

# Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj

---

**Bijelić, Blaženka**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:382691>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-12**



*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)



# Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj

---

**Bijelić, Blaženka**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

**University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica:

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

Download date / Datum preuzimanja:



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**DIPLOMSKI RAD br. 443/PE/2023**

# **STRATEGIJE RAZVOJA PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

**Blaženka Bijelić, 0664003305**

Varaždin, lipanj, 2023.godine

**SVEUČILIŠTE SJEVER**

**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

**Studij Poslovna ekonomija, smjer Međunarodna trgovina**



**DIPLOMSKI RAD br. 443 /PE/2023**

**STRATEGIJE RAZVOJA PODUZETNIŠTVA U  
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Studentica:

Blaženka Bijelić, 0664003305

Mentorica:

prof.dr.sc. Anica Hunjet

Varaždin, lipanj, 2023.godine

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

PRISTUPNIK Blaženka Bijelić

MATIČNI BROJ 0664003305

DATUM

KOLEGIJ Ekonomika poduzetništva

NASLOV RADA Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Strategies for the development of entrepreneurship in the Republic of Croatia

MENTOR Anica Hunjet

ZVANJE prof.dr.sc

ČLANOVI POVJERENSTVA

- prof. dr. sc. Dinko Primorac, predsjednik
- doc. dr. sc. Dijana Vuković, članica
- Prof. dr. sc. Anica Hunjet, mentorica
- doc. dr. sc. Miro Kovač, zamjenski član
- 

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 443/PE/2023

OPIS

Poduzetništvo je okosnica gospodarskog prosperiteta države. Cilj rada je opisati poduzetništvo a naglasak se stavlja na definiranje pojma poduzetništvo, poduzetnika i poticajnih politika koje provodi Vlada Republike Hrvatske. Primarni cilj istraživanja koje se provodi u radu je dobivanje podataka o potrebnoj osobini samopouzdanja i podrške okoline kod inicijative za pokretanje poduzetničkog pothvata kao i preprekama u razvoju poduzetništva.

U ovom diplomskom radu prikazat će se:

- povijesni pregled poduzetništva, definicije, poduzetništvo i poduzetnik te im odrediti funkcije, obilježja, vještine, objašnjava se etika i društvenu odgovornost poduzetnika te obrazovanje koje je važno za napredak i budućnost poduzetništva.
- poduzetništvo u Republici Hrvatskoj koje će se opisati kroz pravne oblike, klasifikaciju, funkcije, poduzetničku infrastrukturu, ekonomske pokazatelje i statistiku.
- uloga države i institucije koje potiču razvoj poduzetništva te mjere poticaja koje država trenutno provodi.
- provesti istraživanje i donijeti zaključak rada.

ZADATAK URUČEN

21.6.2023.

FOTPIS MENTORA

A. Hunjet



## SAŽETAK

Ovim radom „Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ daje se povijesni pregled raznih autora koji su definirali pojmove poduzetništvo i poduzetnik te im odredili funkcije. S poduzetništvom se u radu upoznajemo kroz osnovna obilježja kako bi se moglo bolje razumjeti poduzetnički svijet. U radu se objašnjava koje bi sve vještine i osobine poduzetnik trebao imati kako bi pothvat uspješno pokrenuo i unaprijedio te kako bi postao još bolji. U tu svrhu obrađena je i tema etika i društvena odgovornost poduzetnika te obrazovanje za poduzetništvo koje je vrlo važno za napredak i budućnost poduzetništva.

Kroz rad je poduzetništvo u Republici Hrvatskoj opisano kroz pravne oblike, klasifikaciju, funkcije, poduzetničku infrastrukturu, utjecaj koji poduzetništvo ima na nacionalnu ekonomiju zemlje te ekonomske pokazatelje i statistiku. Objašnjena je uloga države i institucije koje potiču razvoj poduzetništva te mjere poticaja koje država trenutno provodi.

Cilj rada je opisati poduzetništvo kao okosnicu gospodarskog prosperiteta države a značaj se stavlja na opis poduzetnika, poduzetničkih aktivnosti i poticajnih politika koje provodi Vlada Republike Hrvatske.

Provedeno je istraživanje sa 202 ispitanika s ciljem dobivanja primarnih podataka o potrebnoj osobini samopouzdanja i podrške od okoline kod inicijative za pokretanje poduzetničkog pothvata kao i preprekama u razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj a najčešće su to nedostatak poticaja i porezno opterećenje. Temeljem istraživanja utvrđeno je da za pokretanje poduzetničke aktivnosti treba imati samopouzdanje te država treba puno više poticati i voditi brigu o poduzetništvu kako bi se osnažio rast i razvoj zemlje. U radu je stavljen naglasak na nedostatnost poduzetničke inicijative i nedostatnost podrške od strane države u vidu infrastrukture, obrazovanja i promocije o poduzetništvu. U narednom razdoblju Strategija i Nacionalni plan oporavka dobar su temelj za daljnji razvoj i pokušaj da se poduzetničke aktivnosti poboljšaju a sve u cilju nacionalnog oporavka gospodarstva i blagostanja u ekonomiji za sve građane naše zemlje.

**Ključne riječi:** *gospodarstvo, mjere potpore, poduzetnik, poduzetništvo, utjecaj poduzetništva*

## **ABSTRACT**

This paper "Strategies for the development of entrepreneurship in the Republic of Croatia" provides a historical overview of various authors who defined the terms entrepreneurship and entrepreneur and determined their functions. In our work, we get to know entrepreneurship through its basic features in order to better understand the entrepreneurial world. The paper explains which skills and qualities an entrepreneur should have in order to successfully launch and develop a business and to become even better. For this purpose, the topic of ethics and social responsibility of entrepreneurs and education for entrepreneurship, which is very important for the progress and future of entrepreneurship, was also covered.

Through the paper, entrepreneurship in the Republic of Croatia is described through legal forms, classification, functions, entrepreneurial infrastructure, the impact that entrepreneurship has on the country's national economy, and economic indicators and statistics. The role of the state and institutions that encourage the development of entrepreneurship and the incentive measures currently implemented by the state are explained.

The aim of the paper is to describe entrepreneurship as the backbone of the country's economic prosperity, and the importance is placed on the description of entrepreneurs, entrepreneurial activities and incentive policies implemented by the Government of the Republic of Croatia.

A survey with 202 respondents has been carried out with the aim of obtaining primary data on the necessary characteristics of self-confidence and support from the environment for the initiative to start an entrepreneurial venture, as well as obstacles in the development of entrepreneurship in the Republic of Croatia, the most common of which are the lack of incentives and the tax burden. Based on the research, it was determined that to start an entrepreneurial activity, you need to have self-confidence, and the state should encourage and take care of entrepreneurship much more in order to strengthen the growth and development of the country. The paper emphasizes the insufficiency of entrepreneurial initiative and the insufficiency of support from the state in the form of infrastructure, education and promotion of entrepreneurship. In the coming period, the Strategy and the National Recovery Plan are a good basis for further development and an attempt to improve entrepreneurial activities, all with the aim of national economic recovery and well-being in the economy for all citizens of our country.

**Keywords:** *economy, support measures, entrepreneur, entrepreneurship, influence of entrepreneurs*

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Problem i predmet rada.....	1
1.2. Ciljevi i hipoteze.....	2
1.3. Metode i izvori prikupljanja podataka.....	2
1.4. Struktura rada.....	2
2. PODUZETNIŠTVO .....	4
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva.....	4
2.2. Povijesni razvoj poduzetništva u svijetu i Republici Hrvatskoj.....	8
2.3. Klasifikacija poduzetništva.....	11
2.4. Funkcije poduzetništva.....	16
2.5. Poduzetnička infrastruktura.....	21
3. PODUZETNIK.....	27
3.1. Definiranje pojma poduzetnik.....	27
3.2. Ključne osobine poduzetnika.....	30
3.3. Tipovi i zadaci poduzetnika.....	34
3.4. Etika i društvena odgovornost poduzetnika.....	36
3.5. Poduzetničko obrazovanje.....	40
4. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	46
4.1. Pravni oblici poduzeća u poduzetničkoj ekonomiji Hrvatske.....	46
4.2. Utjecaj poduzetništva na nacionalnu ekonomiju.....	48
4.3. Ekonomski pokazatelji i statistika poduzetništva.....	51
5. STRATEGIJE RAZVOJA PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	60
5.1. Uloga države i institucije za poticanje razvoja poduzetništva.....	60
5.2. Strategije i plan razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	66
5.3. Budućnost i izazovi poduzetništva.....	72
6. EMPIRIJSKI DIO RADA .....	76
6.1. Metodologija i predmet istraživanja.....	76
6.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja.....	77
6.3. Rezultat istraživanja.....	78
6.4. Zaključak rezultata istraživanja.....	108
6.5. Ograničenja istraživanja.....	111
7. ZAKLJUČAK.....	112
LITERATURA.....	113
PRILOG.....	120



## **1.UVOD**

Poduzetništvo je staro koliko i ljudsko društvo, a pojmovi poduzetništvo i poduzetnik danas su sinonimi gospodarskog razvoja i uspješnosti pojedinca, regije ili države. Stvaranje pozitivne poduzetničke klime, okruženja i infrastrukture od posebnog je značaja za razvoj i oslobađanje poduzetničkog duha i ideja u gospodarskim djelatnostima društva. U toj funkciji financijska i edukacijska potpora poduzetnicima ima posebni značaj.

Poduzetništvo je temeljni nositelj suvremenog poslovnog svijeta i svih poslovnih aktivnosti u razvijenim društvima. Pokretanje i razvoj novih poduzeća glavni je cilj poduzetništva. Poduzetništvom se otvara mogućnost zapošljavanja, ulaganja, inovacija, razvoj novih proizvoda i tehnika te širenja na nova tržišta.

Bitan je faktor proizvodnje i bez poduzetništva je nemoguće zamisliti razvijeno društvo bez ljudi koji vode i organiziraju ekonomski život.

Ekonomska teorija ističe poduzetništvo kao kamen temeljac gospodarskog sustava i ekonomskog razvoja jer je ono vezano i za prijelomna vremena, krize i promjene u okruženju. Poduzetništvo današnjice obnavlja, transformira i potiče razvoj domaćih ekonomija a time i ekonomija cijelog svijeta. Generira nove poslovne poduhvate, nova zapošljavanja, pruža vitalnost nacionalnim ekonomijama putem inovacija te povećava šanse za opći, socijalni i društveni napredak.

Kreativnost, samopouzdanje i hrabrost su generatori novog poduzetništva a veliku ulogu u budućnosti za blagostanje imat će poduzetništvo i mala poduzeća.

Uloga poduzetništva i malog i srednjeg gospodarstva vrlo je važna u ekonomiji Republike Hrvatske a pregled stanja analiziran je putem Izvješća CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva) i istraživanja GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Navedena izvješća prikazuju veliku važnost uloge poduzetništva i malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj a tako i u Europskoj uniji. U radu se analizira razvijenost poduzetništva i teme iz područja poticanja razvoja poduzetništva od strane Vlade Republike Hrvatske.

### **1.1. Problem i predmet rada**

Prema istraživanjima i godišnjem izvješću GEM Hrvatska je na svjetskom začelju po poduzetničkoj aktivnosti. Prema GEM istraživanjima prema 13 kriterija kojima se ocjenjuju uvjeti u poduzetničkom ekosustavu, Hrvatska prema njih 10 ne prelazi svjetski prosjek. Ako nema poduzetnika, nema ni poduzetničkog ekosustava.

Problem istraživanja odnosi se na prepreke i potencijale za razvoj poduzetništva te kako bi se mogle poboljšati strategije za razvoj poduzetništva u zemlji. Prvi korak u poduzetništvo je pokretanje vlastitog posla, a jedna od ključnih pretpostavki je da je za poduzetništvo potrebno samopouzdanje u vlastite sposobnosti.

Poduzetništvo ima ključnu ulogu u smanjenju nezaposlenosti stvaranjem mogućnosti samozapošljavanja tj. pokretanja poduzetničkog pothvata kao jednog od rješenja. Ulazak u poduzetništvo nije lagan, te donosi i neke prepreke (nedostatak znanja i iskustva, podrške od obitelji i okoline) koji predstavljaju probleme koji potencijalnog poduzetnika mogu zaustaviti od ispunjanja želje za poduzetničkom aktivnošću.

Predmet istraživanja je proučavanje motivacije i spremnosti ispitanika za poduzetništvo, osobnih karakteristika budućih poduzetnika i prepreka koje se javljaju u procesu pokretanja poslovanja te utjecaj obitelji i okoline na uspjeh poduzetničkog pothvata te proučiti utjecaj državne politike na razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

## **1.2. Ciljevi i hipoteze**

Cilj rada je ispitati motivaciju i sposobnost za izazove ispitanika za pokretanje poduzetničkog pothvata, utvrditi koje prepreke i rizici odvlače pojedince od pokretanja i ulaska u poduzetničku aktivnost, istražiti vodi li Republika Hrvatska brigu o rasterećenju poduzetništva i potiče li dovoljno svojim potporama poduzetnike u Republici Hrvatskoj. Kroz analizu prikupljenih podataka utvrditi ključne elemente koji bi pozitivno utjecali na razvoj poduzetništva i identificirati prepreke koje otežavaju razvoj poduzetništva, kako bi se mogla poboljšati strategija državnih politika kroz poticanje razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Hipoteze koje se postavljaju u radu su:

- H1: Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat.
- H2: Veća briga za poduzetničke aktivnosti i podrška Vlade Republike Hrvatske u obliku poticaja više će osnažiti ekonomski rast i razvoj poduzetništva.

Za dokazivanje navedenih hipoteza napravljena je socio-demografska struktura ispitanika, deskriptivna statistika, Cronbach Alpha koeficijent, Pearsonov koeficijent i T-test koji su obrađeni putem programa IBM SPSS Statistics. Na kraju je izveden zaključak istraživanja te ograničenja koja postoje kod danih rezultata.

### **1.3. Metode i izvori prikupljanja podataka**

Prvi dio rada bazira se na sekundarnom istraživanju, prikupljanju podataka za stolom. Koriste se podaci iz literature, stručnih i znanstvenih časopisa, relevantnih mrežnih stranica te prijašnja istraživanja poduzetničkih aktivnosti. Pri izradi rada korištene su analiza, sinteza, metoda generalizacije, deskripcije, povijesna i statistička metoda.

Za potrebe empirijskog dijela rada provedeno je primarno istraživanje o preprekama jačem razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj i napravljen je anketni upitnik. Izrađen je pomoću platforme Google obrasci (Google Forms). Istraživanje je provedeno na uzorku od 202 ispitanika u razdoblju od 09. svibnja do 03. lipnja 2023. godine.

### **1.4. Struktura rada**

Rad je strukturiran na sedam poglavlja. U prvom poglavlju *Uvod* definiraju se predmet i problem rada, ciljevi i hipoteze te metode i izvori prikupljanja podataka. Poglavlje *Poduzetništvo* obuhvaća pojmovno određenje i povijesni razvoj, klasifikaciju poduzetništva, njegove funkcije te poduzetničku infrastrukturu.

U trećem poglavlju opisuje se *Poduzetnik*, tipovi i zadaci, etika i društveno odgovorno poslovanje poduzetnika te uključuje i temu vezanu za pojam poduzetničko obrazovanje.

U idućem poglavlju *Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj* opisuju se pravni oblici, utjecaj poduzetništva na nacionalnu ekonomiju te se iznose ekonomski pokazatelji i statistika o poduzetništvu u Republici Hrvatskoj.

Peto poglavlje *Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj* obuhvaća ulogu države i institucije za poticanje poduzetništva te strategije i razvojne planove. Na kraju poglavlja obrađena je tema o budućnosti i izazovima poduzetništva.

Šesto poglavlje je *Empirijski dio rada* u kojem obrađeno provedeno istraživanje, diskusija istraživanja i izveden zaključak rezultata istraživanja.

Na kraju rada izvodi se *Zaključak* diplomskog rada nakon kojeg slijedi popis literature, popis slika, tablica i grafikona te prilog u kojem se nalazi anketni upitnik.

## 2. PODUZETNIŠTVO

Poduzetništvo se od strane raznih autora različito definira pa je prema nekima poduzetništvo proces u kojem pojedinci nastavljaju s radom bez obzira na trenutačno raspoložive resurse radi iskorištavanja budućih dobara i usluga. Nasuprot tome, neki smatraju da je poduzetništvo jedna vrsta umjetnosti u kojoj poduzetnici svojim ponašanjem pokušavaju identificirati prilike te poslovnu ideju pretvaraju u konkretan posao ili pak poduzetništvo definiraju kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost ekonomske i organizacijske naravi radi ostvarivanja dobiti te rasta u određenim uvjetima rizika i nesigurnosti. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 9).

Poduzetništvo je predmetom interesa mnogobrojnih znanosti, najčešće društvenih, a posebno: ekonomije, psihologije, sociologije, prava, antropologije. Njihov interes za poduzetništvo proizlazi kako iz spoznaje da je povijest civilizacije na određen način proizvod djelovanja poduzetništva i rezultat pojedinačnih i grupnih aktivnosti na mijenjanju svijeta i prilagođavanju promjenama, tako i očekivanja da će ovo stoljeće predstavljati eru daljnje ekspanzije pa i eksplozije poduzetništva. (Buble i Kružić, 2006: 1)

### 2.1. Pojmovno određenje poduzetništva

Poduzetništvo je pojam kojeg je nemoguće jednoznačno odrediti i prema Kolaković (2006) poduzetništvo se uglavnom definira kao sposobnost da se na osnovi kreativne ekonomske djelatnosti i limitiranih proizvodnih čimbenika formira određena gospodarska djelatnost.

Hunjet i Kozina (2014) navode da pojam poduzetništvo dolazi od riječi *poduzeti*, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe nego sam krenuti u akciju.

Poduzetništvo je izazov, tj. više od želje za uspjehom, više od inovativnosti, više od znanja i upornog rada, više od novog proizvoda, više od tržišta, više od novog potrošača.... U ekonomskoj teoriji poduzetništvo se definira kao ukupnost poduzetnikovih inovacijskih, organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih i nadzornih sposobnosti. Poduzetništvo je kamen temeljac gospodarskog sustava i gospodarskog razvoja a ekonomska teorija promatra ga i kao proizvodni faktor. Zadatak mu je da na najpovoljniji način kombinira i koordinira proizvodne faktore i tako maksimizira čisti profit. (Škrtić i Mikić, 2011: 1)

Pojam poduzetništva određuju neka obilježja kao što su inovacija, rad, rizik, maštovitost, znanje, obrazovanje, planiranje, procjena, predviđanje, motiv, moral, energija i smjelost koje

rezultiraju društvenim napretkom i određuju društvenu dimenziju poduzetništva. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 9).

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) poduzetništvo definiraju kao preuzimanje inicijative, organiziranje i reorganiziranje društvenih i ekonomskih mehanizama i resursa u praktičnom smjeru, te prihvaćanje rizika i neuspjeha. Poduzetništvo je proces prepoznavanja prilike, prikupljanje sredstava za njenu realizaciju, stvaranje i raspodjela novostvorene vrijednosti. U tom procesu poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.

Poduzetništvo se tumači i kao praksa tj. kao stalno djelovanje poduzetnika i kao dio šire gospodarske teorije. U novije vrijeme poduzetništvo se sve više proučava kao znanost koja ima svoj predmet proučavanja, svoje metode, svoja ispitivanja i svoje zakonitosti. (Hunjet i Kozina, 2014: 6)

Brusić et al. (2009) tvrdi da je najjezgrovitija definicija poduzetništva glasi: „Poduzetništvo je proces u kojem se stvara nešto vrijedno skoro ni iz čega.“ (prof. Jeffrey A. Timmons, Babson College, SAD)

Prema Hisrich, Peters, Shepherd (2011) poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog i vrijednog kroz posvećivanje vremena i truda pretpostavljajući popratne financijske, fizičke i društvene rizike, i na kraju primanje nagrada u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti.

Hisrich, Peters i Shepherd objašnjavaju ovu definiciju kroz četiri aspekta:

- Poduzetništvo uključuje stvaranje nečeg novog a stvaranje treba imati vrijednost za poduzetnika i za publiku za koju se razvija.
- Poduzetništvo traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda. Samo oni koji imaju iskustva s poduzetničkim procesom cijene znatnu količinu vremena i truda koje je potrebno uložiti kako bi se stvorilo nešto novo, a zatim i učinilo operativnim. Stanoviti poduzetnik je izjavio „... Iako sam provodio sate radeći u uredu dok sam bio u industriji, tek kao poduzetnik nisam prestajao razmišljati o poslovanju.“
- Dio definicije koji se odnosi na nagrade odnosi se na neovisnost. Neovisnost je najvažnija nagrada iza koje slijedi osobno zadovoljstvo. Za poduzetnike vođene profitom, novac je pokazatelj postignutog uspjeha. Poduzimanje potrebnih rizika najvažniji je aspekt poduzetništva. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 8)

U svom radu Brusić et al. (2009) kažu da su istraživanja pokazala da se ljudi odlučuju za poduzetništvo uglavnom iz tri razloga:

- Iskorištavanje prilike- natprosječno uspješni u prethodnim zaposlenjima, koji ili nisu željeli biti samo brojke u nečijem tuđem poduzeću, ili žele iskoristiti svoj izum samo za sebe.
- Samozapošljavanje (iz nužde)- zbog vanjskog pritiska, otkaz tj. nezaposlenost i potreba za rješavanjem gole egzistencije, nazadovanje, zaobiđenost u napredovanju i sl.
- Nastavljanje obiteljskog biznisa- pritisak okoline da se mora nastaviti obiteljski biznis iako su mnoga mala obiteljska poduzeća propala baš na prijelazu iz jedne generacije na drugu. (Brusić et al., 2009: 55)

Poduzetništvo je prema Ribić i Pleša Puljić (2020) važan pokretač ekonomskog rasta sektora, industrija i gospodarstva u cjelini te podrazumijeva proces u koji svakodnevno ulaze tisuće pojedinaca diljem svijeta.

Proučavanje poduzetništva važno je danas ne samo jer pomaže poduzetnicima da bolje ispune osobne potrebe nego i zbog ekonomskog doprinosa novih pothvata. Više od povećanja nacionalnog dohotka uslijed omogućavanja novih radnih mjesta, poduzetništvo se ponaša kao pozitivna sila gospodarskog rasta, služeći kao most između inovacija i tržišta. Proučavanje poduzetnika i edukacija potencijalnih poduzetnika bitni su dijelovi u pokušaju jačanja ove veze, tako esencijalne za ekonomsku dobrobit zemlje. (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011: 20)

Škrtić i Mikić (2011) objašnjavaju jednu od mnogobrojnih definicija kompleksnog pojma poduzetništva koja određuje poduzetništvo kao „viši stupanj sposobnosti da se uoči i participira izvanredna prilika za mogući poslovni uspjeh kao i poduzetnička odlučnost da se uđe u akciju i kada je poduzetnički rizik izuzetno visok“, upućuje da poduzetništvo uključuje inovacije, uporan rad, rizik, kreativnost, znanje, obrazovanje, planiranje, procjenu, predviđanje, motiv, moral, energiju i smjelost. (Škrtić i Mikić, 2011: 2)

Škrtić i Mikić (2011) poduzetništvo definiraju kao posebnu gospodarsku funkciju, različitu od vlasničke ili upravljačke ili kao skup više povezanih funkcija usmjerenih na pokretanje novih poslovnih inicijativa s ciljem očekivanja iznadprosječnih prihoda. Poduzetništvo je viši stupanj sposobnosti da se uoči izvanredna prilika za mogući poslovni uspjeh i u njoj participira, te poduzetnička odlučnost da se uđe u akciju i kad je poduzetnički rizik izuzetno visok.

Poduzetništvo je kao predmet rasprave i analize u ekonomsku teoriju uvedeno u 18.stoljeću, a ekonomiste je zaokupilo u 19.stoljeću. U 20. stoljeću svijet se poistovjećuje sa slobodnim poduzetništvom i kapitalizmom. Poduzetništvo je danas dinamički proces vizije, promjene i stvaranja. Zahtjeva ulaganja energije i strasti u kreiranje i implementiranje novih ideja i kreativnih rješenja. Osnovna obilježja uključuju želju za razumnim preuzimanjem rizika (u terminima vremena, kapitala ili karijere), sposobnost formiranja uspješnog poslovnog tima i

orkestriranja potrebnih resursa, vještinu sastavljanja poslovnog plana i viziju prepoznavanja prilika u uvjetima u kojima drugi vide samo kaos, kontradikcije ili zbrku. Poduzetništvo je specifično obilježje pojedinca ili institucije. Pod utjecajem promjena u globalnom gospodarstvu poduzetništvo se sve više doživljava kao generator ekonomskog rasta, dok se istodobno inovacije i poduzetništvo najčešće doživljavaju kao nerazdvojna cjelina u funkciji razvoja novih proizvoda, implementiranje nove tehnologije, otvaranja novih radnih mjesta, porasta životnog standarda i doprinosa stvaranju države blagostanja. (Škrtić i Mikić, 2011: 6)

Horvat i Tintor (2013) poduzetništvo definiraju kao dinamičan proces neprestanog mijenjanja i gospodarske strukture i njezine učinkovitosti u kojem pojedinci preuzimaju rizik glede rezultata poslovne akcije.

