

# Analiza poduzetničkog ekosustava Hrvatske i konkurenata kroz rezultate GEM istraživanja

---

**Katušić, Albert**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:458191>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-15**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



# **VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Albert Katušić

## **ANALIZA PODUZETNIČKOG EKOSUSTAVA HRVATSKE I KONKURENATA KROZ REZULTATE GEM ISTRAŽIVANJA** (završni rad)

Rijeka, 2021.



**VELEUČILIŠTE U RIJECI**  
Poslovni odjel  
Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

**ANALIZA PODUZETNIČKOG EKOSUSTAVA HRVATSKE I  
KONKURENATA KROZ REZULTATE GEM ISTRAŽIVANJA**  
(završni rad)

MENTOR

dr.sc. Davor Širola

STUDENT

Albert Katušić

MBS: 2423000007/18

Rijeka, rujan 2021.

**VELEUČILIŠTE U RIJECI  
POSLOVNI ODJEL**

Rijeka, 1.4.2021.

**ZADATAK  
za završni rad**

Pristupniku: Albert Katusić

MBS: 2423000007/18

Studentu preddiplomskog stručnog studija **PODUZETNIŠTVO** u Rijeci izdaje se zadatak za završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

**ANALIZA PODUZETNIČKOG EKOSUSTAVA HRVATSKE  
I KONKURENATA KROZ REZULTATE GEM  
ISTRAŽIVANJA**

**Sadržaj zadatka:**

U teoretskom dijelu završnog rada objasniti i obrazložiti obuhvat i značaj ekosustava poduzetništva za ekonomiju te razvoj i način mjerenja razvijenosti poduzetništva. Pritom posebno istaknuti koncept i ključne pokazatelje globalnih GEM istraživanja uz osvrt na hrvatsku inačicu i koristi koje donosi u sagledavanju uloge i pozicije poduzetništva. U praktičnom dijelu rada na temelju kriterija odabrati države i provesti komparativnu analizu razvijenosti poduzetništva Hrvatske slijedom najvažnijih GEM pokazatelja tijekom dužeg vremenskog intervala. Opisati glavne potencijale daljnjeg razvoja poduzetničkog ekosustava u Hrvatskoj koja proizlaze iz rezultata GEM i srodnih istraživanja. Ukratko predstaviti i posljedice utjecaja pandemije COVID-19 na poduzetništvo u promatranim državama.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

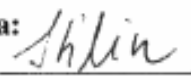
**Zadano: 1.4.2021.**

**Predati do: 15.9.2021.**

**Mentor:**

  
Dr. sc. Davor Širola, prof.v.š.

**Pročelnica odjela:**

  
Dr. sc. Anita Stilin, v. pred.

**Zadatak primio dana: 1.4.2021.**

Albert Katusić

Dostavlja se:


- mentoru
- pristupniku



# IZJAVA

Izjavljujem da sam specijalistički završni rad pod naslovom **ANALIZA  
PODUZETNIČKOG EKOSUSTAVA HRVATSKE I  
KONKURENATA KROZ REZULTATE GEM ISTRAŽIVANJA**  
izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr.sc. Davor  
Širola.

Albert Katušić



(potpis studenta)

## **Sažetak**

Razina poduzetničke aktivnosti direktan je rezultat stanja poduzetničkog sustava određenog područja. Poduzetnici su ključni akteri svakog gospodarstva, pa tako i gospodarstva Republike Hrvatske. Dinamični mehanizam koji omogućava nastanak i funkcioniranje produktivnog poduzetničkog ekosustava zahtijeva suradnju i komunikaciju svih njegovih komponenti, od poduzetnika do države, gdje svaki akter mora pridonositi održavanju poduzetničkog ekosustava. GEM istraživanja prate poduzetničku aktivnost na svjetskoj razini od 1999. godine, a rezultati služe kao smjernica za utvrđivanje područja u koja je potrebno dalje ulagati i usavršavati. Rad se temelji na komparativnoj analizi podataka i informacija GEM istraživanja i usporedbi stanja poduzetničke okoline odabranih zemalja visokog dohotka iz geografske regije Europe i to Hrvatske, Slovenije, Njemačke, Nizozemske i Italije s naglaskom na razdoblje od 2018. do 2020. godine.

Ključne riječi: poduzetništvo, GEM istraživanje, poduzetnički ekosustav, poduzetnička okolina

## Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	2
1.1. Problem, predmet i objekt istraživanja.....	2
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja .....	2
1.3. Znanstvene metode.....	2
1.4. Struktura rada .....	3
<b>2. Značaj poduzetničkog ekosustava za poduzetnike</b> .....	4
2.1. Obilježja poduzetničke okoline u Hrvatskoj .....	4
2.2. Sastavnice poduzetničkog ekosustava.....	6
<b>3. Mjerenje poduzetničke aktivnosti</b> .....	12
<b>4. Komparativna analiza na temelju podataka GEM istraživanja</b> .....	16
4.1. Komparativna analiza RH i odabranih država na temelju podataka GEM istraživanja .....	16
4.2. Mogućnosti za razvoj poduzetničke aktivnosti u RH.....	36
4.3. Utjecaj pandemije COVID-19 na poduzetničku aktivnost.....	37
<b>5. Zaključak</b> .....	39
<b>Popis literature</b> .....	41
<b>Popis slika</b> .....	43
<b>Popis grafikona</b> .....	43
<b>Popis tablica</b> .....	44



# **1. Uvod**

## **1.1. Problem, predmet i objekt istraživanja**

Istraživanje i usporedba rezultata GEM istraživanja Hrvatske i ostalih zemalja imao je za zadatak zorno prikazati stanje poduzetničkog ekosustava u Hrvatskoj, a sve s ciljem da se поближе istraži ova tema.

Predmet istraživanja je poduzetnički ekosustav u Hrvatskoj, stanje u kojem se nalazi i usporedba prema pojedinim indikatorima s odabranim državama na temelju podataka GEM istraživanja.

Objekt istraživanja obuhvaća sve dijelove poduzetničkog ekosustava, a određen je na temelju utvrđenog predmeta istraživanja.

S obzirom na predmet istraživanja i problematiku teme postavljena je sljedeća hipoteza: poduzetnički ekosustav Hrvatske prema podacima GEM istraživanja nije na razini prosjeka EU i određeni segmenti mogu se smatrati nekonkurentnim.

## **1.2. Svrha i ciljevi istraživanja**

Svrha i ciljevi rada su odrediti stanje poduzetničkog ekosustava Hrvatske na temelju podataka GEM istraživanja i odrediti koji indikatori i segmenti poslovne okoline zahtijevaju poboljšanje i promjene. Svrha i ciljevi istraživanja definirani su na temelju problema i predmeta istraživanja.

## **1.3. Znanstvene metode**

U izradi rada korištene su metode analize i sinteze, metoda komparacije, klasifikacije, indukcije i dedukcije kako bi se na temelju podataka i informacija dostupnim u raznim izvorima došlo do zaključaka i odredilo stanje poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Napravljena je analiza podataka GEM istraživanja za odabrane države i usporedbom s podacima i informacijama o Hrvatskoj utvrđeni su indikatori koji zahtijevaju promjene kako bi se osigurao rast i razvoj

poduzetništva u Hrvatskoj. Korištena je domaća i strana stručna literatura, članci i mrežne stranice pojedinih institucija, ali i poduzetnika te mnogobrojni drugi mrežni izvori.

#### **1.4. Struktura rada**

Završni rad **Analiza poduzetničkog ekosustava i konkurenata kroz rezultate GEM istraživanja** podijeljen je na pet dijelova u kojima se analiziraju podaci i informacije koje pruža GEM istraživanje te se definiraju osnovni pojmovi povezani uz GEM istraživanje i poduzetničke ekosustave

Prvi dio rada je **Uvod** u kojemu je naveden problem, predmet i objekt istraživanja, naznačena svrha i cilj rada, znanstvene metode koje su korištene u izradi rada te je navedena sama struktura rada.

Drugi dio rada pod nazivom **Značaj poduzetničkog ekosustava za poduzetnike** predstavlja osnovne pojmove vezane uz poduzetnički ekosustav i njegove sastavnice, kao i obilježja poduzetničke okoline u Hrvatskoj.

U trećem dijelu rada, **Mjerenje poduzetničke aktivnosti** navedeni su osnovni pojmovi vezani uz GEM istraživanje, definirani su dijelovi GEM istraživanja i navedeni najbitniji podaci koji se prikupljaju ovim istraživanjem.

**Komparativna analiza na temelju podataka GEM istraživanja**, kao četvrti dio rada donosi analizu podataka i usporedbu rezultata Hrvatske i četiri odabrane države koje su sudjelovale u GEM istraživanju, prikazane su mogućnosti za razvoj poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj i dan je kratak osvrt na utjecaj pandemije COVID-19 na poduzetničku aktivnost.

U posljednjem, petom dijelu rada, **Zaključku** sažeto se predstavljaju glavni zaključci i spoznaje do kojih se došlo prilikom izrade ovog rada.

Popis korištene literature, pregled grafikona i slika koje su korištene u radu nalazi se na kraju rada.

## **2. Značaj poduzetničkog ekosustava za poduzetnike**

Shvaćanje pojma poduzetničkog ekosustava, kao i razumijevanje važnosti poduzetništva za ekonomiju i društvo u cjelini nije moguće bez razumijevanja osnovnih pojmova koji se vežu uz poduzetništvo. Budući da postoji čitav niz definicija poduzetništva koje su tijekom povijesti predstavili brojni autori, poduzetništvo se može najjednostavnije svesti na nekoliko najbitnijih sastavnica koje dočaravaju bit poduzetništva, a to su preuzimanje rizika, inovativnost, neizvjesnost i sposobnost upravljanja resursima na način da ostvari profit. Prema Škrtić (2006.) poduzetništvo je nemoguće odrediti jednom definicijom, zato što je poduzetništvo „više od želje za uspjehom, više inovativnosti, više od znanja i upornog rada, više od novog proizvoda, više od tržišta, više od novog potrošača“ (Škrtić, 2006., 1.). Prema Rajsman et al. (2013.) temelj uspješnosti države je poduzetništvo kao „razvojna i pokretačka snaga svakog gospodarstva“.

Poduzetnici su prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva (Narodne novine, br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13 i 121/16) razvrstani prema veličini na mikro, male i srednje subjekte ovisno o broju zaposlenih, poslovnom prihodu i veličini dugotrajne imovine odnosno ukupne aktive.

Od tradicionalnog poimanja poduzetnika i poduzetništva, teorija, kao i praksa uvelike su se promijenili. Moderni poduzetnici, poduzetnici 21. stoljeća moraju biti svestrani, brzo reagirati na promjene koje se neprestano događaju u njihovom okruženju, biti spremni na donošenje svakodnevnih odluka koje mogu uvelike utjecati na njihovo poslovanje i u konačnici na opstanak poduzeća. Suvremene tehnologije nameću nužnost visokih informatičkih znanja, sposobnosti predviđanja i globalizaciju poslovanja. Za poduzetnike 21. stoljeća može se reći kako imaju mogućnost mijenjati i svoju okolinu, pa čak i svijet, budući da neki od suvremenih poduzetnika postaju jedni od naj utjecajnih ljudi na svijetu, mijenjajući svijet svojim inovacijama i kreativnošću.

### **2.1. Obilježja poduzetničke okoline u Hrvatskoj**

U Republici Hrvatskoj vlada uvriježeno mišljenje kako gospodarsko okruženje i pravna regulativa nije prilagođena potrebama poduzetnika te čak djeluje destimulirajuće prema poduzetnicima i novim poduzetničkim pothvatima. Premda se podrška poduzetnicima i onima

koji planiraju pokrenuti poduzetnički poduhvat tijekom godina unaprijedila i poboljšala te su osnovane razne institucije koje se bave savjetodavnim uslugama i pružanjem informacija poduzetnicima, edukacijama ili pomažu osigurati financijska sredstva potrebna za pokretanje poduzetničke aktivnosti, poduzetnici još uvijek skeptično i nesigurno kreću u „poduzetničke vode“. Pravna regulativa koja je često nerazumljiva i preopširna, sklona čestim promjenama i dopunama i izmjenama predstavlja velik problem poduzetnicima u razumijevanju njihovih prava i obveza. Edukacije koje razne ustanove i institucije pružaju često nisu dovoljno marketinški zastupljene za postizanje svojih ciljeva, a to je obrazovanje i edukacija poduzetnika i onih koji to žele postati ili nisu prilagođene potrebama korisnika.

Alpeza et al. (2020., 6.) donose podatak kako su mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u 2019. godini ostvarila udio od 60,3 % ukupnog prihoda gospodarstva, 74,3 % od svih zaposlenih u poslovnim subjektima bilo je zaposleno u malim i srednjim poduzećima, dok je udio u izvozu Hrvatske iznosio 53 %. Ovi podaci zorno dočaravaju važnost malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj i zašto je toliko bitno osigurati malim i srednjim poduzećima odgovarajuću poduzetničku okolinu i poticati njihov rast.

Singer et al. (2021., 9.) naglašavaju kako stručnjaci ocjenjuju dvije sastavnice stimulativnim za poduzetničku aktivnost u 2019. i 2020. godini:

- raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture (telekomunikacijske i prometne) i
- dinamika domaćeg okruženja.

Obzirom da se sve veći broj aktivnosti u poslovanju obavlja virtualno razumljivo je zašto je raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture u dijelu telekomunikacija sve važnija za svakodnevno poslovanje i ostvarivanje poduzetničkih aktivnosti. Potrebno je uložiti veće napore od strane države kako bi se poticao ulazak u poduzetništvo te kako bi se pospješili uvjeti za bavljenje poduzetničkom aktivnosti poticanjem uvođenja novih tehnologija, razvojem infrastrukture, promocijom edukacija i udruživanja poduzetnika.

Jedan od primjera kašnjenja s djelovanjem i planovima razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj je činjenica kao su Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014-2020 te Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 – 2020 u kolovozu 2021. godine najnoviji dokumenti koji se odnose na strategiju razvoja poduzetništva. Umjesto donošenja strategija razvoja poduzetništva s ciljem planskog razvoja i utvrđivanja načina

poboljšanja uvjeta i okoline u RH za poduzetnike, nacionalne strategije donose se retroaktivno. Premda je donesena Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine, ona predstavlja opći dokument, odnosno odnosi se na sve aspekte koji su uključeni u plan razvoja te se ne može smatrati aktom kojim se razrađuje strategija razvoja poduzetništva.

Europska unija (dalje u tekstu: EU) kontinuirano radi na poticanju i pružanju podrške poduzetnicima, pa je tako jedna od mogućnosti koja je dostupna svim gospodarstvenicima u EU uključivanje u Europsku poduzetničku mrežu (engl. *Enterprise Europe Network*), mrežu od oko 600 organizacija i institucija koje pružaju potporu i savjetuju poduzetnike, osiguravaju kontakte i poveznice u 54 zemlje i 92 konzorcija i povezuju preko 4.000 stručnjaka kako bi promicali konkurentnosti i inovaciju na međunarodnoj i lokalnoj razini. Kako Hamag Bicro navodi na svojim internetskim stranicama, Europska poduzetnička mreža pruža usluge internacionalizacije poslovanja, transfera tehnologije, pristupa financiranju, financiranje istraživanja, savjetovanja o pravu i standardima EU, savjetovanja oko zaštite intelektualnog vlasništva i patenata i povezivanja s Europskom komisijom.

Sve se više prilikom spominjanja poduzetništva spominju start-up poduzeća. Pojam start-up poduzeća označava „novoformirana poduzeća u fazi razvoja i traganja za tržištem i načinima kako ponuditi svoje proizvode/usluge“ (Nikolić i Zorić, 2014., 98.). Takva poduzeća su tek pokrenula svoje poslovanje i nemaju praktičnog iskustva na tržištu. Njihova važnost naglašava se budući da start-up poduzeća često na tržište uvode nove proizvode, usluge i svojom inovativnošću često mogu nadomjestiti nedostatak iskustva. Izvješće istraživačkog centra *StartupBlink* pod nazivom *Startup Ecosystem Rankings 2020*, a kako prenose Alpeza et al. (2020., 15.) Hrvatsku svrstavaju među najbolje lokacije za startupove na 39. mjesto od ukupno 202 zemlje što je pomak za 11 mjesta na ljestvici u odnosu na 2019. godinu. Ovaj rezultat, kao i pomicanje na ljestvici u odnosu na 2019. godinu prikazuje kako se poslovna okolina za startupove u Hrvatskoj mijenja, i to nabolje.

