanja u istraživanje i razvoj povećavaju se iz godine u godinu. U 2022. godini uloženo je 271,8 milijuna eura, više nego 2021. godine. U državnom proračunu za 2022. godinu ukupna izdvajanja za aktivnosti istraživanja i razvoja iznose 2488,5 milijuna eura (Statistic Finland, 2022). Prema dostupnim podacima Državnog zavoda za statistiku u Finskoj, izdaci za istraživanje i razvoj u BDP-u u 2022. godini iznose 3%, dvostruko više u odnosu na Hrvatsku. Finska izdvaja dvostruko veći iznos sredstava BDP-a od Hrvatske. Na to ukazuju i znatno veće ocjene eksperata u vidu navedene komponente. Finsko je gospodarstvo svjesno kako samo inovativnim proizvodima mogu opstati na tržištu. Zanimljiva je činjenica kako bivši premijeri Finske ističu kako su državu u trenucima recesije spašavali dodatnim ulaganjima u istraživanje i razvoj. Esko Aho je mjesto premijera zauzeo 90-ih godina kada se Finska našla u velikoj recesiji. Premijer je naglasio: „Kako bismo vratili kompetitivnost finske industrije na europskom tržištu, morali smo reformirati sustav socijalne sigurnosti te uložiti u istraživanje i razvoj“ (Tomašković, 2023). Slične su riječi premijera koji je čelnu poziciju obnašao 2008. godine.

Ulaganja u istraživanja i razvoj nužna su za opstanak malih i srednjih poduzeća na međunarodnom tržištu. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2022), mala i srednja

poduzeća ne mogu izdvajati značajna financijska sredstva u istraživanje i razvoj, kako zbog svoje veličine, tako i zbog svoje likvidnosti.

6. Profesionalna i komercijalna infrastruktura za poduzetništvo

Profesionalna i komercijalna infrastruktura podrazumijeva sve institucije koje pružaju usluge nositeljima poduzetničkih aktivnosti (Singer et. al., 2022). Riječ je o institucijama koje svojim uslugama i znanjem olakšavaju budućim poduzetnicima ulazak u poduzetničke vode, od stvaranja poslovne ideje do njezine realizacije. Poduzetnička infrastruktura u Republici Hrvatskoj obuhvaća poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije. Poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije pružaju potporu u obavljanju poduzetničkih aktivnosti. Rezultati su navedene komponente prikazani u tablici 19.

Tablica 19 Profesionalna i komercijalna infrastruktura

Profesionalna i komercijalna infrastruktura			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	4,80	6,90	5,82
2022.	5,00		5,66

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Eksperti su komponentu Profesionalne i komercijalne infrastrukture ocijenili ocjenom 5. Ocjena je nešto viša u odnosu na 2021. godinu, ali u isto vrijeme niža od prosjeka Europske unije. Finska se, kao i u ostalim komponentama nalazi na samom vrhu.

Prema izvješću OECD-a iz 2017. godine i GEM istraživanju, Finska je dobila visoku ocjenu za komponentu Profesionalne i komercijalne infrastrukture. Ocjena je bila iznad prosjeka Europske unije. Prema izvješću OECD-a i GEM istraživanju, Finska ima pregršt institucija koje su usmjerene pružanju podrška prilikom pokretanja poslovnog pothvata, ali i izlaska iz njega. Međutim, postoji problem u njihovoj međusobnoj suradnji. OECD (2017) navodi kako je potrebno ojačati komunikaciju i suradnju između poduzetničkih potpornih institucija i zapošljavanja te privatnog sektora. Nadalje, navodi kako poduzetničke potporne institucije imaju stručnost u podršci klijentima da pokrenu poslovni pothvat, ali ne prepoznaju potencijal

i potrebe ciljnih skupina (osobe s invaliditetom, migranti). Ciljne skupine kao što su osobe s invaliditetom i migranti, moraju imati jednake mogućnosti kao i ostali pojedinci te ih se jednako treba poticati na poduzetništvo.

Iako Profesionalna i komercijalna infrastruktura djeluje stimulirajuće na poduzetništvo, ostaje prostor za napredak. U obje države nedostaje suradnja između poduzetničkih potpornih institucija, kako međusobno tako i s ostalim sektorima društva. U Hrvatskoj postoji znatan broj poduzetničkih potpornih institucija, no u većini slučajeva usmjerene su na pokretanje poslovnog pothvata, a nedostaju potporne institucije koje potiču inovaciju i koje su usmjerene na rast poduzeća.

7. Otvorenost domaćeg tržišta

Najveće međunarodno istraživanje o poduzetništvu komponentu otvorenosti domaćeg tržišta dijeli na njegovu dinamiku i barijere ulaska. Prema ocjenama eksperata u Hrvatskoj, dinamika djeluje stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Njezina ocjena iz godine u godinu raste te ukazuje na pozitivan napredak. Hrvatska ima nešto bolje rezultate i od prosjeka Europske unije. S druge pak strane, barijere ulaska na tržište djeluju destimulirajuće. Hrvatska je jedna od najgore ocijenjenih zemalja Europske unije. U 2022. godini ocjena je iznosila svega 3,8, što je ispod prosjeka zemalja Europske Unije. Finski su eksperti barijere ulaska na tržište ocijenili puno boljom ocjenom, a ona iznosi 6,10. Naime, ulazak na tržište je pojednostavljen, što djeluje stimulirajuće na poduzetničku aktivnost, a rezultati su prikazani u tablici 20.