Kolaković (2006) objašnjava modernu definiciju poduzetništva koju iznosi Timmons opisujući ga kao ljudski kreativni čin i primjenu energije za iniciranje i izgradnju poduzeća ili organizacije. Moderno poduzetništvo također obuhvaća sposobnost stvaranja poduzetničkog tima s komplementarnim individualnim vještinama i talentima. Poduzetništvom se smatra umijeće za „osjećaj“ poslovne prilike tamo gdje drugi vide opterećenost i konfuziju. Poduzetništvom se smatra i posjedovanje know-how-a za iznalaženje, upravljanje i kontrolu resursa koji su često u vlasništvu drugih. (Kolaković, 2006)

Poduzetništvo se svuda u svijetu smatra izuzetno naprednom društvenom aktivnošću i to stoga što je poduzetnička djelatnost usmjerena na što je moguće veće postizanje ekonomskih učinaka, veće efikasnosti rada te zato što je poduzetništvo vrlo elastično na primjenu tehnoloških rješenja i patenata u svom proizvodnom procesu. Poduzetništvo ima nekoliko razloga i izazova koji ga čine zanimljivim i unosnim: sloboda izbora ekonomske djelatnosti, samostalno ekonomsko ponašanje i sloboda odlučivanja, mogućnost veće zarade negoli u slučaju najamničkog odnosa kod drugog vlasnika te psihološki osjećaj da čovjek kreativnim radom stvara nešto veće i vrijednije negoli kad se izgubi u složenu industrijskom sustavu. (Kolaković, 2006: 6)

Poduzetništvo današnjice je nositelj jedne permanentne inovacije koja obnavlja, transformira i potiče razvoj ekonomija diljem svijeta - ono generira:

- pojavljivanje novih poslovnih pothvata,
- otvaranje brojnih novih radnih mjesta,
- obnavljanje „svježom krvi“ njihovih ekonomija. (Buble i Kružić, 2006: 11)

Prema Europskom referentnom okviru Europske komisije iz 2004. godine, poduzetništvo je jedna od osam temeljnih životnih kompetencija koje su nužan preduvjet za osobno ispunjenje, aktivno građanstvo i zapošljavanje te se mogu usvajati tijekom obveznog obrazovanja, nastaviti razvijati, usavršavati i održavati tijekom cijelog života. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 10)

## 2.2 Povijesni razvoj poduzetništva u svijetu i Republici Hrvatskoj

Poduzetnik i poduzetništvo stari su koliko i samo gospodarstvo a značajne i vrijedne tragove ostavili su u starom i srednjem vijeku (graditeljstvo, manufakture i prometnice). Najvažnija zadaća poduzetništva prema brojnim teoretičarima i znanstvenicima je raditi „nešto“ na drugačiji način, raditi efektivnije i efikasnije od drugih, i prepoznati poduzetničku šansu i boriti se za njezin uspjeh. (Škrtić i Mikić, 2011: 81)

Škrtić i Mikić (2011) navode da su se povijesni zapisi o poduzeću pojavili prije 4000 godina. Povijesni razvoj malog poduzetništva pokazuje da je malo poduzeće cvjetalo u gotovo u svim starim kulturama a posebno su se isticali Arapi, Babilonci, Egipćani, Grci, Feničani i Rimljani. U antičko doba poznati su različiti tipovi poduzetništva u staroj Grčkoj i Rimskom Carstvu, gdje kao različite poduzetničke aktivnosti jačaju trgovina i novčarsko poslovanje. (Kolaković, 2006: 12)

Proizvodi i usluge poduzetnika toga doba često su bili loše kvalitete i loše izrade zbog čega je u svrhu zaštite potrošača i kvalitetnih malih poduzetnika babilonski kralj Hamurabi izdao zakonik 2100. godine prije Krista. U njemu se izdalo tri stotine zakona a svrha im je još i bila spriječiti prijezir i nepovjerenje prema poduzetnicima. (Škrtić i Mikić, 2011: 81)

Mračni srednji vijek nije bio povoljan za bavljenje poduzetništvom. U srednjem vijeku rimska Katolička crkva držala je male poduzetnike na marginama gospodarskog života. Trgovce se često spaljivalo kao grešnike jer nisu unapređivali proizvod nego su samo podizali cijene kako je odredio proizvođač. (Škrtić i Mikić, 2011: 7)

Poduzetništvo kao djelatnost razvija se između 12. i 15. stoljeća kada poduzetništvo obuhvaća trgovinu, kreditne i mjenjačke poslove, brodarstvo ali i osvajanje novih područja a tipovi poduzetnika bili su gusari, feudalci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.

Prvi začeci trgovačkih poduzeća nastaju u 12. stoljeću u Italiji, a od kraja 14. stoljeća javljaju se trajna udruženja koja su imala poslovni oblik sličan današnjim javnim trgovačkim društvima. U 17. stoljeću poduzetništvo se masovno razvilo kao rano kapitalističko radi trgovanja robovima, krznima i životinjama te se razmjenjuju europski proizvodi za one tropske i suprotropske. (Škrtić i Mikić, 2011: 82)

Collins i Devana (2002) kažu da cjelokupna oprema za razmišljanje o poduzetništvu dolazi od škotskog ekonomista Adama Smitha (r.1723.-1790.) cijene i porezi; uloga kapitala, rada, znanja i zemljišne rente; značenje vanjske trgovine; inflacija i nezaposlenost; monopoli i drugi promašaji tržišta; suvremenost potrošača; ideja o gospodarstvu kao samo uređujućem sustavu; sve navedene pojmove najjasnije je obradio. Svoje glavno djelo nazvao je „Istraga o prirodi i



uzrocima bogatstva naroda“. Adam Smith tvrdi da svaku osobu vodi želja za stvaranjem profita, te ona zbog toga angažira svoje vještine i svoj kapital, da bi postigla najveću moguću korist. Razvoju teorijske misli o poduzetništvu pridonose i predstavnici ekonomskih škola u 18. i 19. stoljeću te dokazuju da poduzetništvo počiva na teoriji ekonomije i društva te da se razvijalo u okviru ekonomskih teorija i teorije poduzeća. Od Adama Smitha i Davida Ricarda predstavnika klasične škole, ekonomska znanost se usmjerila na proučavanje općih ekonomskih problema kao što su: izvori nacionalnog bogatstva, radna teorija vrijednosti, teorija cijena proizvodnje, ekonomska politika i dr.

Neoklasična ekonomska teorija čiji je predstavnik Alfred Marshall usredotočila se na ponašanje poduzeća na tržištu i društvu i tako usmjerila opću ekonomiku na proučavanje materijala za njezinu analizu. Ekonomske škole, francuska, engleska, njemačka i posebno američka razvile su mnogobrojne metode i tehnike u svrhu povećanja uspješnosti kao što su: procjene rada i procjene radnog doprinosa, politika cijena, analiza vrijednosti i modeli upravljanja troškovima. Do najveće promjene u pristupu poduzetništvu i poduzetniku dolazi osamdesetih godina 20. stoljeća kada ekonomisti i znanstvenici vraćaju značenje i ulog malog poduzeća u gospodarskoj strukturi. (Škrtić i Mikić, 2011: 98)

Paralelno s razvojem misli i teorije o poduzetništvu u Europi, i na hrvatskom tlu djelovali su neki ugledni ekonomski teoretičari koji su dali važan doprinos razvoju ekonomske misli i teoriji poduzetništva. (Kolaković, 2006: 13)

Posebno značenje i ulogu u proučavanju trgovine i trgovca ima Dubrovčanin Benedikt Kotruljević (r.1400.-1468.) U „Knjizi o umijeću trgovanja“ definira trgovinu kao vještinu ili skup pravila po kojima legitimne (vlasne) osobe pravično vladaju u trgovačkim stvarima, radi očuvanja ljudskog roda i s nadom u dobitak. Kotruljević ističe da savršeni trgovac mora poštivati moralna načela u poduzetničkim pothvatima jednako tako kao što primjenjuje ta ista načela u odnosima sa svojom obitelji i suradnicima. Kotruljevićevo poimanje trgovine i trgovaca može se danas poistovjetiti s odrednicama poduzetništva i poduzetnika. (Škrtić i Mikić, 2011: 3)

Najistaknutiji hrvatski ekonomski pisac Blaž Lorković (r.1839.-1892.) snažno se zalagao za populariziranje ekonomske znanosti i djelovao u obrazovanju hrvatskih gospodarstvenika sa svjetskim ekonomskim kretanjima i znanstvenim postignućima. U djelu „Počela političke ekonomije ili nauke općeg gospodarstva“ izlaže temeljna gospodarska načela za razvoj poduzetništva: promicanje proizvodnje, obitelji, obuka te poduzeće ili organizacija proizvodnje, pri čemu poduzeće definira kao „sjedinenje proizvodnih sila da se proizvede dobra na vlastitu pogibao poduzetnika.“ (Kolaković, 2006: 14)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) navode da se u prošlosti Hrvatske razmišljalo o konkurentnosti, pa su se poduzetnici (obrnici) povezivali u bratovštine, kasnije u zadruge te su od 1852. godine osnovane komore (trgovačko-obrtničke). Vrijeme koje je provedeno u socijalizmu negativno je djelovalo na razvoj poduzetništva i privatnu inicijativu. Zadrugarstvo je znatno pridonijelo gospodarskom rastu pa i porastu obrtnika u Hrvatskoj prije Drugog svjetskog rata.

Brusić et al. (2009) u radu navode da se poduzetništvo od 50-tih do 60-tih godina 20. stoljeća orijentiralo na masovnu proizvodnju i na masovnu potrošnju, te je u javnosti prevladavalo shvaćanje da budućnost gospodarskog razvoja svijeta leži u velikim gospodarskim jedinicama.

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) navode da se potkraj 70-tih godina 20. stoljeća razvoj poduzetništva intenzivira, razlog tome je kompjutorska industrija, masmediji, franšizing i proizvodnja glazbeno-zabavnih sadržaja. U 90-tim godinama 20. stoljeća stvara se mnogo novih poduzeća u svim dijelovima svijeta, od razvijenog zapada do zemalja u razvoju. Formiraju se poduzetničke grupe u svim gospodarskim djelatnostima.

U današnje doba razvojem informatičkih i informacijskih tehnologija malim poduzećima omogućilo se izvoz na globalna tržišta. Poduzetnici su danas inovatori i radikalno transformiraju ekonomiju. Poduzetnici kao izumitelji danas prepoznaju i slijede mogućnosti, oni su stvaratelji dodatnih vrijednosti, kreatori bogatstva kroz poduzetnički proces.

U Hrvatskoj je pokrenut i sustavni pristup poticanja poduzetništva i započela je izgradnja sustava institucijske potpore. Tako dugo dok se ne provedu reforme u obrazovnom sustavu (osnovnom i srednjem), i dok se ne razvije civilni sektor, sporo će se dostizati karakteristike društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladavati poduzetničko upravljanje. (Hunjet i Kozina, 2014: 20)

## 2.2. Klasifikacija poduzetništva

Škrtić i Mikić (2011) poduzetništvo klasificiraju na:

- tradicionalno,
- korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo,
- socijalno poduzetništvo.

### 2.2.1. Tradicionalno poduzetništvo

Tradicionalno poduzetništvo vezano je za nastanak i razvoj malih gospodarskih subjekata te nositelja poduzetničke funkcije kao fizičke osobe. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 15)

U ekonomskoj literaturi tradicionalno poduzetništvo poznato je kao poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima. Poduzetništvo je tradicionalno vezano za poduzetnike u malom poduzeću koje ima tradiciju neizmjerne različitosti i civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi u različitim društvenim okvirima i gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja.

Mala i srednja poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koja otvaraju mnoga i različita radna mjesta te potiču samoodgovorno djelovanje i samorazvoj ljudi više od velikih poduzeća. Motivacija i zadovoljstvo u radu su u malom poduzetništvu viši zbog samoodgovornosti i zbog neposrednih osobnih kontakata, tako da mala i srednja poduzeća potiču veću kvalitetu života i to ne samo zaposlenih nego i potrošača. Osiguravaju konkurenciju i djeluju protiv tendencija monopolizacije, povećavaju bogatstvo i diferenciranost ponude, osiguravaju slobodu izbora potrošača te se brže prilagođuju promjenama potražnje. Mala i srednja poduzeća prihvatljivija su za okoliš jer rabe manje energije i njihova tehnologija je ekološki prihvatljivija. Udjel malog poduzetništva je u izvozu nizak ali zbog visokospecijalizirane proizvodnje ima znatan izvozni potencijal. (Škrtić i Mikić, 2011: 7)

U svom radu Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da je tradicionalno poduzetništvo gospodarski subjekt (mali i srednji subjekti) koji stječe dobit tako što:

- provodi „inovativne“ metode,
- razumno preuzima rizik,
- samouvjerenno provodi aktivnosti koje vode ostvarenju cilja,
- radi uporno i kontinuirano,
- preuzima sve raspoložive mjere uz preuzimanje odgovornosti kako bi ostvario zacrtanu viziju. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 16)

Malo gospodarstvo u Republici Hrvatskoj obuhvaća obrte, zadruge, mala i srednja trgovačka društva te druge oblike privatne poduzetničke aktivnosti koji u ukupnosti svojih različitosti

dijele velik broj zajedničkih obilježja po kojima se razlikuju od ostalih gospodarskih subjekata. Subjekti malog gospodarstva su pravne i fizičke osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarivanja dobiti odnosno dohotka na tržištu a prema Zakonu o poticanju malog gospodarstva u članku 3. prema veličini dijele se na:

- Mikro subjekte- pravne i fizičke osobe koje prosječno u godini imaju manje od 10 zaposlenih
- Male subjekte- pravne i fizičke osobe koje prosječno u godini imaju manje od 50 zaposlenih, u poslovanju su neovisni, ostvaruju ukupni godišnji promet manje od 10.000.000,00 eura i
- Srednje subjekte- pravne i fizičke osobe koje zapošljavaju prosječno više od 50 radnika, u poslovanju su neovisni te ostvaruju ukupni poslovni prihod veći od 10.000.000,00 eura. (Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, N.N 29/02 do 121/16) (<https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva>)

Mikro poduzetnici u 2021. godini prema podacima Fina-e čine 89,9% ukupnih poduzetnika koji su poslovali u 2021. godine točnije njih 129.620 i zapošljavali su 270.780 zaposlenika. (<https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2021.-godini-razvrstani-po-velicini>)

Kolaković (2006) navodi da je obnoviteljska skupština Hrvatske obrtničke komore održana 1. srpnja 1994. godine. Tim činom se strukovnoj obrtničkoj organizaciji, nakon više desetljeća, napokon vratilo značenje u važnost što su je nekoć imali u hrvatskom gospodarstvu. Definicija obrtnika prema Kolakoviću (2006) je: svaka fizička osoba koja samostalno i trajno obavlja jednu ili više gospodarskih djelatnosti radi postizanja dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu. Ta se osoba pritom može koristiti i radom drugih osoba. Obrt se može osnivati i zajedno s partnerom. Sukladno Zakonu o obrtu, osnivanje se obavlja u uredu državne uprave u županiji, u službi za gospodarstvo.

Horvat i Tintor (2013) u svojem radu navode da je neosporna važnost malog poduzetništva u ekonomskom sustavu svake zemlje. Temeljne odrednice malog poduzetništva i razlike u odnosu na velike poduzetnike su:

- Mali poduzetnici obogaćuju raznovrsnost ponude i potražnje.
- Mali poduzetnici u najvećem dijelu zadovoljavaju potražnju za dobrima i uslugama koje veliki poduzetnici teže podmiruju ili im je to veliko opterećenje s obzirom na njihovu temeljnu djelatnost.

- Velik dio malih poduzetnika temelji svoju djelatnost na staroj i niskoj tehnologiji, ali je sve veći broj onih koji se oslanjaju na novu tehnologiju višeg ranga.
- Mali poduzetnici omogućuju bržu primjenu novih tehnoloških rješenja.
- Struktura malog poduzetništva mnogo je jednostavnija.
- Danas je za uspješnost poslovanja poduzetnika važna kreativnost i inovativnost i upravo su to karakteristike malih poduzetnika koje im pomažu u boljem poslovanju.
- Za osnivanje malog poduzeća nije potreban velik novac pa su manji rizici prilikom njegova osnivanja ili poslije tijekom poslovanja.

Cilj Europske unije je da malo gospodarstvo stavi na vrh ljestvice prioriteta te da postane najkonkurentnije i najdinamičnije gospodarstvo na svijetu, temeljeno na znanju, sposobno za održiv gospodarski razvoj, za otvaranje većeg broja kvalitetnih radnih mjesta te jaču socijalnu koheziju. (Škrtić i Mikić, 2011: 8)

Kolaković (2006) u radu objašnjava da velik dio našega stanovništva obiteljski biznis vidi kao naslijeđen, stari obiteljski obrt u kojemu ponosni otac vlastitom (najčešće) sinu prenosi i ostavlja sve tajne staroga (obiteljskog) posla. Obiteljski biznis nastaje preklapanjem i međusobnom interakcijom tri podsustava: biznisa, obitelji i vlasništva.

Obiteljska poduzeća čine znatan dio tradicionalnog poduzetništva a u teoriji i praksi često se naglašava da upravo ta poduzeća u najrazvijenijim zemljama svijeta stvaraju 50% BDP-a i zapošljavaju 60% svih zaposlenih. Glavna prednost obiteljskih poduzeća je fleksibilnost bez koje se danas u uvjetima globalizacije ne može uspješno poslovati, a fleksibilnost je dobitna kombinacija u vrijeme krize i borbe za goli opstanak. (Škrtić i Mikić, 2011: 36)

### *2.2.2. Korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo*

Suvremeni trendovi u gospodarstvu kao i procesi globalizacije pridonijeli su povećanju konkurencije i stalnim promjenama okoline na tržištima diljem svijeta. Velika poduzeća uviđaju potrebu za inovativnošću i fleksibilnošću u cilju unapređenja poslovanja. Korporativne strategije poslovanja počele su se fokusirati na inovacije odnosno primjenjivati koncept poduzetničkog razmišljanja. Uvođenje poduzetničkog razmišljanja u velike birokratske strukture naziva se korporativno poduzetništvo i označava procese u kojima se razvijaju inovativni sustavi i proizvodi kreiranjem poduzetničke kulture u organizaciji. Korporativno poduzetništvo označava i proces u kojemu velika poduzeća traže nove načine korištenja, održavanja ili zadržavanja inovacija i ostvarenja profita i to na način da od zaposlenih očekuju stvaranje poduzeća unutar postojeće organizacije. Korporativno poduzetništvo sastavni je dio

svake uspješne kompanije pa se tako može definirati i kao stupanj koji se može ostvariti razvojem novog proizvoda ili tržišta. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 19)

Škrtić i Mikić (2011) navode da postoje brojne razlike između poduzetništva u malim i velikim poduzećima a neke su:

- Korporativni ili intrapoduzetnici djeluju unutar granica postojećeg poduzeća, zaposlenici su određenog poduzeća ali imaju slobodu u vođenju smo određenog aspekta poslovanja a tradicionalni poduzetnici su samozaposleni ljudi koji vode vlastita poduzeća.
- Intrapoduzetnici znaju da će im poduzeća ako ne uspiju, osigurati plaću a tradicionalni poduzetnici dijele samo ono što zarade.
- Korporativne poduzetnike odabire korporativna hijerarhija i ne trebaju se brinuti o izgradnji potrebne infrastrukture (tehnička podrška, ljudski resursi, marketing, prodaja) i zarađivanju novaca dok tradicionalni poduzetnici moraju sve sami.

Teorija razvoja poduzetništva za pretpostavke razvoja poduzetništva u velikim poduzećima uključuje: shvaćanje korporativnog poduzetništva kao načina stjecanja konkurentske prednosti. Uprava mora vjerovati u dobrobit korporativnog poduzetništva i biti uporna u provođenju svojih načela. Prema Ribić i Pleša Puljić (2020) cilj korporativnog poduzetništva jest omogućiti pojedincima s poduzetničkim idejama, talentom i sposobnošću da realiziraju svoje zamisli unutar korporacije, dok korporativni menadžeri traže načine primjene inovacija i ostvarivanja dobiti. Tri su osnovne odrednice korporativnog poduzetništva:

- stvaranje nove poslovne mogućnosti unutar postojeće organizacije,
- transformacija ili pomlađivanje organizacije, inovacija procesa što uključuje prihvaćanje novih rješenja starih problema,
- mijenjanje pravila po kojima posluje konkurencija na promatranom tržištu; takav oblik susreće se samo u naznakama ili ga poslovni subjekti mogu pokušati promijeniti, ali ga je iznimno teško planirati. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 21)

Prema Škrtić i Mikić (2011) da bi razvili poduzetničku kulturu u velikim poduzećima i da bi se korporaciju moglo u cijelosti prilagoditi poduzetničkom modu potrebno je slijediti principe: samoopredjeljenje, nema odriješene ruku, osigurati pristup financijama, toleriranje rizika, neuspjeha i pogrešaka, formiranje timova i pružanje brojnih mogućnosti za ostvarivanje projekata.

### 2.2.3. *Socijalno (društveno) poduzetništvo*

Socijalno poduzetništvo noviji je pojam u modernoj ekonomskoj teoriji koja ga razlikuje od tradicionalnog neprofitnog sektora ali postoje dodirne točke. Socijalni poduzetnički sektor proizvodi dobra i usluge na trajnoj osnovi u djelatnostima u kojima se ne može razvijati gospodarsko-tržišna djelatnost. Koncept se sastoji u tome da se svakome daje prilika da postane poduzetnik i da stvara nešto za sebe i za dobrobit zajednice. Primarni cilj nije ostvarivanje zarade pod svaku cijenu i isplate dobiti vlasnicima kapitala, nego ostvarenu dobit reinvestirati s namjerom postizanja još važnije društvene koristi. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 22)

Škrtić i Mikić (2011) socijalno poduzetništvo definiraju kao poduzetništvo s etičkim integritetom s ciljem maksimiziranja društvene vrijednosti a ne privatne vrijednosti ili profita. Socijalno poduzetništvo je, prije svega stvaranje socioekonomskih struktura, veza, institucija, organizacija i mjera koje rezultiraju održivim društvenim koristima i daljnjim razvojem. Socijalno poduzetništvo u cijelosti uključuje primjenu poduzetničkih načela kao što su: inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, jasno postavljanje ciljeva i odgovornost u društvenom sektoru s ciljem unapređenja kvalitete življenja, te istodobno teži ostvarivanju financijske i društvene vrijednosti, te simultano ostvarivanje financijskih i društvenih povrata na investicije.

Socijalni poduzetnik ima ključnu ulogu u mijenjanju javnog sektora i percepcije određenih socijalnih pitanja. Novom snažnom idejom rješavaju probleme i imaju snažan osjećaj za etiku i koristi se s profitabilnim strategijama kako bi postigao društvene ciljeve. Socijalni poduzetnik identificira praktična rješenja socijalnih problema kombiniranjem inovacije, raspoloživih resursa i prilika.

Socijalni poduzetnik mora imati snažnu, novu ideju koja može promijeniti sustav, kreativnost, „revolucionarski“ potencijal, poduzetnički kvalitetu i moral.

Socijalno poduzetništvo bilježi ubrzan razvoj u zemljama u razvoju jer se upravo te zemlje najviše suočavaju s problemima kao što su siromaštvo, glad, neadekvatni zdravstveni uvjeti, upitnost održivosti postojećih mirovinskih fondova, nezaposlenost, globalno zatopljenje uzrokovano pretjeranim onečišćenjem okoliša i nemogućnost javnih institucija i vlade da riješe nagomilane probleme. Za primjer socijalnog poduzetnika u svijetu navode se Grameen Banka iz Bangladeša (pružanje bankarskih usluga dodjelom mikrokredita), te Markus Seidel iz Njemačke (prihvatište za djecu stariju od 12 godina).

Trend socijalnog poduzetništva prisutan je i u Republici Hrvatskoj a nakon Domovinskog rata dolazi do značajnog razvoja građanskih organizacija.

Vojvodić i Šimić Banović (2019) u radu navode da se do 2015. godine u upotrebi često koristio termin „socijalno“ poduzetništvo a donošenjem Strategije Vlade Republike Hrvatske o razvoju društvenog poduzetništva 2015.-2020. usvojen je termin „društveno“ poduzetništvo. Strategija definira društveno poduzetništvo kao poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže u dobrobit zajednice. Empatija prema čovječanstvu presudni je pokretački faktor za buduće socijalne poduzetnike. Opći cilj strategije je uspostava poticajnog okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj što znači zdraviji ekosustav u vidu konkretnih mjera fiskalne politike, poticajnih mjera javnih vlasti te postojanje investicijskog kapitala spremnog za ulaganje u društveno poduzetničke pothvate.