## **2.2. Sastavnice poduzetničkog ekosustava**

Poduzetnički ekosustav je relativno noviji koncept koji se pojavio nakon uočavanja povezanosti pojedinih komponenti koje utječu na poduzetnika i poduzetništvo u suvremenom

svijetu te nakon što se uočilo kako su se razvile različite vrste poduzetništva koje različito utječu na gospodarstvo na određenom području. Stam i Spigel (2016.) donose definiciju poduzetničkog ekosustava kao skupa međusobno povezanih učesnika i čimbenika koordiniranih i povezanih na takav način da omogućuju produktivno poduzetništvo na određenom teritoriju.

Prema Stam i Spigel (2016.) kako bi se ostvarila produktivnost poduzetničkog ekosustava, moraju biti zadovoljeni određeni uvjeti, kao što su:

- postojanje mreže poduzetnika,
- vodstvo,
- financiranje,
- talent,
- znanje i
- potporne institucije.

Isenberg (2014.) naglašava kako je potrebno razjasniti pojedine zablude koje su se pojavile vezane uz pojam poduzetničkih ekosustava i povezanosti poduzetništva i gospodarskog razvoja te navodi sljedeće tvrdnje vezane uz poduzetničke ekosustave:

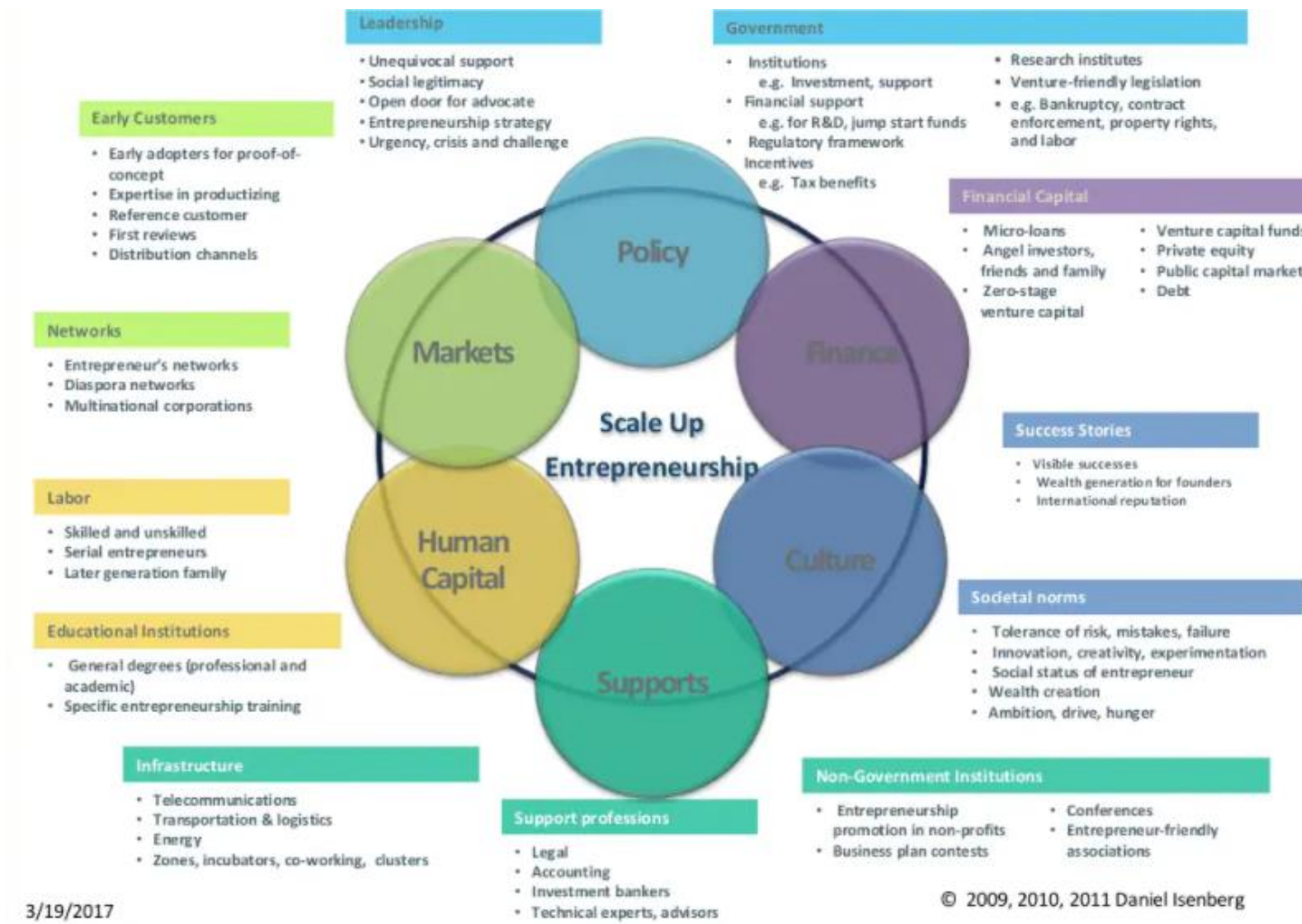
- Ne postoje dokazi kako povećanje broja start-up poduzeća ili novih poduzeća općenito potiče gospodarski razvoj, premda postoje određeni dokazi kako gospodarski razvoj potiče pokretanje novih poduzeća i start-up poduzeća.
- Financijski poticaji u obliku poreznih olakšica za ulaganja tzv. poslovnih anđela ili rizična ulaganja u poduzetničke pothvate zapravo ne potiču poduzetnički ekosustav.
- Primarni cilj poduzetničkih ekosustava nije poticanje otvaranja novih radnih mjesta. Ne postoji jedinstveni cilj poduzetničkog ekosustava i svi sudionici poduzetničkog ekosustava ne mogu biti motivirani samo jednim ciljem. Samoodrživi poduzetnički ekosustav mora zadovoljavati potrebe mnogih sudionika koji imaju različite ciljeve.
- Prostori za suradnju, poduzetnički inkubatori i drugi mehanizmi potpore samo su dio poduzetničkog ekosustava te manjak ili postojanje istih nije presudno za opstanak poduzetničkog ekosustava.
- Formalno obrazovanje poduzetnika pomaže, ali nije od ključne važnosti za regionalne poduzetničke ekosustave.

- Poduzetnici nisu pokretači poduzetničkih ekosustava, nego su njihov ključan element. Budući da poduzetnički ekosustav označava mrežu različitih aktera, ne može se poduzetnike definirati kao pokretače. Svaki poduzetnički ekosustav ima ključne aktere bez kojih ne bi mogao funkcionirati, ali dinamika samog sustava nameće činjenicu kako niti jedan od aktera nije pokretač nego su svi sudionici s naglaskom na ključne sudionike.
- Zabluda je kako velike korporacije štete poduzetničkim ekosustavima. Velike korporacije svojim postupcima pokušavaju ukloniti s tržišta poduzetnike koji usporavaju tržišta na kojima one djeluju, međutim, velike korporacije predstavljaju važne tržišne kanale, ali i kupce za proizvode i usluge koje nude poduzetnici.
- Premda banke u većini slučajeva ne kreditiraju start-up poduzeća ili nova poduzeća, banke svojim djelovanjem pomažu financijskom tržištu i neizravno utječu na lanac vrijednosti ulaganja te se iz tih razloga ne mogu smatrati nebitnim za poduzetnički ekosustav.
- Poduzeća koja imaju obiteljsku vlasničku strukturu bitna su za poduzetničke ekosustave te suprotno od nekih teorija, mogu se smatrati neophodnim akterima poduzetničkih ekosustava.

Iz navedenog može se zaključiti kako poduzetničke ekosustave čini čitav niz aktera i dijelova bez kojih poduzetnički ekosustav ne bi mogao opstati, od samih poduzetnika, države do banaka, svi oni su dio dinamičkog mehanizma koji omogućuje nastanak i opstanak nekog poduzetničkog ekosustava.

Poduzeća u fazi rasta i proširenja nazivaju se scale-up poduzećima, pa se tako i poduzetnički ekosustav u fazi rasta može nazvati scale-up poduzetničkim ekosustavom. Na slici 1. prikazana su područja scale-up poduzetničkih ekosustava prema Isenbergu (2009., 2010., 2011.), od financijskog kapitala, mreže do infrastrukture i kulture, scale-up poduzetnički ekosustavi određeni su mnogim područjima.

Slika 1. Područja scale-up ekosustava



Izvor: Isenberg, D., (2017., 30.)



GEDI institut (engl. *The Global Entrepreneurship and Development Institute*) je organizacija osnovana suradnjom znanstvenika Sveučilišta George Mason iz Louisiane, SAD, Sveučilišta Pécs iz Mađarske te Kraljevskog fakulteta iz Londona, Velika Britanija (<https://thegedi.org/>). Prema službenim stranicama navedenog instituta, glavni doprinos istraživanju i razvoju ekonomije i poduzetništva je utvrđivanje GEI indeksa (engl. *Global Entrepreneurship Index*) koji služi mjerenju kvalitete i dinamike poduzetničkih ekosustava na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, a mjeri se na godišnjoj razini na uzorku od 137 zemalja. Europska Komisija također je potvrdila metodologiju ovog indeksa i koristi ga za informiranje o korištenju sredstava Europskih strukturnih i kohezijskih fondova. Mjerenje kvalitete i jačine poduzetničkog ekosustava putem GEI indeksa određuje položaj pojedine države u odnosu na druge države kako bi se dobila predodžba o uspješnosti zemlje u lokalnom i globalnom kontekstu. Prema GEDI institutu, GEI indeks prikuplja podatke o stavovima poduzetnika, sposobnostima, aspiracijama lokalnog stanovništva kako bi ih ocijenio uzimajući u obzir dominantnu društvenu i gospodarsku strukturu (npr. telekomunikacijska mreža i prometna veza s vanjskim tržištima)

Prema Ács, Szerb i Lloyd (2018.) GEI indeks mjeri pojedine aspekte u 14 sastavnica („stupova“) poduzetničkih ekosustava, koje oni nazivaju stupovima poduzetničkog ekosustava. GEI uz navedene sastavnice svoje podatke mjeri i pomoću 28 varijabli koje mogu biti temeljene na individualnoj razini koja dolazi od GEM istraživanja i 49 indikatora. U tablici 1. prikazani su stupovi poduzetničkog sustava te način mjerenja istih putem GEI indeksa.

Tablica 1. Stupovi poduzetničkog ekosustava i GEI indeks

Stupovi poduzetničkog ekosustava	GEI indeks
<b>Stup 1. Prilika i percepcija</b>	Može li stanovništvo identificirati prilike za pokretanje poslovanja te da li institucionalno okruženje omogućava poduzetnicima da djeluju kada uoče priliku?
<b>Stup 2. Vještine pokretanja</b>	Ima li stanovništvo potrebne vještine pokrenuti posao na temelju svojih vlastitih percepcija i dostupnosti tercijarnog obrazovanje?
<b>Stup 3. Prihvatanje rizika</b>	Jesu li pojedinci spremni prihvatiti rizik pokretanja posla? Je li okolina relativno niskog rizika ili nestabilne institucije stvaraju dodatni rizik prilikom pokretanja poslovanja?
<b>Stup 4. Povezivanje</b>	U kojoj su mjeri poduzetnici međusobno povezani i upoznati te koliko je geografski orijentirana njihova povezanost u mrežu?
<b>Stup 5. Kultura podrške</b>	Kako stanovništvo gleda na poduzetnike te da li je jednostavno postati poduzetnik ili korupcija čini bavljenje poduzetništvom teškim odabirom u odnosu na druge karijere?
<b>Stup 6. Prilika i percepcija</b>	U kojoj mjeri su poduzetnici motivirani prilikom, a u kojoj mjeri su motivirani nuždom te da li vlast u državi olakšava odluku da se postane poduzetnikom?
<b>Stup 7. Usvajanje novih tehnologija</b>	Veličina sektora tehnologije i može li poduzeća brzo usvojiti nove tehnologije?
<b>Stup 8. Ljudski kapital</b>	Jesu li poduzetnici visoko obrazovani, educirani i obučeni te da li se mogu slobodno kretati na tržištu rada?
<b>Stup 9. Konkurencija</b>	Stvaraju li poduzetnici jedinstvene proizvode i usluge i da li su u mogućnosti izaći na tržište s njima?
<b>Stup 10. Inovacija proizvoda</b>	Može li država razviti nove proizvode i integrirati nove tehnologije?
<b>Stup 11. Inovacija poslovnih procesa</b>	Koriste li poduzeća nove tehnologije i da li imaju pristup kvalitetnim ljudskim potencijalima u područjima znanosti, tehnologije, strojarstva i matematike?
<b>Stup 12. Visok rast</b>	Planiraju li poduzeća rast i imaju li strateških kapaciteta za postizanje rasta?
<b>Stup 13. Internacionalizacija poslovanja</b>	Žele li poduzetnici ući na globalno tržište i da li ideje koje proizvode imaju globalnu vrijednost?
<b>Stup 14. Rizik kapitala</b>	Dostupnost kapitala i od strane pojedinca i od strane institucionalnih investitora

Izvor: Prilagodba autora prema Ács, Szerb, Lloyd, 2018., 3.

Usporedbom država prema pojedinim kriterijima moguće je uvidjeti značajne greške koje se pojavljuju u određenim područjima. Fokusiranost na lokalne utjecaje kako bi se nakon toga promotrili globalni od sve je veće važnosti. Poduzetnicima je prvenstveno potrebno raspoznati u kakvim uvjetima lokalno djeluju, gdje oni sami, ali i ostali akteri poduzetničkog ekosustava mogu uložiti napore kako bi postali konkurentni, prvo lokalno, a nakon toga i globalno.

Može se zaključiti kako poduzetnički ekosustavi sa svim svojim akterima moraju koordinirano djelovati i postojati, niti jedan akter, kao i dijelovi samog sustava nisu pokretači poduzetničkih ekosustava nego njihovi dijelovi, a njihovo djelovanje utječe na održivost ekosustava i sposobnost generiranja i rasta poduzeća te samim time i na gospodarstvo.

### 3. Mjerenje poduzetničke aktivnosti

U ovom poglavlju definirani su i objašnjeni procesi sadržani u GEM istraživanju, čiji rezultati su predmet analize ovoga rada. Prema Centru za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (dalje u tekstu: CEPOR), a koje od 2002. godine provodi GEM istraživanja za Hrvatsku, GEM je „najveće svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti“, pokrenuto 1999. godine od strane deset najrazvijenih zemalja, vođeno konzorcijem nacionalnih timova pod vodstvo tima iz Londona i Bostona.

GEM istraživanje promatra i istražuje poduzetničku okolinu kroz faze i obilježja poduzetničkog ponašanja, odnosno prikupljaju se podaci na lokalnoj razini, od samih poduzetnika, što ga čini jednim takvim svjetskim istraživanjem. Podaci i rezultati GEM istraživanja korisni su državama pri donošenju odluka za kreiranje gospodarske politike i poticanje poduzetništva, mogu poslužiti kao podloga za razna daljnja istraživanja, a poduzetnici ovisno o rezultatima mogu usmjeriti svoja ulaganja i napore kako bi pratili potrebe tržišta. Uz navedeno, GEM istraživanje služi i međunarodnim institucijama. Globalni rezultati i izvještaji za svaku državu posebno objavljuju se na godišnjoj razini.