Tablica 20 Dinamika promjena

Dinamika promjena			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	5,83	4,20	4,77
2022.	6,53		5,21

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Hrvatska dugi niz godina ima problem sa složenim regulatornim okvirom, promjenjivim poreznim politikama te nepoštenim poslovnim praksama. Naime, zakoni i porezne politike se

često mijenjaju ovisno o aktualnoj vlasti. Osim toga, Hrvatska je korumpirana zemlja. Dokaz tomu su rezultati njemačke udruge Transparency International iz Berlina. Riječ je o istraživanju čiji je rezultat Indeks percepcije korupcije. Prema navedenom indeksu (2023), Hrvatska se nalazi na 57. mjestu od 180 država svijeta. U 2022. godini je zemlja napredovala za 3 boda, s 47 na 50 bodova. Napredak je poprilično spor, a rezultat i dalje loš. Naime, zemlja se nalazi na granici između korumpiranih i nekorumpiranih država, a prema rezultatima zaostaje za 14 bodova od prosjeka Europske unije. Jedino lošije od Hrvatske su Rumunjska, Bugarska i Mađarska. Prosječna ocjena Europske unije iznosi 64 boda. Jedna od najbolje ocijenjenih država je Finska. Najtransparentnije države su: Danska, Finska te Švedska. Finska je u 2022. godini imala 87 bodova.

U Republici Hrvatskoj veliki je problem birokracija. Naime, sustav je trom i pun papirologije. Europska komisija prati digitalni napredak država članica kroz Indeks digitalnog gospodarstva i društva. Prema DESI indeksu za 2021. godinu, Hrvatska se nalazila na 19. mjestu od ukupno 27 država članica Europske unije. Prema istraživanju, najviše je mjesta za napredak u kategoriji Digitalne javne usluge gdje Hrvatska najviše zaostaje za ostalim članicama Europske unije (Apsolon, 2022). Salihić (2022) navodi kako su prema rezultatima objavljenima u DESI izvještaju u 2022. godini najnaprednija digitalna gospodarstva Finske, Danske, Švedske i Nizozemske. Hrvatska se u 2022. godini nalazila na 21. mjestu od ukupno 27. zemalja članica Europske unije. Riječ je o blagom padu, a loše ocijene eksperata potvrđuju problem birokracije u državi (Apsolon, 2022).

Tablica 21 Barijere ulaska na tržište

Barijere ulaska na tržište			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	3,51	6,10	4,80
2022.	3,80		4,74

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Prema GEM izvještaju Finske iz 2022. godine, 70% odrasle populacije smatra kako je lako otvoriti poduzeće u Finskoj. Eksperti su tvrdnju: „Porezi i drugi državni propisi primjenjuju se na nove i rastuće tvrtke na predvidljiv i dosljedan način“ ocijenili ocjenom 6,39, dok su tvrdnju „Nositi se s vladinom birokracijom, propisima i zahtjevima za financiranje nije pretjerano teško

za nove i rastuće tvrtke“ ocijenili ocjenom 6,33. Regulatorni okvir i birokracija djeluju stimilirajuće na poduzetničku aktivnost Finske.

8. Fizička infrastruktura

Fizička je infrastruktura najbolje ocijenjena komponenta poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj. Naime, ona djeluje stimilirajuće prema poduzetničkoj aktivnosti u Republici Hrvatskoj. Ocjena se kreće blizu prosjeka Europske unije. Međutim, zabrinjava činjenica kako se njezina ocjena smanjuje od 2020. do 2023. godine. Prema GEM istraživanju, 2021. godine komponenta je dobila ocjenu 6, dok je već sljedeće 2022. godine ocijenjena s 5,53. Finska je i prema razvijenosti ove komponente poduzetničkog okruženja u samom vrhu. Njezina ocjena iznosi gotovo 9. Vidljivo je kako fizička infrastruktura u Finskoj ne stvara nikakav problem za poduzetničku aktivnost.

Tablica 22 Pristup fizičkoj infrastrukturi

Pristup fizičkoj infrastrukturi			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	6,00	8,60	6,65
2022.	5,53		6,32

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

Fizička infrastruktura podrazumijeva prometnu, komunalnu i telekomunikacijsku infrastrukturu. Razvoj prometne infrastrukture značajan je za poduzetničku aktivnost u zemlji, ali je značajan i za rast i razvoj gospodarstva općenito. Prometna je infrastruktura ključna za međunarodnu povezanost, a bitno utječe na izvoz proizvoda i usluga. Hrvatska ima razvijenu Strategiju prometnog razvoja (2017-2030) prema kojoj je cestovna mreža duga 26.953,00 km te se sastoji od 1.419,50 km autocesta, 7.097,70 km državnih cesta, 9.498,50 km županijskih cesta te 8.937,30 km lokalnih cesta (MMPI Strategija, 2016). Paneuropski prometni koridori Vb, Vc, X i Xa prolaze kroz hrvatski državni teritorij. Izgrađene autoceste sastavni su dio koridora. Cestovna povezanost s ostalim državama članicama Europske unije poprilično je dobra, a državne, županijske i lokalne ceste u neprestanom su razvoju. Nažalost, željeznička infrastruktura u Republici Hrvatskoj nije značajno razvijena. Nikola Ljuban, član uprave HŽ-