Vojvodić i Šimić Banović (2019) navode da su društvena poduzeća u domaćim okvirima iznikla iz rada nekih udruga. Udruge drže cijeli sektor jer žele potaknuti neke pozitivne promjene u zajednici u kojoj djeluju i uz to postati samoodrživi, zarađivati kroz to što rade te reinvestirati viškove u ostvarenje svoje misije. Članstvo u EU pogoduje razvoju domaćeg društvenog poduzetništva zbog dužnosti uređenja pravnog prostora u vidu harmoniziranja postojećih normi. Zadruga u kontekstu društvenog poduzetništva osnivači osnivaju preko radne integracije kroz socijalne zadruge a njihov razvoj je bitan u sferama koje komplementiraju održivost lokalne ekonomije. Dodatnim prepoznavanjem i vrednovanjem prednosti u području društvene ekonomije mogu se ojačati domaće društvene i ekonomske snage.

Prema službenim podacima FINA-e objavljenim u veljači ove godine u Republici Hrvatskoj kao zemlji koja ima (hibridni) model bliži privatnim poduzećima i sa širom društvenom svrhom (neprofitna poduzeća) u 2021. godini djelovalo je 16.755 aktivnih neprofitnih organizacija u kojima je bilo 30.109 zaposlenih. ([www.fina.hr](http://www.fina.hr))

### **2.3. Funkcije poduzetništva**

Putem razvoja poduzetničke djelatnosti razvijale su se postupno i poduzetničke funkcije. Funkcije poduzetništva čine grupe poslovnih zadataka i aktivnosti koji se pojavljuju u suvremenom poslovanju poduzetnika. U malim poduzećima funkcije poduzetništva provodi jedna osoba dok s porastom funkcije se počinju razdvajati na više osoba (menadžera) koji se specijaliziraju u provedbi jedne ili nekoliko njih. (Kolaković, 2006: 37)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) objašnjavaju da se svako poduzeće sastoji od funkcija koje se karakteristične za poduzeće a da bi poduzeće tim funkcijama moglo upravljati mora posjedovati znanja i kompetencije za upravljanje resursima i imovinom.



Temeljne funkcije poduzetništva koje u svom radu Bobera Hunjet i Kozina (2015) prikazuju su:

- Strateška i planska funkcija poduzetništva,
- Organizacijska funkcija poduzetništva,
- Upravljačka funkcija poduzetništva,
- Kontrolna funkcija poduzetništva.

### *2.3.1. Strateška i planska funkcija poduzetništva*

Prema Kolakoviću (2006) utvrđivanje strategije rasta i razvoja malog poduzeća, donošenje strateških planova za razvoj te izrada operativnih i poslovnih planova čine ključne aktivnosti suvremenog poduzetništva. Zbog njihove međusobne čvrste povezanosti i interakcije, strateška i planska funkcija poduzetništva često se povezuju u jednu jedinstvenu funkciju.

Strateška funkcija definira strategiju malog poduzeća i provodi ju poduzetnik samostalno ili u suradnji s menadžmentom. Strategija je plan akcija koje poduzetnik treba napraviti da bi ostvario svoju viziju, definirao misiju i postavio strateške ciljeve. Strategija je specifičan odgovor organizacije na izazove okoline, koji obuhvaćaju sve akcije menadžmenta usmjerene na optimalno usklađivanje strategijskih sposobnosti organizacija, prilika i prijetnji u okolini s ciljem poboljšanja konkurentnog položaja organizacije u budućnosti ostvarenja konkurentske prednosti u usporedbi s drugima. Strategijom se definira način na koji se zadaci izvršavaju i koje se aktivnosti planiraju i s kojim resursima. Autor strategija mora imati znanje i vještinu, znanje temeljeno na obrazovanju i iskustvu na radu. Zadatak strategije uspješnih organizacija je raditi ono što drugi još nisu a kombinacija talenta iznad rutine je konkurentska prednost nad ostalima u korištenju resursa organizacije puno bolje nego svi ostali konkurenti na tržištu. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 75)

Cilj planske funkcije poduzetništva je izgradnja i donošenje strateškog plana razvoja malog poduzeća. Strateški plan je dugoročni plan utvrđen radi usmjeravanja aktivnosti svih suradnika i zaposlenika u poduzeću, angažiranja novih zaposlenika, povećanje prodaje proizvoda i usluga. Planiranje utvrđuje temelje razvoja organizacije u budućnosti i oblikuje njene aktivnosti u izgradnji pozicije na tržištu. U manjim poduzećima planiranje je važan dio ali ne postoji formalni dio organizacije zadužen za planiranje, dok u velikim tvrtkama postoji infrastruktura koja razvija planove te ih podnosi upravi na razmatranje.

Kroz funkciju planiranja potrebno je pažljivo razraditi razvijanje novih proizvoda, proširenje asortimana, politika cijena, ulazak na nova tržišta i razrada nastupa na domaćim i stranim

tržištima. Planiranjem se mora uzeti u obzir globalizaciju i međuovisnost poduzeća o svjetskim trendovima, a važan je korak za formiranje budućeg položaja organizacije na tržištu. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 76)

### *2.3.2. Organizacijska funkcija poduzetništva*

Poslovanje u suvremenim, brzo promjenjivim poslovnim okolnostima podrazumijeva međusobnu čvrstu povezanost i dobru usklađenost svih dijelova poduzeća. Zbog toga, bilo da se radi o malim ili velikim, proizvodnim ili uslužnim, starim ili tek osnovanim poduzećima, svako od njih mora imati neki raspored odvijanja poslovnih aktivnosti prema kojemu će organizirati poslovanje. Organizacijska funkcija poduzetništva obuhvaća skup aktivnosti usmjerenih k postavljanju organizacijske strukture poduzeća kao i na međusobne veze među svim zaposlenima u poduzeću koji obavljaju te aktivnosti. (Kolaković, 2006: 40)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) smatraju da organizacijska uloga mora sadržavati: provjerljive ciljeve, jasnu predodžbu glavnih dužnosti ili aktivnosti te dogovoreno područje slobode odlučivanja kako bi nositelj uloge znao što može činiti. Organizacija može biti formalna i neformalna. Formalna označava namjeravanu strukturu uloga u formalno organiziranom poduzeću a neformalna organizacija je mreža osobnih i društvenih odnosa koja nije uspostavljena formalnom organizacijom te nastaje spontano druženjem ljudi.

Svrha organiziranja je učiniti ljudsku suradnju učinkovitom. Važno je uspostaviti optimalan raspon upravljanja kako bi se delegiranja uspješno sprovela i utvrdila jasna politika da bi svi shvatili koji je njihov zadatak i da bi ga uspješno mogli sprovesti.

Cilj organizacijske funkcije je formirati optimalnu organizacijsku strukturu međuljudskih odnosa i autoriteta koji će omogućiti najdjelotvorniju koordinaciju svih funkcija i aktivnosti poduzeća. Organiziranje kao funkcija poduzetništva nije samostalna aktivnost već je u čvrstoj interakciji s ostalim funkcijama poduzetništva. (Kolaković, 2006: 41)

### *2.3.3. Upravljačka funkcija poduzetništva*

Nakon što poduzetnik pokrene vlastito poslovanje, definira strategiju svojeg poduzeća i uspostavi odgovarajuću organizacijsku strukturu, pred njega se postavljaju zadaci upravljanja poslovanjem poduzeća. Upravljačka funkcija je trajna zadaća poduzetnika dok se ostale funkcije obavljaju jednokratno ili po potrebi. (Kolaković, 2006: 50)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) upravljačku funkciju poduzetništva definiraju kao proces upravljanja oskudnim resursima i njihovom transformacijom putem poduzetničke aktivnosti u proizvode i usluge.

Upravljanje resursima obuhvaća:

- Upravljanje materijalnom imovinom (upravljanje korištenjem strojeva i opreme, lancem nabave i zalihama)
- Upravljanje nematerijalnom imovinom, ljudskim resursima i njihovo vođenje, motiviranje i stimuliranje.

Upravljačka funkcija sastoji se od nekoliko aktivnosti:

- *Motiviranje zaposlenika*: najvažniji je dio vođenja. Motivacija je zajednički pojam za proces iniciranja i usmjeravanja napora i aktivnosti u svrhu ostvarivanja osobnih i organizacijskih ciljeva. Cilj motivacije je ustrojiti i stimulirati činitelja motiviranja za rad. Činitelje dijelimo na vanjske (plaće, rukovoditelji, uvjeti rada, imidž tvrtke, međuljudski odnosi) i na unutarnje (mogućnost školovanja, napredovanje, prihvaćanje kolega, potvrđivanje sposobnosti, obrazovanje uz rad, sudjelovanje u dobiti).

Poduzetnička motivacija nastala je na temelju proučavanja načina na koji su uspjeli danas poznati poduzetnici. Zajednička im je želja za postignućem kroz vlastitu aktivnost.

- *Vođenje*: bez dobrog vođenja i vodstva sve ostale funkcije bile bi neostvarive. Vođe su osobe koje imaju moć i utjecaj na druge i formalnu menadžersku moć kroz poziciju u hijerarhiji. Vodstvo je interakcijski odnos i uključuje usmjeravanje pojedinaca na postizanje nekog cilja ili zadatka. Vođe se pojavljuju u svim sferama društvenog života i u svim oblicima organizacija a najvažnija karakteristika je da su vizionari. Vođenje je definirano kao utjecaj na ljude i to tako da oni nastoje sa zadovoljstvom izvršiti zadatke koje pred njih postavlja vođa.
- *Kadrovska politika*: važna je za uspješno vođenje poduzeća i provođenje poduzetničkih aktivnosti. Kadrovska politika dijeli se na četiri grupe: zapošljavanje, profesionalni razvoj, poticanje uspješnosti na radu i otkrivanje rukovodnih potencijala u poduzeću. Zaposlenici se promatraju kao glavna konkurencijska prednost, njihovo znanje i sposobnost stavljaju se iznad vrijednosti strojeva. Predstavljaju najvažniju kariku u stvaranju novih vrijednosti i najvažnija su imovina organizacije.
- *Poslovno komuniciranje*: sustav komuniciranja čini prenošenje poruka, razmjena i obrađivanje informacija, kontaktiranje s poslovnim partnerima i gospodarskim subjektima. Komunikacija je važan dio poslovanja i mora se učiti da bi taj proces bio dobar. U procesu komunikacija postoje dvije osnovne strane, pošiljatelj i primatelj, te se između njih u komunikacijskom kanalu vrši komunikacijski proces. Cilj cijelog

procesa je neometano i slobodno putovanje poruke a sve se provjerava povratnom vezom. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 88)

#### 2.3.4. Kontrolna funkcija poduzetništva

Kontrolna funkcija poduzetništva usmjerena je na praćenje aktivnosti zaposlenika gdje poduzetnik gleda koliko je efikasna organizacija i njezini članovi. Prema Bobera, Hunjet i Kozina (2015) ciljevi organizacijske kontrole su:

- osiguranje poduzetnicima potreban novac za motivaciju podređenih u svrhu postizanja organizacijskih ciljeva,
- dostava informacije poduzetniku o radu organizacije i njenih članova,
- usporedba ostvarenih rezultata poslovanja s poduzetim aktivnostima,
- donošenje korektivnih strateških odluka.

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) navode da se kontrola provlači kroz sve aktivnosti organizacije i prisutna je u svim menadžerskim funkcijama. Kontrola organizacijske strukture pokazuje koliko su organizacije prilagodljive, fleksibilne i učinkovite u provođenju planova tvrtke.

Učinkovita kontrola pretpostavlja uspostavljanje primjerenoga kontrolnog procesa a to uključuje:

- postavljanje standarda- to je veličina i kvaliteta učinaka koji se na kraju uspoređuju s ostvarenim veličinama i kvalitetom,
- mjerenje uspješnosti- različita mjerenja stupnja ostvarenih zadanih standarda,
- komparacija- usporedba performansi i standarda, radi utvrđivanja uzroka i veličine odstupanja,
- procjenjivanje rezultata i donošenje odluke o eventualnoj akciji. (Kolaković, 2006: 61)

Kolaković (2006) objašnjava da se kontroliranje općenito označuje kao proces u kojemu se uporabom odgovarajućih metoda, mehanizama i tehnika kontrolira i mjeri stupanj i vrsnoća provedbe postavljenih planova te se, ako je potrebno, obavlja njihova korekcija, a sve u funkciji osiguravanja pretpostavki za dostizanje željenih ciljeva i misije poduzetničke aktivnosti.

Kontrolna funkcija je posljednja u nizu funkcija poduzetništva pa se i naziva završnom funkcijom. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 89)

## 2.4. Poduzetnička infrastruktura

Poduzetnička infrastruktura podrazumijeva uređene prostore koji imaju temeljnu funkciju pomoći malim poduzetnicima u njihovu nastajanju i razvoju, a uloga poduzetničke infrastrukture jest osiguravanje pravodobnih informacija koje su potrebne za poslovanje, pružanje stručne, savjetodavne i financijske pomoći te organiziranje seminara. Poduzetničku se infrastrukturu može promatrati kao „zakonske propise, sredstava i ustanove na kojima se zasniva stabilnost i razvoj društvenih zajednica i države“. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 79)

Zemlje koje će se brinuti o razvoju inovativnosti i poduzetništva, brže će napredovati i lakše otvarati nova radna mjesta. Povećanom mogućnošću zapošljavanja stanovništva i jačanjem poduzetničkih aktivnosti podići će se kvaliteta života. Briga za kvalitetnu infrastrukturu zahtijeva i izgradnju poticajnog poduzetničkog okruženja, stvaranje takvih potpornih mjera koje će omogućiti brži razvoj poduzetništva. (Horvat i Tintor, 2013)

Za potporu poduzetničkih aktivnosti nužno je postavljanje dobro organizirana sustava čiji je cilj privlačenje mladih i obrazovanih da postanu poduzetnici te pružanje kvalitetne potpore poduzetnicima početnicima u tranziciji od razvoja poslovne ideje do realizacije održiva poslovnog modela. (Morić Milovanović i Tutić, 2021)

Kao podrška i pomoć razvoju malog gospodarstva i poduzetnika u velikoj mjeri mogu pridonijeti različiti oblici potpornih institucija kao što su poduzetnički centri, poduzetnički inkubatori i poduzetničke zone. Program razvoja poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj predviđa ulaganje u osnivanje nove poduzetničke institucije i razvoj postojećih u okviru kojih se zadovoljavaju potrebe poduzetnika za savjetodavnim uslugama, informacijama, poslovnim prostorom i infrastrukturom te nizom drugih usluga. Razvojem tih institucija ujedno se stvaraju preduvjeti za razvoj poduzetnika na tom području, u čijem organiziranju osnovnu ulogu imaju jedinice lokalne i područne samouprave i zainteresirani pojedinci. (Kolaković, 2006: 103)

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (N.N. 93/13 do 138/21) koji uređuje definiciju, kategorizaciju i vrste poduzetničke infrastrukture te njezinu bazu podataka, definira poduzetničku infrastrukturu u užem i širem smislu.

- U članku 2. st. 1. Zakona infrastruktura se u širem smislu definira kao ukupnost svih prostora specifičnih oblika odvijanja različitih poduzetničkih aktivnosti nastalih kao rezultat promišljenog i organiziranog prostorno razvojnog koncepta jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, odnosno Republike Hrvatske.

- U članku 2. st. 2. Zakona definicija poduzetničke infrastrukture u užem smislu je sustav poduzetničkih zona uključujući i sustav slobodnih zona i poduzetničkih potpornih institucija unutar Republike Hrvatske.

(<https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-infrastrukture>)

Svrha razvoja i unapređenja poduzetničke infrastrukture je poticanje gospodarskog rasta kroz planiranje i pravodobnu izgradnju poduzetničke infrastrukture koja je nadalje u funkciji ravnomjernog regionalnog razvoja Republike Hrvatske, bržeg rasta poduzetništva i povećanja investicija i zaposlenosti unutar područja na kojemu se poduzetnička infrastruktura planira, odnosno gradi. (Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, (2023) <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/poduzetnicka-infrastruktura/7583>)

Škrtić i Mikić (2011) definiraju poduzetničku infrastrukturu kao zakonske propise, sredstva i ustanove na kojima se zasniva stabilnost i razvoj društvenih zajednica i države a u Republici Hrvatskoj programi poduzetničke infrastrukture uključuju

- Poduzetničke zone
- Poduzetničke potporne institucije

#### *2.5.1 Poduzetničke zone*

Pod pojmom poduzetničkih zona uglavnom se podrazumijevaju područja koja su jedinice lokalne uprave i samouprave odredile za obavljanje gospodarskih djelatnosti, s izgrađenim prometnicama i komunalnom infrastrukturom. Poduzetničke zone imaju većinom lokalno obilježje jer je najčešće riječ o dijelu područja određene općine ili grada koji se radi poticanja gospodarske aktivnosti infrastrukturno oprema. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 83)

Poduzetničke zone su područja namijenjena obavljanju poduzetničkih odnosno gospodarskih aktivnosti, a karakterizira ih zajedničko korištenje infrastrukturno opremljenog i organiziranog prostora te raspoloživih resursa poduzetničke zone od strane svih poduzetnika- korisnika koji posluju u poduzetničkoj zoni i time racionaliziraju troškove svog poslovanja. (www.mingor.hr (2023)<https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/poduzetnicka-infrastruktura/7583>)

Poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj je nedovoljno. Njihovo otvaranje omogućilo bi jednostavnije, brže i jeftinije pokretanje proizvodnih aktivnosti.

Potkategorija poduzetničkih zona su slobodne zone koje kao instrument gospodarske politike također imaju učinke na ravnomjerni regionalni razvoj, povećanje izvoza, zaposlenosti i investicija.

Na dan 01. siječnja 2023. godine u Republici Hrvatskoj postoji 6 slobodnih zona i to u Zagrebu, Bakru (Škrljevo), Splitu, Puli, Rijeci i Pločama.

([www.mingor.hrhttps://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/poduzetnicka-infrastruktura/7583](http://www.mingor.hrhttps://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/poduzetnicka-infrastruktura/7583))

Škrtić i Mikić (2011) smatraju da je razvoj poduzetničkih zona potreban u blizini svakoga većeg naselja, a težište poslovnih aktivnosti trebala bi biti proizvodnja. Proizvodna poduzetnička zona treba osigurati osnivanje i izgradnju proizvodnog objekta u najkraće mogućem roku. Sastavni dio poduzetničke zone je centar za edukaciju i pružanje potrebitih savjeta poduzetniku o mogućnostima financiranja, potrebnoj proizvodnji i načinu poslovanja. Programom Vlade Republike Hrvatske predviđeno je da se državno zemljište ili nekretnina u vlasništvu države iskoriste za izgradnju poduzetničke zone ili daju u najam bez naknade.

Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da je glavni cilj osnivanja i razvoja poduzetničkih zona povećanje broja gospodarskih subjekata i poboljšanje njihovih poslovnih rezultata, povećanje konkurentnosti poduzetnika, porast zaposlenosti te povećanje udjela proizvodnje u ukupnom gospodarstvu. Osnivanjem zona na razini lokalnih i područnih jedinica želi se poticati ravnomjerni razvoj Republike Hrvatske te podići učinkovitost i konkurentnost na domaćem tržištu privlačeći domaće i strane investitore, a povoljnijim cijenama infrastrukturno potpuno opremljenog zemljišta mogu se privući mnogobrojni ulagači. Zauzvrat se ugovorenim obvezama može zbog povoljnije cijene zemljišta utjecati na ulagače da zaposle određen broj radnika s područja grada ili općine gdje se nalazi zona. Privlačenje ulagača može povećati potražnju stambenih objekata, unaprijediti školski sustav i poboljšati društvena događanja. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 85)

### *2.5.2. Poduzetničke potporne institucije*

Potporne institucije možemo definirati kao institucije koje pružaju pristup profesionalnim uslugama te olakšavaju pristup izvorima financiranja, omogućuju prijenos znanja i vještina potrebnih za uspješno pokretanje poduzetničkog pothvata te pružaju nužne informacije za donošenje svih važnih odluka vezanih za pokretanje posla ili planiranje rasta i razvoja poslovnog subjekta. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 87)

Poduzetničke potporne institucije su primarno usmjerene na provođenje programa usmjerenih na razvoj poduzetništva posebice malih i srednjih poduzetnika, a čime posljedično doprinose i unapređenju poduzetničkog okruženja u Republici Hrvatskoj.

Poduzetničke potporne institucije dijele se na razvojne agencije (županijske, lokalne ili određene djelatnosti), poduzetničke centre (i digitalne inovacijske centre kao njihovu potkategoriju), poslovne inkubatore (poduzetničke ili za nove tehnologije), poduzetničke akceleratorne, poslovne parkove, znanstveno-tehnološkijske parkove i centre kompetencija.

Poduzetnički centri su središte stručne i savjetodavne pomoći poduzetnicima, razvijaju se u svim županijama, gradovima, općinama i u prosjeku 7000 poduzetnika u Republici Hrvatskoj zatraži njihovu pomoć. Zadaća poduzetničkih centara je promoviranje poduzetništva, davanje informacija o mogućnostima ulaska u poduzetništvo, o poticajnim mjerama koje mogu poduzetnici koristiti, davanje savjeta za vođenje poslovanja, pomoć u pripremi poslovnih planova, organizacija seminara, suradnja s lokalnom i područnom samoupravom i preuzimanje dijela stručnih poslova lokalne samouprave u razvoju gospodarstva.

Funkcije poduzetničkog centra su: pružanje besplatne savjetodavne i konzultantske pomoći, besplatne informacije o projektima i programima u poduzetništvu, organiziranje putem info točke, organiziranje informativnih aktivnosti u lokalnim medijima, organizacija seminara za poduzetnike, usluge interneta i povezivanje poduzetnika, organizacija sajмова i koordinacija poduzetničkih aktivnosti u lokalnoj sredini. (Škrtić i Mikić, 2011: 74)

Vlada Republike Hrvatske potiče razvoj poduzetničkih centara raznim mjerama od kojih je jedna odobravanje bespovratnih financijskih sredstava namijenjenih pokrivanju troškova projekta koje vode poduzetnički centri. Utemeljitelji poduzetničkih centara mogu biti jedinice lokalne i područne samouprave, institucije, pravne ili fizičke osobe koje trebaju osigurati stručnjake, provedbu utvrđenih programa i financijskih sredstava. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 93)

Poduzetnički inkubatori prema definiciji *National Business Incubation Associationa* su širok raspon postupaka koji pomažu subjektima ostvariti što nižu stopu neuspjeha u početnim fazama svojeg djelovanja te ubrzava razvoj onih koji imaju potencijala da postanu generatori radnih mjesta i blagostanja. Inkubatori osiguravaju tri glavne odrednice za razvoj uspješnog poslovanja:

- poduzetničko okružje i edukaciju,
- pristup mentorima i investitorima,
- vidljivost na tržištu. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 88)



Morić Milanović i Tutić (2021) u svom radu ističu da mnogim novoosnovanim poduzećima nedostaju ključni resursi nužni za uspješan razvoj kao što su financijski i intelektualni kapital, te se suočavaju s većim zaprekama u poslovanju u odnosu na već etablirana srednje velika i velika poduzeća. Kao odgovor na navedeno poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke potporne institucije potpora su poduzetnicima početnicima u razvoju perspektivna poslovnog pothvata. Jedinstveni registar poduzetničke infrastrukture obuhvaća 40 poduzetničkih inkubatora u Republici Hrvatskoj.

Škrtić i Mikić (2011) poduzetničku inkubaciju objašnjavaju kao proces potpomaganja poduzetništva, novonastalih i mladih poduzeća koja su tek počela s poslovanjem ili su još u fazi razvoja. Pruža im se potrebna pomoć putem različitih alata, informacija, kontakata, resursa koji bi im u suprotnosti bili preskupi, nedostupni ili nepoznati. U inkubatorima se pruža menadžersko vodstvo, tehničke pomoći te potrebni savjeti čime se poduzećima koja su u inkubaciji povećava šansa za opstanak na tržištu.

Hunjet i Kozina (2014) definiraju poduzetničke inkubatore kao specijalizirana institucionalna podrška smart-up poduzetničkim pothvatima. Isključivo su fokusirani na potrebe poduzetnika početnika. Velika je uloga i značaj u promoviranju poduzetničkog načina razmišljanja poduzetničke kulture i poduzetništva općenito. Takvu vrstu učinka na društvo je teško izmjeriti, no rezultati su očigledni ako su u dugoročnom planu rada inkubatora prisutne mjere i programi kojima uprava inkubatora utječe na poduzetništvo u lokalnoj zajednici.

Cilj poduzetničkih inkubatora je proizvoditi uspješna poduzeća koja će inkubaciju napustiti sa zadovoljavajućom financijskom moći i samostalnošću.

Najčešće usluge koje nude poduzetnički inkubatori su: poslovno vođenje, pomoć u marketingu, povezivanje s drugim poduzećima, edukacija, povezivanje s investitorima i strateškim partnerima.