U Hrvatskoj GEM istraživački tim sastavljen je od četiri članice koje na godišnjoj razini objedinjavaju informacije dobivene istraživanjem kroz publikaciju „Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?“, interpretirajući podatke jednog vremenskog razdoblja, najčešće trogodišnjeg razdoblja. Od 2002. godine u Hrvatskoj svake godine GEM istraživanje obuhvaća 2.000 odraslih ispitanika i eksperte. Analiziranjem podataka i informacija mogu se uočiti tendencije i obrasci poduzetničkog djelovanja u RH te identificirati pojedina kritična područja kako bi pojedinci i institucije mogli adekvatno djelovati ili intervenirati (Singer et al., 2021., 9.). Podaci za GEM istraživanje prikupljaju se godišnje u razdoblju od travnja do srpnja.

Prema Singer et al. (2021., 15.) temeljni ciljevi GEM istraživanja su:

1. otkrivanje faktora koji utječu na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti nekog područja odnosno zemlje,
2. definiranje i mjerenje razlika u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima, kao i određivanje kvalitete poduzetničke okoline koja se promatra,

3. određivanje učinaka vladinih politika na poduzetničko djelovanje i aktivnost, kao i prikupljanje spoznaja na temelju kojih je moguće poboljšati razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji.

U nastavku se navode definicije i pojmovi vezani uz GEM istraživanje kako su definirani na službenim stranicama GEM konzorcija (dostupno na: <https://www.gemconso rtium.org/>):

- GERA (engl. *Global Entrepreneurship Research Association*) – krovna organizacija koja posjeduje GEM, registrirana kao privatno ograničeno neprofitno društvo u Ujedinjenom Kraljevstvu, financirana od strane naknada nacionalnih timova i sponzorskih donacija
- APS (engl. *Adult Population Survey*) – sveobuhvatan upitnik koji ispunjava minimalno 2.000 ispitanika u svakoj državi u kojoj se provodi GEM istraživanje s ciljem prikupljanja detaljnih informacija o poduzetničkim aktivnostima, stavovima i težnjama ispitanika, mjeri indikatore koji se odnose na poduzetničko ponašanje i stavove
- NES (engl. *National Expert Survey*) – prikupljanje podataka od 36 stručnjaka u svakoj državi u kojoj se provodi GEM istraživanje, pruža informacije o devet uvjeta koji se tiču socijalno-ekonomskog statusa u određenoj državi, a za koje se smatra da imaju velik utjecaj na nacionalno poduzetništvo
- EFCs (engl. *Entrepreneurial Framework Conditions*) – devet uvjeta koji povećavaju ili smanjuju vjerojatnost za pokretanje novog poduzetničkog pothvata u određenoj državi, podloga za NES
- TEA (engl. *Total early-stage Entrepreneurial Activity*) – najpoznatiji indeks GEM istraživanja, donosi stopu populacije između 18 i 64 godina koji su ili u postupku pokretanja novog poduzetničkog pothvata ili su vlasnici/menadžeri novog poduzeća
- EBO (engl. *Established Business Ownership*) – postotak odrasle populacije koja je vlasnik ili menadžer već osnovanog poduzeća ili je isplatila plaće i naknade u razdoblju od minimalno 42 mjeseca
- EEA (engl. *Entrepreneurial Employee Activity*) – postotak odrasle populacije koja pokreće ili je već pokrenula posao kao zaposlenik.

Indikatori poduzetničke aktivnosti, a koji se analiziraju obzirom na uključenost, obrazovnu razinu, pripadnosti pojedinom sektoru industrije i utjecaju na gospodarstvo temeljeni su na konceptualnom okviru i ciljevima istraživanja (Singer et al., 2021., 17.). Skupovi indikatora

koji su utvrđeni za provedbu GEM istraživanja daju sliku percepcije društvenih vrijednosti fokusiranih na poduzetničko djelovanje, percepcije individualnih značajki, poduzetničkoj aktivnosti i kvaliteti poduzetničke aktivnosti (Singer et al., 2021., 16.).

GEM indikatori dijele se na sljedeće skupine (Singer et al., 2021., 17.):

- društvene vrijednosti i individualni indikatori – prikupljaju se podaci o:
  - dobrom izboru karijere – postotku populacije koji vjeruje da je poduzetništvo dobar izbor karijere
  - medijskoj pažnji poduzetništvu – postojanju pozitivne medijske pažnje za poduzetništvo u zemlji; namjerama za kretanje u poduzetnički pothvat u sljedeće tri godine
  - percepciji o prilikama – uočavanju dobre prilike za pokretanje poslovnog pothvata u području u kojem žive ispitanici
  - strahu od promašaja koji sprječava pokretanje poduzetničkog pothvata i drugo
- indikatori poduzetničke aktivnosti – prikupljaju se podaci o:
  - ukupnoj ranoj poduzetničkoj aktivnosti postotak populacije odnosno postotku populacije u dobi od 18-64 godine koji su u procesu pokretanja poslovnog pothvata ili su vlasnici novog pothvata (TEA)
  - stopi “odraslih” poduzeća – postotku populacije koji su vlasnici/menadžeri duže od 42 mjeseca (EBO)
  - stopi prekida poslovanja – postotku populacije koji su u posljednjih 12 mjeseci prestali sa svojim poslovnim pothvatom
  - stopi poduzetničke aktivnosti zaposlenika – postotku populacije koji su kao zaposlenici uključeni u poduzetničke aktivnosti, npr. pokretanje nove poslovne jedinice ili novog proizvoda i usluga (EEA)
  - društvenom poduzetništvu – postotku populacije u dobi od 18-64 godine koji su involvirani u ranoj poduzetničkoj aktivnosti koja ima društveni cilj
- percepcija o kvaliteti poduzetničke okoline – bazirana na prosječnoj vrijednosti ocjena eksperata o kvaliteti devet sastavnica poduzetničke okoline (pristupu novcima, vladinim politikama prema poduzetništvu, vladinim programima za poduzetništvo, poduzetničkom obrazovanju, poduzetničkoj i komercijalnoj infrastrukturi, transferu istraživanja i razvoja, otvorenosti domaćeg tržišta, fizičkoj infrastrukturi i kulturnim i društvenim normama).

Prema Singer et al. (2021., 21.) GEM istraživanje fokusirano je na različite faze životnog ciklusa poslovnog pothvata, a poduzetnička aktivnost prati se na individualnoj razini korištenjem ovih definicija ključnih indikatora poduzetničke aktivnosti:

- poduzetnici „početnici“ – samostalno ili u suradnji s drugima pokušavaju pokrenuti vlastiti posao, uočili su priliku i vjeruju u svoje sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata, imaju namjeru to učiniti ili im je plaćena naknada za razdoblje ne dulje od 3 mjeseca
- novi poduzetnici – imaju poslovni pothvat te se plaća isplaćuje vlasniku u razdoblju od minimalno 3 do maksimalno 42 mjeseca
- TEA – uključeni poduzetnici „početnici“ i novi poduzetnici
- „odrasli“ poduzetnici – poslovni pothvat nije stariji od 42 mjeseca
- poduzetnička aktivnost zaposlenika.

Sveobuhvatnost istraživanja vidljiva je kada se pogleda broj indikatora i broj informacija i podataka koji su dostupni temeljem GEM istraživanja. Poduzetnici i svi sudionici poduzetničkog ekosustava često postavljaju pitanja zašto neki posao ne uspijeva, što koči rast i razvoj, kako poboljšati uvjete i kako potaknuti uspjeh, što tržište traži i kako to osigurati. Premda GEM istraživanje ne nudi jednostavne odgovore, može poslužiti kao dobra podloga za razjašnjavanje barem dijela tih pitanja. Pomoću GEM istraživanja mogu se proučavati i uspoređivati podaci jedne države te način na koji se stanje u državi mijenja (vertikalna usporedba), kao i podaci različitih država kako bi se uočile razlike između zemalja i prostor za promjenu i poboljšanje stanja (horizontalna usporedba).

Rezultati i informacije koje pruža GEM istraživanje služe prilikom izrade planova, utvrđivanja nedostataka i dijelova poduzetničke okoline koje treba unaprijediti, a sve s ciljem poticanja razvoja poduzetništva i gospodarstva u određenoj zemlji, ali i globalno. Praktična i teorijska primjena dobivenih spoznaja unaprjeđuje poduzetničku okolinu i olakšava determiniranje ključnih aspekata i područja koja je potrebno izmijeniti, kao i razloge koji su uzrok lošeg funkcioniranja određenog dijela poduzetničke okoline. U kojoj mjeri se poduzetnici u Republici Hrvatskoj služe podacima i informacijama dostupnim temeljem GEM istraživanja nije moguće odrediti, međutim, bez obzira na njihovu informiranost, rezultati GEM istraživanja na njih direktno utječu budući da oni stvaraju određene politike koje su usmjerene prema poduzetnicima i cijelom poduzetničkom ekosustavu.

## **4. Komparativna analiza na temelju podataka GEM istraživanja**

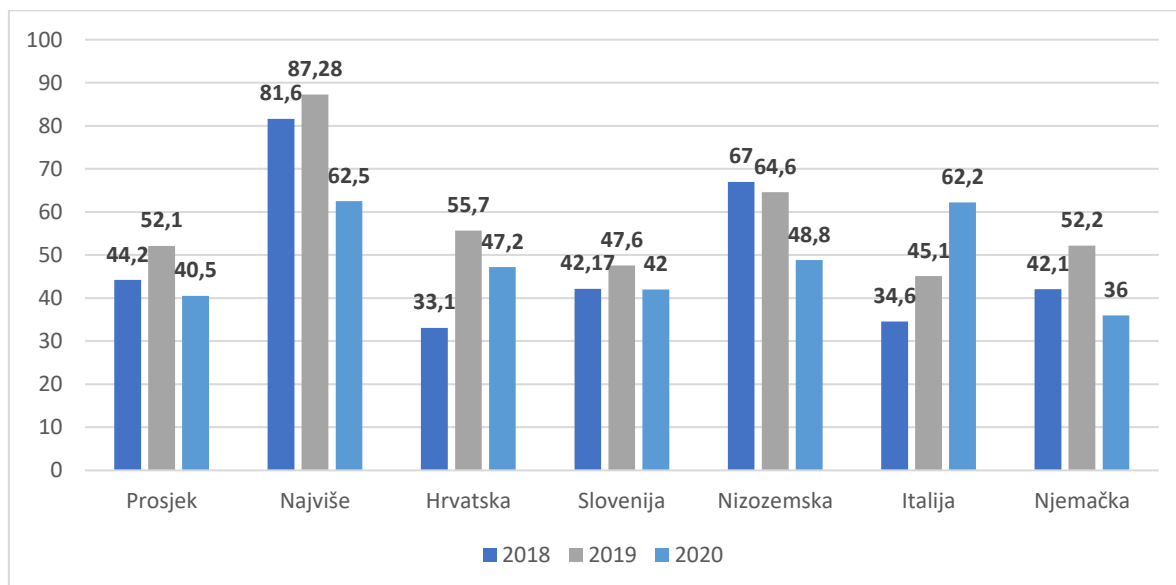
Procjena realnosti percepcije određenih komponenti poduzetničkog sustava koje su ocjenjivali ispitanici putem GEM istraživanja može se dobiti ako se rezultati i prikupljene informacije stave u kontekst s podacima ostalih zemalja, uzmu u obzir sve dostupne informacije o državi i ako se podaci i rezultati promatraju kroz određeno razdoblje. U narednom poglavlju obrađeni su podaci GEM istraživanja i izvršena je analiza istih kako bi se dobila predodžba o stanju poduzetničkog ekosustava u Hrvatskoj u odnosu na odabrane države. Prvi dio analize fokusiran je na same poduzetnike, dok je drugi dio analize orijentiran prema poduzetničkoj okolini.

### **4.1. Komparativna analiza RH i odabranih država na temelju podataka GEM istraživanja**

Prema Singer et al. (2021., 19.) Hrvatska se nalazi u grupi zemalja s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, koji prema kategorizaciji od srpnja 2020. godine iznosi više od 12.535 američkih dolara (dalje u tekstu: USD). Komparativna analiza je rađena na temelju odabranih zemalja visokog dohotka iz geografske regije Europe i to Slovenije, Nizozemske, Italije i Njemačke. Promatrano razdoblje je tri godine odnosno od 2018. do 2020. godine. Izvršena je analiza podataka na temelju indikatora percepcije o prilikama, percepcije o vlastitim sposobnostima odnosno vještinama i znanjima za pokretanje poslovnog pothvata, percepciji o namjerama za pokretanje poslovnog pothvata, kao i ostalim indikatorima koji mogu poslužiti kao osnova za ocjenu ukupnog poduzetničkog sustava u Hrvatskoj.

Na Grafikonu 1. prikazani su odgovori uzorka odrasle populacije (ispitanika) o prepoznavanju prilike za pokretanje poslovnog pothvata u narednih 6 mjeseci na području u kojem žive.

Grafikon 1. Percepcija prilika za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije



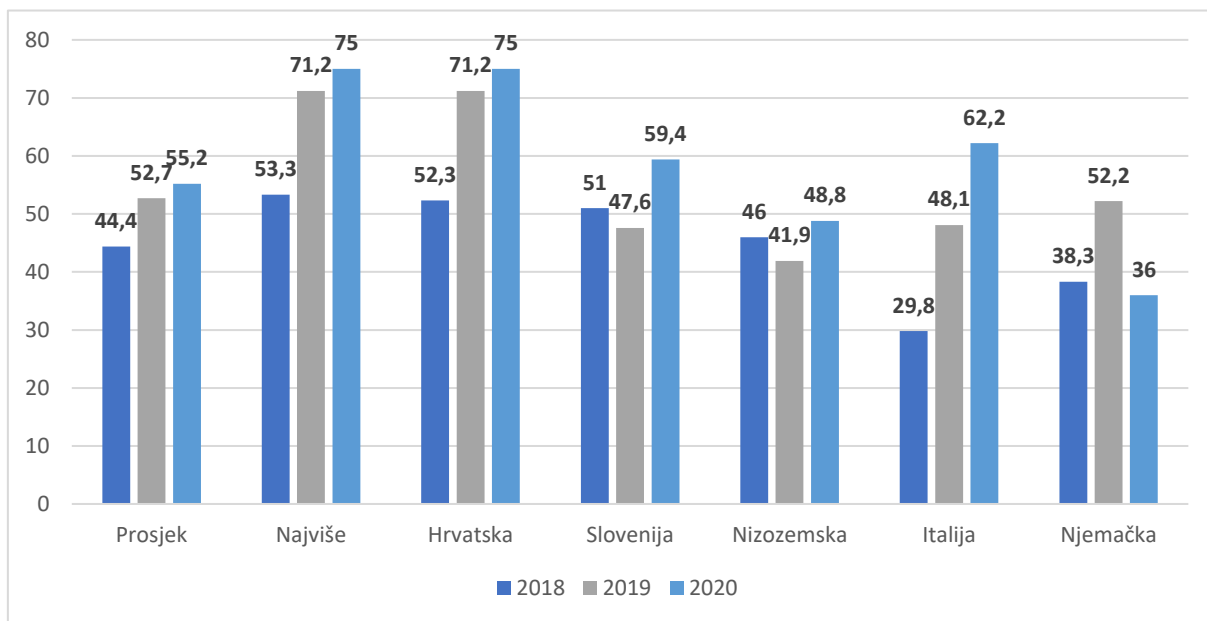
Izvor: izrada autora prema podacima GEM istraživanja

Vidljivo je kako Hrvatska u 2019. i 2020. godini prema prepoznavanju prilika za pokretanje poslovnog pothvata nadilazi prosjek Europske unije (dalje u tekstu: EU), dok je u 2018. godini rezultat bio niži od prosjeka. U odnosu na promatrane države, Nizozemska ostvaruje najbolje rezultate prema ovom indikatoru u 2018. i 2019. godini, ali je 2020. godine percepcija prilika drastično pala te se čak može reći da se približila Hrvatskoj. Italija u promatranom razdoblju bilježi drastični porast u percepciji prilika 2020. godine te se uvelike razlikuje od drugih država čiji se lošiji rezultati percepcije prilika mogu pripisati početku pandemije COVID-19 virusa. Njemačka je, kao i većina drugih država uslijed pandemije COVID-19 virusa zabilježila značajan pad u percepciji prilika, međutim, rezultat koji bilježi za 2020. godinu percepciju prilika Njemačke svrstava ispod rezultata Hrvatske. Može se zaključiti kako je percepcija ispitanika o prilikama za pokretanja poslovnog pothvata u Hrvatskoj imala tendenciju rasta i uvelike se poboljšala ako se promotri 2018. godina, međutim, uslijed neočekivanih okolnosti na tržištu i poslovnoj okolini koji su bili uzrokovani pandemijom COVID-19 virusa, rezultat percepcije o prilikama se smanjio.