a 2020. godine, navodi kako nisu bila značajna ulaganja u željeznice jer je fokus bio na cestovnoj infrastrukturi. Najavljene su značajne investicije za obnovu i izgradnju željezničke infrastrukture koja je poprilično zastarjela, spora i neprofitabilna. Zračni je promet nešto malo bolji od željezničkog, no daleko ispod standarda Europske unije. Osnovni preduvjet za njegov razvoj su zračne luke. Primarne zračne luke u Hrvatskoj su Zagreb, Split i Dubrovnik, dok su sekundarne Osijek, Rijeka, Pula i Zadar. Hrvatska bilježi rast putničkog prometa, izostave li se pandemijske godine. Međutim, problem je u putničkoj sezonalnosti jer se promet usko veže uz turizam. Usvojena Strategija prometnog razvoja (2017-2030.) naglasak stavlja na inovacije i modernizaciju zrakoplovne i zračne flote. Dundović i Plazibat (2011) navode kako je postojeća mreža pomorskih luka, autocesta, primarnih cesta zračne plovidbe dobro razvijena te pruža dobru pokrivenost područja, no zaostaci su vidljivi u obnovi i modernizaciji infrastrukture u području željeznice i unutarnjih plovnih puteva.

Osim prometne, izuzetno je važna telekomunikacijska infrastruktura. Digitalizacija je od velike važnosti za gospodarski rast. Osnovni preduvjet za digitalizaciju je širenje i poboljšanje telekomunikacijske infrastrukture. Lider (2016) izdvaja kako su telekomunikacijske naknade previsoke, postoje administrativne prepreke te je važno pojednostaviti proces razvoja infrastrukture. Poslovni dnevnik (2023) navodi kako u Hrvatskoj i dalje postoje tzv. bijele zone u kojima nema mobilnog signala velike brzine ili je on vrlo slab te je onemogućeno korištenje digitalnih tehnologija. Hrvatska je po pitanju 5G mreže u europskom prosjeku, dok je po pitanju 4G i 3G pri začelju. Problem bi se trebao riješiti kroz projekt financiran iz Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021-2026. Riječ je o projektu „Razvoja i implementacije pasivne elektroničke komunikacijske infrastrukture na ruralnim i slabo naseljenim područjima“. Projektom bi se izgradila elektronička komunikacijska infrastruktura u područjima slabog interneta.

Jedna od najbolje ocijenjenih zemalja u području fizičke infrastrukture je Finska. Prema dokumentu o fizičkoj infrastrukturi iz 2017. godine, Finska ima 105.000 km cesta i ulica, 6.000 km željezničke pruge, 11.500 km telekomunikacijske i toplinske mreže. Postoji 20 trgovačkih luka i oko 10 luka s međunarodnim vezama namijenjenima za putnike. Finska ima 26 zračnih luka. Prema dostupnim podacima, 93% stanovništva i 68% robe prevozi se cestama. Ceste imaju ključnu ulogu u fizičkoj infrastrukturi. U tijeku su projekti obnove cesta, plovnih putova i željeznica. Finska je prva država na svijetu koja je internet proglasila temeljnim ljudskim pravom. Važnost digitalizacije i telekomunikacijske infrastrukture Finska je uočila 2010.

godine kada je donijela odluku kako svaki stanovnik ima pravo pristupa internetu uz minimalno dopuštenu brzinu 1 megabita po sekundi.

9. Kulturne i društvene norme

Činjenica je kako su ljudi okruženi medijima te isti oblikuju njihove stavove. Oni pomažu u donošenju odluka, informiraju, educiraju i zabavljaju te znatno utječu na život svakog pojedinca. Iz svega navedenog važno je kakve će se priče prezentirati putem medija. S obzirom da poduzetništvo direktno utječe na gospodarski rast zemlje, od iznimne je važnosti na koji će način mediji oblikovati javno mišljenje prema poduzetništvu i poduzetničkoj aktivnosti. Hrvatska se ne može pohvaliti pozitivnim stavom društva prema poduzetništvu. Percepcija poduzetništva u društvu se unutar GEM istraživanja prati kroz mišljenje ispitanika o poduzetničkoj karijeri, društvenom statusu poduzetnika te usmjerenoj medijskoj pozornosti prema uspješnim poduzetnicima. U 2022. godini, 63% ispitanika smatra kako je „Biti poduzetnik dobar izbor karijere“. Hrvatska se po navedenom stavu nalazi unutar prosjeka Europske unije gdje 62,2% ispitanika smatra kako je „Biti poduzetnik dobar izbor karijere“. Međutim, svega 54,8% ispitanika smatra kako „Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu“. Rezultat je daleko ispod prosjeka Europske unije gdje 68,1% ispitanika smatra kako „Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu“. Prilično loše ocjene vezane uz korupciju, koje su objašnjenje u prethodnom djelu rada uništavaju društveni statusi o poduzetništvu koje je gotovo pa nemoguće ispraviti u kratkom roku. Tome u prilog ide i činjenica kako mediji ne promoviraju priče uspješnih poduzetnika. Iako se stav prema poduzetništvu mijenja, promjena zahtijeva dugi vremenski rok te promjenu fokusa na uspješne mlade poduzetnike.