Prema Hunjet i Kozina (2014) poduzetnički inkubatori mogu imati važnu ulogu u lokalnom, regionalnom i nacionalnom ekonomskom razvoju, a njihova je uloga:

- pomaganje novoformiranim poduzećima- pomoć poduzetnicima od ideje pa do lansiranja konačnog proizvoda na tržište, te briga za poduzeća sve dok ne budu dovoljno stabilna da mogu funkcionirati bez svakodnevne pomoći inkubatora,
- stabiliziranje poduzeća- pružati usluge za podupiranje poduzeća i vodstvo kako bi se poduzeće stabiliziralo i smanjilo vjerojatnost neuspjeha,
- širenje poduzeća- pružanje usluga koje pomažu vlasnicima poduzeća da poboljšaju efikasnost svojih poduzeća te identificiraju nova tržišta i pristupe im. Cilj je i povećanje

proizvodnih mogućnosti pružanjem pomoći pri zapošljavanju i upravljanju radnom snagom te osiguravanju kapitala.

- privlačenje poduzeća- svrha programa je pružiti prijelaznu funkcionalnu platformu koja će omogućiti poduzećima da se odmah smjeste i započnu s radom, bez problema koji se pojavljuju prilikom selidbe poduzeća na novu lokaciju, a služe i za asimiliranje poduzeća u novu regiju.

Pretpostavka na kojima se zasniva koncept inkubatora je postojanje ljudi s izvrsnim idejama koji ne dobivaju dovoljno podrške i financijskih sredstava. Time se naglašava da je društvo na gubitku ako ne prihvaća mogućnost okoristi se takvim dobrim projektima. Premda se ovo mišljenje rijetko podupire, ukazivalo se na potrebu stvaranja alata za podupiranje poduzetništva ako se želi stvoriti konkurentnije tržišno gospodarstvo. (Škrtić i Mikić, 2011: 77)

Morić Milovanović i Tutić (2021) u radu opisuju da je zajednička karakteristika poduzetničkih inkubatora osiguravanje poslovnog prostora poduzetnicima i početnicima, subvencioniranje zakupa poslovnog prostora a vrijeme boravka u inkubatoru ograničeno je do maksimalno 5 godina. Dodana vrijednost smještaja u inkubatoru je dostupnost usluga poslovnog savjetovanja, stručna i savjetodavna pomoć koje su stanarima omogućene bez naknade. U Republici Hrvatskoj poduzetnički inkubatori su noviji fenomen i više se oslanjaju na javna sredstva i potpore nego na privatne izvore financiranja. Radi samoodrživosti potrebno je uključiti i privatne sponzore poput privatnih poduzeća i banaka, što bi u konačnici moglo utjecati na poslovnu uspješnost inkubatora, a samim time i njihovih stanara.

Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da gospodarstvo grada ili općine u kojoj djeluje poduzetnički inkubator bilježi znatno povećanje broja zaposlenih, a samim time i poboljšanje ekonomskog stanja svih žitelja područja na kojem se nalazi poduzetnički inkubator. Nakon razvoja u inkubatoru poduzetnici mogu nastaviti obavljati djelatnosti i koristiti se prostorom u poduzetničkim zonama za malo poduzetništvo. Na taj se način stvaraju uvjeti za učinkovitije uključivanje novonastalih subjekata u već stabilne gospodarske subjekte. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 89)

### **3. PODUZETNIK**

Poduzetništvo je prije svega strast, poduzetništvo je ljubav, uspješan je poduzetnik samo onaj koji je „zaljubljen“ u svoju poslovni ideju i spreman je svaki trenutak svojeg života posvetiti razvoju te ideje. Razmišljanje o njoj ni u jednom trenutku nije opterećenje, nego upravo suprotno – djeluje opuštajuće. Ako nema te strasti i želje za stvaranjem nečega novoga, neće biti ni uspjeha u ostvarenju poduzetničke ideje. Važno je naučiti razmišljati pozitivno i pronaći motivaciju i u najtežim situacijama. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 26)

#### **3.1. Definiranje pojma poduzetnik**

Definicija poduzetnika evoluirala je kroz vrijeme kako se svjetska gospodarska struktura mijenjala i postajala sve složenijom.

Primjer najranijeg definiranja poduzetništva navode Hisrich, Peters i Shepherd (2011) a to je Marco Polo koji je uspostavio trgovačke veze prema Dalekom istoku a definicija „ići između“ označavala je izraz kapitalista koji je bio poslovni nositelj rizika a trgovac -pustolov preuzeo je aktivnu ulogu trgovanja noseći fizički i emocionalni rizik. Tijekom srednjeg vijeka izraz poduzetnik označavao je izvođača i osobu koja je upravljala velikim proizvodnim projektima. Tipičan primjer takvog poduzetnika u srednjem vijeku je klerik koji je bio nadležan za velika građevinska zdanja kao što su dvorci, utvrde, javne zgrade, opatije i katedrale.

U 17. stoljeću poduzetnikom se smatrala osoba koja je ulazila u ugovorni sporazum s vladom kako bi dobivala sporazumom uvjetovane proizvode ili pružala usluge. Poduzetnikom se smatrao onaj koji poduzima rizik, zamjećujući da trgovci, poljoprivrednici, obrtnici i ostali gospodarstvenici „kupuju po određenoj cijeni i prodaju po neodređenoj cijeni te djeluju rizično“.

U 18. stoljeću, pojavom industrijalizacije, poduzetnik se razlikovao od onoga koji je omogućavao kapital. Izumitelji kao što su Whitney i Edison su razvijali nove tehnologije, ali samostalno nisu mogli financirati svoje izume. Kapitalist koji je financirao pothvat u očekivanju visokog povrata na ulaganja, ujedno je i profesionalno upravljao novcem koji je dodijelio poduzetniku za poduzimanje rizičnih ulaganja iz fonda dioničkog kapitala.

U kasnom 19. i ranom 20. stoljeću poduzetnik se promatra kao osoba koja organizira i upravlja poduzećem za osobnu dobit. Pridonosi vlastitom inicijativom, vještinom i domišljatošću u planiranju, organiziranju i administraciji poduzeća. Sredinom 20. stoljeća uspostavljen je pojam poduzetnika kao inovatora. Inovacija je čin uvođenja nečeg novog i jedan je od najtežih zadataka za poduzetnika. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 6)

Za Kolakovića (2006) poduzetnik je inovator koji razvija nešto novo i jedinstveno. Uvodi nove tehnološke metode proizvodnje dobara ili proizvodnje starih na novi način. Poduzetnik otvara nove izvore nabave sirovina ili novih mogućnosti plasmana proizvoda, organizirajući nove industrije. Poduzetnik je inicijator novih poduzetničkih pothvata, ulaže kapital i vrijeme, zapošljava ljude, osmišljava projekt i prati njegovo ostvarenje te obavlja kontrolu da bi ostvario što veću dobit (profit).

Brusić et al. (2009) u svom radu navode neke od znanstvenih definicija poduzetnika:

- Irski ekonomist Richard Cantillon (1680.-1734.) „Poduzetnik je svatko tko prima neizvjesna primanja.“ Poduzetnikom se definira pojedinac koji je motiviran ostvarenjem profita, kupuje po poznatoj, utvrđenoj cijeni da bi prodao po nepoznatoj, neizvjesnoj cijeni.
- Joseph Alois Schumpeter (1883.-1950.) austrijski ekonomist i sociolog, popularno nazvan ocem poduzetništva: “Poduzetnik je inovator.“
- Frank Hyneman Knight (1885.-1972.) američki ekonomski znanstvenik: „Poduzetnik je onaj pojedinac koji preuzima rizik od kojega se nije moguće osigurati. Poduzetnik je odgovoran donositelj odluka u uvjetima nesigurnosti.“
- Theodore William Schultz (1902.-1998.) dobitnik Nobelove nagrade 1979. godine za doprinos razvoju ekonomije tumači: „Poduzetnička sposobnost nije ograničena samo na poslovne ljude već je jedno od općih svojstava ljudskih bića. Poduzetnici mogu biti i studenti i domaćice i radnici.“

Hisrich, Peters i Shepherd (2011) objašnjavaju tri pogleda na poduzetnika:

- Za ekonomista, poduzetnik je onaj koji kombinira resurse: radnu snagu, materijale i ostalu imovinu kako bi uvećao vrijednost izlaznih dobara, te onaj koji pritom uvodi promjene, inovacije i novi poredak.
- Za psihologa, takva je osoba vođena određenim snagama-potrebom da nešto dobije ili stekne, eksperimentira, postigne ili možda izbjegne autoritet drugih.
- Poslovni ljudi poduzetnika često doživljavaju kao saveznika, izvor zaliha, klijenata, ili nekoga tko stvara bogatstvo za druge, i također pronalazi bolje načine za iskorištavanje resursa, smanjivanja otpada, te omogućuje toliko potrebna radna mjesta. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 8)

Svaka definicija poduzetnika promatra poduzetnika iz različite perspektive ali sve sadrže slične pojmove: novitet, organiziranje (implementacija), stvaranje, bogatstvo i riskiranje. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 8)

Horvat i Tintor (2013) u svojem radu poduzetnika definiraju kao osobu koja je spremna da na vlastiti rizik uvođenjem novih ideja (proizvodnih, tržišnih, upravljačkih) poduzme i ostvari nove, profitno usmjerene gospodarske projekte. Poduzetnik osmišljava, provodi i kontrolira svoj projekt, a odluke najčešće donosi sam. Poduzetnik je prije svega usmjeren na dobit, jer njezin izostanak njegov je neuspjeh. Uloge poduzetnika su brojne: on treba biti i dobar planer, vođa, inovator, organizator, ali i kontrolor. Ako ne može sam obaviti te brojne uloge, kvalitetan će poduzetnik dio njih prepustiti menadžeru. Za razliku od poduzetnika, menadžer je školovani stručnjak koji preuzima zadatak i funkcije upravljanja na nekoj od razina u kompaniji i za razliku od poduzetnika rade po nalogu vlasnika za određenu plaću.

Kolaković (2006) u radi iznosi definiciju poduzetnika Adolfa Dragičevića koji poduzetnika smatra osobu koja raspolaže sredstvima potrebnima za određenu gospodarsku djelatnost te koja samostalno donosi ekonomske odluke koje se odnose na tu djelatnost, koja kombinira proizvodne učinke, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. Sve te funkcije poduzetnik može neposredno obavljati sam ili ih može povjeriti svojim suradnicima ili posebnim organima.

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) smatraju da je poduzetnik: osoba koja se rađa sa „šestim čulom“, osoba s intuicijom, osoba s vjerom u sebe i svoje sposobnosti, dokazano je da se može naučiti. Poduzetnika odlikuju osobne vrijednosti kao što su: odgovornost, poštenje, etično ponašanje, sklonost umjerenome riziku i potreba za uspjehom koji on stječe i uči tijekom dječje dobi.

Škrtić i Mikić (2011) navode da se poduzetnik tretira kao osoba koja alocira resurse na alternativne načine, zatim kao arbitar, izvršitelj poslova, vlasnik poduzeća, organizator poslovanja, donositelj odluka, sve do inovatora, menadžera, financijera ali uvijek kao osoba koja preuzima rizik povezan s neizvjesnošću.

Engleska riječ „poduzetnik“ ,*„entrepreneur“*, francuskog je porijekla te, doslovno prevedena znači „onaj koji uzima između“ ili „ići između“. Poduzetnik je pojedinac koji riskira u namjeri da otpočne nešto novo. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 5)

Škrtić i Mikić (2011) navode definiciju prof. Ravlića iz Poslovnog rječnika Republike Hrvatske u kojem navodi da je poduzetnik poslovni čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat nadajući se zaradi odnosno dobiti.

Poduzetnici se prepoznaju u ulozi agenata promjene, kreatora, inovatora i osoba koje pripomažu rastu poduzeća i osiguravaju njegovu profitabilnost. Bez obzira na to u kojoj djelatnosti poslovali, poduzetnici su heroji slobodnog tržišta. Mnogi od njih koriste se inovativnošću i kreativnošću kako bi izgradili milijunski vrijedna poduzeća u manje od 10 godina. Ti pojedinci stvaraju nove proizvode i usluge i snose povezane rizike. (Škrtić i Mikić, 2011: 6)

### **3.2. Ključne osobine poduzetnika**

Poduzetnik je ponajprije poslovno kreativan, inovativan, dinamičan čovjek, sposoban brzo uočiti pojave, probleme i mogućnosti (prednosti i slabosti, šanse i opasnosti), spreman na rizik i maksimalni napor. Sposoban je pronalaziti uspješne poslovne ideje, poslovne akcije i brzo ih i na vrijeme uspješno realizirati, pronalaziti kadrove i oduševiti i ponijeti svoje suradnike. (Kolaković, 2006: 20)

Kotlica i Rankov (2013) u radu navode da uspješni poduzetnik ima sljedeće ključne sposobnosti:

- Proaktivnost: inicijativa i samopouzdanje.
- Orijentacija ka uspjehu: sposobnost da se uoče prilike i djeluje u skladu s njima.
- Privrženost i posvećenost.

Spremnost na rizik bavljenja poduzetništvom prva je i ključna karakteristika poduzetnika. Nemirni duh jednostavno tjera neke ljude u nepoznata i vječita traganja za promjenama u životnoj svakidašnjici. Da bi netko postao poduzetnikom nije dovoljno da raspolaže samo dobrom voljom i početnim kapitalom. Mora imati i karakteristike poput: inovativnosti, razumnog preuzimanja rizika, samouvjerenosti, upornog rada, sposobnosti postavljanja ciljeva, odgovornosti i sl.

Poduzetnici odlučuju djelovati čak i suočeni s nesigurnošću ishoda svoje djelatnosti. Poduzetnici odgovaraju na promjenu, ali je i stvaraju kroz svoje poduzetne djelatnosti, koje se odvijaju u atmosferi nesigurnog konačnog rezultata. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 8)

Kolaković (2006) objašnjava da uspješan poduzetnik pozitivne rezultate svoje poduzetničke aktivnosti ne ostvaruje samo zahvaljujući osobnoj žrtvi i riziku, nego i svojom nametnutom dominacijom, nastojanjem da svoje zaposlenike iskoristi na najbolji način, bespoštednom konkurentskom borbom s postojećom konkurencijom te sposobnošću da se nametne svojim proizvodima u potrošačkom okruženju. To podrazumijeva duh, marljivost i ideje.

Hunjet i Kozina (2014) odgovaraju na pitanje tko je poduzetnik:

- Poduzetnik preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu,

- Mora imati viziju,
- Mora znati odrediti poslovne ciljeve,
- Mora utvrditi poslovnu strategiju,
- Mora znati koncipirati poslovni plan.

Škrtić i Mikić (2011) tvrde da poduzetnik mora biti dobar lider, tj. posao mora ne samo dobro obaviti nego i postaviti prave zadatke i ponuditi odgovarajuća rješenja. Pravi poduzetnik mora znati i gubiti, ali jednako tako ako uspije, nikad se ne zadovoljava postignutim, već ide dalje, traži nove ideje i nove mogućnosti. Poduzetnik je i kreator, inovator i vođa koji daju zajednici mnoge direktore i upravitelje koji više nego itko drugi, mijenjaju život pojedinca, njegove radne navike, učenje, igranje i vođenje.

Prema Kolakoviću (2006) poduzetnik mora imati prirodne ili obrazovanjem stečene osobine da mobilizira i aktivira sve nužne ljudske, materijalne i novčane resurse koji su mu na raspolaganju. Te poslove poduzetnik mora obavljati u vremenu i uz tempo koji dirigira trenutačna poslovna situacija.

Škrtić i Mikić (2011) navode da će poduzetnik uspjeti ako ima šest osobina:

- *Inovativnost*: najupečatljivija i najopćenitija značajka poduzetnika. Obuhvaća kreiranje i uvođenje promjene, razvoj i primjenu novih proizvoda, usluga, procesa, postupaka i novih rješenja. Nacionalne ekonomije funkcioniraju ovisno o inovativnosti poslovnih ljudi i njihovoj spremnosti za ulaganje u nove poslovne pothvate. Inovacija kao krajnji rezultat inovativnosti bitna je odrednica u strategiji poslovanja i nikad ne završava. Cilj poslovanja radi konkuriranja na globalnom tržištu treba se usmjeriti na „velike ideje“ kako bi napredak bio primjeren tržištu na kojem se poduzetnik ostvaruje.
- *Razumno preuzimanje rizika*: svako novo poduzeće sa sobom nosi poduzetnički rizik (50:50) a poduzetnik je osoba spremna na preuzimanje rizika. Poduzetnički rizik se odnosi na mogućnost pogrešne odluke pa stoga poduzetnik prikuplja informacije na tržištu prodaje, proučava zakonske, devizne i carinske propise, te preispituje stvarnu i potencijalnu konkurenciju. Zbog smanjenja nesigurnosti i rizika među tehnološkim rješenjima odabire se ono koje je fleksibilnije, koje omogućuje alternativnu proizvodnju. Poduzetnički rizik povezuje se s oportunitetnim troškom, te to uključuje temeljito razmatranje ispravnosti poduzetničkog projekta (zasićenost tržišta, deficitarnost sirovina, promjene strukturne potrošnje, mogućnost prekida gospodarskih tokova, tendencije na području energetike i ekologije i politike zapošljavanja).

- *Samouvjerenost*: poduzetnici vjeruju u sebe i smatraju da su im izgledi bolji nego što činjenice to pokazuju. Za poduzetnika je potrebno da ima visoke ambicije za poslovni uspjeh te treba prepoznati i uspostaviti glavnu ravnotežu između ambicija i postavljenih ciljeva. Uspješan poduzetnik posebnu pozornost posvećuje budućim tržišnim kretanjima i stvaranju vizije, misije, specifičnih svrha i strateških ciljeva. Poduzetnička samouvjerenost povezana je s vjerom da su bolji od ostalih i da mogu ono što drugi nisu u stanju (konkretizacija).
- *Uporan rad*: poduzetnički trud mora proći kontinuirani proces izgrađivanja sposobnosti. Siropolis navodi: “Malo ljudi u našem društvu rade upornije od poduzetnika. Mnogi upravitelji velikih poduzeća također rade do kasnih sati, no čini se da poduzetnici rade još više, vođeni žudnjom da nadmaše druge.” Poduzetnici smatraju promjenu i razvoj svojom obvezom a to nije moguće bez upornog i mukotrpnog rada.
- *Postavljanje ciljeva*: uspješnom poduzetniku cilj je dostignuti kreativnu ideju kojom će nadmašiti konkurenta. Poduzetnik ulazi u posao kako bi ispunio i svoje osobne ciljeve pa je potrebno jasno utvrditi vlastite želje i ciljeve. Neki od ciljeva su neovisnost i kontrola nad vlastitom sudbinom, visoka zarada ili nemaju druge mogućnosti zapošljavanja. Ostvarivanje postavljenog cilja povezano je s poslovnim planom koji omogućuje predviđanje, sagledavanje putova i načina ostvarivanja cilja i oružje je za predstavljanje ideje i uvjeravanje potencijalnih ulagača za financiranje poduzetničkog pothvata.
- *Odgovornost*: poduzetnik je odgovoran prvenstveno samom sebi. Poduzetnici žele puno priznanje za svoj uspjeh ali preuzimanju i svu krivnju na sebe. Mjera uspješnosti poduzetnikovog poslovanja je profit a pošto riskiraju zaslužuju i povrat na svoje ulaganje kao što i štediše zaslužuju povrat kamate.

Poduzetnici razmišljaju drugačije od nepoduzetnika. U određenoj situaciji razmišljaju drugačije kada se susretnu s različitim zadatkom ili okruženjem razmišljanja. Poduzetnici često moraju donositi odluke u izrazito neizvjesnom okruženju, gdje su ulozi visoki, vremenski pritisci golemi i gdje postoje znatni emocionalni ulozi. S obzirom na prirodu okruženja vezanog uz odlučivanje poduzetnik mora ostvarivati, biti kognitivno prilagodljiv, i učiti na neuspjehu. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 18)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) u radu spominju set osobina nužnih za uspjeh: privrženost, samopouzdanje i ustrajnost, potreba ostvarenja, vođen prilikom, inicijativnost, sklonost k odgovornosti, sposobnost rješavanja problema, sposobnost građenja timova, interno smještena



kontrola, visoka razina tolerancije, integritet i konzistentnost, kreativnost i inovativnost, preferiranje umjerenog rizika, uvjerenost u vlastitu sposobnost za uspjeh, visoka razina energičnosti, orijentacija na budućnost, vještina organiziranja, preferiranje ostvarenja u odnosu na novac i visoka razina svijesti o obvezama.

Kolaković (2006) iznosi da je poduzetnik zapravo kreativna osoba koja je u stanju u uvjetima ograničenih poslovnih resursa optimalno i racionalno ih kombinirati i organizirati te u takvim uvjetima ipak uspješno djelovati.

U smislu kronološke starosti Hisrich, Peters i Shepherd (2011) ističu da većina poduzetnika počinje svoje poduzetničke karijere u dobi između 22 i 45 godina. Karijera se može započeti i prije i poslije ove dobi, ukoliko poduzetnik ima potrebno iskustvo i financijsku potporu te visoku razinu energije potrebne za uspješno pokretanje i upravljanje novim pothvatom. Općenito poduzetnici najčešće pokreću svoje značajne pothvate u ranim 30-ima, a poduzetnice obično u srednjim 30-tima. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 59)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) u radu smatraju da treba pozornost pridodati obiteljskim karakteristikama poduzetnika. Uvjeti u kojima se poduzetnik nalazi (oskudica i težak život) mogu za posljedicu imati nedostatak samopoštovanja, nesigurnost i potiskivanje osjećaja za kontrolom.

Horvat i Tintor (2013) u svom radu navode da gotovo uvijek kada se govori o poduzetničkim osobinama, ističu se riječi Petera F. Druckera koji za poduzetnike kaže: „Neki su ekscentrici, drugi besprijeekorni konformisti, neki su debeli, drugi mršavi, neki su zabrinuti, drugi opušteni, neki su teški pijanice, drugi potpuni trezvenjaci, neki su ljudi izuzetna šarma i topline, drugi nemaju osobnost veću od smrznute skuše.“ Gledano u cjelini poduzetnik bez obzira na njegov šarm i životni stil, mora biti inovativan, sklon preuzimanu rizika, samouvjeren, uporan, odgovoran i svrhovit u provedbi svog projekta.

Za svakog je poduzetnika važno da uspostavi mrežu moralne potpore od obitelji i prijatelja-navijačku skupinu. Navijačka skupina igra važnu ulogu za vrijeme mnogih teških trenutaka koji se pojavljuju u cijelom poduzetničkom procesu. Mnogi poduzetnici navode da su im najveća potpora njihovi supružnici koji im dopuštaju da posvete velike količine potrebnog vremena na novom pothvatu. Prijatelji također igraju ključnu ulogu u mreži moralne potpore. Ne samo da prijatelji daju savjete koji su često iskrenijih od onih koji se dobiju iz drugih izvora, nego također pružaju ohrabrenje, razumijevanje i čak pomoć. Poduzetnici se mogu osloniti na prijatelje bez straha od kritike. Naposljetku, rodbina (djeca, roditelji, bake i djedovi, tete i stričevi) također mogu biti snažan izvor moralne potpore, osobito ako su oni i sami poduzetnici. Kao što je jedan poduzetnik izjavio: „...ukupna obiteljska potpora koju sam primio bila je ključ

moga uspjeha. Imanje navijačke skupine za ohrabrenje omogućilo mi je da ustrajem kroz mnoge probleme i poteškoće.“ (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 61)

Kolaković (2006) objašnjava da poduzetnik treba imati sljedeće karakteristike: biti motivator, znati slušati, imati povjerenje u svoj tim, znati reći hvala, biti pristojan, pažljivo oslušivati, biti fleksibilan, ostati miran unatoč pritisku, biti primjer drugima, biti ekspert, biti skroman, imati smisao za humor, i znati proslaviti uspjeh.

Poduzetnici nastoje promijeniti svijet i pridonijeti njegovu boljitku. Oni prepoznaju prilike, mobiliziraju resurse i neumorno slijede svoje vizije. Poduzetnici su ključni ljudi u središtu svih aktivnosti a to su ljudi koji identificiraju i razvijaju rješenja među problemima, mogućnosti među potrebama i prilike među izazovima. (Byers, Dorf i Nelson, 2015: 23)

Prepoznati priliku tamo gdje je drugi ne vide ili prije nego je drugi vide, jedna je od osobina koju ima malo ljudi, a u životu poduzetnika iznimno je važna. Prepoznavanje prilika ključno je kako bi se stvorilo ili zadržalo poslovanje. Također je važno razlikovati koje su to prilike koje mogu postići uspjeh u odnosu prema onima s kojima taj uspjeh neće biti zajamčen. Zajednička osobina uspješnih poduzetnika jest ta da imaju cilj i imaju želju za postignućima i čitav svoj život usmjeravaju prema tome. Ako se nešto dovoljno jako želi, to će se i ostvariti. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 27)

### **3.1. Tipovi i zadaci poduzetnika**

Poduzetnici širom svijeta stvaraju nove poduhvate kojima potiču napredak društva. Pritom koriste inovacije i tehnologiju za promicanje pozitivnog utjecaja i aktivnosti u svim životnim aspektima. Poduzetnici prepoznaju, razvijaju i prenose suštinu poslovne prilike koja, u konačnici, ima potencijala postati uspješan poslovni model. (Byers, Dorf i Nelson, 2015: 21)

Škrčić i Mikić (2011) navode pet tipova poduzetnika i utjecaj njihovih osobnih karakteristika:

- *Idealisti*: poduzetnici koji za razlog svojeg ulaska u poduzetničke vode navode sjajnu poslovnu ideju ili rad na nečem posebnom. Idealisti uživaju u kreativnom radu a nestrpljivi su u provedbi administrativnih i pravnih pitanja kao i financijskih analiza. Odluke donose usredotočeni na cijenu i preferiraju odnos s provjerenim i pouzdanim dobavljačima.
- *Optimizatori*: uživaju u slobodi i fleksibilnosti i ne žele raditi za drugoga, usredotočuju se na razvoj i profit. To su vješti poduzetnici u financijskim pitanjima i koriste se tehnologijom u svrhu smanjenja troškova i povećanja produktivnosti. Balansiraju obiteljski i poslovni život.