Grafikon 2. prikazuje rezultate percepcije o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata i donosi osobno mišljenje ispitanika o svojim sposobnostima, vještinama i ostalim kompetencijama potrebnim za pokretanje poslovnog pothvata.



Grafikon 2. Percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije

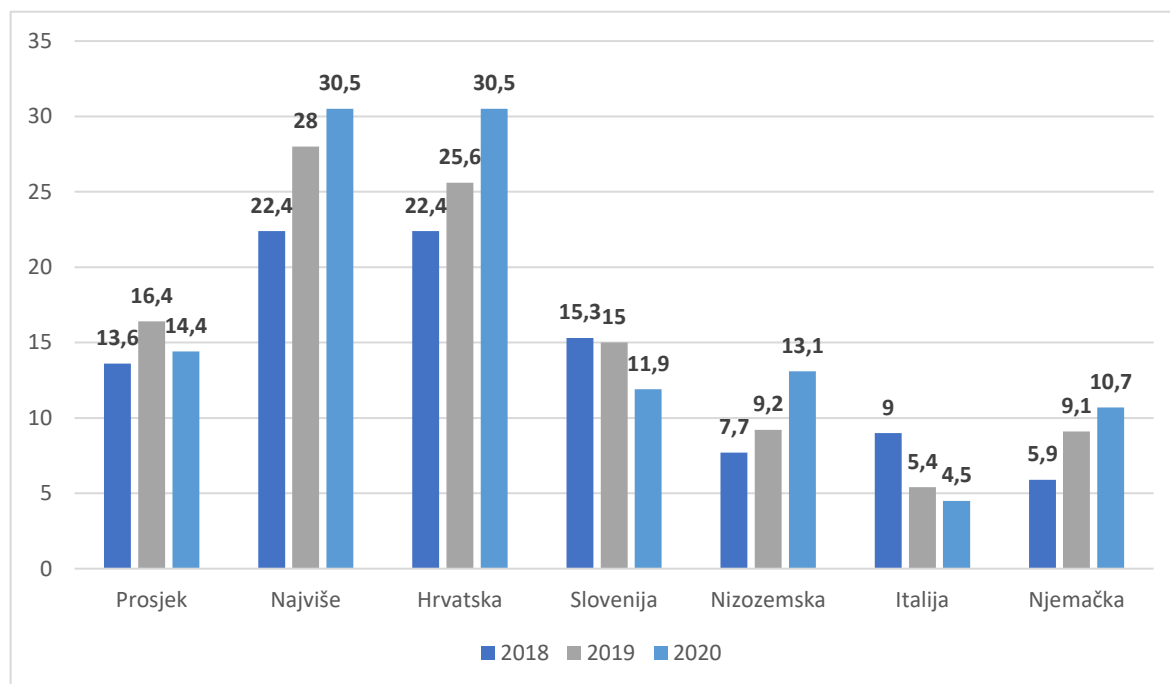


Izvor: izrada autora prema podacima GEM istraživanja

U ovom dijelu GEM istraživanja Hrvatska postiže izuzetno visoke rezultate, pa je tako za 2019. i 2020. godinu rezultat najviši od svih država EU koje su sudjelovale u istraživanju. Postavlja se pitanje zašto je percepcija o poslovnim prilikama u tolikom nesrazmjeru s percepcijom o osobnim sposobnostima, iz kojeg razloga oni koji smatraju da imaju sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata isti ne pokrenu i zašto ne vide priliku za pokretanje? Razlog istome može biti u precijenjenosti vlastitih sposobnosti, ali i u nekim drugim razlozima. Singer et al. (2021., 24.) sugeriraju odgovor na ova pitanja kroz obrazovanje i obrazovni sustav Hrvatske, koji možda može biti odgovoran za nedovoljnu osposobljenost ljudi za pokretanje poslovnog pothvata u vidu manjka znanja i vještina. Za razliku od Hrvatske, percepcije Italije i Njemačke o osobnim sposobnostima u skladu su sa percepcijom o prilikama, dok je Nizozemska vrlo kritična u dijelu percepcije o osobnim sposobnostima koja je u promatranom razdoblju manja od percepcije o prilikama.

Za razliku od percepcije o prilikama i percepcije o osobnim sposobnostima, percepcija o namjeri ulaska u poduzetničku aktivnost dočarava namjeru ispitanika da krenu u poduzetnički pothvat u narednim 6 mjeseci (prikaz na Grafikonu 3.).

Grafikon 3. Percepcija o namjeri ulaska u poduzetničku aktivnost - % od odrasle populacije



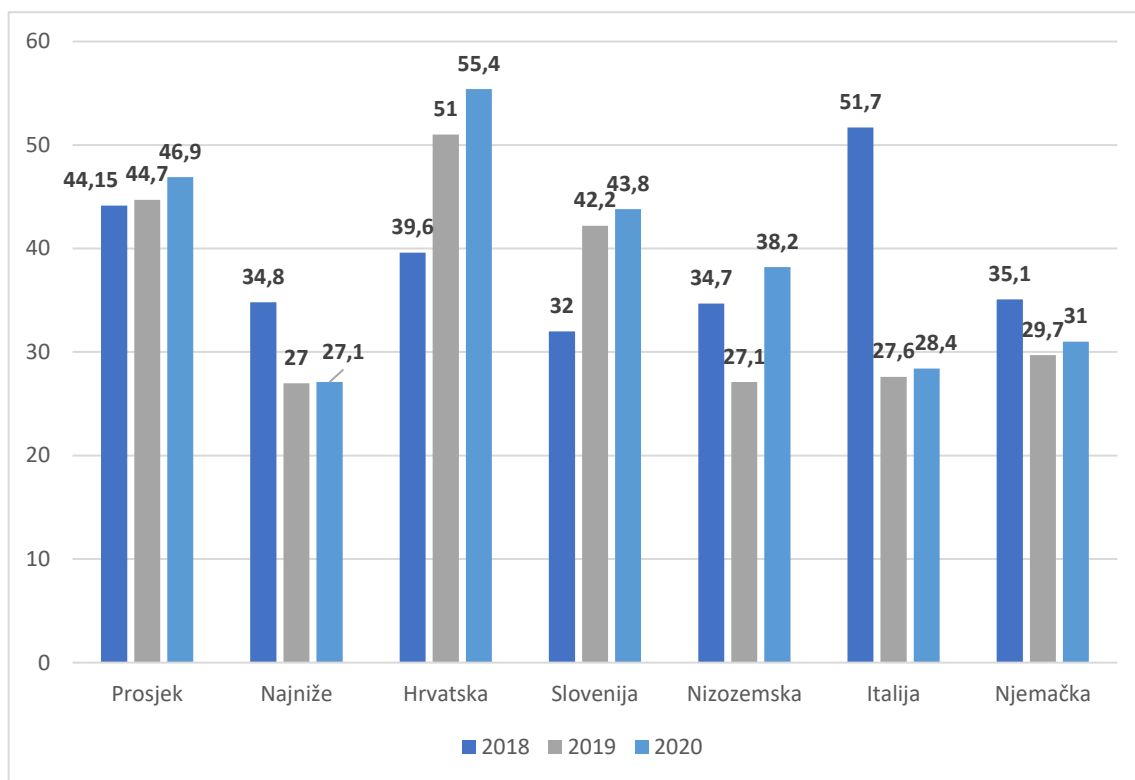
Izvor: izrada autora prema podacima GEM istraživanja

Na Grafikonu 3. vidljivo je kako su rezultati hrvatskih ispitanika u 2020. najviši od ispitanika EU, dok su i u ostale dvije godine na relativno visokim razinama. Visok rezultat u ovome dijelu ispitivanja može se donekle potvrditi ukoliko se promotri broj novootvorenih poduzeća u Hrvatskoj. Kako navode Alpeza et al. (2020., 7.) u razdoblju od 2015. do 2019. godine zabilježen je rast broja poduzeća od 27,9 %, od čega je u 2019. godini zabilježen rast od 3,9 % u odnosu na 2018. godinu. Zanimljiv je rezultat Italije koja premda ostvaruje visoke rezultate u dijelu percepcije o prilikama i osobnim sposobnostima, poražavajuće rezultate ima u dijelu namjera za pokretanje poslovnog pothvata. Nizozemska unatoč niskim rezultatima u dijelu percepcije o osobnim sposobnostima, prati rezultate percepcije o prilikama te je vidljiv rast u dijelu namjera za pokretanje poslovnog pothvata. Slovenija u ovom dijelu ostvaruje rezultate koji su na nivou prosjeka država EU.

Prilikom kretanja u poduzetnički pothvat i pokretanja poslovanja poduzetnici bi trebali imati samopouzdanja i vjerovati u uspješnu realizaciju svoje ideje. U kojoj mjeri strah od promašaja koči buduće poduzetnike i kako poduzetnike osloboditi straha od ulaska u poduzetništvo problem je koji bi trebalo rješavati. Obrazovanje, promjene politike prema

poduzetnicima i jačanje svijesti o poduzetništvu kroz medije može prouzročiti i smanjenje straha od poduzetništva (Grafikon 4.).

Grafikon 4. Percepcija razine straha od promašaja - % od odrasle populacije



Izvor: izrada autora prema podacima GEM istraživanja

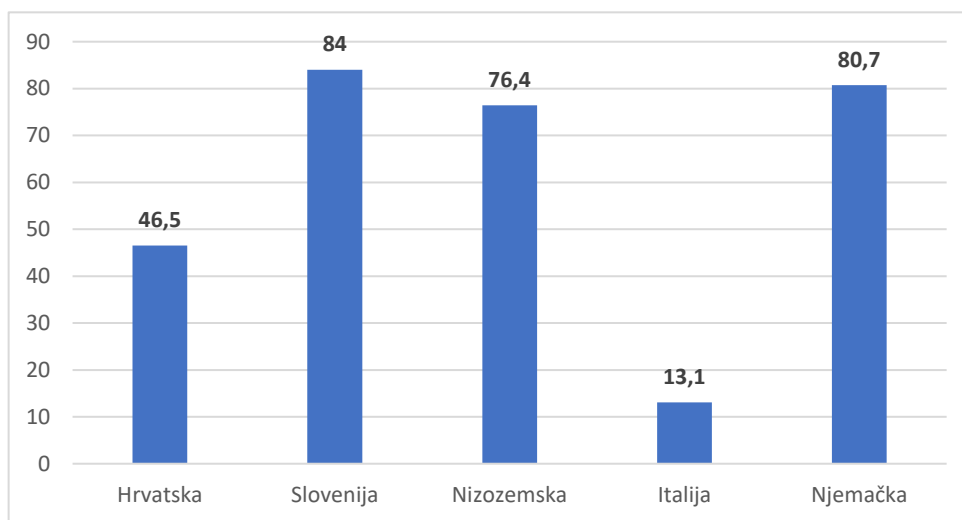
Rezultat percepcije razine straha od promašaja u Hrvatskoj prikazan na Grafikonu 4., iznosi 55,4 % u 2020. godini i znači kako će više od polovice ispitanika zbog straha od promašaja odustati od pokretanja poslovnog pothvata. Ako se uzme u obzir kako je 75% ispitanika pozitivno odgovorilo na pitanja o percepciji osobnih sposobnosti, vidljivo je kako minimalno 20 % ispitanika zbog straha neće pokrenuti poslovni pothvat, a vjeruje u svoje sposobnosti za pokretanje istog. Za razliku od Italije čija percepcija o promašaju se skoro dvostruko smanjila u odnosu na 2018. godinu i ima tendenciju pada, percepcija o strahu od promašaja u Hrvatskoj raste.

Prema Singer et al. (2021., 26.) na percepciju o strahu od promašaja utječu institucionalna uređenost i stabilnost gospodarstva u državi, a na smanjivanje straha može utjecati umrežavanje na temelju kojeg se razmjenjuju iskustva drugih, a koje također pozitivno utječe i na percepciju o prilikama te namjere za pokretanje poduzetničkog pothvata.

Na koji način su poduzetnici percipirani u društvu, koliko ljudi smatra poduzetništvo dobrim izborom karijere te da li se u državi poduzetništvo u medijima doživljava kao pozitivno odnosno da li mediji pridaju puno pozornosti poduzetništvu indikator su koji se odnose na društvene vrijednosti GEM istraživanja.

Podaci o poduzetništvu kao dobrom izboru karijere, kao i o percepciji visokog statusa poduzetnika u društvu promatrani su samo za 2019. godinu. Na pitanje o tome da li je poduzetništvo dobar izbor karijere 2019. godine su ispitanici u Hrvatskoj većinski su odgovorili pozitivno (61,5 %), pa ako se pogledaju podaci o namjerama ispitanika za pokretanje novog poduzetničkog pothvata, mogućnost daljnjeg porasta broja poduzetnika je visoka. Slovenski ispitanici su odgovorili sa sličnim postotkom na ovaj dio upitnika (63,5 %), dok Nizozemska ima izuzetno visok postotak ispitanika koji smatraju poduzetništvo dobrom karijerom (85,8 %), u Njemačko je ovaj postotak u 2019. godini iznosio 53,6 %, a u Italiji poražavajućih 19 %.

Grafikon 5. Percepcija o visokom društvenom statusu poduzetnika - % od odrasle populacije



Izvor: izrada autora prema podacima GEM istraživanja

Na Grafikonu 5. vidljivo je kako samo 46,5 % ispitanika u 2019. godini smatra kako poduzetnici uživaju visok društveni status. Ako se izuzme Italija čiji rezultati iz 2019. godine nimalo nisu u skladu s prijašnjim rezultatima iz 2017. i 2018. godine kada je postotak iznosio oko 70 %, Hrvatska je ostvarila niski rezultat prema ovom indikatoru. Društveni status poduzetnika može uvelike utjecati na želju mladih za odabir karijere poduzetnika, što za sobom povlači čitav niz problema, jer ako se mladima prezentira poduzetništvo samo kao nešto rizično, nesigurno i u suštini nešto čime neće steći pozitivan društveni status odnosno visoko kotirati u

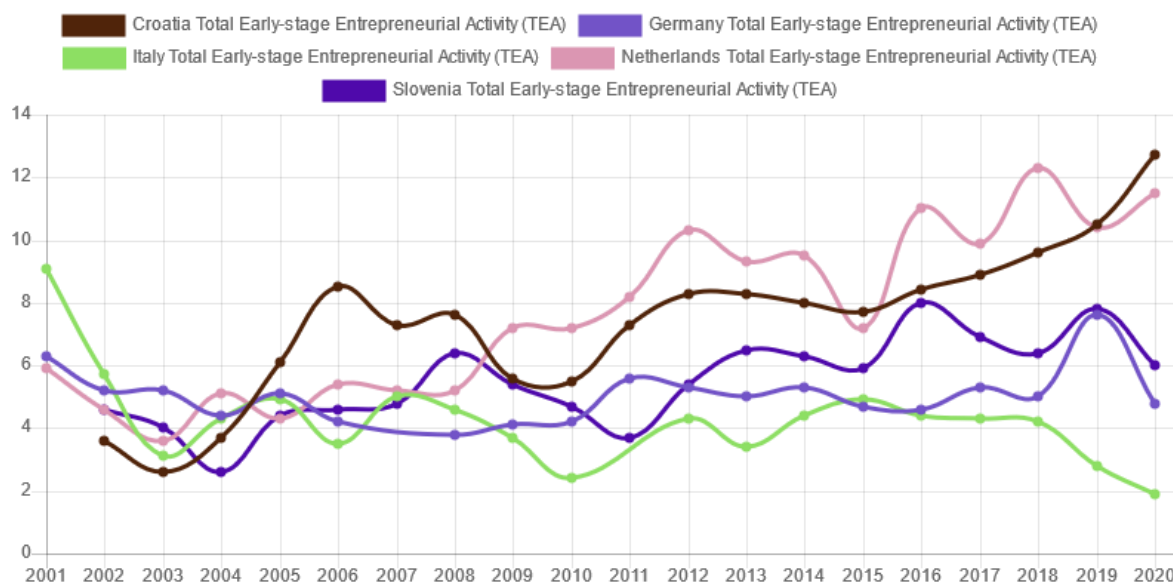
društvu, nije realno očekivati kako će se oni odlučiti za poduzetničku karijeru. Promotri li se rezultati Slovenije, može se zaključiti kako je Slovenija pronašla način da poduzetništvo predstavi pozitivno i da poduzetnici uživaju visok društveni status. Bilo da je Slovenija ovo postigla naglašavanjem i obrazovanjem o pozitivnim stranama poduzetničke karijere, kao što su mogućnost kontrole i odgovornost za vlastiti rad, fleksibilnost rada i u konačnici zarada, Hrvatska bi trebala preuzeti nešto dobre prakse Slovenije u ovom dijelu i poboljšati percepciju društva o poduzetnicima i poduzetništvu.