Kulturne i društvene norme su u Hrvatskoj ocijenjene s 3,38 što se smatra poprilično destimulirajućom komponentnom poduzetničkog okruženja. Finska je daleko bolja u usporedbi s Hrvatskom, ali i usporedno s prosjekom Europske unije. Ova komponenta poduzetničkog okruženja u Finskoj ima ocjenu 5,4 što ukazuje na činjenicu kako kulturne i društvene norme u zemlji utječu stimulirajuće na poduzetništvo. Rezultati su prikazani u tablici 23.

Tablica 23 Kulturne i društvene norme

Kulturne i društvene norme			
	Hrvatska	Finska	EU
2021.	2,96	5,40	4,67
2022.	3,38		4,46

Izvor: GEM Hrvatska (Singer et. al., 2023)

5. Rasprava

Analiza poduzetničkog okruženja u sklopu GEM istraživanja omogućila je detaljniji uvid u razvijenost svake komponente. Rezultati su pokazali značajne razlike između poduzetničkih okolina u Finskoj i Hrvatskoj. Naime, Hrvatska ima daleko više komponenti koje djeluju destimulirajuće na poduzetničku aktivnost te rast i razvoj poduzeća. Hrvatska je u nekim komponentama na začelju europskih zemalja, što ukazuje na važnost hitnih promjena te reakcije vlade u otklanjanju prepreka, ali i poticanju programa i obrazovanja o poduzetništvu na svim razinama. S druge pak strane, Finska je među najbolje ocjenjenim zemljama u sklopu cjelokupnog GEM istraživanja. Svaka je komponenta ocijenjena ocjenom većom od 5, što ukazuje na stimulirajuću poduzetničku okolinu.

Najznačajnije razlike vidljive su unutar komponenti: transfer istraživanja i razvoja, obrazovanje – osnovno i srednje, porezi i regulative te lakoća dobivanja financijskih sredstava. Transfer istraživanja i razvoja podrazumijeva suradnju istraživačkog i poslovnog sektora. Hrvatska je 2022. godine u istraživanje i razvoj uložila 955 milijuna eura, dok je Finska uložila 2488 milijuna eura. Tome u prilog idu i ocjene eksperata za ovu komponentu. Naime, ova komponenta poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj ocijenjena je ocjenom 3,36 dok je u Finskoj ocijenjena ocjenom 6,00. Finska prepoznaje važnost ulaganja u istraživanje i razvoj. Bez inovativnih proizvoda i procesa teško je opstati na dinamičnom tržištu i ostvariti/zadržati konkurentsku prednost. Osim promatranog, velike razlike u ocjenama vidljive su unutar obrazovanja, s naglaskom na osnovno i srednje obrazovanja. Naime, poduzetničke se kompetencije razvijaju od najmanjih uzrasta. Ocjena ove komponente u Hrvatskoj je 2,85, dok je ocjena u Finskoj 6,09, što je ujedno i područje, u kojoj je i najveća razlika između ove dvije zemlje. Poduzetničko obrazovanje ima ključnu ulogu za razvoj poduzetničkih znanja i vještina, te stvaranja pozitivnog odnosa prema poduzetničkoj karijeri. Pojedinač se ne rađa kao poduzetnik, već uči biti poduzetnik. Poduzetničko se obrazovanje mora ugraditi u programe od najranije dobi, a ključnu ulogu u vidu ove komponente ima država koja bi trebala provesti cjelovitu obrazovnu reformu. Također, porezi i regulativa u Hrvatskoj djeluju destimulirajuće na bilo gospodarsku aktivnost. Ova komponenta poduzetničkog okruženja ocijenjena je ocjenom 3,71 dok je u Finskoj ocijenjena ocjenom 6,30. U Hrvatskoj su porezne reforme česte, a birokracija predstavlja ključan problem za napredak i razvoj društva u cjelini. Poduzetnici neprestano moraju pratiti promjene koje iziskuju puno vremena i financijskih sredstava. Ključnu ulogu u ostvarivanju ciljeva, odnosno rastu i razvoju ima lakoća dobivanja financijskih

sredstava. Naime, ova je komponenta ponovno puno bolje ocjenjena u Finskoj. Njezina je ocjena iznosila 6,61, dok je u Hrvatskoj iznosila 3,73. U skandinavskoj su zemlji daleko razvijeniji alternativni načini financiranja. Hrvatski se poduzetnici u velikoj mjeri oslanjaju na bankarske kredite, koji teško mogu biti prikladan izvor financiranja za pokretanje poduzetničkih pothvata, ali i njihov rast i razvoj.

Najbolje ocijenjena komponenta poduzetničkog okruženja obje zemlje je fizička infrastruktura. Naime, eksperti su fizičkoj infrastrukturi u Hrvatskoj dodijelili ocjenu 5,53, dok su Finskoj dodijelili ocjenu 8,60, što znači da ova komponenta poduzetničkog okruženja ne ometa poduzetničku aktivnost ni u jednoj od ove dvije države.