- *Radnici:* vole svoj posao i uložiti će dodatni napor u svrhu ostvarivanja zacrtanih ciljeva. Orijeantirani su na detalje i rast poduzeća te su finaeijski agresivni (ne boje se kredita). Detaljno nadziru poslovanje svojeg poduzeća i posjeduju dugoročne poslovne planove, kojih se striktno drže.
- *Žongleri:* najviše su zaokupljeni upravljanjem poslovanja. Često svoje poslove obavljaju sami a sve to radi osiguranja visokih standarda. To su poduzetnici koji konstantno imaju nedostatak vremena i vrlo su energični ljudi koji simultano obavljaju i nekoliko poslova. Prihvaćaju nove tehnologije i uvijek su u potrazi za novim načinima unapređenja poslovanja.
- *Održavatelji:* najčešće svoje poduzeće stječu kupnjom ili nasljeđem i gotovo nikada ne počinju od nule. Ne preferiraju tehnologiju i konzervativni su, te radi toga teže postižu stope rasta. Zadovoljni su statusom quo i vrlo im je važno balansiranje između poslovnog i obiteljskog života.

Poduzetnik na optimalan način mora upravljati ljudima, finaeijskim i materijalnim sredstvima te informacijama. Mnoge poslove može prenijeti na druge ali mora očuvati opću kontrolu nad tijekom cjelokupnog posla. (Škrtić i Mikić, 2011: 106)

Proizvod ili usluga može, a ne mora biti jedinstvena, ali poduzetnik na svoj način mora stvarati vrijednost konfiguriranjem potrebnih vještina i resursa. (Hisrich, Peters i Shepherd: 2011: 8)

U srcu poduzetničkog procesa je poduzetnik-osnivač: tražitelj novih prilika, kreator i inicijator, vođa, rješavač problema, motivator, strateg i čuvar misije, vrijednosti i kulture pothvata. (Škrtić i Mikić, 2011: 1)

Poduzetnici obavljaju pet funkcija:

- Uvođenje novih proizvoda i usluga na tržište ili primjena novih pristupa za socijalne probleme.
- Razvoj i implementacija nove tehnologije koja ima niže troškove i poboljšava efikasnost.
- Otvaranje novih tržišta putem uvođenja proizvoda, usluga i tehnologija koje nisu ranije bile raspoložive.
- Otkrivanje novih izvora ponude oskudnih resursa ili metoda za rast ponude iz postojećih izvora putem efikasnije eksploatacije.
- Reorganizacija postojećeg poduzeća, privatnog ili javnog putem inovativnog menadžmenta. (Kotlica i Rankov, 2013)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) navode da poduzetnici imaju dvostruku ulogu, osobe su koje investiraju u određeni pothvat i menadžera koji time upravlja. Poduzetnik je osoba koja uspostavlja novu poslovnu organizaciju i preuzima zadatke osiguravajući pritom različite resurse kao što su kadrovski, tehnološki, financijski i lokacijski. Poduzetnici pri kupnji već postojeće i formirane organizacije imaju zadaću širiti i razvijati te činiti velike promjene u njihovom organizacijskom svijetu.

Škrtić i Mikić (2011) kažu da poduzetnici pronalaze nove tehnologije, proizvodne procese i usluge koji postaju sastavnica novih industrija, i zauzvrat te industrije pokreću ekonomiju. Poduzetnici stvaraju novu vrijednost s visokim potencijalom, visokim razvitkom kompanija, koje su odličan sistem za uvođenje novih radnih mjesta.

### **3.2. Etika i društveno odgovorno poslovanje poduzetnika**

U poslovnom svijetu velika se pozornost pridaje etičnosti (moralnosti). Današnji su poduzetnici suočeni s poslovnim odlukama koje s moralnog stanovišta znaju biti dvojbene. Posebno to dolazi do izražaja u početnoj fazi razvoja posla. Poduzetnici često muku muče s moralnim aspektom svojih poslovnih odluka, stoga su zadovoljni ako su njihove odluke u skladu sa zakonom. Poslovna etika podrazumijeva uvažavanje moralnih normi u poduzetničkom poslovanju. Uvažavanje konkurencije, istinito oglašavanje, poštivanje potrošača i zaposlenika samo su neki od elemenata moralnog okruženja. (Horvat i Tintor, 2013).

Ivaniš (2018) navodi temeljna poduzetnička etička načela kojih se svaki poduzetnik mora pridržavati a neka od njih su:

- zakonitost, transparentnost i javnost poslovanja,
- društvena solidarnost i pravednost,
- poštenje i transparentnost u poslovnim odnosima,
- inovativnost i otvorenost prema promjenama,
- odgovorno upravljanje resursima i održivim razvojem,
- odricanje svih oblika mita i sukoba interesa,
- dosljedna težnja znanju i inoviranju znanja unutar profesije,
- poštivanje slobode mišljenja, savjesti i vjere. (Ivaniš, 2018: 189)

Ribić i Pleša Puljić (2020) objašnjavaju da se etika u poslovnom svijetu često pogrešno shvaća i različite osobe je različito tumače. Za jednu je osobu nešto etično i sasvim prihvatljivo, a za drugu osobu to je nešto sasvim neprihvatljivo i izvan svake granice etičnosti. Zbog toga poslovni subjekti sastavljaju svoje etičke kodekse na temelju kojih se rješava etička dvojba

kako bi ishod bio normalan i tržišno prihvatljiv. Etički kodeks organizacije mora jednako vrijediti za sve osobe zaposlene u organizaciji. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 194)

Temeljno pravilo u poduzetništvu je poslovanje u skladu sa zakonom. Osim zakona u poslovanju se trebaju primjenjivati i etičke norme. Suvremeni čovjek zbog nesigurnoga okruženja sve više gubi samorazumljivi odnos poštovanja zakona i propisa. Primjenom etike u svakodnevnom poslovanju zahtijeva se od svakoga zaposlenoga poštovanje visokog stupnja odanosti prema društvu, obitelji, poduzeću i samom sebi. Primjenom etike u svakodnevnom poslovanju, postajemo atraktivni za strane partnere i investitore, a bez toga nije moguće ostvariti značajniji gospodarski napredak Hrvatske. (Brusić et al., 2009: 159)

Život poduzetnika nije lagan, mora riskirati vlastitim kapitalom kako bi prodao ili isporučio proizvode i usluge, trošeći pritom na inovaciju više energije od prosječne poslovne osobe. Unatoč svakodnevnim stresnim situacijama i drugim poteškoćama postoji mogućnost da poduzetnik uspostavi ravnotežu između etičkih zahtjeva, ekonomske praktičnosti i društvene odgovornosti. Poduzetnici koji imaju relativno novu kompaniju obično razvijaju interni etički kodeks. Poduzetnici ovise o vlastitim vrijednostima kada određuju etički prikladne smjerove djelovanja i oslanjaju se na vlastiti moralni stav. Poduzetnici su osjetljivi na pritiske svojih kolega i opće društvene norme zajednice i na pritiske konkurencije. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 16)

Ivaniš (2015) objašnjava da poslovanje nije samo stvar profita, već stvaranja vrijednosti koje će osigurati odlučno i pošteno djelovanje menadžera, time će osnaživati samopoštovanje i osjećaj vrijednosti kod zaposlenika, osigurati kakvoću proizvoda i usluga te u određenoj mjeri utjecati na ostvarivanje brige poduzeća za okoliš te stoga dugoročno ostvarivati vrijednost vlasnicima. Etički principi moraju biti duboko usađeni u poslovnu kulturu poduzeća putem etičkih kodeksa ili izjave o vrijednostima, jer oni čine sastavni dio identiteta poduzeća i njegove misije. (Ivaniš, 2015: 13)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) smatraju da poduzetnik unatoč svagdanjim stresnim situacijama može uspostaviti ravnotežu između etičkih zahtjeva, ekonomske praktičnosti i društvene odgovornosti. Etika istražuje opću prirodu morala i moralne izbore koje pojedinac donosi sa sobom u odnosu s drugima.

Hrvatska gospodarska komora donijela je 23. svibnja 2005. godine Odluku o potvrđivanju kodeksa etike u poslovanju te se utvrđuju osnovne smjernice etičkog ponašanja poslovnih ljudi u hrvatskom gospodarstvu. Određivanjem etičkih kriterija pridonosi se otvorenijem i

učinkovitijem poslovanju te boljoj povezanosti poslovnih subjekata s poslovnom sredinom u kojoj djeluju.

U poduzetništvu je temeljno pravilo poslovati u skladu sa zakonom i etičkim normama. Čovjek je nositelj svih promjena u društvu. Primjena etičnosti u poslovanju zahtijeva od svakog zaposlenika poštivanje visokog stupnja odanosti prema društvu, obitelji, poduzeću i samom sebi. Implementacija etičkog kodeksa donosi sa sobom mnoge prednosti, a ponajviše ispravan način upravljanja te ispravne postupke i odgovornosti pri identificiranju i upravljanju poslovnim rizicima. Etički kodeks je integracija pozitivnih vrijednosti kroz čitavu organizaciju. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 268)

U svrhu zaštite dobrih poslovnih običaja, da bi se pridonijelo etičkom razvitku poslovnih subjekata i poslovnom moralu u cjelini pri Hrvatskoj gospodarskoj komori osnovan je Sud časti. Organizacija i rad propisani su Pravilnikom o radu Suda časti pri HGK-u (Narodne Novine broj 67/2020.) i ostalim općim aktima HGK-e. Svrha Suda časti je da u prethodnom postupku mirenja pokuša na obostrano zadovoljstvo riješiti sporove među strankama, te upozorava na ponašanje koje nije u skladu s dobrim poslovnim običajima te ustaljenim normama u pravnome prometu. Sud časti trenutno je u statusu mirovanja Odlukom o privremenom prekidu postupaka i prestanku rada tajništva Suda časti pri Hrvatskoj gospodarskoj komori (Narodne novine broj: 111/2020), s danom 15. listopada 2020. godine. (<https://digitalnakomora.hr>)

Obveza svakog poduzetnika je ta da se u svakodnevnom radu ponaša odgovorno dobrim poslovnim običajima koji proizlaze iz vrlina i moralnih normi gospodarske okoline u kojima djeluje. Poštenje poduzetnika potječe od kućnog odgoja, moralnog okruženja u kojem posluje te u valjanim uzorima. Etika u poslovanju počiva na poštivanju načela o slobodnoj konkurenciji i postupanju na jednak način prema svima na jedinstvenom tržištu. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 271)

Poduzetnička etika je prije svega etika odgovornosti, jer su poduzetnici ti koji svojim djelovanjem i odlučivanjem utječu na okruženje u kojem se nalaze. U stvaranju opće poslovne atmosfere od vlasnika i poslovođitelja neizbježno se zahtjeva da uvijek u svakoj prilici budu ljudi zaslužena povjerenja, poštenja, poštovanja i dostojanstva, tj. dobri uzori. (Brušić et al., 2009: 160).

Poslovna etičnost podrazumijeva korektan odnos prema suradnicima, kupcima i konkurentima. Poduzetnička etika je etika odgovornosti, povjerenja, poštenja, poštovanja i dostojanstva. Temeljna poslovna etička načela u suvremenom poduzetništvu koje Bobera, Hunjet i Kozina (2015) smatraju najvažnijima su: savjesnost, poštenje, jedinstvo tržišta, ne naštetiti drugim

sudionicima na tržištu, potrošačima, društvenoj zajednici, nepristranost, uljudnost, uviđavnost, uslužnost, poštovanje preuzetih obveza.

Bartolović (2017) u svom radu ističe da poduzetnici imaju središnju važnost s društvenog stajališta, zbog mnogostrukosti učinaka koje imaju njihove odluke, pri čemu je važno stalno razmišljati o moralnim razlozima prilikom odlučivanja. Osim ekonomskih kriterija, moraju brinuti i o dostojanstvu radnika koji rade u poduzeću. Kod velikih strateških odluka (zatvaranje pogona, preustroj poslovanja, akvizicije i spajanja poduzeća) potrebno je voditi brigu ne samo o financijskim kriterijima.

Društvena odgovornost u promjenjivim uvjetima suvremenog poslovanja je poslovanje na društveno odgovoran način, te se odnosi na povezivanje poslovnog ponašanja organizacija s fizičkom i društvenom okolinom radi dobrobiti organizacija i društva. U osnovi društvene odgovornosti poduzetnika od kojih se traži etično i odgovorno ponašanje u poslovnoj aktivnosti stoji društveno odgovorno ponašanje usmjereno prema očuvanju vrijednosti koje njeguju određeno društvo. (Hunjet i Kozina, 2014: 198)

Društvena odgovornost se u posljednje vrijeme pojavljuje kao vrlo važan element održivog razvoja i društvenog napretka. Društveno odgovorno poslovanje je u globalnom poslovnom sektoru poznato pod nazivom društvena odgovornost poduzeća a polazna točka navedene tvrdnje proizlazi iz toga da poduzeće preuzima odgovornost za aktivnosti koje nadilaze područje isključivo ekonomskih interesa. To uključuje proizvodnju poduzeća, i kako pri proizvodnji utječe na okoliš, kako zapošljava nove ljude, kako osposobljava i utječe na razvoj vlastitog kadra, na koji način ulaže u društvenu zajednicu, poštuje li ljudska i radna prava, kako kupuje i prodaje na tržištu. Sve zajedno određuje ukupan utjecaj tog poduzeća na društvo. Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obveze već ići korak dalje i ulagati još više u ljude, okruženje i sudionike (pojedince, zajednice, organizacije).

Odgovornost uključuje odnos prema zaposlenicima i svim sudionicima, a važnost društvene odgovornosti je u održavanju dobrih odnosa sa svima zainteresiranima za poslovanje poduzeća. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 273)

Društveno odgovorno poslovanje uključuje: poslovne aktivnosti poduzeća, stručno usavršavanje za sigurnost i kvalitetu proizvoda, dobre poslovne običaje, uključivanje i davanje za zajednicu, stvaranje povoljnog okruženja za poduzetništvo, poboljšanje kvalitete upravljanja, te unaprjeđivanje poslovnih, društvenih i ekoloških politika. (Hunjet i Kozina, 2013).

Hunjet i Kozina (2013) u radu ističu da bi organizacija bila uspješna treba definirati želje, i očekivanja potrošača, vlade i konkurenata, kao i društva u cjelini u pogledu društvene odgovornosti. Na taj se način ostvaruju nova partnerstva i proširuju postojeća te se stječu znanja i vještine te upravlja promjenama. Na lokalnoj i nacionalnoj razini jača društvena i ekonomska kohezija, dok se na globalnoj razini doprinosi zaštiti okoliša i poštivanju ljudskih prava.

### **3.3. Poduzetničko obrazovanje**

Stoljetna je tradicija izučavanje poduzetništva kao znanstvene i praktične discipline na poslovnim učilištima zemalja razvijenog tržišnog gospodarstva. Svoju razvijenost one dijelom zahvaljuju upravo toj činjenici. Globalizacijom svjetskog tržišta i gospodarstva i napredovanjem demokratskih procesa, poduzetništvu se pridaje sve veća važnost i u manje razvijenim tranzicijskim zemljama, sa željom ubrzanja njihova gospodarskog razvoja. Teorijsko i praktično poduzetništvo izučava se radi stvaranja pozitivne poduzetničke klime i okruženja u tim društvima, te da bi se osobe s poduzetničkim osobinama potaknule na stvaralaštvo i podučile poduzetničkim znanjima i vještinama. U posljednjem desetljeću u Republici Hrvatskoj poduzetničkom obrazovanju pridaje se sve veća pozornost i važnost. Na svim visokim učilištima ekonomskog usmjerenja poduzetništvo se izučava kao poseban nastavni predmet ili kolegij i to u prvome redu kao primijenjeno poduzetništvo. Brojni su razni stručni seminari, savjetovanja i drugi oblici obrazovanja i usavršavanja poduzetnika. Stvara se pozitivna poduzetnička klima i razvija poduzetnička infrastruktura. Od posebne je važnosti snažna društvena orijentacija prema financijskoj podršci poduzetnicima, a stvara se i mreža institucija i savjetodavnih središta čija je zadaća svekoliko poticanje poduzetništva i pomoć u njegovu razvoju. (Horvat i Tintor, 2013)

Formalno obrazovanje u poduzetništvu iznimno je bitno, ali nikako nije presudno za uspješnost vođenja poslovnog subjekta. Namjera poduzetničkog djelovanja, formalno obrazovanje i motivi pokretanja poduzetničkog pothvata impliciraju bolju pripremljenost za pokretanje poslovnog pothvata i veći optimizam koji se temelji na prepoznatoj prilici a samim time i uspješno upravljanje poduzetničkim pothvatom. Međutim, činjenica je da poduzetnik koji ima viši stupanj obrazovanja nema jamstvo da će biti uspješniji od nekoga tko nema takvu formalnu naobrazbu. Obrazovanje je važno, ali nikako nije presudno za uspjeh. S boljim obrazovanjem u sinergiji s ostalim čimbenicima i osobinama poduzetnika, prilike za uspjeh su mnogo veće. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 39)



Drugačije mišljenje su naveli Hunjet, Cvetko i Radolović (2022) koji u radu objašnjavaju da je obrazovanje temelj razvoja, uspjeha društva i ekonomije znanja, započinje u obitelji i traje do kraja aktivnog djelovanja. Najvrjednija imovina su znanja i inovacije a kvalitetno obrazovanje temelj je za uspjeh društva u cijelosti. Ulaganje u obrazovanje ima karakter investicije u ljudski kapital kako za samog studenta, tako i za poduzetnika koji ga zapošljava, ali i za društvo u cjelini. Poduzetništvo i poduzetnost najbolje se uče kroz osobno iskustvo ali i učenjem po modelu. Poduzetnicima postaju oni učenici ili studenti koji razviju poduzetničku efikasnost.

Obrazovanje za poduzetništvo predstavlja važan aspekt studijskih programa u zemljama članicama Europske unije. U kontekstu Europskog kvalifikacijskog okvira kompetencije za poduzetništvo su opisane kao samostalnost u poduzetničkom poduzimanju, a označavaju sposobnost primjene znanja, vještina, i osobnih, socijalnih i metodoloških sposobnosti, na radnom mjestu ili tijekom učenja, kao i u privatnom i profesionalnom razvoju. Osnovni cilj razvoja poduzetničke kompetencije jest razvoj osobina ličnosti te znanja, vještina, sposobnosti, i stavova potrebnih za djelovanje pojedinaca kao uspješne poduzetne osobe. U Hrvatskoj se razvoj poduzetničke kompetencije izučava kao međupredmetni sadržaj koji se razvija u svim predmetima u srednjoškolskom i visokoškolskom obrazovanju a u cilju razvoja poduzetne i inovativne osobe osposobljene za uočavanje prilika u kojima svoje ideje može pretvoriti u djelo u različitim situacijama: obrazovanju, radu, i životu općenito. (Ivaniš, 2018)

Temelj razvoja poduzetničkog učenja u Europskoj uniji postavlja se u Preporukama Europskog parlamenta i Savjetima o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje. Ključne kompetencije za cjeloživotno učenje predstavljaju kombinaciju znanja, vještina i stavova a na razini EU-a, to su sljedeće kompetencije:

- komunikacija na materinskom jeziku,
- komunikacija na stranim jezicima,
- matematička kompetencija i osnovne kompetencije iz prirodoslovlja i tehnologije,
- digitalna kompetencija, sposobnost učenja,
- znati kako učiti,
- socijalne i građanske kompetencije,
- smisao za inicijativu i poduzetništvo,
- kulturološka osviještenost i izražavanje. (Ivaniš, 2018)

Potporna poduzetničkim aktivnostima mladih jedan je od ciljeva strategije Europa 2020. To je također jedno od područja koje promiče EU Youth Strategy (2019.-2027.) dok se poduzetništvo smatra ključnom kompetencijom za cjeloživotno učenje a različiti oblici informatičkog učenja mogu motivirati transformaciju mladih u stjecanju vještina i vrijednosti. Brojni formalni i neformalni programi vezani za poduzetništvo u posljednjih 35 godina pokazuju da se znanja i vještine korisne poduzetnicima mogu naučiti. Razvoj i dostupnost poduzetničkog obrazovanja jednako je važan kao i njegov sadržaj i pristup u prijenosu znanja i vještina. (Krneta, Alfirević i Rendulić, 2017)

Poduzetničko obrazovanje ima važnu ulogu u stvaranju kapaciteta organizacija i pojedinca za suočavanje s kompleksnošću okruženja u kojem djeluju. Poduzetničko obrazovanje razvija inovativnost i odgovornost pojedinca te spremnost na preuzimanje rizika kod donošenja odluka i kod rješavanja problema. (Hunjet i Kozina, 2014: 54)

Osnovni ciljevi poduzetničkog obrazovanja su usvajanje znanja o poduzetništvu, razvijanje kompetencija za stvaranje prilika, unošenje promjena u uvjetima složenosti te poticanje poduzetničkog ponašanja. Kvalitetan sustav znanosti i visokog obrazovanja omogućit će povećanje konkurentnosti, produktivnosti i zapošljavanja, a samim time i ostvarenje stabilnog i održivog gospodarskog rasta. (Hunjet i Kozina, 2014)

Konkurentna prednost gospodarstva temelji se na razvoju poduzetništva. Procesi globalizacije unose velike promjene u sve segmente suvremenog društva i postojanja čovjeka, pa tako i u obrazovanje. Kroz obrazovanje nastoje se povezati interdisciplinarni aktivnosti razvojem svijesti o društvenoj odgovornosti osoba, koju će nositi tijekom cijelog života. Rezultat poduzetničkih programa je razvoj poduzetničkih kompetencija da bi se povećalo zapošljavanje, da se stvori okruženje za učenje, za poticanje kreativnosti, inovacije i za poduzetničku stručnost. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 9)

Poduzetničko obrazovanje je područje rastućeg interesa na sveučilištima, poslovnim školama i javnim školama širom svijeta. Učenje o poduzetništvu i za poduzetništvo predstavlja sve važniji aspekt kurikulumu u zemljama članicama Europske unije. Poduzetničko obrazovanje ima značajnu ulogu u stvaranju kapaciteta organizacija i pojedinaca za suočavanje s kompleksnošću i nesigurnošću okruženja u kojem djeluju. Ono razvija proaktivnost, inovativnost i odgovornost pojedinca, te spremnost na preuzimanje rizika u donošenju odluka i rješavanju problema. Poduzetničko obrazovanje može imati različite ciljeve, od stvaranja novog pothvata do razvoja poduzetničkih osobina, vještina i ponašanja.

Obrazovanje za poduzetništvo treba osposobiti mlade ljude za snalaženje u nesigurnom i kompleksnom okruženju. Oni moraju naučiti kako definirati probleme, te kako stvarati rješenja.

Obrazovanje za poduzetništvo treba se usmjeriti na različite aspekte nesigurnosti i kompleksnosti za različite pojedince i izvan poslovnog konteksta.

([http://www.cepor.hr/Poduzetnicko\\_obrazovanje\\_policy%20brief\\_CEPOR\\_final.pdf](http://www.cepor.hr/Poduzetnicko_obrazovanje_policy%20brief_CEPOR_final.pdf))

Obrazovanje je važno u odgoju poduzetnika. Njegova važnost odražava se ne samo na razini obrazovanja nego i u činjenici da ono nastavlja igrati glavnu ulogu u pomaganju poduzetnicima kako se nositi s problemima koji nailaze. Iako formalno obrazovanje nije nužno za pokretanje poslovanja, ono ipak pruža dobru podlogu u području pothvata. Mnogi poduzetnici i poduzetnice ističu važnost i potrebu za obrazovanjem u području financija, strateškog planiranja, marketinga (distribucije) i menadžmenta. Sposobnost jasnog komuniciranja, pismenog i usmenog, također je važna za bilo koju poduzetničku aktivnost. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 58)

Hunjet i Kozina (2013) u svom radu iznose tri cilja poduzetničkog obrazovanja:

- Prvi cilj odnosi se na razvoj širokog razumijevanja o poduzetništvu osobito u ulozi poduzetnika i poduzetništva u modernom društvu i gospodarstvu. Pripremanje ljudi za poduzetničku karijeru pružanjem informacija putem kampanja, seminara i predavanja.
- Drugi cilj vezan je za osposobljavanje pojedinca za preuzimanje odgovornosti za osobno obrazovanje, karijeru i život odnosno poduzetnički pristup životu. To se postiže treninzima, timskim radom i projektnim zadacima. Poduzetnik mora znati odrediti ciljeve, viziju, misiju, utvrditi poslovnu strategiju i znati koncipirati poslovni plan.
- Treći cilj odnosi se na pripremanje pojedinca da postanu poduzetnici, te upravljaju novim poduzećem. To se postiže stjecanjem osnovnih vještina i informacija kako pokrenuti i voditi malo poduzeće i kako biti poduzetnikom.