Mediji i medijska slika poduzetnika i poduzetništva može značajno utjecati na poimanje poduzetnika i poduzetništva kao pozitivnog, dinamičnog i kreativnog zanimanja u kojemu se svojim radom i inovativnošću može postići uspjeh, ostvariti vizija i razvijati. Dok su neki pojedinci, npr. u automobilske industriji eksponirani i služe kao primjeri uspješnih poduzetnika, medijska eksponiranost malih poduzetnika može biti i viša nego do sada.

Prema Singer et al. (2021., 27.) mediji u Hrvatskoj poklanjaju pažnju u skladu s prosjekom EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju te tijekom promatranog razdoblja percepcija o medijskoj pažnji poduzetništvu iznosi od 56,9 % u 2018. do 69,1 % u 2020. godini. U medijima se može svakodnevno naići na primjere poduzetnika koji su svoju inovativnu ideju pretvorili u realnost, koji su riskirali i započeli nešto novo. Tako Gugić (2021.) za portal Jutarnji.hr prenosi priču poduzetnika Mate Stipetića koji radi poljičke soparnike, tradicionalno jelo koje se nalazi na listi zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara pri UNESCO-u, a jedini radi poljičke soparnike „to go“, koji se mogu kupiti na njegovom OPG-u i ponijeti kako bi se kasnije konzumirali. Ovaj poduzetnik pokrenuo je poduzetnički pothvat bez obzira na manjak iskustva u takvoj vrsti posla, svoje poslovanje sufinancirao iz sredstava ruralnog razvoja, a daljnji razvoj i promociju svojih proizvoda osigurao je kroz prodaju preko jednog domaćeg, manjeg trgovačkog lanca (Gugić, 2021.). Mediji su proteklih nekoliko godina sve upoznatiji s važnošću promocije malih poduzetnika i može se konstatirati kako se medijska pažnja poduzetnicima s godinama povećava.

TEA indeks koji je sastavni dio GEM istraživanja prikuplja informacije o postotku odrasle populacije koji su pokrenuli ili imaju poduzeće starosti od 3 do 42 mjeseca. Grafikon 6. prikazuje podatke GEM istraživanja u dijelu TEA indeksa za Hrvatsku i odabrane države u razdoblju od 2001. do 2020. godine.

Grafikon 6. Hrvatska i odabrane zemlje prema TEA indeksu (2001. – 2020.)



Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Iz prikazanih podataka vidljivo je kako TEA indeks većine zemalja varira iz godine u godinu. TEA indeks Njemačke i Slovenije nakon visoke razine u 2019. godini je na silaznoj putanji, može se pretpostaviti zbog svjetske pandemije COVID-19 virusa. Nakon nekoliko godina relativnog stagniranja, TEA indeks za Hrvatsku od 2016. godine raste te se rast nije zaustavio čak ni u vrijeme pandemije. Slovenija i Njemačka su nakon 2019. godine izrazito pali u ovom indeksu, dok Italija od 2005. kontinuirano ima izrazito niski TEA indeks s tendencijom daljnjeg pada od 2018. godine. Poražavajući rezultati Italije u pojedinim indikatorima GEM istraživanja daju naslutiti lošu poziciju u kojem se gospodarstvo Italije nalazi već nekoliko godina. Pokretanje novih poduzeća nužno je za opstanak gospodarstva, a niski TEA indeksi mogu označavati probleme u gospodarstvu budući da u slučaju da nema dovoljno novo pokrenutih poduzeća, a već postojeća ne rastu ili se dijelom neminovno zatvaraju može doći do gospodarske krize ili velikih problema u gospodarstvu određene države.

Razlozi zbog kojeg se pokreće novo poduzeće također je bitan čimbenik prilikom proučavanja poduzetničkog ekosustava ili analiziranja podataka GEM istraživanja.

Prema Singer et al. (2021., 28.) TEA indeks se promijenjen 2019. godine od kada se koncept motiviranosti za pokretanje poslovnog pothvata, a koji je do tada bio određen

pokretanjem poslovnog pothvata zbog nužde ili zbog uočene prilike, definira pomoću više varijabli, pa se tako sada poduzetnički pothvat pokreće iz sljedećih razloga:

- napraviti promjenu u svijetu
- ostvariti veliki prihod ili steći bogatstvo
- nastaviti obiteljsku tradiciju
- nemogućnost pronalaska druge opcije zapošljavanja.

Kako bi se dobila točnije informacije o razlozima pokretanja novih poslovnih pothvata (kako je već spomenuto, do 2019. godini jedini razlozi koji su se mogli naznačiti bili su ulazak u poslovni pothvat zbog prilike i ulazak u poslovni pothvat zbog nužde), razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost raščlanjeni su na četiri navedene kategorije. Ispitanici prilikom odgovaranja na pitanja mogu u ovom dijelu odabrati više kategorija motivacije i pomoću Likertove ljestvice od 5 bodova odlučiti se između opcija „u potpunosti se slažem“ do „ne slažem se uopće“. Bosma et al. (2020., 44.) u GEM globalnom izvješću za 2019/2020 navode kako je podatak o motiviranosti zbog toga da se „napravi promjena u svijetu“ vrlo varijabilan podatak koji iznosi manje od 1 od 10 u nekim ekonomijama i više od 7 od 10 u Južnoj Africi, Indiji, Gvatemali i Panami. Stjecanje velikog bogatstva ili ostvarivanje visokog prihoda prema Bosma et al. (2020., 44.) još uvijek je vrlo česta motivacija i s ovim motivom se slaže više od 50 % ispitanika u 15 država koje su sudjelovale u ispitivanju, a motiv „nastaviti obiteljsku tradiciju“ također značajno varira, a najveći udio u TEA ostvario je u Poljskoj, Njemačkoj i Indiji. Prema Bosma et al (2020., 44.) motivacija za pokretanje poslovnog pothvata zbog nemogućnosti pronalaska druge opcije zapošljavanja u polovici od 35 država iznosila je više od 50, s naglaskom na Latinsku Ameriku i Karibe, dok je u Poljskoj ista bila odabir manje od 2 od 10 ispitanika.

Tablica 2. donosi pregled TEA indeksa za Hrvatsku, za 2019. i 2020. godinu prema razlozima za ulaz u poduzetničku aktivnost.

Tablica 2. Razlozi za ulaz u poduzetničku aktivnost - % od TEA poduzetnika

Razlog	2019.			2020.		
	Hrvatska	EU prosjek/najviši	Rang u EU**	Hrvatska	EU prosjek/najviši	Rang u EU**
Napraviti promjenu u svijetu	35,1	41,5 Poljska 65,4	11/16	39,0	37,2 Luksemburg 51,1	8/14
Napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod	49,1	45,7 Italija 95,5	6/16	47,0	49,3 Italija 95,3	5/14
Nastaviti s obiteljskom tradicijom	35,6	34,7 Poljska 81,6	4/16	28,7	27,1 Njemačka 62,0	4/14
Zaraditi za život, jer nema mogućnosti zaposlenja	73,9	51,6 Italija 89,5	2/16	69,4	62,0 Italija 82,2	7/14

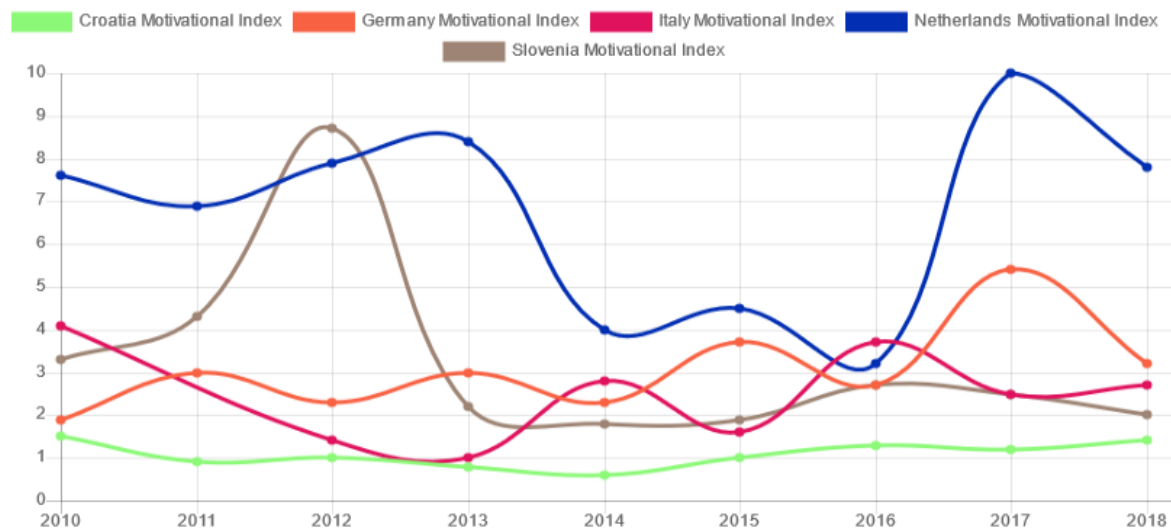
Izvor: Singer et al. (2021., 29.)

Prema tablici 2. vidljivo je da za ulazak u poduzetničke pothvate u Hrvatskoj veći motiv u 2020. godini predstavlja „promjena u svijetu“, a manje ih motivira bogatstvo, nasljeđivanje i zarada za život. Singer et al. (2021., 29.), zaključno navode kako je vidljivo kako je motivacija za ulazak u poduzetničke pothvate u Hrvatskoj prilično stabilna kada se usporede dvije navedene godine.

Motivacijski indeks objedinjava odgovore za tri kategorije: napraviti promjenu, zaraditi veliko bogatstvo i nastaviti obiteljsku tradiciju i dijeli ih sa zadnjom, četvrtom kategorijom „zaraditi za život jer nema mogućnosti drugog zaposlenja“. Na ovaj način može se procijeniti koliko se ljudi odlučuje na pokretanje poslovnog pothvata iz nužde, a koliko iz razloga što vidi određenu priliku. Prema Singer et al. (2021., 29.) „veća vrijednost motivacijskog indeksa znači da se manje osoba odlučuje na pokretanje poslovnog pothvata iz nužde“. Pokretanje poslovnog pothvata iz nužde nije nužno loša opcija, međutim, kako navodi Singer et al. (2021., 29.) osobe koje pokreću poslovni pothvat iz nužde često nisu dobro pripremljeni za poduzetničke aktivnosti i vjerojatnije je kako pokretanje poduzetničkog pothvata vide kao nešto privremeno.



Grafikon 7. Prikaz motivacijskog indeksa za odabrane države u razdoblju od 2010. do 2018.



Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

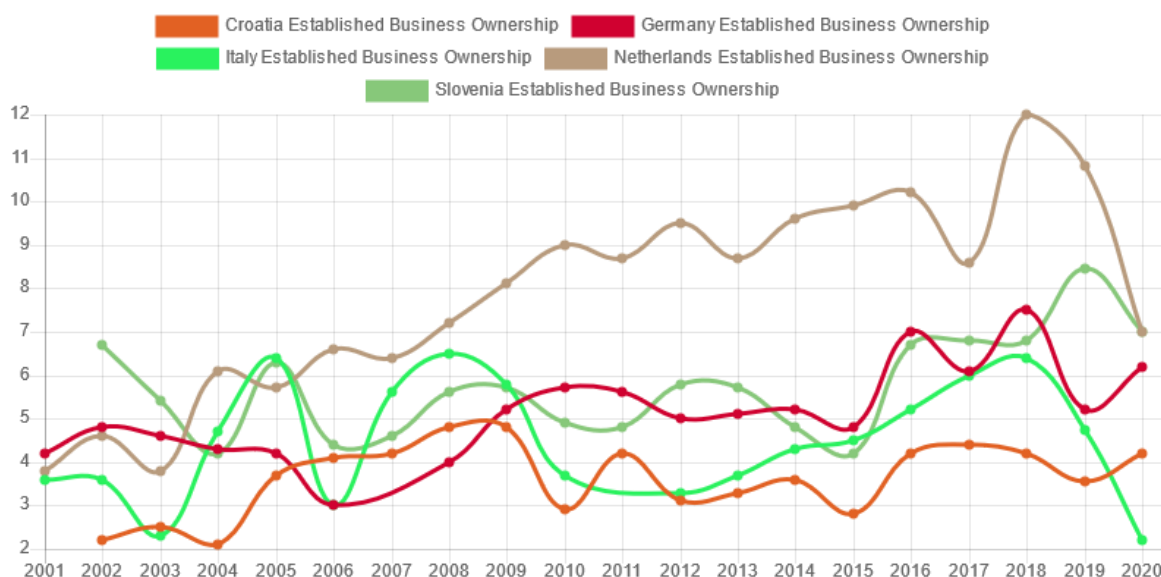
Iz prikaza na Grafikonu 7. vidljivo je kako Hrvatska dugi niz godina ima niski motivacijski indeks, najniži od svih država koje se uspoređuju, što označava kako su poslovni pothvati u Hrvatskoj pokrenuti iz nužde. Pokretanje poslovnih pothvata iz nužde može rezultirati velikim brojem poslovnih subjekata koji će se s vremenom zatvoriti zbog nepripremljenosti vlasnika i moguće nezainteresiranosti za poduzetnički pothvat koji je pokrenut „iz očaja“ odnosno zbog manjka drugih opcija koje bi možda bile više zadovoljavajuće. Nizozemska ima visok motivacijski indeks u odnosu na druge promatrane države, a koji je svoj vrhunac dosegnuo 2017. godine, kada je prema ovim podacima najmanje poslovnih pothvata pokrenuto iz nužde, a motivaciju nisu pronalazili u nemogućnosti zaposlenja.

Pokretanje poslovnog pothvata samo kako bi ga se ubrzo zatvorilo znači gubitak vremena i novaca i za poduzetnika i za sve sudionike ovakvog poslovnog pothvata. Na ovaj način ne pridonosi se poduzetništvu i gospodarstvu općenito, a stečeno negativno iskustvo može biti kočnica za pokretanje novih projekata dalje u budućnosti, kada poduzetnik možda i ima izvrsnu, inovativnu ideju i projekt, koji se zbog prethodnog iskustva neće realizirati.

Prema Singer et al. (2021., 30.-31.) kada se promotri gustoća odraslih poduzeća (prema definiciji GEM istraživanja poduzeća starija od 42 mjeseca) Hrvatska je neprestano na samom dnu ljestvice i ne uspijeva postići prosjek koji je prisutan u EU te je „niska prisutnost odraslih poduzeća dugotrajna karakteristika hrvatskog gospodarstva“ (prikaz na Grafikonu 8.). Faza

preživljavanja i analiziranje ove faze izrazito je bitno kako bi se uvidjelo koliko često poduzeća opstanu, nakon koliko vremena se ugase i koji su tome razlozi. Širola (2014., 31.) naglašava kako „samo otprilike četiri od deset novih poduzeća preživi prvih pet godina i uveća kapital za svoje osnivače“.