U GEM istraživanje je od 2018. godine, uvršten i NECI indeks, koji predstavlja kompozitni indeks kvalitete cjeline poduzetničke okoline. U istraživanju se primjenjuje Likertova ljestvica od 0-10. Hrvatsko je poduzetničko okruženje ocjenjeno ocjenom 4,1 dok je finsko poduzetničko okruženje ocjenjeno ocjenom 6,2. S obzirom da je granična ocjena 5, poduzetničko se okruženje Hrvatske može definirati kao destimulirajuće dok se finsko poduzetničko okruženje definira kao stimulirajuće za poduzetničke aktivnosti.

S obzirom da mikro, mala i srednja poduzeća predstavljaju 99,7% poduzeća u ukupnoj strukturi poduzetnika, nužno im je osigurati stabilno i poticajno poduzetničko okruženje sa što manje prepreka u realizaciji njihovih ciljeva. Njihov rast i razvoj generira nova radna mjesta te ostvaruje znatni udio prihoda u ukupno ostvarenim prihodima države kroz godinu. Zbog toga bi svaka vlada kao jedan od svojih prioriteta trebala imati jačanje svih komponenti poduzetničkog okruženja, kako bi poduzetničko okruženje bilo stimulirajuće za rast i razvoj poduzeća koja direktno utječu na razvoj gospodarstva u cjelini.

6. Zaključak

Analizom strukture poduzetnika u Republici Hrvatskoj, može se uočiti kako mikro, mala i srednja poduzeća čine udio od 99,7%. Njihov se značaj ogleda kroz generiranje novih radnih mjesta, visokim prihodima te inovacijama, te bi u fokusu svake države trebala biti i podrška njihovom razvoju. Cilj rada bio je utvrditi na koji način poduzetničko okruženje utječe na rast i razvoj poduzeća te usporediti poduzetnička okruženja među promatranim zemljama. Poduzetničko okruženje može djelovati stimulirajuće ili destimulirajuće na poduzetničku aktivnost te rast i razvoj poduzeća. U radu su se uspoređivala poduzetnička okruženja Republike Hrvatske i Finske, temeljeno na podacima GEM istraživanja, koje može dati dobru podlogu za donošenje odluka temeljenih na dokazanim i relevantnim, znanstveno potvrđenim informacijama. Analizom je utvrđeno kako je poduzetničko okruženje u Hrvatskoj destimulirajuće za osnivanje i razvoj poduzetničkih pothvata. Karakteriziraju ga neprestane promjene zakona i poreznih regulativa, nedjelotvorne poduzetničke potporne institucije, nedovoljno razvijeno tržište kapitala, slab transfer istraživanja i razvoja te prilično loše obrazovanje. Osim navedenog, stanovništvo ima visoku percepciju o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata i visoku percepciju o vlastitom znanju. S druge pak strane, postoji veliki strah od neuspjeha. U Hrvatskoj je neznatno više poduzeća koja se pokreću iz prilike od onih iz nužde, što govori o relativno niskom motivacijskom indeksu.

Usporedbom poduzetničkih okruženja, zaključujem kako ono znatno utječe na pokretanje, ali i na rast i razvoj poduzetničkih pothvata. Finska kroz svoje obrazovanje, razvijeno tržište kapitala, pojednostavljenu birokraciju i rijetke promjene u zakonskim i poreznim okvirima, osigurava puno bolju podršku poduzetničkoj aktivnosti u državi. Analizom pojedinih komponenti poduzetničkog okruženja država kao što je Finska, čija su poduzetnička okruženja razvijena i stimulirajuća za razvoj poduzetničke aktivnosti, mogu se izvući korisne informacije za potrebne promjene poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj, kako bi i ono postalo podržavajuće za razvoj poduzetničke aktivnosti. Podržavajuće poduzetničko okruženje doprinosi razvoju poduzetničkih aktivnosti, što u konačnici direktno doprinosi i gospodarskom rastu i razvoju, što je i cilj svake države.