Kao najprirodnije mjesto za razvoj poduzetničkog obrazovanja ističu se sveučilišta. Rastuća potražnja za znanjima i vještinama koje nudi poduzetničko obrazovanje vodi ka transformaciji tradicionalnog sveučilišta u poduzetničko.

Da bi se odgovorilo na ključna pitanja, pratilo trendove i smjernice razvoja poduzetničkog obrazovanja potrebno je:

- stvoriti konsenzus među nositeljima poduzetničkog obrazovanja oko širokog shvaćanja uloge poduzetničkog obrazovanja,
- izgraditi poduzetnički obrazovni program koji će osposobiti pojedince za poduzetnički pristup životu, odnosno preuzimanje odgovornosti za svoju karijeru,
- prihvatiti legitimnost poduzetništva kao obrazovnog područja i znanstvene discipline,

- ministarstva, vladine i obrazovne institucije trebaju preuzeti aktivnu ulogu u razvijanju širokog razumijevanja uloge poduzetnika i poduzetništva u gospodarstvu i društvu općenito,
- jačati povezivanje sveučilišta sa zajednicom i razvijanje kapaciteta suradnje i učenja od zajednice.

([http://www.cepohr.hr/Poduzetnicko\\_obrazovanje\\_policy%20brief\\_CEPOR\\_final.pdf](http://www.cepohr.hr/Poduzetnicko_obrazovanje_policy%20brief_CEPOR_final.pdf))

Kolaković (2006) tvrdi da u Hrvatskoj postoje brojni potencijalni ali također i nedovoljno ili neprimjereno educirani poduzetnici. Mnogi od poduzetnika su na zavidnoj stručnoj razini i s velikim iskustvom u poduzetničkim aktivnostima na različitim područjima gospodarstva. Česta je pojava nedovoljne širine i neadekvatnosti znanja iz poduzetničkih i pratećih disciplina iz područja poduzetništva što postaje sve ozbiljnija prepreka njihovu daljnjem razvoju. U Strategiji održivog razvoja hrvatskog gospodarstva, utemeljenog na znanju, nedostaju obrazovni,iskusni i etični vođe i poduzetnici te razvijena poduzetnička kultura.

Poduzetničko obrazovanje provodi se djelomično u obrazovnim sustavima, no sve više i u okviru raznih edukacija i programima u ustanovama neformalnog obrazovanja.

Ivaniš (2018) navodi neke od društvenih i ekonomskih čimbenika koji su pridonijeli razvoju poduzetničkog obrazovanja:

- prihvaćanje da poduzetništvo nije urođeni talent, već da se ono može naučiti, a poduzetničke kompetencije i vještine razvijati,
- povećana svijest kod studenata o mogućnostima razvoja poslovne karijere kroz poduzetništvo, ali i povećan interes poslovnih ljudi za napredovanje razvijanjem poduzetničkih kompetencija i vještina koje će im pomoći u rastu i razvoju poduzeća.

(Ivaniš, 2018)

Hunjet, Cvetko i Radolović (2022) navode primjer Sveučilišta Sjever kao sveučilišta s cjelovitom strategijom policentričnog razvoja znanosti, umjetnosti i visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj. Obrazovanje za poduzetništvo predstavlja važan aspekt studijskih programa u zemljama članicama Europske unije. Poduzetničko obrazovanje na Sveučilištu Sjever ne uključuje samo poduzetnike, već podrazumijeva medicinske sestre, liječnike, elektrotehničare, strojare, umjetnike, znanstvenike, bankare i druge.

Primjer ulaganja u poduzetničko obrazovanje je Vlada Republike Hrvatske koja je na svojoj sjednici 10. lipnja 2010. godine, a na prijedlog Ministarstva znanosti obrazovanja i športa, usvojila je dokument „Poduzetna Hrvatska- Strategija učenja za poduzetništvo 2010-2014.“ Od

poduzetničkog obrazovanja Vlada očekuje poboljšanje gospodarske situacije i gospodarski razvoj zemlje, studenti žele osnivati i razvijati vlastita poduzeća i naučiti se snalaziti u različitim okruženjima, a poslovni sektor očekuje od pojedinca suočavanje i rješavanje praktičnih problema. (Tafra, 2012)

Poduzetničkim obrazovanjem potiče se i razvija način razmišljanja i razvijaju se poduzetničke kompetencije te se time neposredno doprinosi povećanju zapošljivosti i učinkovitosti sustava socijalne sigurnosti te povećanju domaće proizvodnje i izvoza. Time se ostvaruje temelj za održivi ekonomski razvoj Hrvatske. (Hunjet, Cvetko i Radolović, 2022)

## 4. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

### 4.1. Pravni oblici poduzeća u poduzetničkoj ekonomiji Hrvatske

U suvremenoj tržišnoj ekonomiji postoje brojni oblici i vrste te različite podjele poduzeća koje ovise o pravnim sustavima pojedinih država. Dvije su osnovne vrste vlasništva nad poduzećem:

- Privatno vlasništvo
- Javno vlasništvo

Pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj zajednički se nazivaju trgovačka društva. Trgovačko društvo je pravna osoba osnovana i uređena prema Zakonu o trgovačkim društvima. (<https://www.zakon.hr/z/546/Zakon-o-trgova%C4%8Dkim-dru%C5%A1tvima>)

Prema Zakonu o trgovačkim društvima (N.N. 111/93 do 18/23) propisuje se da se u Republici Hrvatskoj mogu osnivati sljedeći oblici trgovačkih društava:

- *Javno trgovačko društvo*: društvo osoba. Mogu ga osnovati dvije ili više osoba. Imovina društva formira se unosom jednakih dijelova uloga članova koji osnivaju društvo (u obliku novca, stvari, prava, usluga i dr.). Svaki član društva odgovara neograničeno i solidarno cijelom svojom imovinom. Odnosi među članovima uređuju se društvenim ugovorom a odluke se donose suglasnošću svih članova. Za utvrđivanje rezultata poslovanja u društvu se izrađuje godišnji račun dobiti i gubitka a u dobitku ili gubitku svojim udjelom sudjeluju svi članovi društva.
- *Komanditno društvo*: društvo osoba. Čine ga dvije ili više osoba i može imati dvije vrste članova: komplementare- koji odgovaraju za obveze društva neograničeno svom svojom imovinom i komanditore- koji odgovaraju samo iznosom uloga koji unose u društvo. Društvom upravljaju samo komplementari a komanditori imaju pravo uvida u poslovne knjige i izvješća i nemaju pravo odlučivanja. Dobit se dijeli prema ulogu unesenom u društvo a prednost kod isplate imaju komplementari.
- *Dioničko društvo*: društvo kapitala. Čine ga članovi (dioničari) koji sudjeluju svojim ulozima u temeljnom kapitalu društva. Temeljni kapital podijeljen je na jednake dijelove- dionice. Uplatom dionice postaje se dioničarem i tako se stvara osnivački kapital društva. Najmanji nominalni iznos je 1,00 eura a temeljni kapital ne može biti manji od 25.000,00 eura.

Prema Škrtić i Mikić (2011) dionička društva kao oblik prikupljanja kapitala za obavljanje gospodarske djelatnosti imaju višestruke prednosti. Tako se može prikupiti kapital za veće

gospodarske aktivnosti i velike pothvate, prodajom dionica njihovi vlasnici mogu doći natrag do uloženog kapitala, rizik od neuspjeha dijeli se na veći broj osoba jer se riziku ne izlaže samo jedan ulagač, pravo odlučivanja imaju svi pa se razvija oblik partnerstva i solidarnosti (vlasnik više od 50% dionica sam odlučuje). Prava koja proizlaze iz dionica su pravo odlučivanja a ostala prava koja proizlaze ovise o tome da li je vlasnik redovne ili povlaštene dionice. Redovne dionice imatelju daju pravo glasa na glavnoj skupštini i pravo na isplatu dijela dobitka. Povlaštene dionice omogućuju pravo na dividendu u unaprijed utvrđenom novčanom iznosu i imatelji imaju pravo prvenstva pri isplati ostatka likvidacijske mase.

- *Društvo s ograničenom odgovornošću*: društvo kapitala u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge do visine dogovorenog iznosa temeljnog kapitala. Prema Šikić i Mikić (2011) osnivatelji kao pravne osobe mogu biti trgovačka društva, država, ustanove i visoka učilišta. Ograničena odgovornost smatra da osnivač ili osnivatelji odgovaraju vrijednošću koju unose u temeljni kapital društva. Osobe osnivatelji ne odgovaraju za obveze društva, već društvo snosi obveze. Odlučivanje u društvu je uređeno društvenim ugovorom. U društvu s ograničenom odgovornošću uloženi nisu jednake veličine razmjerno čemu i ulagači imaju udjel u donošenju odluka. (Kolaković, 2006: 81) Organi društva su skupština nadzorni odbor i uprava. Ako društvo ima jednog člana, koji drži sve udjele, on sam donosi odluke.

Prema Zakonu o trgovačkim društvima gospodarski sustav Republike Hrvatske uvodi pojmove:

- Trgovac: prema članku 3. pravna ili fizička osoba koja samostalno ili trajno obavlja gospodarsku djelatnost radi ostvarivanja dobiti proizvodnjom, prometom robe ili pružanjem usluga na tržištu.
- Tajno društvo: prema članku 148. takvo društvo nastaje ugovorom kojim jedna osoba ulaže neku imovinsku vrijednost u poduzeće druge osobe (poduzetnika) te na temelju tog uloga stječe pravo u dobiti ili gubitku poduzetnika.

(<https://www.zakon.hr/z/546/Zakon-o-trgova%C4%8Dkim-dru%C5%A1tvima>)

U tablici u nastavku prikazuju se statistički podaci o broju poslovnih subjekata u 2022. godini i vidljivo je da poduzetnici otvaraju tj. registriraju poduzeća ali relativno velik broj njih prema izvještaju DZS-u ostaje neaktivan.

Tablica 1. Registrirani pravni subjekti na dan 31.03.2022.

1. POSLOVNI SUBJEKTI, STANJE 31. OŽUJKA 2022.

	Registrirane pravne osobe	Aktivni subjekti	Udio aktivnih pravnih osoba, %
Ukupno	311 698	172 438	55,3
Trgovačka društva	234 561	137 664	58,7
Zadruga	3 548	809	22,8
Ustanove, tijela, udruge i organizacije	73 589	33 965	46,2
Subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima	-	88 184	-

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/31459> (pristup 08.06.2023.)

## 4.2. Utjecaj poduzetništva na nacionalnu ekonomiju

Svi poduzetnici su radnici u svijetu ekonomije i poslovanja. Društvo djeluje kroz poduzetnika kako bi učinkovito upravljalo materijalima, okolišem i ljudskim resursima ne bi li se postigao opći napredak. Cilj većine društvenih sustava jest jednako raspoređeno obilje materijalnih i društvenih dobara. Poduzetnici su ljudi koji uređuju nove organizacije ili rješenja za socijalne i ekonomske probleme. Oni su ti koji unapređuju ekonomski sustav. (Byers, Dorf i Nelson, 2015: 27)

Poduzetničkom aktivnošću se razvija gospodarstvo i pridonosi se stvaranju države blagostanja odnosno poduzetništvo je sastavni, a može se reći i ključni dio gospodarstva. S druge strane, gospodarstvo kao sustav djelatnosti, prometne, pravne i druge infrastrukture, obuhvaćajući područje proizvodnje, raspodjele, razmjene i potrošnje svojim pravilima i odnosima utječe na razvoj poduzetništva. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 44)

Mali i srednji poduzetnici čine okosnicu svakog razvijenog gospodarstva pa tako i hrvatskoga te zapošljavaju više od dvije trećine svih zaposlenih u poslovnim subjektima u Hrvatskoj. Prema podacima iz tablice u nastavku rada vidljivo je da poduzetništvo polako jača i ima svoj udio i utjecaj na gospodarstvo Hrvatske u odnosu prema prethodnoj godini. U petogodišnjem razdoblju od 2016. do 2020. godine ukupan broj poduzeća povećao se za 21% a sektor malih i srednjih poduzeća ima značajni udio u ukupnom broju, 99,7%. Usprkos pandemiji, trend rasta u broju novoregistriranih poduzeća je nešto veći od 2% u odnosu na 2019. godinu. (<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>)



Promatrano po veličini poduzetnika za 2022. godinu najviše je mikro poduzetnika, njih 134.587 (udio 89,2%), malih je 14.102 (udio 9,3%). (<https://www.fina.hr/-/poduzetnici-hrvatske-u-2022.-godini-ostvarili-neto-dobit-u-iznosu-od-46-9-milijardi-kuna%C2%A0>)

*Tablica 2. Veličina poslovnih subjekata i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2019. i 2020. godini.*

**Tablica 2:** Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2019. i 2020. godini

Ekonomski kriterij valorizacije sektora	Veličina poduzeća							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2019.	2020.	2019.	2020.	2019.	2020.	2019.	2020.
Broj zaposlenih	286.603	258.644	249.826	244.445	183.189	180.166	250.158	264.619
Zaposlenost (udio) <sup>3</sup>	29,6%	27,3%	25,8%	25,8%	18,9%	19 %	25,8%	27,9%
Ukupan prihod (mil. HRK)	126.003	97.371	189.187	176.372	165.172	158.040	315.765	312.058
Ukupan prihod (udio)	15,8%	13,1%	23,8%	23,7%	20,7%	21,2%	39,7%	42%
Izvoz (mil. HRK)	12.379	9.968	31.064	28.779	36.739	35.977	71.273	66.275
Izvoz (udio)	8,2%	7,1%	20,5%	20,4%	24,3%	25,5%	47,1%	47%

Izvori: FINA (2020). Rezultati poduzetnika Hrvatske u 2019. godini razvrstanih po veličini  
FINA (2021). Financijski rezultati poduzetnika u 2020. godini - razvrstani po veličini

Izvor: Cepor izvješće 2021. <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> (pristup 08.06.2023.)

Uloga poduzetništva u gospodarskom razvoju uključuje više od samog povećanja proizvoda i dohotka po glavi stanovnika, uključuje iniciranje i uspostavu promjene u strukturi poslovanja i u društvu. Ovu promjenu prati rast i povećanje proizvodnje što omogućuje raspodjelu većeg bogatstva na veći broj različitih sudionika. Teorija gospodarskog rasta opisuje inovaciju kao ključ, ne samo za razvoj novih proizvoda ili usluga za tržište nego i za stimuliranje ulagačkog interesa za pothvate koji se tek pokreću. Novo ulaganje djeluje u jednadžbi rasta i na strani ponude i na strani potražnje: novi kapital koji se stvara proširuje kapacitet rasta (strana ponude), a nova potražnja koja rezultira iz toga koristi novi kapacitet i proizvodnju (strana potražnje). (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 14)

Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da je poduzetništvo presudno za konkurentnost. Novim poduzetničkim inicijativama, kojim se pokreće novi poslovni subjekt ili preusmjerava

postojeći, nakon prijenosa novog vlasnika, povećava se produktivnost. Njima jača pritisak konkurentnosti, potiču se ostali poslovni subjekti da odgovore jačanjem svoje učinkovitosti ili uvođenjem inovativnih rješenja. Povećanom učinkovitošću i inovacijama u poslovnim subjektima na području organizacije, procesa, proizvoda, usluga ili tržišta jača se konkurentna snaga gospodarstva u cjelini. Taj proces potrošačima donosi prednost u smislu povećanog izbora i nižih cijena. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 47)

Unatoč poteškoćama, poduzetništvo je trenutačno najučinkovitija metoda premošćivanja rascjepa između znanosti i tržišta, stvaranja novih poduzeća i dovođenja novih proizvoda i usluga na tržište. Poduzetničke aktivnosti značajno djeluju na gospodarstvo nekog područja izgradnjom ekonomske baze te otvaranjem novih radnih mjesta. U nekim područjima upravo je poduzetništvo generator većine novih proizvoda i neto novih zaposlenja. S obzirom na utjecaj poduzetništva na sveukupnu ekonomiju i zapošljavanje na nekom području, iznenađuje da ono nije postalo još veća okosnica gospodarskog razvoja. (Hisrich, Peters i Shepherd: 2011: 16)

Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da je jedan od ključnih čimbenika koji je rezultat poduzetničkog djelovanja, a jedan od najvažnijih za funkcioniranje države i njezinu opstojnost, zaposlenost stanovništva i neprekidno povećanje broja zaposlenih. Ako stanovnici neke države ne stvaraju nove vrijednosti, generiraju dohodak, osiguravaju egzistenciju i blagostanje svih stanovnika države, nema ni osnove za postojanje bilo kakve društvene zajednice. Što je poduzetništvo u nekoj zemlji razvijenije, razvijenija je i država, manja je nezaposlenost te je kvalitetniji i bolji život svih njezinih stanovnika. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 46)

Horvat i Tintor (2013) u radu iznose da razvoj malog gospodarstva u Hrvatskoj usporava te da mu treba posvetiti veću pozornost ne samo promjenom zakonodavstva nego i stvaranjem cijelog niza poticajnih mjera koje će ubrzati njegov razvoj. Poticajne mjere koje je poduzimala Republika Hrvatska u tom pravcu, porezne olakšice za pojedine regije, dajući kredite i bespovratna sredstva, dale su određene rezultate i trebalo bi ih nastaviti.

Ribić i Pleša Puljić (2020) navode da su poduzetnici pokretačka snaga tržišnog gospodarstva i njihovi rezultati društvu donose blagostanje, stvaraju nova radna mjesta te potrošačima omogućuju veći izbor. S obzirom na sve navedeno cilj svake države jest što više potaknuti poduzetnike i ne samo njih, nego i veći broj ljudi da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat i uđu u svijet poduzetništva.

#### **4.1. Ekonomski pokazatelji i statistika poduzetništva**

Poduzetništvo kao čimbenik i nositelj gospodarskog rasta i razvoja u mnogim zemljama posebno je važno za istraživanje i proučavanje. Najpoznatije istraživanje poduzetničke aktivnosti diljem svijeta provodi se u okviru Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanja, a kojega je dio i Republika Hrvatska. Provođenje GEM istraživanja donijelo je različite prednosti zemljama koje su u njega uključene. GEM istraživanje, zbog ujednačenog i posebnog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora koji bilježe promjene u poduzetničkoj aktivnosti, predstavlja temelj za usporedbu podataka.

Važnost poduzetništva za gospodarstva diljem svijeta proizlazi iz podataka da poduzetnici (s malim i srednjim poduzećima) zapošljavaju oko 60% svih zaposlenika a da se njihov udio u dodanoj vrijednosti kreće između 50 i 60%. Tako oni svojom veličinom i značajem mogu utjecati na učinkovitost, rast i razvoj gospodarstva u cjelini, a mogu utjecati i na razne druge aspekte društva (primjerice, demografiju). (Knežević i Žiljak, 2018)

Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj izrađuje CEPOR- Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva a od 2002. godine provodi se Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje za Hrvatsku. GEM je najveće svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti, koje je 1999. pokrenulo 10 najrazvijenijih zemalja, a koje vodi konzorcij nacionalnih timova pod vodstvom London Business School iz Londona i Babson College iz Bostona. CEPOR je u 2011. godini započeo s projektom izrade redovnog godišnjeg izvješća koje pokazuje važne aspekte sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj, govori o stanju i značaju sektora, prezentira institucionalni i zakonodavni okvir te opisuje raspoloživost podrške sektoru malih i srednjih poduzeća. GEM istraživanje za Hrvatsku postalo je nezaobilazni izvor informacija nositeljima politika na nacionalnoj razini i brojnim međunarodnim institucijama u oblikovanju politika, programa i instrumenata kojima interveniraju u stvaranju stimulirajuće poduzetničke okoline. (<https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>)

Cilj izvješća je informirati nadležne institucije i širu javnost o problematici sektora u Hrvatskoj te kreirati kvalitetnu informacijsku osnovu za donošenje odluka koje će omogućiti jačanje poduzetničke kulture i sektora malih i srednjih poduzeća kroz povećanje kapaciteta zapošljavanja, jačeg doprinosa BDP-u i izvoznom potencijalu Hrvatske.

(<https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>)

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) za Hrvatsku navode da je prema prijašnjim istraživanjima karakteristično da je Hrvatska zemlja gospodarske i društvene tranzicije s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u

poduzetništvu. Ipak, broj poduzetnika iz godine u godinu se povećava. Proces pridruživanja EU ubrzao je neke procese ali takav proces treba vrijeme.

Prijašnji rezultati GEM-a pokazuju: da je poduzetništvo globalni fenomen, ali je razina poduzetničkog djelovanja različita od zemlje do zemlje a najveći utjecaj na poduzetničku aktivnost imaju uvjeti poduzetničkog djelovanja: financijski resursi, treninzi, savjetovanja, nedostatak obrazovanja. Muškarci su aktivniji u poduzetništvu od žena.

Kao zaključak GEM-a prije desetak godina za Hrvatsku spominje se niski indeks poduzetničke aktivnosti, niska razina izdvajanja za obrazovanje, visoko porezno opterećenje, neefikasno tržište rada, nestimuliranje financiranja start-up poslovnih subjekata, nedovoljno obrazovanje iz poduzetništva, te oslanjanje na davno napušteni koncept prema kojemu se „poduzetnikom postaje po rođenju, a ne učenjem“. (Bobera, Hunjet i Kozina, 2015: 25)

Istraživanje GEM prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini i poduzetničku okolinu s pomoću nekoliko dimenzija. Poduzetničku aktivnost na individualnoj razini prati se kroz faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera, do pokretanja i rasta poslovnog pothvata te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od propašaja, društveni status). Poduzetnički ekološki sustav prati se kroz dimenzije pristupa novcu, vladine politike (prema prioritetima, regulatornom okviru), vladinim programima, obrazovanja, transfera istraživanja i razvoja, profesionalne i stručne potpore poduzetništvu, fizičke infrastrukture i društvene i kulturološke norme. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 49)

Novije GEM istraživanje za 2021. godinu na uzorku od 2000 ispitanika prikazuje da u Hrvatskoj poduzetnička okolina na poduzetničke aktivnosti djeluje više ograničavajuće nego stimulirajuće. Nacionalni poduzetnički okvir pozicionira Hrvatsku na začelje između svih pozicioniranih zemalja. Posebno ograničavajuće komponente za poduzetničke okoline u 2021. godini bile su: vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, nedostatan doprinos obrazovanja (osnovnog i srednjoškolskog te tercijarnog), nedostatan doprinos u izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.

Prema percepciji prilika u Hrvatskoj 21,7% anketiranih ima namjeru pokrenuti poduzetnički pothvat (samozapošljavanje je češći izbor), a po strahu od propašaja Hrvatska je na razini prosjeka zemalja EU (49,9%). Hrvatska ima 12,4% novih poslovnih pothvata i iznad je prosjeka EU ali vrlo nizak motivacijski indeks (1,8). Na začelju je po broju „odraslih“ poduzeća a to je karakteristika Hrvatske zbog toga što nema stvaranja novih vrijednosti.

Hrvatska je još uvijek značajnija „muška“ zemlja po poduzetničkoj aktivnosti a preferencije i razlog zbog kojeg muškarci ulaze u poduzetničku aktivnost je „napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod“.

Najčešći razlog zbog kojeg se u 2021. godini izlazilo iz poduzetničkih aktivnosti su neprofitabilnost, nova prilika te porezna politika i birokracija.

U 2021. godini istraživanje je potvrdilo obrazac da su u Hrvatskoj obrazovaniji ljudi poduzetnički aktivniji i imaju nižu razinu straha. Ljudi sa srednjoškolskim obrazovanjem češće vide prilike i uvjereni su u vještine za pokretanje pothvata i bolje su umreženi s poduzetnicima (poznaju nekog) što predstavlja izazov za tercijarnu razinu obrazovanja.

Razlike u regionalnoj rasprostranjenosti su stabilne ali kontinuirani rast poduzetničkih aktivnosti ostvaruju samo dvije regije: Istra, Primorje i Gorski Kotar te Sjeverna Hrvatska.