Grafikon 8. Prikaz gustoće „odraslih poduzeća“ za odabrane države



Izvor.: *Global Entrepreneurship Monitor*

U konačnici svako poduzeće prestaje sa svojom poslovnom aktivnosti, a izlazak može biti zbog različitih razloga. Različiti čimbenici mogu utjecati na odluku za izlazak iz poslovne aktivnosti, uzrok mogu biti krize, umirovljenje, nova prilika, uviđanje neprofitabilnosti poslovanja, nemogućnost prilagođavanja uvjetima na tržištu, pa čak i promjene u zakonskoj regulativi koje na neki način poduzetnika onemogućavaju za obavljanje poslovne aktivnosti li su uzrok teškoća zbog kojih poslovanje postaje nemoguće. Singer et al. (2021., 32.) naglašava kako je pokazatelj o izlasku iz poslovne aktivnosti potrebno koristiti paralelno uz druge pokazatelje i prepoznati njihovu povezanost.

Primjer Hrvatske gdje postoji visoka razina namjera za pokretanje poslovnog pothvata, visoka samouvjerenost u vlastite sposobnosti uz niski motivacijski indeks može se zaključiti kako postoji nedovoljna pripremljenost za pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, ali i mogućnost kako poduzetnička okolina nije osvijestila poteškoće poduzetnika i ne nudi dovoljan broj edukacija za poduzetnike koji su kao motivaciju imali nemogućnost drugog zaposlenja (Singer et al., 2021., 33.).

Na Tablici 3. prikazan je postotak izlaska iz poslovne aktivnosti za Hrvatsku za razdoblje od 2018. do 2020. godine prema razlozima izlaska.

Tablica 3. Prikaz razloga izlaza iz poslovne aktivnosti (% u odnosu na sve razloge)

Razlog	2018.			2019.			2020.		
	Hrvatska	EU/Rang HR*	Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku/Rang HR*	Hrvatska	EU/Rang HR*	Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku/Rang HR*	Hrvatska	EU/Rang HR*	Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku/Rang HR*
Prodaja	0,6	6 16/17	6,9 30/31	6,4	8,1 7/16	8,5 17/33	6,1	5,5 6/14	4,5 10/30
Nova prilika	18,5	12,8 4/17	11,4 4/31	16,3	12,8 5/16	11,9 7/33	7,1	11,5 9/14	9,5 17/30
Neprofitabilnost	19,7	26 10/17	27,7 22/31	16,3	24,1 7/16	26,9 17/33	17,5	19,5 8/14	20,5 17/30
Problemi s financijama	7,4	11,7 11/17	11,1 21/31	11,9	9,3 4/16	10,0 10/33	9,9	8,2 4/14	8,6 11/30
Vladine politike/ porezna politika/ birokracija	19,2	9,9 3/17	8,7 4/31	21,8	12,0 2/16	8,6 3/33	16,1	6,1 1/14	4,5 1/30
Ostalo**	34,6	33,6 10/17	34,2 16/31	16,4	29,2 15/16	28,9 30/33	22,0	27,5 9/14	24,7 15/30
Pandemija COVID-19							21,3	21,7 5/14	27,7 16/30
Ukupno	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Izvor.: Singer et al. (2021., 33.)

Jedan od najpozitivnijih razloga bio bi izlazak iz poslovne aktivnosti zbog uočavanja druge prilike, međutim, od postotka zastupljenosti ovog razloga u 2019. godini (16,3 %) isti ili veći postotak imaju i neprofitabilnost (16,3 %), vladine politike/porezna politika/ birokracija (21,8 %) i razlog „ostalo“ pod što spadaju mirovine, nepredvidivi događaji ili drugi osobni razlozi (16,4 %). Daljnji pad postotka zastupljenosti navedenog razloga negativan je pokazatelj poduzetničke aktivnosti i cjelokupne poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Kok et al. (2020.) navode podatak za 2019. godinu kada je najveću zastupljenost u Nizozemskoj imao razlog uočavanja druge prilike (24 %), dok se zbog vladinih politika/porezne politike/ birokracije na izlazak iz poslovne aktivnosti opredijelilo samo 5 % ispitanika.

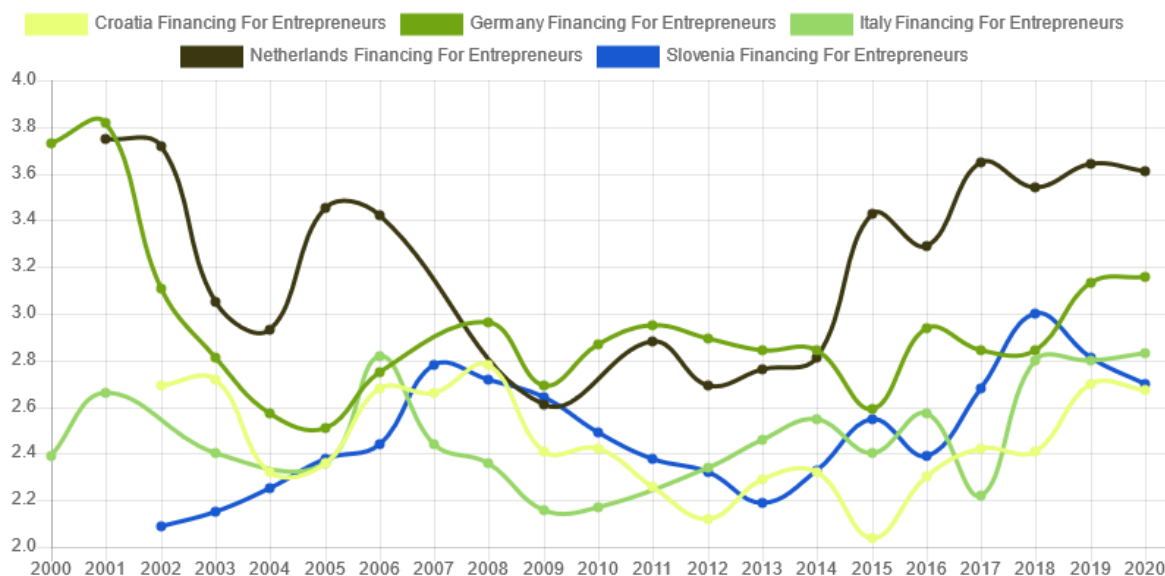
GEM istraživanja prikupljaju i analiziraju i čitav niz drugih podataka koji se odnose na dob, spol, obrazovanost, regionalnu i sektorsku zastupljenost poduzetničkih aktivnosti u sklopu TEA indeksa. Singer et al. (2020., 47.) prenose podatke vezane uz regionalnu dimenziju pozitivne percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini prema kojima je vidljivo kako u promatranom razdoblju prednjači Zagreb i okolica te Dalmacija, dok ispitanici iz Like i Banovine imaju najmanji postotak percepcije prilika. Strah od promašaja podjednak je u svim županijama tijekom promatranog razdoblja te je vidljiv porast tijekom godina u svim županijama osim u Slavoniji i Baranji koja u 2020. godini bilježi blagi pad u odnosu na 2019. godinu.

Kompozitni indeks snage poduzetničke okoline (engl. *National Entrepreneurship Context Index*; dalje u tekstu: NECI indeks) je indeks kvalitete cjelokupne poduzetničke okoline za čiji izračun se koristi Likertova ljestvica, a veća vrijednost indeksa označava bolje stanje poduzetničke okoline, a rezultat od 5 ili više označava poduzetničku okolinu koja djeluje stimulirajuće (Singer et al., 2021., 65.). Od država koje su odabrane u ovom radu, a prema Singer et al. (2021., 66.) po NECI indeksu tijekom 2019. i 2020. godine stimulirajućim okolinama mogu se smatrati Nizozemska (2019. – 6,0 i 2020. – 6,3) i Njemačka (2019. – 5,0 i 2020. – 4,9), dok su Hrvatska (2019. – 3,6 i 2020. – 3,7), Italija (2020. – 4,1) i Slovenija (2020. – 4,6) prema indeksu destimulirajućih okolina za poduzetnike.

Kako bi se u potpunosti mogla ocijeniti poduzetnička okolina u određenoj državi potrebno je promotriti indikatore koji se odnose na poduzetničku okolinu, a to su indikatori pristupa novcima (dostupnost financijskih sredstava za mala i srednja poduzeća), vladinih politika i podrške (u kojoj mjeri javne politike podržavaju poduzetništvo), poreznog sustava i regulative (u kojoj mjeri sustav podržava poduzetništvo – da li postoje razlike u poreznom sustavu za mala i srednja poduzeća) te vladinih programa za poduzetništvo (dostupnosti i kvaliteta programa koji pomažu malim i srednjim poduzećima).

Ocjena pristupa novcima Hrvatske je, kao što je vidljivo na Grafikonu 9. na izrazito niskim razinama i u usporedbi s ostalim državama vidljivo je kako je u razdoblju od 2018. do 2020. godine ocjena Hrvatske bila najniža od svih promatranih država.

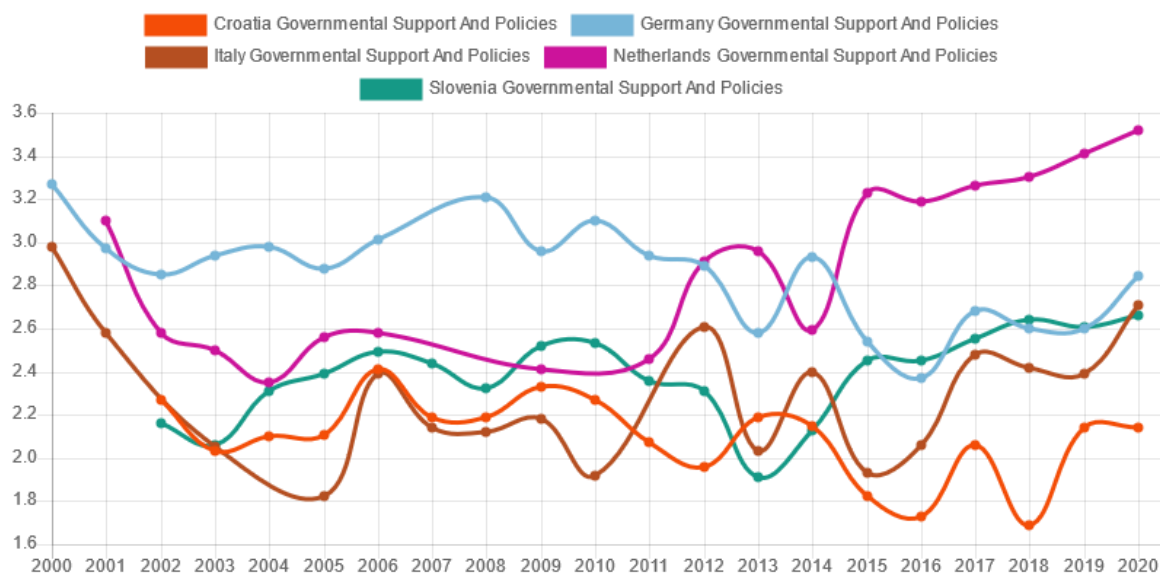
Grafikon 9. Prikaz ocjene pristupu novcima u odabranim državama u razdoblju od 2000. – 2020.



Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Vladina podrška i politika u Hrvatskoj također je ocijenjena lošim ocjenama s najnižom ocjenom u 2018. godini, za razliku od drugih promatranih država, gdje ova ocjena od 2018. godine raste, u Hrvatskoj je vidljiva padajuća putanja od 2019. godine (Grafikon 10.).

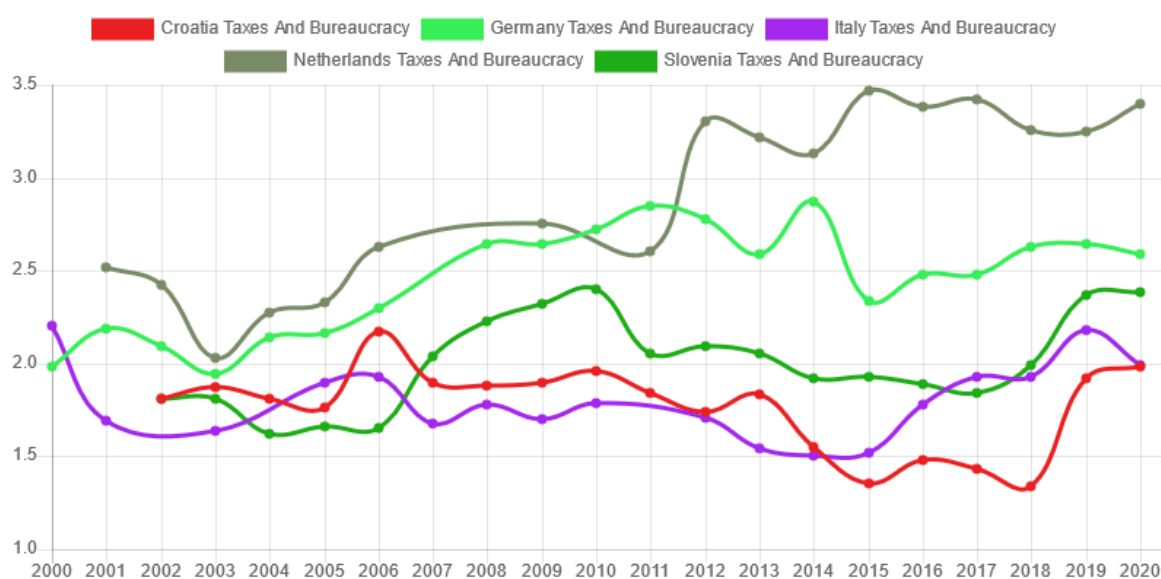
Grafikon 10. Ocjene vladine podrške i politika u odabranim državama (2000. – 2020.)



Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Ocjena poreznog sustava i regulative je u Hrvatskoj na najnižim razinama od svih promatranih država od 2015. godine, međutim, vidljivo je kako je ocjena nakon 2018. godine vidljivo porasla da bi 2020. godine dosegla ocjenu Italije (Grafikon 11.). Unatoč pozitivnom pomaku i porastu ocjene poreznog sustava i regulative, Hrvatska svejedno ostvaruje izrazito nisku ocjenu poreznog sustava i regulative što zahtijeva drastične promjene kako bi se ovaj indikator popravio i kako bi se malim i srednjim poduzetnicima olakšalo poslovanje i pomoću poreznog sustava i regulative potaknuo daljnji razvoj poduzetništva.

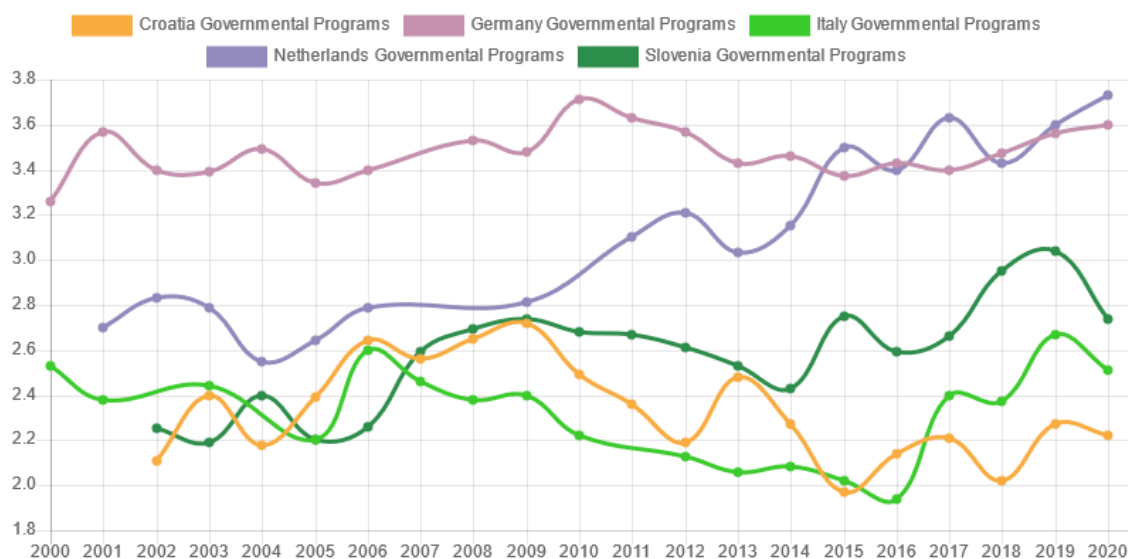
Grafikon 11. Ocjene poreznog sustava i regulative u odabranim državama (2000. – 2020.)



Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Prema Singer et al. (2021., 71.) Hrvatska je u 2018. i 2019. godini imala najlošije ocjene vladinih programa za poduzetništvo između svih zemalja EU koje su sudjelovale u istraživanju. Vidljiva je i daljnja padajuća putanja u dijelu ocjene ove komponente poduzetničke okoline. Razine ocjena Njemačke i Nizozemske iz trenutne perspektive djeluju nemoguće za Hrvatsku (Grafikon 12.).

Grafikon 12. Ocjene vladinih programa za poduzetništvo u odabranim državama (2000. – 2020.)

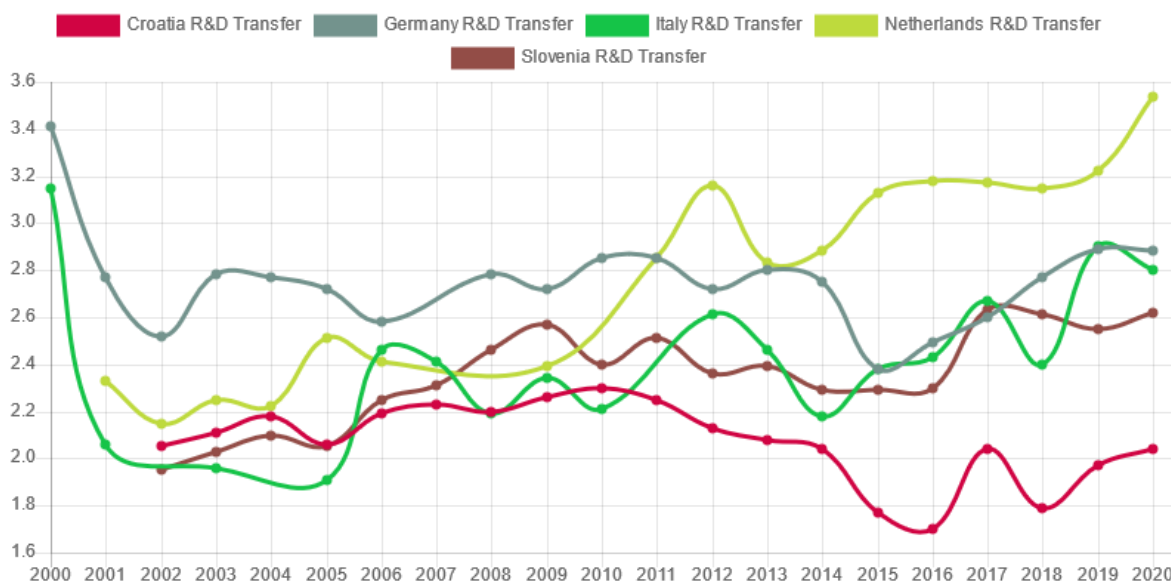


Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Obrazovanje za poduzetničke kompetencije, i u slučaju osnovnog i srednje i u slučaju terciarnog obrazovanja trebalo bi poduzetnike obrazovati i pružiti im znanje, poticati razvoj kreativnosti i inovativnosti kako bi država osigurala nove generacije poduzetnika koji su spremni na regionalna i globalna tržišta iznijeti nove proizvode i upravljati uspješnim poduzećima. Hrvatska u 2018. (osnovno, srednje i terciarno) i 2020. godini (tercijarno) je imala najlošije ocjene od svih zemalja EU koje su sudjelovale u istraživanju (Singer et al., 2021.). „Na osnovu intervjuja i GEM istraživanja od 2002. godine ništa se značajno nije dogodilo što bi pridonijelo jačanju obrazovne komponente poduzetničke okoline“ (Singer et al., 2021., 75.).

Hrvatska je komponentu transfera istraživanja i razvoja ocijenila ocjenama koje su ispod prosjeka EU i daleko najniže od svih promatranih država (Grafikon 13.). Nedovoljna suradnja i komunikacija između istraživača i poduzetnika uzrokovala je gotovo nepostojeću razinu transfera istraživanja i razvoja između ovih dvoje aktera poduzetničkog ekosustava. Na internetskim stranicama Ministarstva znanosti i obrazovanja navedeno je kako Ministarstvo „naglašava potrebu za poticanjem komercijalizacije rezultata istraživanja kako bi se unaprijedila kompetitivnost hrvatskoga gospodarstva...“, međutim, prema indikatoru transfera istraživanja i razvoja u GEM istraživanju ova potreba nije postala stvarnost i ne vide se pomaci.

Grafikon 13. Prikaz ocjene transfera istraživanja i razvoja u odabranim državama

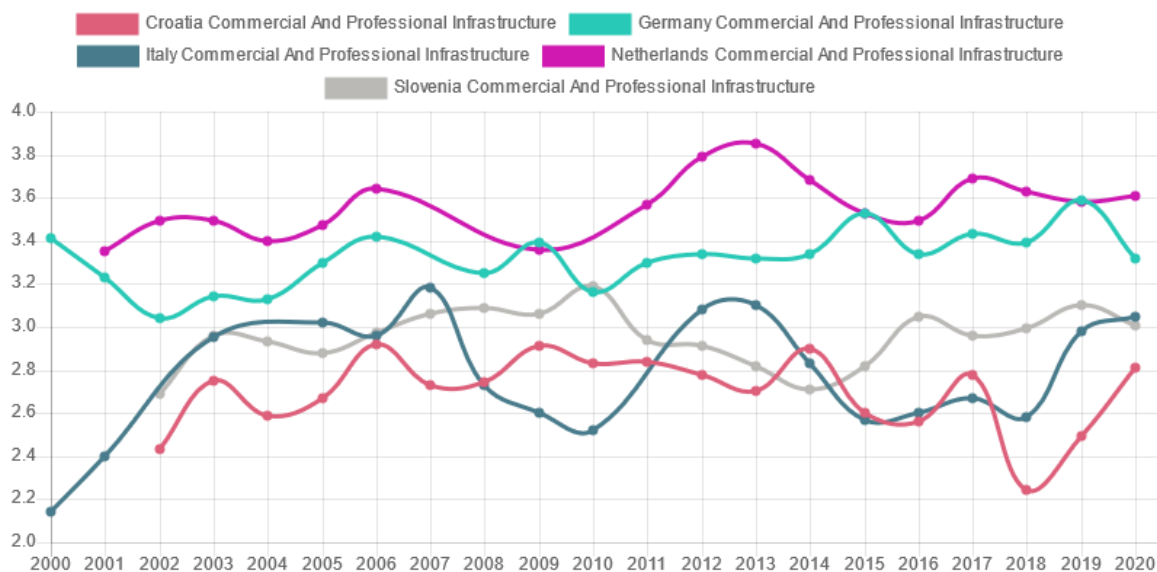


Izvor: *Global Entrepreneurship Monitor*

Singer et al. (2021., 76.) prenosi GEM definiciju profesionalne i komercijalne infrastrukture u poslovnoj okolini koju „čine institucije koje pružaju poslovne usluge nositeljima poduzetničkih aktivnosti“. U ocjeni ove komponente vidljiv je pozitivan pomak nakon 2018. godine što može označavati kako su vladini programi postali vidljivijima (Grafikon 14.). Budući kako su usluge fokusirane na startup poduzeća i ulazak u poduzetnički pothvat, potrebno je ojačati podršku u dijelu inovativnosti poslovnih pothvata i prilikom izlaska iz poslovne aktivnosti (Singer et al., 2021., 76.).



Grafikon 14. Ocjene profesionalne i komercijalne infrastrukture u poslovnoj okolini (2000.-2020.)

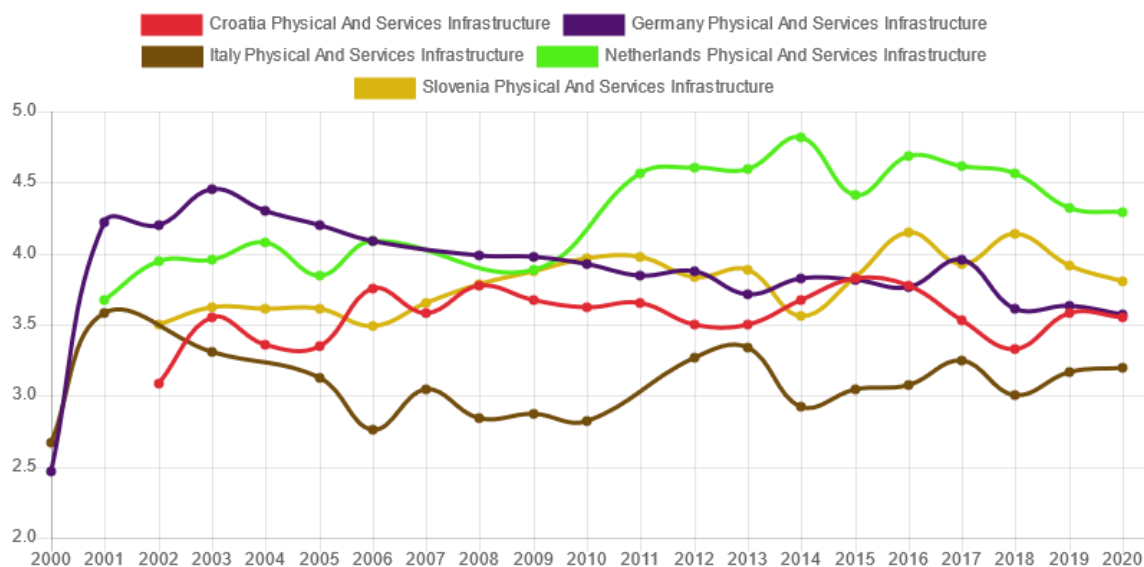


Izvor.: *Global Entrepreneurship Monitor*

Poduzetnička okolina u GEM istraživanju ocjenjuje se i pomoću indeksa otvorenosti domaćeg tržišta koji mjeri dinamiku promjena na domaćem tržištu i u kojoj mjeri nova poduzeća mogu slobodno ući na tržište (intenzitet barijere ulaska). U dijelu slobode ulaska na tržišta, Hrvatska ostvaruje najniže rezultate, dok je u dijelu dinamičnosti promjena ostvarila rezultate u skladu s ostalima promatranim državama.

Ocjenjivanjem fizičke infrastrukture u GEM istraživanju ocjenjuje se lakoća pristupa fizičkim resursima (telekomunikacijska i prometna infrastruktura, komunalne usluge, pristup zemljištima i prostoru po cijeni koja ne diskriminira mala i srednja poduzeća. Ova komponenta poslovne okoline jedna je od rijetkih komponenti gdje je Hrvatska blizu europskom prosjeku, dok je Italija od promatranih država najlošije ocijenjena (Grafikon 15.).

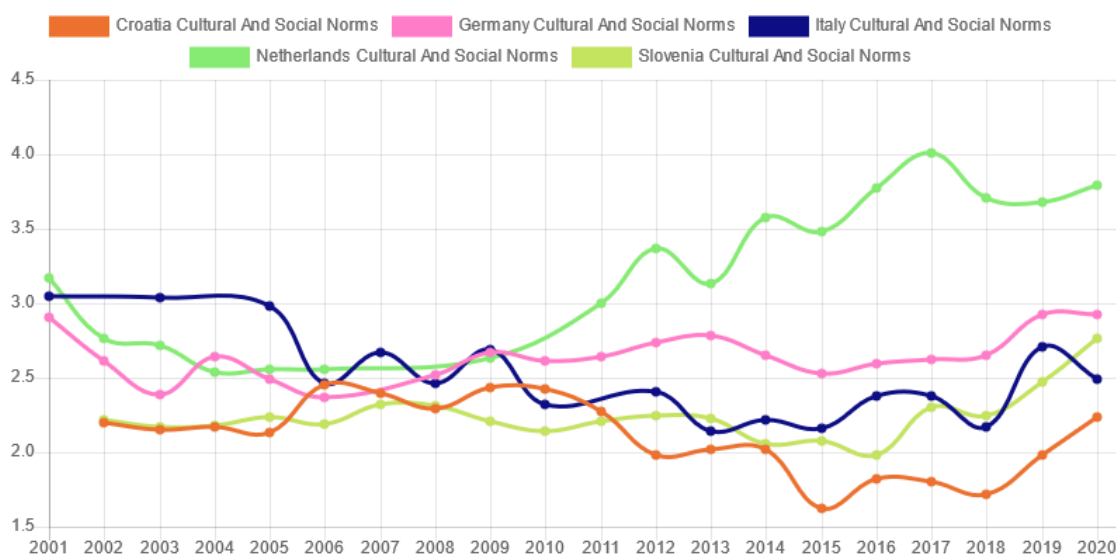
Grafikon 15. Prikaz ocjene pristupa fizičkoj infrastrukturi



Izvor.: *Global Entrepreneurship Monitor*

Definicija kulturnih i društvenih normi prema GEM istraživanju je mjera u kojoj društvene i kulturne norme potiču ili omogućavaju radnje koje vode do novih poslovnih metoda ili aktivnosti koje mogu potencijalno povećati osobno bogatstvo i prihode. Ova komponenta se sporo mijenja, međutim vidljiv je blagi porast nakon 2019. godine. U razdoblju od 2006. do 2011. Hrvatska je bila u razini s ostalim odabranim državama (Grafikon 16.).

Grafikon 16. Ocjene kulturnih i društvenih normi poslovne okoline u odabranim državama (2001.-2020)



Izvor.: *Global Entrepreneurship Monitor*

Obzirom na sve obrađene indikatore, uz iznimke indikatora percepcije osobnih sposobnosti, namjere ulaska u poduzetnički pothvat i indikatora pristupa fizičke infrastrukture, indikatori poslovne okoline i stanja poduzetništva u Hrvatskoj ispod su razine država EU i promatranih odabranih država. Uz Hrvatsku, na nezadovoljavajuće stanje u poduzetništvu ukazuju i određeni indikatori Italije. S obzirom na situaciju u svijetu vezanu uz pandemiju COVID-19 rezultati za 2020. godinu u određenim segmentima su neuobičajeni i ne prikazuju stvarno stanje poduzetništva u državama. Indikatori Nizozemske i Njemačke ukazuju na snažno gospodarstvo i uređenu politiku vezanu uz poduzetnike i poduzetništvo. Slovenija je tijekom promatranog razdoblja ostvarivala rezultate u skladu s EU prosjekom i za većinu indikatora može se reći da su pozitivni, a država i sustav podržavajući nastrojeni prema poduzetnicima i poduzetništvu u Sloveniji.

#### **4.2. Mogućnosti za razvoj poduzetničke aktivnosti u RH**

S obzirom na rezultate koji upućuju na veliku mogućnost otvaranja novih poduzeća zbog iskazanih namjera te vjerovanja u vlastite sposobnosti, potrebno je unaprijediti i ostale aspekte poduzetničke okoline kako bi se omogućio rast i razvoj poduzetništva u Hrvatskoj.