Literatura

1. Ban, J., (2023) Po ulaganjima rizičnog kapitala od 430 milijuna eura bolji smo od EU prosjeka, Lider.hr, <https://www.poslovnih.hr/hrvatska/po-ulaganjima-rizicnog-kapitala-od-430-milijuna-eura-bolji-smo-od-eu-prosjeka-4395913>, (pristupljeno 23.10.2023.)
2. Bičak, D., (2014) Neuspjeh nije sramota već iskustvo za daljnji razvoj, <https://www.poslovnih.hr/poduzetnik/neuspjeh-nije-sramota-vec-iskustvo-za-daljnji-razvoj-284891>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
3. Bilas, V., (2010) Komparativna analiza razine poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj i odabranim zemljama, <https://hrcak.srce.hr/file/87512>, (pristupljeno 23.10.2023.)
4. Boko, L., (2018) Poduzetnici, pretvorite strah od neuspjeha u saveznika, Lider.hr, <https://lidermedia.hr/aktualno/poduzetnici-pretvorite-strah-od-neuspjeha-u-saveznika-46104>, (pristupljeno 23.10.2023.)
5. Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Sovers, A., Kelley, D., Guerrero, M., Schott, T., (2022) Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report, Babson College, SAD, [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/gem-global-report-2020-21-web-1620064317%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/gem-global-report-2020-21-web-1620064317%20(2).pdf), (pristupljeno 02.12.2023.)
6. Bračun, S., (2015) Razina obrazovanja utječe na poduzetničke aktivnosti, a time i na brži gospodarski rast – sličnosti i razlike Hrvatske i Finske, Tehničko veleučilište u Zagrebu, <https://hrcak.srce.hr/file/286899> (pristupljeno 23.10.2023.)
7. Churchill, C. N., Lewis, L. V. (1983) The Five Stages of Small-Business Growth, Harvard Business Review, <https://hbr.org/1983/05/the-five-stages-of-small-business-growth>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
8. Colin, M., Ross, B., (2014) Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, OECD, <https://www.oecd.org/cfe/leed/entrepreneurial-ecosystems.pdf>, (pristupljeno 20.03.2024.)
9. Dojčinović, L., (2020) Upravljanje karijerom – Poduzetnička kompetencija, <https://hrcak.srce.hr/file/192453>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
10. Državni zavod za statistiku, (2022) Istraživanje i razvoj u 2021. godini, <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29080>, (pristupljeno 29.10.2023.)
11. Državni zavod za statistiku, (2023) Istraživanje i razvoj u 2022. godini, <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58219>, (pristupljeno 20.10.2023.)
12. Ekonomski lab, (2020) Koji problemi najviše otežavaju rast europskih poduzetnika, <https://arhivalitika.hr/blog/koji-problemi-najvise-otezavaju-rast-europskim-poduzeticima/>, (pristupljeno: 31.10.2023.)

13. Etzkowitz, H., (2022) The Triple Helix of University-Industry-Government, Implications for Policy and Evaluation, https://www.donorth.co/appurtenancy/pdfs/etzkowitz_triple_helix.pdf, (pristupljeno 06.01.2024.)
14. Europska unija, (2023) Profil zemalja: Finska, https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/finland_hr (pristupljeno 20.10.2023.)
15. Europska unija, (2023) Profil zemalja: Hrvatska, https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/croatia_hr (pristupljeno 20.10.2023.)
16. Financijska agencija (2023) Rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini – razvrstani po veličini, <https://www.fina.hr/novosti/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2022.-godini-razvrstani-po-velicini>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
17. Financijska agencija, (2022) Rezultati poslovanja poduzetnika u 2021. godini po djelatnosti, <https://www.fina.hr/novosti/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2021.-godini-po-djelatnostima> (pristupljeno: 29.10.2023.)
18. Financijska agencija, (2022) Rezultati poslovanja poduzetnika u 2021. godini – razvrstani po veličini, <https://www.fina.hr/novosti/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2021.-godini-razvrstani-po-velicini>, (pristupljeno: 30.11.2023.)
19. Financijska agencija, (2023) Rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini po djelatnosti, <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2022.-godini-po-podrucjima-djelatnosti> (pristupljeno: 31.10.2023.)
20. Foster, G., Shimizu, C., (2013) Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics, World Economic Forum, https://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf, (pristupljeno: 11.03.2024.)
21. Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, f., Zbierowski, P., Schott, T., Sahasranamam, S, Shay, J. (2023) Global Entrepreneurship Monitor: 2022/2023 Global Report Adapting to a “New normal“, Babson College, SAD, [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/open%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/open%20(4).pdf), (pristupljeno 02.12.2023.)
22. Hlevnjak, A., (2023) Početkom 2024. stiže novi krug porezne reforme... Evo što se sve mijenja, mojposao.hr, <https://www.moj-posao.net/Vijest/83638/Pocetkom-2024-stize-novi-krug-porezne-reforme-Evo-sto-se-sve-mijenja/2/>, (pristupljeno 23.10.2023.)

23. HNB, (2023) Kreditne institucije, <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/popis-kreditnih-institucija>, (pristupljeno 23.10.2023.)
24. Horvatin, T., (2013) Budućnost malih poduzeća, Ekonomski portal, <https://ekonomskiportal.com/buducnost-malih-poduzeca/>, (pristupljeno: 30.11.2023.)
25. Hrvatska banka za obnovu i razvitak, (2023) Fondovi rizičnog kapitala, <https://www.hbor.hr/fondovi-rizicnog-kapitala/622>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
26. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2019) Strategija poslovanja Hrvatske banke za obnovu i razvitak za razdoblje 2020. – 2024. <https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2020/02/HBOR-strategija-2020-2024.pdf> (pristupljeno: 17.02.2024.)
27. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2017) Malo i srednje poduzetništvo <https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2016/11/Malo-i-srednje-poduzetni%C5%A1tvo-pk-17-12-1.pdf> (pristupljeno: 17.02.2024.)
28. Hrvatska Enciklopedija, (2024) Definicija ekosustava, <https://www.enciklopedija.hr/clanak/ekosustav>, (pristupljeno: 11.03.2024.)
29. Knežević, A., (2021) Alternativnih izvora financiranja ima, ali nedostaje znanja o njima, Lider.hr, <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/svi-izvori-financiranja-za-tvrtke-svih-velicina-140246>, (pristupljeno 17.10.2023.)
30. Knežević, D., Has, M., (2018) Financiranje malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj i usporedba s Europskom unijom, <https://hrcak.srce.hr/file/298494>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
31. Lider, (2016) Tomašković: Razvoj telekomunikacijske infrastrukture u RH puno skuplji nego u Europi, <https://lidermedia.hr/preporuceno/tomaskovic-razvoj-telekomunikacijske-infrastrukture-u-rh-puno-skuplji-nego-u-europi-123382>, (pristupljeno: 11.3.2024.)
32. Litvan, G., (2022) Marko Kolaković: Zašto novi poduzetnici za financiranje najradije koriste skupe kredite, <https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/poslovna-scena-marko-kolakovic-zasto-novi-poduzetnici-za-financiranje-najradije-koriste-skupe-kredite-144243>, (pristupljeno 17.10.2023.)
33. Mezulić Juric, P., Alpeza, M., (2017) Izazovi prijenosa poslovanja u malim i srednjim poduzećima, <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Izazovi-prijenosa-poslovanja-u-malim-i-srednjim-poduze%C4%87ima.pdf>, (pristupljeno: 11.03.2024.)
34. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, (2023) Jedinствени registar poduzetničke infrastrukture, <http://reg.mingo.hr/pi/public/>, (pristupljeno 23.10.2023.)

35. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, (2017) Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. – 2030.), <https://mmpi.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/MMPI%20Strategija%20prometnog%20razvoja%20RH%202017.-2030.-final.pdf>, (pristupljeno 23.10.2023.)
36. Nanić, A., (2013) Mala i srednja poduzeća kao nosilac razvoja privrede Europske unije, Ekonomski fakultet Bihać, <https://hrcak.srce.hr/file/159709> , str. 3, (pristupljeno: 31.10.2023.)
37. Oberman Peterka, S., (2013) Poduzetničko obrazovanje, CEPOR, https://www.cepor.hr/Poduzetnicko_obrazovanje_policy%20brief_CEPOR_final.pdf, (pristupljeno 23.10.2023.)
38. Oberman Peterka, S., (2023) Poduzetničko okruženje i komponente poduzetničkog okruženja, https://moodle.srce.hr/2022-2023/pluginfile.php/7957803/mod_resource/content/0/Strategije%20rasta_P2_poduzetnicko%20okruzenje.pdf, (pristupljeno 17.10.2023.)
39. OECD, (2012) Entrepreneurship at a Glance 2012, https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/entrepreneur_aag-2012-en.pdf?expires=1704556782&id=id&accname=guest&checksum=CA48335BD289FBAD6A129A5A1CD5CE88 str. 88, (pristupljeno: 05.01.2024.)
40. OECD, (2017) Inclusive Entrepreneurship Country Policy Assessment Finalnd, <https://www.oecd.org/industry/smes/FINLAND-country-note-2017.pdf>, (pristupljeno 23.10.2023.)
41. OECDiLibrary, (2022) Financing SMEs and Entrepreneurship 2022: An OECD Scorebord: Finland, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/568ceb9a-en/index.html?itemId=/content/component/568ceb9a-en>, (pristupljeno 23.10.2023.)
42. Ožanić, M., (2017) Poduzetnički menadžment (3): Poduzetničke faze razvoja poduzeća, <https://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=125>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
43. Palameta, M., (2019) Determinante rasta poduzeća prerađivačke industrije u Republici Hrvatskoj, <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A3006/datastream/PDF/view>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
44. Perić, J., Koprivnjak, T., Marić, I., (2020) Regionalna usporedba poduzetničkih osobina i poduzetničkog ekosustava u Hrvatskoj, <https://hrcak.srce.hr/file/363526>, (pristupljeno 02.12.2023.)
45. Perković, B., (2023) Koliko su spori vlakovi u Hrvatskoj? Pogledajte usporedbu s ostatkom EU, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/koliko-su-spori-vlakovi-u>

- hrvatskoj-pogledajte-usporedbu-s-ostatkom-eu/2469748.aspx, (pristupljeno 05.01.2024.)
46. Petersen, R. D., Ahmad, N., High-growth Enterprises and Gazelles – preliminary and summary sensitivity analysis, OECD, Dostupno na: <https://web-archiv.oe.cd.org/2012-06-15/132324-39639605.pdf>, str. 1 (pristupljeno: 31.10.2023.)
47. Petric, D., (2021) Potencijal europskih i nacionalnih fondova za rast i razvoj poduzeća, <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos%3A3712/datastream/PDF/view>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
48. Ruža, F., (1989) Elementi razvojne politike poduzeća, <https://hrcak.srce.hr/file/119219>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
49. Salihović, A., (2022) Indeks gospodarske i društvene digitalizacije (DESI) za 2022. godinu, Apsolon, <https://apsolon.com/indeks-gospodarske-i-drustvene-digitalizacije-desi-za-2022-godinu/>, (pristupljeno 23.10.2023.)
50. Segetlija, Z., (1994) Neke postavke koncepcija životnog ciklusa poduzeća i životnog ciklusa proizvoda, <https://hrcak.srce.hr/file/331486>, (pristupljeno: 31.10.2023.)
51. Sievanen, P., (2017) Infrastructure sector in Finland, https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/market_studies/Infrastructure%20sector_Finland_2017.pdf, (pristupljeno 23.10.2023.)
52. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S., (2022) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM HRVATSKA 2021., Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2022/06/GEM-publikacija-2021-WEB.pdf>, (pristupljeno 02.12.2023.)
53. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S., (2022) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM HRVATSKA 2022., Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf>, (pristupljeno 02.12.2023.)
54. Spigel, B., (2020) Entrepreneurial Ecosystem; Theory, Practice and Futures, Edward Elgar, University of Edinburgh Business School, UK
55. Statistic Finland, (2022) R&D funding grows in the 2022 budget, https://www.stat.fi/til/tkker/2022/tkker_2022_2022-02-24_tie_001_en.html, (pristupljeno 23.10.2023.)