([https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti\\_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf](https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf))

U veljači ove godine u švicarskom gradu Fribourgu predstavljeno je godišnje GEM izvješće za 2022/2023. godinu a koje održava stavove o poduzetništvu. (<https://lnkd.in/gNShP33>)

GEM istraživanje značajno pridonosi razumijevanju ukupne poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj jer zahvaća poduzetničko aktiviranje pojedinca u pokretanje i vođenje poduzetničkih pothvata ali i druge oblike često neregistrirane poduzetničke aktivnosti, kakva je i poduzetničko aktiviranje zaposlenika.

Prema GEM izvješću 2022/2023.– međunarodni projekt Global Entrepreneurship Monitor za Hrvatsku, a kojem je cilj proučavanje odnosa između poduzetništva i ekonomskog rasta prikazuje stavove i percepcije poduzetništva. Na uzorku od 2000 ispitanika njih 66,5% poznaje nekog tko je započeo novi posao, zauzimamo dobro osmo mjesto, a na pitanje da li je lako početi posao njih 34% odgovorilo je negativno te time Hrvatska u 2022. godini zauzima 39 mjesto od 49 zemalja. 73,6 % ispitanika osobno posjeduje znanja i vještine, ali samo njih 19,5% iskazalo je poduzetničke namjere a strah od neuspjeha ima 48,6% ispitanika. Odrasli hrvati imaju dobru svijest o poduzetništvu ali ne vjeruju u vlastite sposobnosti.

Indeks TEA poduzetničke aktivnosti za 2022. godinu prikazuje broj poduzetnički aktivnih ljudi koji pokreću poduzetnički pothvat, tj. pokazuje postotak odraslog stanovništva od 18 do 64 godina koje je aktivno angažirano u pokretanju poslovnog pothvata ili koje je u vlasništvu poduzeća koje nije starije od 42 mjeseca. Tea indeks za Hrvatsku za 2022. godinu je nizak iznosi 13,2 %, a to znači da u toj godini 13,2 ljudi (odraslih između 18 godina i 64 godine ) na 100 stanovnika pokrenulo poduzetnički pothvat.

Prema izvješću motivacija za bavljenje poduzetništvom je niska. Ispitanici su za motivaciju bavljenja poslom iskazali zarađivanje za život, jer posla je malo, njih 70,2%. Troje od pet vidi dobre prilike za pokretanje posla ali bi polovicu njih spriječio strah od neuspjeha. Ispitanici imaju izrazito negativnu percepciju o tome imaju li uspješni poduzetnici visok status u društvu. Pozitivno je da više od polovice poduzetnika u 2022. godini ima kupce izvan Hrvatske te očekuje da će koristiti više digitalnih tehnologija za prodaju svojih proizvoda u sljedećih šest mjeseci. Očekivanja posla su prilično jaka s otprilike četvrtinom poduzetnika koji očekuju da će zaposliti još šest ili više ljudi u pet godina.

Poduzetnici su motivirani izgradnjom velikog bogatstva ili visokim prihodom te da naprave razliku u svijetu, njih 48,8 %.

Prema TEA ukupnoj poduzetničkoj aktivnosti Hrvatska u 2022. godini zauzima središnje mjesto u poretku od 49 zemalja ali po vlasništvu poduzeća i vođenju posla kroz vlastito poduzeće zauzimamo loše 42 mjesto, tek 4,3 % muškaraca i svega 2,5% žena. Muškarci i dalje imaju veću vjerojatnost da će pokrenuti novi posao, sedam muškaraca pokreće posao na četiri žene koje rade isto.

Covid-19 pandemija utjecala je na pad prihoda kućanstava i Hrvatska zauzima vrlo loše 48 mjesto. Jedna od pet odraslih osoba u Hrvatskoj izjasnila se da je njihov prihod kućanstva smanjen zbog pandemije. Na pitanje početi posao teže je nego prije godinu dana ispitanici iz Hrvatske odgovorili su negativno, a na pitanje o iskorištavanju prilika zbog pandemije izvješće prikazuje lošije rezultate.

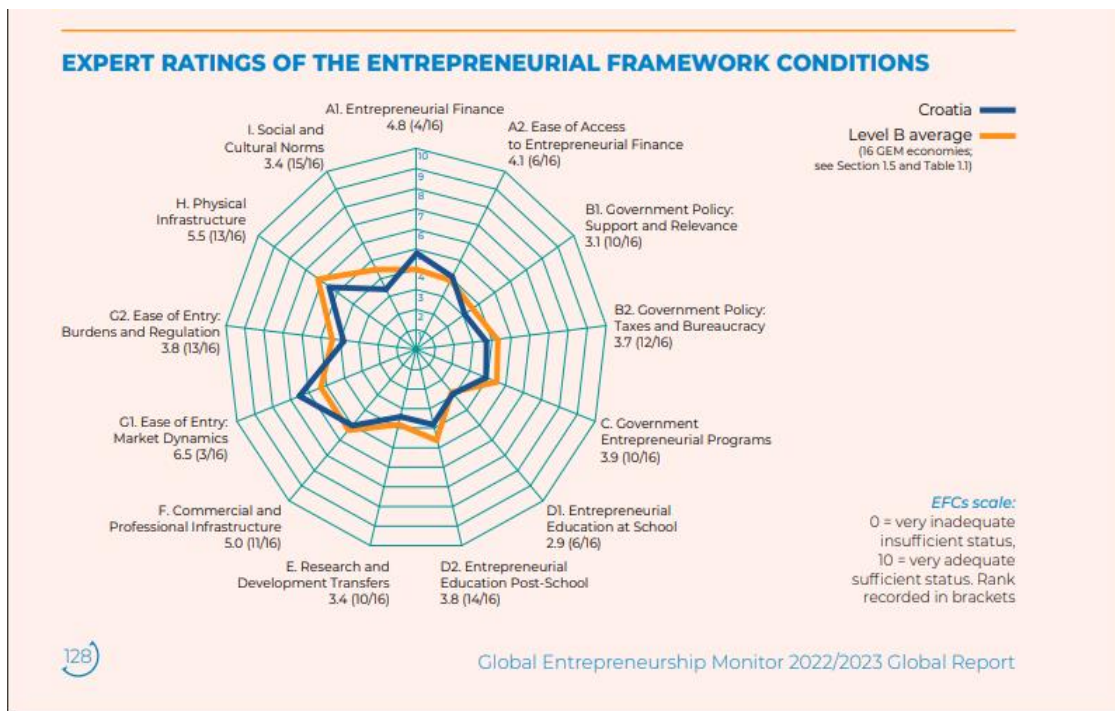
Hrvatska prema GEM Monitoru i prikazu slike u nastavku ima relativno slabo poduzetničko okruženje a 10 od 13 uvjeta ocijenjeni su kao nedostadni. Ipak, poduzetničko okruženje se poboljšava te rang Hrvatske ide prema poboljšavanju. Rang Hrvatske porastao je sa 43 mjesta na 39 mjesto među GEM ekonomijama.

Rezultati GEM istraživanja prikazuju da poduzetnička okolina više ograničava poduzetničku aktivnost nego što je stimulira. Stimulirajuće su samo tri komponente, a to su raspoloživost i kvaliteta fizičke, komercijalne i profesionalne infrastrukture te dinamika domaćeg tržišta. U rezultatima istraživanja pokazalo se da faktori koji usporavaju i ograničavaju poduzetništvo u Hrvatskoj su :

- vladine politike prema regulatornom okviru,
- prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište,
- niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor

- nedovoljan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja u izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.

Većina poboljšanja ocijenjena su kao skromna ali dinamika i lakoća ulaska na tržište se popravlja. Jasno je da se ulažu napori da se poboljšaju hrvatski okvirni uvjeti, uključujući poduzetničke usluge i obrazovanje, ali dug je put do toga da se Hrvatska učini ohrabrujućom i poticajnim mjestom za pokretanje i razvoj poslovanja. (<https://lnkd.in/gNSHP33>, 2023)



Slika 1. Stručne ocjene okvirnih poduzetničkih uvjeta

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report

[file:///C:/Users/HP/Downloads/open%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/open%20(1).pdf) (pristup 31.05.2023.)

Prema zaključcima GEM istraživanja u Hrvatskoj nakon dvadesetak godina prepoznati su trendovi jačanja rane poduzetničke aktivnosti, ali je još uvijek mali motivacijski indeks (poslovni pothvat pokreće se iz nužde zbog ograničenih drugih opcija zapošljavanja), niska je gustoća „odraslih“ poduzeća te je također izuzetno niska percepcija o tome imaju li uspješni poduzetnici visok status u društvu. Za promjenu stanja prema preporukama GEM istraživanja ključne su:

- usklađene, istovremene i konzistentne vladine politike i stvaranje poticajne poduzetničke okoline bez administrativnih barijera,

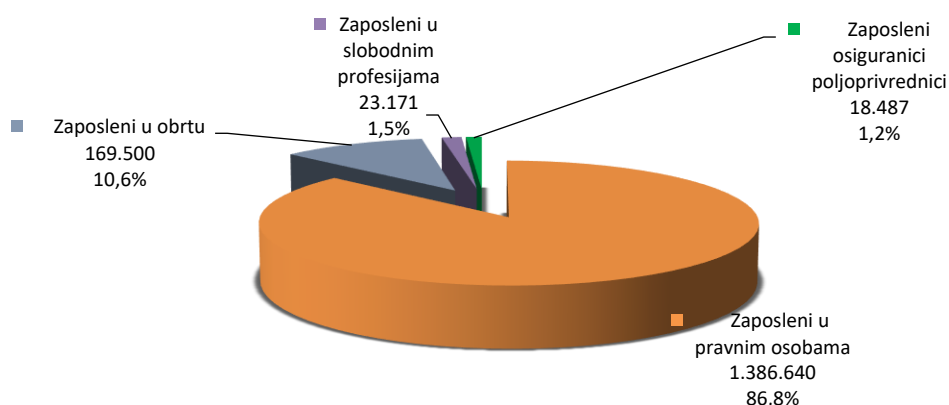
- obrazovne institucije – omogućavanje svima da u procesu obrazovanja steknu poduzetničke kompetencije,
- poslovni, istraživački i financijski sektor- kroz jačanje konkurentnosti temeljene na inovativnosti,
- pojedinci- koji će pokretati poslovni pothvat zbog prepoznatih prilika a ne zbog nužde.

([https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti\\_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf](https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf))

Prema privremenim podacima Državnog zavoda za statistiku u 2021. godini u Republici Hrvatskoj bilo je aktivno 217 420 poduzeća koja su zapošljavala 1 212 193 osobe, koja su ostvarila ukupan promet u iznosu od 853 milijarde kuna.

U ukupnom broju aktivnih poduzeća u 2021. godini najzastupljenija su poduzeća u djelatnostima trgovina na veliko i malo; popravak motornih vozila i motocikala (16,5%), stručne znanstvene i tehničke djelatnosti (16,4%), građevinarstvo (12,3%) te prerađivačka industrija (10,7%). U odnosu na 2020. godinu, znatno je porastao broj novonastalih poduzeća u djelatnostima zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (64,6%), u poslovanju nekretninama (63,2%) te u opskrbi električnom energijom, plinom, parom i klimatizaciji (58,2%). (<https://podaci.dzs.hr>, 2022.)

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku objavljenim u ožujku ove godine najveći broj zaposleni njih 86,8% bio je zaposlen u pravnim osobama, 10,6% u obrtu a svega 1,2 % u slobodnim profesijama i poljoprivredi, a podaci se prikazuju slikom u nastavku rada.



Slika 2. Zaposleni po djelatnostima u ožujku 2023.

Izvor: Priopćenje DZS RAD2023-2-1/3. od 20.04.2023. <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/gospodarska-kretanja-odabrani-pokazatelji/gospodarska-kretanja-2023> (pristup 31.05.2023.)



Prema Izvješću o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj-2021 koje je izradio u ožujku 2022. godine CEPOR- Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva u Republici Hrvatskoj je u 2020. godini poslovalo je gotovo 140.000 poduzeća. A ukupan broj poduzeća u petogodišnjem razdoblju od 2016. do 2020. godine povećao se za 21%. Kao i u velikom broju zemalja svijeta, sektor malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj ima značajno najveći udio u ukupnom broju poduzeća (99,7%). Usprkos značajnim promjenama uvjeta poslovanja kao posljedica pandemije trend rasta ukupnog broja poduzeća nije zaustavljen niti u 2020. godini kada je registrirano novih 2.749 poduzeća što predstavlja rast za nešto više od 2% u odnosu na 2019. godinu te se smatra da je pandemija bolest COVID-19 ipak značajno poremetila poslovni sektor a podaci se prikazuju u tablici u nastavku.

*Tablica 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020.godine*

**Tablica 1:** Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine

	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	114.156		119.752		130.757		135.890		138.618	
Mikro poduzeća	102.764	99,7	107.635	99,7	117.942	99,7	122.403	99,7	124.348	99,7
Mala poduzeća	10.045		10.717		11.317		11.962		12.638	
Srednja poduzeća	1.347		1.400		1.498		1.525		1.632	
Velika poduzeća	327	0,3	329	0,3	360	0,3	370	0,3	391	0,3
Ukupno	114.483	100	120.081	100	131.117	100	136.260	100	139.009	100

Izvor: FINA (2021). Analiza financijskih rezultata poduzetnika RH 2016. – 2020. godine

Izvor: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> (pristup 01.06.2023.)

U 2020. godini najveće udjele u ukupnom broju poduzeća na razini Hrvatske imao je Grad Zagreb (33%) te županije Splitsko-dalmatinska (11%), Primorsko– goranska i Istarska (8%) na

koje otpada više od polovice od ukupnog broja poduzeća u Hrvatskoj. Najmanji udio poduzeća je u Ličko-senjskoj županiji te Požeško-slavonskoj županiji, iznosi tek 0,7%.

Financijski rezultati poslovanja hrvatskih poduzetnika prate se kroz podatke Financijske agencije (FINA). Sva trgovačka društva u Republici Hrvatskoj imaju zakonsku obvezu Fina dostavljati svoja financijska izvješća odnosno svoje godišnje bilance.

Podaci Fina u nastavku u tablici prikazuju financijske rezultate poslovanja poduzetnika u 2022. godini te se prikazuje povećanje zaposlenosti, uvoza te izvoza a i neznatno povećanje prosječne plaće.

*Tablica 4. Financijski rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini*

Opis	2021.	2022.
Broj zaposlenih	953.526	996.213
Ukupni prihodi	862.203.464	1.098.830.934
Ukupni rashodi	808.155.415	1.038.537.597
Dobit prije oporezivanja	70.312.059	88.506.674
Gubitak prije oporezivanja	16.264.010	28.213.336
Porez na dobit	8.832.062	13.409.542
Dobit razdoblja	61.355.286	74.972.463
Gubitak razdoblja	16.139.298	28.088.667
<b>Konsolidirani financijski rezultat (dobit ili gubitak razdoblja)</b>	<b>45.215.988</b>	<b>46.883.795</b>
Izvoz	185.566.891	262.959.339
Uvoz	151.599.227	205.899.215
Trgovinski saldo (izvoz minus uvoz)	33.967.663	57.060.124
Bruto investicije samo u novu dugotrajnu imovinu	29.636.216	34.380.668
Prosječne mjesečne neto plaće po zaposlenom	6.356	6.973

*Izvor: Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja*

*Izvor: <https://www.fina.hr/-/poduzetnici-hrvatske-u-2022.-godini-ostvarili-neto-dobit-u-iznosu-od-46-9-milijardi-kuna%C2%A0> (pristup 01.06.2023.)*

Poduzetnici Hrvatske (obveznici poreza na dobit) njih 150.846 (bez financijskih institucija) u 2022. godini imali su 996.213 zaposlenih prema satima rada. Prosječna plaća iznosila je 6.973,00 kune što je 9,7% više u odnosu na 2021. godinu. Ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 1.098,8 milijardi kuna i ukupni rashodi u iznosu od 1.038,5 milijardi kuna. U odnosu na 2021. godinu ukupni prihod je veći za 27,4 % a ukupni rashodi za 28,5 %.

Na stranim tržištima svoje proizvode i usluge plasiralo je 24.586 poduzetnika (16,3%), s tim da je, od ukupnih prihoda, 263 milijarde ostvareno prodajom robe na inozemnom tržištu, što je povećanje izvoza od 41,7 % u usporedbi s 2021. godinom.

Promatrano po veličini poduzetnika za 2022. godinu, najviše je mikro poduzetnika, njih 134.587 (udio 89,2%), malih je 14.102 (udio 9,3%), srednjih 1.753 (udio 1,2%), a velikih 404 (udio 0,3%). Tri od četiri skupine poduzetnika ostvarile su neto dobit u 2022. godini koja je kod malih poduzetnika iznosila 15,14 milijardi kuna, kod srednje velikih poduzetnika 15,12 milijardi kuna, veliki poduzetnici ostvarili su 17,4 milijarde kuna, dok su mikro poduzetnici iskazali neto gubitak od 776,1 milijun kuna. Promatrano po županijama i dalje dominiraju poduzetnici sa sjedištem u županiji Grad Zagreb u kojoj sjedište ima njih 50.012, što je 33,2% od ukupnog broja poduzetnika. Ukupni prihodi najviše su rasli na razini Ličko-senjske županije (56,5%), kao i neto dobit (5,3 puta više u odnosu na 2021.). Broj zaposlenih najviše je rastao u Dubrovačko-neretvanskoj (8,8%) i Istarskoj županiji (8,6%).

Najveće prihode u 2022. godini ostvarilo je veliko društvo u mješovitom vlasništvu, INA d.d. u iznosu od 35.1 milijardi kuna, kao i najveću dobit razdoblja u iznosu od 1,8 milijardi kuna. (<https://www.fina.hr/-/poduzetnici-hrvatske-u-2022.-godini-ostvarili-neto-dobit-u-iznosu-od-46-9-milijardi-kuna%C2%A0>)

Izvješće CEPOR za 2021. godinu donosi zaključak u kojem se naglašava da mikro, mala i srednja poduzeća i obrtništvo dominantno sudjeluju u zaposlenosti Hrvatske (s oko 75%), što govori o njihovom značaju za hrvatsko gospodarstvo i život ljudi. Bez dobro dizajniranog okruženja u kojem su komponente međusobno usklađene i koje se međusobno podupiru, ali i ljudi s poduzetničkim kompetencijama značaj malih, srednjih poduzeća i obrtništva se degradira. Politika prema sektoru malih i srednjih poduzeća treba uključivati programe jačanja fleksibilnosti i prilagodljivosti promjenama iz okruženja kroz kontinuirane poticaje na investiranje u istraživanje i razvoj, digitalizaciju i edukaciju zaposlenika. Cepar će i dalje pratiti praksu te promovirati nužnost suradnje na poboljšanju okruženja u kojem djeluju mikro, mala i srednja poduzeća i obrtništvo.

<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>

## 5. STRATEGIJE RAZVOJA PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

### 5.1. Uloga države i institucije za poticanje razvoja poduzetništva

Poduzetništvo u svakoj državi žudi za prijateljskom klimom, tako da poduzetnici provode aktivnosti s manje rizika, a da njihove privatne investicije rastu. Ta prijateljska poduzetnička klima pruža im definirane uvjete funkcioniranja tržišta tj. pravila igre koja on prihvaća ili ne ulazeći u poduzetnički rizik. Bitne odrednice poduzetničkih društava jesu:

- prijateljsko poduzetničko okruženje,
- ulaganja u istraživanja i razvoj,
- obrazovanje, osposobljavanje i usavršavanje,
- otvorenost nacionalne ekonomije poduzetničkoj ekonomiji,
- svijest građana o ulozi poduzetništva,
- kulturno prihvaćanje poduzetnika i njihovih inicijativa,
- stvaranje financijskih tržišta,
- institucionalno okruženje,
- društvo bazirano na znanju, informacijama, ljudskom kapitalu,
- inteligentna tehnologija. (Ivaniš, 2018: 39)

Ivaniš (2018) ističe da osim stvaranja „prijateljskog okružja“ i stvaranja razgranate mreže poduzetničke infrastrukture kao nužne pretpostavke za osnivanje novih malih poduzeća kao i rasta velikih, poduzetnici uz viziju i inovacije moraju imati jasno definiranu strategiju kojom će osvajati tržišta a država je ta koja mora oblikovati i usmjeriti svoje strategije na te nositelje budućeg razvoja. Republika Hrvatska mora u cjelovitoj sinergiji poslovno upravljati poduzetništvom.

Poduzetnik kao osoba koja pokreće poslovni pothvat, s ciljem da dovede do promjene u „svrsi“ i ostvari dobit, pod permanentnim je utjecajem razvoja općih gospodarskih prilika i stanja u društvu. Na putu od ideje do njene realizacije ali i opstanku u gospodarskoj strukturi, mogući poduzetnički uspjeh ili neuspjeh, ovisi o velikoj mjeri o društvenom razvoju i državnoj potpori. (Ribić i Pleša Puljić, 2022: 44)

Gospodarski razvoj nacionalne ekonomije funkcionalno je ovisan o inovativnosti poslovnih ljudi i njihovoj spremnosti ulaganja u nove poslovne pothvate. U slobodnoj tržišnoj utakmici gotovo sva investicijska aktivnost zasniva se na poduzetništvu poslovnih ljudi. Slobodna privreda je i formalno tako institucionalizirana da omogućuje slobodno izražavanje poduzetničkog duha. Nema alternative slobodnu poduzetničkom razvoju. Pokušaji da država

preuzme ulogu poduzetnika dale su loše rezultate. Stoga ekonomske politike razvijenih tržišnih gospodarstva potiču razvoj poduzetništva. U suvremenom gospodarstvu u kojemu je osnovna zadaća poslovnih subjekata uočavati i otkrivati nove mogućnosti i stvarati nove šanse u promjenjivoj okolini, informacije, komunikacije, znanje i poduzetništvo postaju temeljni resursi i nositelji tehnološkoga, ekonomskog i društvenog razvoja. (Vukučević i Živković, 2019)

Radi sigurnosti poslovanja i života u svakoj zemlji postoji pravni okvir odnosno zakonodavstvo. Donošenje zakona u Republici Hrvatskoj isključivo je u nadležnosti Hrvatskog sabora dok postupak predlaganja zakona ima Vlada Republike Hrvatske, klubovi zastupnika, zastupnici. Razvoj pravne države temelji se na trodiobi vlasti: zakonodavnoj, izvršnoj i sudskoj. Stoga su i prihvaćene smjernice Europske unije za smanjenjem birokratskih ograničenja, većim utjecajem poduzetnika na regulativna pravila, za smanjenjem ograničenja tržišne regulative i jačanjem konkurentnosti. (Horvat i Tintor, 2006: 65)

Ustavom Republike Hrvatske, najvišim aktom, propisana je poduzetnička i tržišna sloboda kao temelj gospodarskog ustroja i to člankom 49. koji glasi:

*„Poduzetnička i tržišna sloboda temelj su gospodarskog ustroja Republike Hrvatske.*

*Država osigurava svim poduzetnicima jednak pravni položaj na tržištu. Zabranjena je zlouporaba monopolskog položaja određenog zakonom.*

*Država potiče gospodarski napredak i socijalno blagostanje građana i brine se za gospodarski razvitak svih svojih krajeva.*

*Prava stečena ulaganjem kapitala ne mogu se umanjiti zakonom niti drugim pravnim aktom.*

*Inozemnom ulagaču jamči se slobodno iznošenje dobiti i uloženog kapitala.“*

(Ustav RH <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>)

Iz navedenog proizlazi da je poticanje gospodarskog napretka i razvoja gospodarstva kao i socijalno blagostanje građana obveza države koja proizlazi iz Ustava RH.

Na temelju ustavnih odredbi Vlada Republike Hrvatske koja obavlja izvršnu vlast u skladu s Ustavom, daje prijedloge zakonskih rješenja koja bi poticala gospodarstvo.

Svjedoci smo višegodišnjeg sporog i nedostatnog otvaranja radnih mjesta, odlaska radnika iz Republike Hrvatske u potrazi za radnim mjestima na području zemalja Europske unije. Postojeći sustav vrijednosti i odnosa na relaciji poduzetnik-poduzeće-država više ne pridonosi razvoju društva i potrebno je identificirati nove vrijednosti koje mogu pokrenuti razvoj društva.

Stoga stvaranje novih radnih mjesta, inovacije i poduzetništvo moraju postati primarna tema za državu, njezine institucije i društvo u cjelini. (Bartolović, 2017).

Cilj svake države je što više potaknuti poduzetnike i veći broj ljudi da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat. Poduzetništvo predstavlja rizik i neizvjesnost i upravo zbog tog razloga država mora poticati i stimulirati poduzetništvo na svim razinama nudeći potpore i subvencije. Brusić et al. (2009) iznose da Republika Hrvatska ima pokrenut sustavni pristup poticanja poduzetništva i izgrađen sustav institucijske potpore. Potrebno je provoditi reforme u obrazovnom sustavu, u osnovnim i srednjim školama te razvijati civilni sektor da se dostignu karakteristike društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladavati poduzetničko upravljanje.