Turizam kao jedna od glavnih grana gospodarstva Hrvatske potaknuo je tijekom godina i pojedine poduzetnike na početak bavljenja poslovnom aktivnosti u sferi tzv. agroturizma odnosno turizma na seoskim gospodarstvima. Informatizacija i digitalizacija poslovanja promijenila je poslovanje za velik broj poslovnih subjekata koji su sve više orijentirani na prodaju proizvoda putem interneta, oglašavanje putem društvenih mreža i sve manji osobni kontakt sa kupcima. Svijet 21. stoljeća nameće Hrvatskoj nužnost digitalizacije i praćenja trendova, a poduzetnici moraju biti spremni na nagle i nepredvidljive promjene u poslovanju.

Jedna od mogućnosti za poticanje razvoja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj je omogućavanje pristupa kapitalu poduzetnicima, pogotovo onima koji tek kreću u poslovni pothvat ili su u fazi rasta. Razni poticaji i potpore koje su trenutno dostupne poduzetnicima u Hrvatskoj moraju postati vidljivije, isplata sredstava mora biti u razumnim rokovima, a poduzetnike je potrebno educirati o načinima prijavljivanja i uvjetima koji moraju ispunjavati kako bi pomoću njih osigurali sredstva potrebna za pokretanje, rast ili unapređenje svog poduzeća. Pružanje edukacija i pomoći poduzetnicima potrebno je osigurati i na lokalnim

razinama. Konkurentnost sa poduzetnicima iz drugih zemalja EU i svijeta potrebno je osigurati pomoću uvođenja novih tehnologija, poticanjem kreativnosti i inovativnosti u poduzetnicima. Udruživanjem poduzetnika u razne zadruge ili lokalne akcijske grupe (LAG) stvaraju se baze znanja i osigurava se mjesto za poduzetnike gdje će se oni moći informirati, savjetovati i educirati na lokalnoj razini.

Regulativa koja često koči poduzetnike i državna administracija koja se dugi niz godina tromo i neefikasno prilagođavala tržištu i poduzetnicima polako počinje mijenjati svoj način poslovanja digitalizacijom usluga i omogućavanjem podnošenja dokumentacije virtualno. Zbog zaostajanja za modernizacijom tržišta može se pretpostaviti kako državna administracija još određeno razdoblje neće moći pratiti potrebe tržišta, međutim, vidljivi su određeni pomaci ka digitalnom društvu u kojem će se svijet neminovno naći.

Povezanost društvenih vrijednosti i individualnih atributa poduzetnika je neupitna i društvene vrijednosti koje pokazuju kako okolina koja podržava poduzetnike potiče i same poduzetnike na djelovanje, dok poduzetnici koji imaju motivacije, znanja i ideja za pokretanje poslovne aktivnosti mogu posljedično svojim djelovanjem mijenjati i poslovnu okolinu.

### **4.3. Utjecaj pandemije COVID-19 na poduzetničku aktivnost**

Prema Singer et al. (2021.) GEM istraživanje je istraživanje percepcije, što može povremeno prouzročiti određene devijacije koje se trebaju tumačiti kroz prizmu vremenskog razdoblja odnosno uzimati u obzir vrijeme kada su se podaci prikupljali. Budući da se, kako je već spomenuto, prikupljanje podataka obavlja u razdoblju od travnja do srpnja, podaci prikupljeni tijekom tog razdoblja 2020. godine, a vezano uz pandemiju COVID-19 virusa nisu u ispitivačima mogli razviti pravu percepciju o učincima koje će pandemija imati na gospodarstvo i poduzetništvo u Hrvatskoj.

Prema pojedinim podacima može se zaključiti kako je pandemija COVID-19 uzrokovala velike turbulencije u poslovanju poduzeća diljem svijeta i kako se određeni broj poduzeća nikada neće oporaviti od posljedica nego će poduzetnici biti prisiljeni na izlazak iz poslovne aktivnosti. Nagli porast gašenja poduzeća i izlazaka iz poduzetništva vidljiv je i na grafikonu 8., gdje je uzlazna putanja 3 odabrane države promijenila smjer, pa je tako prema prikazanim

podacima vidljiv pad u Italiji, Nizozemskoj i Sloveniji, a samo u Hrvatskoj i Njemačkoj vidljiv je rast „odraslih poduzeća“.

Prema Singer et al. (2021., 90.) u upitnik za eksperte u GEM istraživanju za 2020. godinu dodana je dodatna tema odnosno izjave kojima su eksperti ocjenjivali poduzetničke reakcije i reakcije vlade na ekonomske učinke pandemije COVID-19. Izjave su se ocjenjivale skalom od 0-10 na kojoj je ocjena 10 značila „u potpunosti točno“, a ocjena 0 „u potpunosti netočno“ (Singer et al., 2021., 90.) Iz Tablice 4. vidljivo je kako su eksperti ocijenili usvajanje novih načina poslovanja zbog COVID-19 pandemije ocjenom 7,03 te kako je značajan broj novih i rastućih poduzeća poticao rad na daljinu i rad od kuće (7,24).

Tablica 4. Poduzetnička aktivacija na učinke pandemije COVID-19, 2020.

	Značajan broj novih i rastućih poduzeća usvaja nove načine poslovanja zbog COVID-19 pandemije.	Značajan broj novih i rastućih poduzeća potiče rad na daljinu/od kuće zbog COVID-19 pandemije.	Značajan broj novih i rastućih poduzeća podešava svoje postojeće proizvode i usluge u svrhu njihove prilagodbe na COVID-19 pandemiju.	Značajan broj novih i rastućih poduzeća otkriva puno novih prilika zbog COVID-19 pandemije.	Suradnja između novih i rastućih poduzeća te postojećih poduzeća je porasla zbog COVID-19 pandemije.	Značajan broj novih i rastućih poduzeća surađuje oko globalnih društvenih aktivnosti, izazova i prijedloga zbog COVID-19 pandemije.
Hrvatska	7,03	7,24	6,84	5,47	5,03	4,81

Izvor.: Singer et al. (2021., 90.)

Digitalizacija i modernizacija poslovanja s naglaskom na online poslovanje uzrokovana pandemijom COVID-19 bila je nadahnuće i za mnoge nove proizvode, s naglaskom na informatizaciju, drugačiji način rada i razmišljanja. Rad od kuće koji je za većinu zaposlenih u poduzećima u Hrvatskoj prije pandemije bio nezamisliv postao je uobičajen, pa su se tako i pojavili za Hrvatsku neki novi načini rada, kao što je na primjer dijeljenje zajedničkog poslovnog prostora, engl. *Coworking*. Neka poduzeća uvidjela su kako njihova potreba za stalnim radnim prostorijama u kojima će svaki dan boraviti cijeli tim poduzeća nije više tolika i kako poduzeće može funkcionirati sa određenim zaposlenicima koji rade od kuće, a određenim zaposlenicima koji dolaze u radne prostorije. U kolovozu 2021. godine otvorena je nova coworking radna okolina u Zagrebu pod nazivom Squareone, gdje je za iznajmljivanje dostupno 25 ureda i razni drugi sadržaji (Sutlić, 2021.). Ovakvi projekti koji prate trendove u svijetu potrebni su u što većem broju i na hrvatskom tržištu. Posljedice pandemije i promjene koje je ona uzrokovala u svijetu poduzetništva bit će vidljive u narednim godinama.

## 5. Zaključak

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj može se okarakterizirati kao okolina koja ima mnogobrojne nedostatke i djeluje nepoticažno i povremeno čak blokira razvoj poduzetništva i poslovanje poduzetnika. Poduzetnički ekosustav kao skup pojedinaca, ustanova, obilježja i čimbenika koji osiguravaju uspješno poduzetničko djelovanje na pojedinom području mora imati zadovoljene određene preduvjete kako bi poduzetnici mogli uspješno poslovati na tom području, a poduzetnički sustav se nazivati produktivnim. Koordiniranje i razvoj svih sastavnica poduzetničkog ekosustava, od mreže poduzetnika do potpornih institucija zahtijeva napor i involviranost u razvoj svih uključenih aktera.

GEM istraživanje prikuplja, obrađuje i prezentira podatke i informacije o poduzetničkoj okolini kako bi se otkrili čimbenici koji mogu utjecati na način obavljanja i uspješnost poduzetničke aktivnosti određenog područja. Proučavanje percepcije o vladinim politikama, poduzetničkim aspiracijama i ostalim indikatorima pomaže ocijeniti i naći smjernice za poboljšanje razine poduzetničke aktivnosti na nekom području.

Kada se pogledaju ocjene pojedinih komponenti poduzetničke okoline, može se zaključiti kako Hrvatska nije na razini s konkurentnim državama te se u pojedinim segmentima zapravo ne može niti uspoređivati s državama EU. Kako bi osigurali okolinu koja podržava poduzetništvo potrebno je sustavno raditi i osigurati bržu i učinkovitiju državnu administraciju koja će omogućiti poduzetnicima lakše i brže dolaženje do potrebne dokumentacije, bilo za otvaranje, vođenje ili izlazak iz poduzetničke aktivnosti. Potrebno je ustaliti zakonsku regulativu i poreznu politiku te porezne obveze poduzetnika, pogotovo novih i rastućih poduzeća smanjiti. Reduciranje straha od promašaja, poticanje pozitivnih promjena u dijelu uočavanja prilika i poticanje rasta u dijelu namjera za ulazak u poduzetnički pothvat moglo bi potaknuti one koji imaju visoku percepciju osobnih sposobnosti na ulazak u poduzetnički pothvat.

Educiranje i obrazovanje poduzetnika i svih aktera poduzetničkog ekosustava mora biti lako dostupno, kontinuirano i smisleno na način da se edukacijama i obrazovanjem stječu konkretna znanja koja se mogu dalje upotrijebiti. Mijenjanje svijesti građana o važnosti poduzetništva teško je promijeniti, to je dugotrajan proces koji zahtijeva promjenu mišljenja o

statusu karijere u poduzetništvu, kao i povećanje medijske pažnje poduzetnicima, koja mora biti usmjerena prema pozitivnim primjerima, realno prikazivati probleme i načine rješavanja problema u poduzećima, kao i uspješnost i potencijale koje karijera u poduzetništvu nudi. Problem suradnje poduzetnika sa istraživačkim sektorom je očigledan, razmjena tehnologija i informacija prema podacima GEM istraživanja može ocijeniti skoro kao vrlo loša. Nova dostignuća koja ostaju samo u istraživačkom sektoru i ne dijele se sa poduzetnicima ne ostvaruju svoju svrhu, a potaknuti nove proizvode i usluge koji će posljedično unaprijediti cjelokupno gospodarstvo.

Indikatore koji su prema podacima GEM istraživanja u prosjeku EU i koji pokazuju znakove poboljšanja, kao što je na primjer pristup fizičkoj infrastrukturi potrebno je dalje poboljšavati i osigurati njihovu sve veću dostupnost.

## Popis literature

### Knjige i publikacije

1. Ács Z.J., Szerb L., Lloyd A., Global Entrepreneurship Indeks 2018., 2018. Preuzeto: <https://thegedi.org/downloads/> (13.7.2021.)
2. Alpeza, M., et al. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu, 2020. Preuzeto: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjesce-2020-HR-web.pdf> (12.7.2021.)
3. Bosma, N., et al. Global Entrepreneurial Monitor 2018/2019 Global Report, 2020. Preuzeto: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>
4. Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine (NN, br. 13/21)
5. Singer, S., et al. Što Hrvatsku čini (ne) poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2019-2020., 2021. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> (15.6.2021.)
6. Stam, E., Spigel, B., Entrepreneurial Ecosystems, Tjalling C. Koopmans Research Institute, Utrecht School of Economics, Utrecht University, 2016.
7. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014-2020. (NN, br. 136/13)
8. Širola, D., Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2014.
9. Škrtić, M., Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2006.

### Članci

1. Isenberg, D. What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is. Harvard Business Review, 2014. Preuzeto: <https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is> (10.7.2021.)
2. Nikolić G, Zorić D. Razvoj startup kulture u hrvatskoj u funkciji razvoja gospodarstva. Praktični menadžment, 2014 Preuzeto: <https://hrcak.srce.hr/135710> (15.7.2021.)



3. Rajsman, M., Petričević, N., Marjanović, V., Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik, vol. XXVI, br. 1, 2013, str. 250-262. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/108210>. (5.7.2021.)

## Ostali izvori

1. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. <http://www.cepor.hr/> (15.6.2021.)
2. GEDI institut. <https://thegedi.org/tool/> (13.7.2021.)
3. GEM konzorcij. <https://www.gemconsortium.org/> (11.6.2021.)
4. Gugić, M. Jutarnji.hr. Nekad sirotinjsko poljičko jelo moći će se kupiti u trgovinama: „Radi se posebnom tehnikom“, 2021. Preuzeto s: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/nauticka-patrola/nekad-sirotinjsko-poljicko-jelo-moci-ce-se-kupiti-u-trgovinama-radi-se-posebnom-tehnikom-15093706> (9.8.2021.)
5. Hamag bicro, <https://hamagbicro.hr/> (2.7.2021.)
6. Isenberg, D. Driving Economic Growth through Scale Up® Ecosystems, 2014. Preuzeto: <https://www.slideshare.net/DanIsenberg/driving-economic-growth-through-entrepreneurship-ecosystems-73307042> (15.7.2021.)
7. Kok, J., et al. *Global Entrepreneurship Monitor the Netherlands 2019 National Report*, 2020. <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/netherlands> (15.7.2021.)
8. Ministarstvo znanosti i obrazovanja. Transfer tehnologije. <https://mzo.gov.hr/istaknute teme/znanost/transfer-tehnologije/122> (19.7.2021.)
9. StartupBlink, <https://www.startupblink.com/> (25.7.2021.)
10. Sutlić, K. Jutarnji.hr. Novi coworking prostor s 25 ureda u centru Zagreba: Cijene najma već od 80 kn na dan, a ima sve. Preuzeto s: <https://www.jutarnji.hr/domidizajn/interijeri/novi-coworking-prostor-s-25-ureda-u-centru-zagreba-cijene-najma-vec-od-80-kn-na-dan-a-ima-sve-15093734> (9.8.2021.)
11. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN, br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13 i 121/16)

## Popis slika

<i>Redni broj</i>	<i>Naslov</i>	<i>Stranica</i>
1.	Područja scale-up ekosustava	9

## Popis grafikona

<i>Redni broj</i>	<i>Naslov</i>	<i>Stranica</i>
1.	Percepcija prilika za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije	17
2.	Percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - % odrasle populacije	18
3.	Percepcija o namjeri ulaska u poduzetničku aktivnost - % od odrasle populacije	19
4.	Percepcija razine straha od promašaja - % od odrasle populacije	20
5.	Percepcija o visokom društvenom statusu poduzetnika - % od odrasle populacije	21
6.	Hrvatska i odabrane zemlje prema TEA indeksu (2001. – 2020.)	23
7.	Prikaz motivacijskog indeksa za odabrane države u razdoblju od 2010. do 2018.	26
8.	Prikaz gustoće „odraslih poduzeća“ za odabrane države	27
9.	Prikaz ocjene pristupu novcima u odabranim državama u razdoblju od 2000. – 2020.	30
10.	Ocjene vladine podrške i politika u odabranim državama (2000. – 2020.)	30
11.	Ocjene poreznog sustava i regulative u odabranim državama (2000. – 2020.)	31
12.	Ocjene vladinih programa za poduzetništvo u odabranim državama (2000. – 2020.)	32

13.	Prikaz ocjene transfera istraživanja i razvoja u odabranim državama	33
14.	Ocjene profesionalne i komercijalne infrastrukture u poslovnoj okolini (2000.-2020.)	34
15.	Prikaz ocjene pristupa fizičkoj infrastrukturi	35
16.	Ocjene kulturnih i društvenih normi poslovne okoline u odabranim državama (2000.-2020)	35

## Popis tablica

<i>Redni broj</i>	<i>Naslov</i>	<i>Stranica</i>
1.	Stupovi poduzetničkog ekosustava i GEI indeks	11
2.	Razlozi za ulaz u poduzetničku aktivnost - % od TEA poduzetnika	25
3.	Prikaz razloga izlaza iz poslovne aktivnosti (% u odnosu na sve razloge)	28
4.	Poduzetnička aktivacija na učinke pandemije COVID-19, 2020.	38