56. Statistic Finland, (2023) Gross demestic product (GDP) per capita in Finland 2007-2022, <https://www.statista.com/statistics/523793/finland-real-gross-domestic-product-gdp-per-capita-growth/>, (pristupljeno 20.10.2023.)
57. Šipić, N., (2002) Osnove poduzetništva, Poslovno Veleučilište Zagreb, <https://pvzg.hr/wp-content/uploads/2023/04/Finalni-udzbenik-Osnove-poduzetnistva.pdf>, (pristupljeno: 15.12.2023.)
58. Škuder, R., (2023) Slavica Singer: Poduzetnička okolina ne smije zagorčavati život poduzetnika, <https://www.nacional.hr/slavica-singer-poduzetnicka-okolina-ne-smije-zagorcavati-zivot-poduzetnika/>, (pristupljeno 25.10.2023.)
59. Štiglec, I., Lucić, M., Matičić, V., (2022) Finski obrazovni sustav iz zadnje klupe, škole.hr, <https://www.skole.hr/finski-obrazovni-sustav-iz-zadnje-klupe/>, (pristupljeno 25.10.2023.)
60. Transparency International Hrvatska, (2023) Hrvatska napredovala za 3 boda nalazi se na 57. mjestu a 50 bodova, <https://transparency.hr/hr/novost/hrvatska-napredovala-za-3-boda-nalazi-se-na-57.-mjestu-s-50-bodova-1037>, (pristupljeno 20.10.2023.) Učilište Studium, Poslovno-inovacijski centar Vukovar, (2015) Izvori financiranja start up poduzeća, https://vgz.hr/wp-content/uploads/2022/BIC_2_Izvori_financiranja_start_up_poduzeca.pdf, str. 18-21, (pristupljeno: 31.10.2023.)
61. Učilište Studium, Poslovno-inovacijski centar Vukovar, (2015) Izvori financiranja start up poduzeća, https://vgz.hr/wp-content/uploads/2022/BIC_2_Izvori_financiranja_start_up_poduzeca.pdf, str. 18-21, (pristupljeno: 31.10.2023.)
62. Večernji list, (2023) Rimac poslao poruku mladim poduzetnicima: „Najvažnije je ne gledati lokalno“, <https://www.vecernji.hr/vijesti/rimac-poslao-poruku-mladim-poduzetnicima-najvaznije-je-ne-gledati-lokalno-1665385>, (pristupljeno 23.10.2023.)
63. Vrlec, F., (2019) Financiranje brzorastućih poduzeća, <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efzg%3A2627/datastream/PDF/view>, str. 6 (pristupljeno: 05.12.2023.)
64. Zakon.hr, (2023) Zakon o računovodstvu, članak 5, <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu>, (pristupljeno: 02.11.2023.)

Popis tablica

Tablica 1 Kriterij svrstavanja poduzeća u mikro, mala, srednja ili velika poduzeća.....	2
Tablica 2 Inovativnost proizvoda i tehnologija na nacionalnoj razini - % TEA poduzetnika .	11
Tablica 3 Inovativnost proizvoda i tehnologija na međunarodnom tržištu - % TEA poduzetnika	11
Tablica 4 Percepcija o prilikama vezanih uz pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije s odgovorom DA.....	18
Tablica 5 Percepcija o vlastitim znanjima i vještinama za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije	18
Tablica 6 Percepcija o namjerama vezanih uz pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije	19
Tablica 7 Percepcija o strahu od promašaja - % odrasle populacije	20
Tablica 8 Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - % od odrasle populacije	21
Tablica 9 Motivacijski indeks zemalja	22
Tablica 10 Komponente poduzetničkog okruženja	23
Tablica 11 Dostatnost financijskih sredstava	30
Tablica 12 Lakoća dobivanja financijskih sredstava.....	30
Tablica 13 Prioriteti i podrška vlade	32
Tablica 14 Porezi i regulativa	32
Tablica 15 Vladini programi za poduzetništvo	34
Tablica 16 Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje	35
Tablica 17 Poduzetničko obrazovanje - tercijarno	35
Tablica 18 Transfer istraživanja i razvoja.....	37
Tablica 19 Profesionalna i komercijalna infrastruktura	38
Tablica 20 Dinamika promjena.....	39
Tablica 21 Barijere ulaska na tržište	40
Tablica 22 Pristup fizičkoj infrastrukturi.....	41
Tablica 23 Kulturne i društvene norme	43