Bobera, Hunjet i Kozina (2015) navode daje prva inicijativa za institucijske potpore, prema načelima suvremenog pristupa poticanju poduzetništva nastala davne 1991. godine u Sisku kada je unutar Željezare Sisak pokrenut poduzetnički inkubator ELICON. Intenzivniji razvitak sustavnih poticajnih aktivnosti za razvitak gospodarstva započeo je 1997. godine osnivanjem Uprave za obrt, zadruga, mala i srednja poduzeća pri Ministarstvu gospodarstva, te provođenjem Posebnog programa razvitka malog gospodarstva. Tada je u sklopu Programa osnovano desetak poduzetničkih centara, inkubatora i zona za malo gospodarstvo, pokrenuto je kreditiranje poduzetnika i osnovana je savjetodavna mreža za malo gospodarstvo.

Značenje poduzetništva u gospodarstvu države i njezinoj nacionalnoj ekonomiji važno je isto kao i inovacije.

Bartolović (2017) u svom radi iznosi da inovacije i poduzetništvo predstavljaju bitni element ljudskog djelovanja, njegovu stvaralačku dimenziju koja se osobito očituje u planiranju i inovacijama. Sposobnosti za inicijativu i poduzetništvo jesu temeljne sposobnosti čovjeka i njegove inteligencije koja je kadra uvijek iznova pronaći nove proizvodne mogućnosti i nove načine zadovoljenja ljudskih potreba. Državi je poduzetništvo važno jer otvara nova radna mjesta, potpomaže gospodarskom rastu, povećava konkurentnost i razvija potencijal i opće društvene interese.

Škrtić i Mikić (2011) iznose da su državni programi financiranja zasebni oblik kojim država vrši financiranje koji obuhvaća: davanje nepovratnih potpora, subvencioniranje kamata na kredite, davanje jamstava. Svi državni programi imaju za cilj poticanje zapošljavanja, povećanje broja inovacija, unapređenje konkurencije i povećanje efikasnosti.

Europska unija u svojim programima poticanja poduzetništva nastoji ostvariti osam ciljeva:

- uklanjanje teškoća administrativnog, financijskog i pravnog sektora,
- poticanje integriranja malih i srednjih tvrtki u jedinstveno tržište,

- pomoć malim i srednjim tvrtkama u svrhu korištenja programa EU, pri čemu se osobita pozornost usmjeruje na manje razvijene regije,
- podrška svim oblicima usluga koje u su funkciji razvoja malih i srednjih tvrtki,
- promocija suradnje i partnerstva,
- pomoć u nabavi kapitala,
- unapređenje kvalitete menadžerskog djelovanja malih i srednjih tvrtki,
- korištenje iskustva malih i srednjih tvrtki pri donošenju novih normi. (Škrtić i Mikić, 2011: 271)

Iskorištavanje prednosti malog gospodarstva u malim zemljama, kao što je Hrvatska, nalaže poduzimanje odgovarajućih mjera te organizirani rad državne uprave i potpornih poduzetničkih institucija. Već prije dvadesetak godina, u 2002. godini stvorena je pravna osnova za provedbu mjera za poticanje razvoja srednjeg poduzetništva i obrta i to donošenjem Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva. (Kolaković, 2006:98)

Brzina razvoja, fleksibilnost, brzina nastanka i minimalni udar na ukupno gospodarstvo u slučaju propasti neke su od prednosti malih i srednjih poslovnih subjekata te jedan od razloga države za izrazito poticanje malih poduzetnika. Mnogim pojedincima jednostavnije je zaposliti se kod nekog poduzetnika i raditi za svoju fiksnu plaću, nego se upuštati u neizvjesnost i rizik koji donosi poduzetništvo. Upravo zbog navedenih razloga država mora poticati i stimulirati poduzetništvo na svim razinama nudeći potpore i poticaje. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 48)

U Republici Hrvatskoj za provođenje programa poticanja poduzetništva zadužene su institucije koje su glavi akteri u formiranju i provedbi politika u okviru poduzetništva a najvažnije su:

- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja,
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR),
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO).

Njihovim intenzivnim djelovanjem u proteklom razdoblju postignuti su pomaci. Ostvareno je i povećanje zaposlenosti, osobito u području obrta, te će započeto poticanje zasigurno u budućnosti rezultirati još većim razvojem i zapošljavanjem.

Zbog velikog značenja kojim pridonose malom i srednjem poduzetništvu u nastavku se prikazuju programi i ciljevi navedenih institucija.

### *5.1.1 Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja*

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja određuje strateške smjerove, razvija programe i planove održivog razvoja društva na načelu zelenog i kružnog gospodarstva u cilju preobrazbe

u prosperitetno društvo s resursno učinkovitim i konkurentnim gospodarstvom, osiguravajući klimatsku neutralnost, očuvanje i održivo korištenje prirodnih dobara.

Djelokrug Ministarstva obuhvaća poslove koji se odnose na razvoj i unapređenje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, instrumente i mjere gospodarske politike, razvoj mikro, malog i srednjeg poduzetništva, industrijsku politiku i politiku primjene inovacija i novih tehnologija, upravljanje jamstvenim fondom za unapređenje industrije, poslove vezane uz primjenu i korištenje prava intelektualnog i industrijskog vlasništva i poticanje stvaralaštva u industriji i trgovini u cilju razvoja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, rudarstvo, strategiju olakšavanja i poticanja ulaganja i izvoza.

Ministarstvo gospodarstva provodi otvorene javne pozive i natječaje a aktualni se odnose na:

- Sanaciju šteta nastalih potresom od 22. ožujka 2020. godine na energetskej infrastrukturi i energetskim postrojenjima,
- Jednostavne izravne dodjele bespovratnih financijskih sredstava Fonda solidarnosti Europske unije,
- Program za očuvanje i razvoj tradicijskih i umjetničkih obrta,
- Bespovratne potpore za novoosnovana poduzeća,
- Program za razvoj malog i srednjeg poduzetništva i obrta na područjima naseljenim pripadnicima nacionalnih manjina,
- Bespovratne potpore za digitalizaciju. ([www.mingorp.hr](http://www.mingorp.hr), 2023.)

#### *5.1.2. Hrvatska banka za obnovu i razvitak*

Hrvatska banka za obnovu i razvitak je razvojna i izvozna banka te izvozno-kreditna agencija Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Kreditiranjem, ulaganjem u fondove rizičnog kapitala, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija te poslovnim savjetovanjem, HBOR gradi mostove između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva.

Djelatnosti HBOR-a su:

- Financiranje obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva,
- Financiranje infrastrukture,
- Poticanje izvoza,
- Potpora razvitku malog i srednjeg poduzetništva,
- Poticanje zaštite okoliša,



- Osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika.

Temeljna svrha HBOR-a je podrška razvitku Republike Hrvatske. Misija koja se ističe je proaktivna potpora razvoju Hrvatske a vizija banke je da bude pokretač inovativnosti i održivog rasta Hrvatske.

U 2020. godini najbrojniji korisnici kredita bili su mali i srednji poduzetnici kojima je odobreno 88% svih kredita (1,57 milijarde kuna za 1.168 kredita) što čini samo 28,5 % kreditnih sredstava HBOR-a. (<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>)

Hrvatska banka za obnovu i razvitak je u travnju 2021. godine usvojila Strategiju poslovanja Hrvatske banke za obnovu i razvitak za razdoblje 2020.-2024. u kojoj je jedan od strateških ciljeva banke promicanje ekonomski i socijalno uravnoteženoga i održivoga regionalnog, ruralnog i urbanog razvoja Republike Hrvatske.

Strateške smjernice poslovanja u petogodišnjem razvoju od 2020. do 2024. fokusirane su na:

- Poticanje razvoja tržišta vlasničkog i kvazi vlasničkog kapitala u Republici Hrvatskoj,
- Poticanje ekonomski i socijalno uravnoteženog i održivog regionalnog, ruralnog i urbanog razvoja Republike Hrvatske,
- Poticanje internacionalizacije i globalizacije hrvatskog gospodarstva,
- Poticanje oporavka gospodarstva od pandemije bolesti Covid-19 i konkurentnosti uz naglasak na inovacije, digitalnu transformaciju i Industriju 4.0,
- Poticanje klimatski i energetske neutralnog gospodarstva kroz energetske učinkovitost, obnovljive izvore energije i zaštitu okoliša.

Poseban naglasak stavlja se na podršku malim i srednjim poduzetnicima te slabije razvijenim područjima kroz korištenje nacionalnih izvora financiranja, a posebice kroz korištenje raspoloživih sredstava EU fondova. ([www.hbor.hr](http://www.hbor.hr), 2023.)

Poticanjem razvoja poduzetništva (prvenstveno razvoja mikro i malih srednjih poduzeća) želi se doprinijeti uravnoteženom regionalnom razvoju.

(<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>)

### *5.1.3. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije*

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) nastala je spajanjem dviju agencija 2014. godine. Svrha spajanja je strateško kreiranje jedinstvenog

sustava koji će poduzetnicima pružiti podršku kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja- od istraživanja i razvoja ideje pa sve do komercijalizacije i plasmana na tržište.

Djelatnost HAMAG-BICRO-a je u nadležnosti Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja koji ima upravni nadzor i nadzor nad stručnim radom.

Djelatnost Agencije obuhvaća poticanje osnivanja i razvoja subjekata malog gospodarstva, poticanje ulaganja u malo gospodarstvo, financiranje poslovanja i razvoja subjekata malog gospodarstva kreditiranjem i davanjem jamstva subjektima malog gospodarstva za odobrene kredite od strane kreditora kao i davanje potpora za istraživanje, razvoj i promjenu suvremenih tehnologija. Agencija pruža financijsku potporu inovativnim i tehnološki usmjerenim tvrtkama u Hrvatskoj. Usmjeren je na razvijanje i koordiniranje mjera nacionalne politike vezane uz inovacije i potrebne financijske instrumente s krajnjim ciljem motiviranja privatnog i javnog sektora za ulaganje u istraživanje i razvoj.

Cilj Agencije je stimulativno okruženje u kojem će subjektima malog gospodarstva biti omogućena realizacija kvalitetnih investicijskih projekata, koji će za posljedicu imati porast stope zapošljavanja, konkurentnost u izvozu te razvoj cjelokupnog gospodarstva.

Kvalitetnim jamstvenim programima želi se potaknuti ravnomjerni razvoj regija te utjecati na brži rast malog i srednjeg poduzetništva kao i cjelokupnog nacionalnog gospodarstva.

Od 2015. godine HAMAG-BICRO podržao je više od 11.500 projekata u okviru programa „Koherentnost i kohezija“ (2014.-2020.) u koje je ukupno investirano 18,6 milijardi kuna.

Aktualni natječaji u 2023. godini za podršku razvoju poslovanja odnose se na:

- Program dodjele potpora za smanjenje troškova plina za mikro, male i srednje poduzetnike,
- Prilike za startupove na konferenciji „Invest in Zagorje“,
- Program studentskog poduzetništva na području Republike Hrvatske,
- Investicijski zajmovi i mikro i mali investicijski zajmovi za ruralni razvoj,
- Poziv za iskaz interesa za sudjelovanjem u regionalnim lancima vrijednosti Panonske, Sjeverne i Jadranske Hrvatske.([www.hamagbicro.hr](http://www.hamagbicro.hr), 2023.)

## **5.2. Strategije i plan razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj**

Aktualno stanje i pokazatelji nikako ne idu u prilog nastojanjima ubrzanja gospodarskog rasta Republike Hrvatske, što bi dovelo do blagostanja svih ljudi koji žive na ovim prostorima i svih onih koji će tu tek živjeti. Turbulentno tržišno okruženje intenzivira činjenicu da su ključ

opstanka i razvitka svake nacionalne zajednice poticanje i razvitak poduzetništva i poduzetničkog načina razmišljanja. (Ribić i Pleša Puljić, 2020: 51)

Ivaniš (2018) naglašava da je poticanje malog i srednjeg poduzetništva važno jer u njima nastaju mnoge poslovne ideje. Mala poduzeća su glavni pokretač inovacija, zaposlenja te socijalne i lokalne integracije u Europi. Stoga je povećana potreba za podizanjem svijesti o ulozi koju poduzetništvo ima za gospodarski razvoj Republike Hrvatske i mijenjanjem stavova i percepcije o poduzetništvu. Za povećanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva ključna su dva strateška cilja:

- Promocija poduzetništva - pružanje potpore osnivanju novih poduzeća, rast broja aktivnih poduzeća i jačanje institucija koje pružaju potporu poduzetnicima kako bi se na taj način pridonijelo ravnomjernom i uravnoteženom razvoju hrvatskih regija.
- Poboljšanje poduzetničkih vještina - pružanje potpore većem razvoju subjekata maloga gospodarstva jačanjem njihove uprave. Uvođenjem i djelovanjem većeg broja visokokvalificiranih zaposlenika te podupiranjem cjeloživotnog učenja zaposlenih u subjektima maloga gospodarstva. (Ivaniš, 2018)

Poslovanje malih i srednjih poduzeća koja su okosnica gospodarstva, uvelike ovisi o kvaliteti poduzetničkog okruženja, a posebice o učinkovitosti zakonodavnog i institucionalnog okvira.

Poduzetništvo je temeljni nositelj suvremenog poslovnog svijeta i svih poslovnih aktivnosti u razvijenim društvima. Poticanje sektora srednjeg i malog poduzetništva je najvažniji za dobrobit gospodarstva te država mora imati konzistentnu politiku i podršku tom sektoru.

U nastavku rada navode se najvažnije aktualne politike i programi za razvoj poduzetništva u Hrvatskoj.

### *5.2.1. Pokretanje poslovnih pothvata - Samozapošljavanje*

Na početku, nakon odluke o pokretanju poslovnog pothvata zbog uočene poslovne prilike poduzetnik nalazi priliku za rješavanje svojeg egzistencijalnog problema. Poslovni pothvat pokrenut iz nužde predstavlja jedan od načina izlaska iz nezaposlenosti koji u Hrvatskoj koristi većina onih koji pokušavaju tako riješiti svoje egzistencijalno pitanje.

Hrvatski zavod za zapošljavanje kroz dodjelu potpora za samozapošljavanje provodi aktivne politike zapošljavanja i pruža financijsku podršku osobama prijavljenim u evidenciju nezaposlenih koje kroz realizaciju poduzetničkog pothvata rješavaju pitanje svoje nezaposlenosti.

U nadležnost Zavoda za zapošljavanje je provedba aktualnih mjera za 2023. godinu a najvažnije su: Stalni sezonac, Potpore za zapošljavanje, Potpore za samozapošljavanje, Javni rad, Osposobljavanje na radnom mjestu, Obrazovanje nezaposlenih osoba i ostalih tražitelja zaposlenja, Biram Hrvatsku- mobilnost radne snage, Potpore za usavršavanje, Potpore za pripravništvo, Potpore za pripravništvo u javnim službama, Potpore za očuvanje radnih mjesta – skraćivanje radnog vremena. (HZZ, <https://mjere.hr/moji-zahtjevi/>)

U razdoblju od 2016. do 2021. godine prema podacima Zavoda za zapošljavanje mjeru je koristilo ukupno 204.121 korisnik, a isplaćeno je 6,8 milijardi kuna. (<https://mjere.hr/mjere-aktivnog-zaposljavanja>)

Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (2021) Potpore za samozapošljavanje u 2020. godini koristilo je 3.778 novouključenih osoba, što u odnosu na prethodnu 2019. godinu predstavlja smanjenje od 57%. Od ukupnog broja samozaposlenih u 2020. godini 37% su činile žene. Više od polovice osoba (57,5%) imalo je završenu srednjoškolsku razinu obrazovanja. Najzastupljenije djelatnosti kojima je dodijeljena potpora za samozapošljavanje su građevinarstvo (20,5%), stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (19%), ostale uslužne djelatnosti (13%) te prerađivačka industrija (12 %).

Posljedice pandemije bolesti COVID-19 odrazile su se na broj korisnika Potpore za samozapošljavanje, koji je u 2020. godini prepolovljen a za 22% je smanjen i broj novoosnovanih pravnih osoba. Posljedice su vidljive i u smanjenju broja aktivnih obrta u djelatnosti ugostiteljstva i turizma, pad za 4,2 % i djelatnost prijevoza gdje se broj obrta smanjio za 2,8%. (<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>)

### *5.2.2. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine*

Vlada Republike Hrvatske u 2018. godini započela je s izradom Nacionalne razvojne strategije kao krovnog dokumenta i sveobuhvatnog akta strateškog planiranja kojim se dugoročno usmjerava razvoj društva i gospodarstva u svim važnim pitanjima za Hrvatsku koja time dobiva i okvirni dokument za razvoj u narednom desetljeću.

Hrvatski Sabor je na sjednici 05. veljače 2021. donio Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine, a objavljena je u Narodnim Novinama broj 13/2021.

([https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_02\\_13\\_230.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html))

Dokument se temelji na konkurentskim gospodarskim potencijalima Hrvatske te na prepoznatim razvojnim izazovima na regionalnoj, nacionalnoj, europskoj i globalnoj razini.

Za prilagodbu tim izazovima i za iskorištavanje svih potencijala Hrvatska već danas treba imati jasnu viziju svog budućeg razvoja i definirati ciljeve koje želi postići do 2030. godine. Kao članica Europske unije, Hrvatska ima na raspolaganju izdašna europska sredstva koja će biti važna poluga u ostvarivanju tih ciljeva.

Elemente strateškog okvira čine vizija Hrvatske u 2023. godini, razvojni smjerovi i strateški ciljevi.

Vizija Republike Hrvatske glasi: „*Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve.*“

Utvrđeni razvojni smjerovi i strateški ciljevi trebaju pridonijeti tome da Hrvatska što bolje iskoristi svoje potencijale, da se otklone gospodarske i društvene štete prouzročene globalnom krizom i potakne što brži oporavak Hrvatske. Strateški ciljevi čije će ispunjavanje omogućiti ostvarivanje razvojnih smjerova i definiranje vizije Hrvatske 2030 su:

1. Konkurentno i inovativno gospodarstvo
2. Obrazovani i zaposleni ljudi
3. Učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom
4. Globalna prepoznatljivost i jačanje međunarodnog položaja i uloge Hrvatske
5. Zdrav, aktivan i kvalitetan život
6. Demografska revitalizacija i bolji položaj obitelji
7. Sigurnost za stabilan razvoj
8. Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost
9. Samodostatnost u hrani i razvoj biogospodarstva
10. Održiva mobilnost
11. Digitalna tranzicija društva i gospodarstva
12. Razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima

Strateški cilj koji se odnosi na gospodarstvo „Konkurentno i inovativno gospodarstvo“ je povećati konkurentnost hrvatskog gospodarstva i to unapređenjem procesa i postupaka s kojima se poduzetništvo susreće u radu s javnim tijelima te podršku razvoju konkurentnog, tehnološki naprednog gospodarstva temeljenog na znanju i inovacijama.

To bi trebalo dovesti do rasta na globalnim ljestvicama konkurentnosti a cilj je dostići prvih 45 zemalja na ljestvici.

Prioritetna područja javnih politika za gospodarstvo su: razvoj globalne konkurentne, zelene i digitalne industrije, razvoj poduzetništva i obrta, razvoj znanosti i tehnologije, razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma te poticanje razvoja kulture i medija.

Mala i srednja poduzeća ključna su za konkurentnost i prosperitet hrvatskog gospodarstva. Poduzetništvo je jedna od temeljnih društvenih vrijednosti i ostaje okosnica razvoja do 2030. godine. Cilj Strategije je stvoriti uvjete za daljnji razvoj poduzetništva i unapređenje konkurentnosti gospodarstva. Prioriteti javne politike koji će pridonijeti razvoju poduzetništva i obrta navedeni u Strategiji su:

- administrativno rasterećenje i digitalizacija poslovanja,
- uspostava potpornih financijskih modela za razvoj poticajnog poslovnog okruženja,
- podrška rastu produktivnosti malih i srednjih poduzetnika,
- razvoj poslovne i istraživačke infrastrukture,
- podrška ženskom poduzetništvu i poduzetničkoj aktivnosti žena,
- podrška razvoju društvenog poduzetništva,
- razvoj i komercijalizacija novih proizvoda i usluga malih i srednjih poduzetnika,
- jačanje izvoznih potencijala i podrška u internacionalizaciji poslovanja,
- poticanje cjeloživotnog obrazovanja, samozapošljavanja i stjecanja poduzetničkih kompetencija.

Financijski okvir za provedbu ove Strategije sadržan je u državnom proračunu i svim izvorima financiranja koji se objedinjuju u državnom proračunu i proračunima koji čine sastavni dio proračuna opće države. Hrvatska će iz 750 milijardi eura vrijednog paketa pomoći za oporavak država članica imati više od 23,5 milijardi eura (što je preko 40% godišnjeg BDP-a Hrvatske) što predstavlja snažni poticaj za gospodarski rast i razvoj.

(<https://hrvatska2030.hr/wp-content/uploads/2021/02/Nacionalna-razvojna-strategija-RH-do-2030.-godine.pdf>)

### *5.2.3. Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.-2026.*

Vlada Republike Hrvatske je u travnju 2021. godine prezentirala je Plan oporavka i otpornosti 2021.-2026., a plan je rezultat dogovora Europske komisije, Europskog parlamenta i europskih lidera od veljače 2021. godine. Pandemija koja je uzrokovana korona virusom u 2020. godini iznenada je pogodila svijet pa tako i Europu te izazvala najveću gospodarsku krizu još od doba Drugog svjetskog rata.

Postignut je dogovor o paketu vrijednom 1,8 bilijuna eura za ublažavanje gospodarskih i socijalnih posljedica pandemije korona virusa a i učiniti gospodarstvo održivijim i otpornijim, a društvo spremnije na izazove i nove prilike. Kako bi osigurala sredstva osigurana kroz Mehanizam za oporavak i otpornost Republika Hrvatska kao država članica trebala je pripremiti vlastiti plan za oporavak i otpornost, koji je akcijski plan projekata, mjera i reformi. U donošenju plana Vlada je posebnu pozornost pridala reformama i investicijama, osobito onima koje se odnose na zelenu i digitalnu tranziciju i transformaciju. Mjere i aktivnosti plana pridonijet će postizanju pametnog održivog i uključivog rasta, uz povećanje broja radnih mjesta, produktivnosti i konkurentnosti gospodarstva kao i jačanju gospodarske, socijalne i teritorijalne kohezije.

Republika Hrvatska je za svoj Plan u okviru mehanizma osigurala financijska sredstva u iznosu od 9,9 milijardi eura, od čega je 6,3 milijarde eura bespovratnih sredstava a oko 3,6 milijardi eura su povoljni zajmovi.

U fokusu Plana su mjere koje podupiru jačanje okvira za istraživanje, razvoj inovacije, te politike za sljedeću generaciju, u čijem su fokusu djeca i mladi. S obzirom na uzroke i posljedice zadnje pandemijske krize Planom će se pružiti potpora aktivnostima vezanim za jačanje otpornosti gospodarskog sustava za izazove u budućnosti.

Kao i većina gospodarstava i Europi i svijetu, teško pogođenim posljedicama pandemije, hrvatsko je gospodarstvo zabilježilo pad aktivnosti od 8,4 % u 2020. godini. No zahvaljujući poduzetnim mjerama očuvanja radnih mjesta i likvidnosti poduzeća, uspješno je održana stopa nezaposlenosti (6,1) što je ključno kako bi se osigurao što brži oporavak iz gospodarske krize. Nacionalni plan oporavka i otpornosti upravo je usmjeren na te prioritete, kako bi se osim povratka na pretkriznu razinu aktivnosti osigurala i veća izdržljivost gospodarstva na neke buduće šokove. Vlada Republike Hrvatske navodi da je dugoročno potrebno usmjeriti aktivnosti na jačanje konkurentnosti i inovativnosti gospodarstva kroz sustavno integriranje održivog razvoja, zelene i digitalne tranzicije te razvojni iskorak temeljen na inovacijama, novim tehnologijama i internacionalizaciji poslovanja. Cilj reformi i Planu oporavka će biti primjena modela održivog razvoja uz kvalitetnije upravljanje vodnim resursima, učinkovitiji sustav gospodarenja otpadom i prijelaz na kružno gospodarstvo.

Budući da je turizam jedna od najpogođenijih grana hrvatskog gospodarstva proteklom krizom, uzevši u obzir njegov ukupni doprinos BDP-u, Vlada Republike Hrvatske radit će na novom modelu održivog, zelenog i digitalnog razvoja turizma. U okviru plana prepoznata je potreba daljnjih ulaganja u oporavak i jačanje otpornosti kulturnog i kreativnog sektora kako bi se uklonile postojeće prepreke i omogućila prilagodba novim uvjetima digitalnog poslovanja.

(<https://vlada.gov.hr/,2023,https://planoporavka.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Plan%20oporavka%20i%20otpornosti%2C%20srpanj%202021..pdf?vel=13435491>)

Nacionalni plan oporavka strukturiran je kroz 6. komponenti 1.) Gospodarstvo, 2.) Javna uprava, pravosuđe i državna imovina, 3.) Obrazovanje, znanost i istraživanje, 4.) Tržište rada i socijalna zaštita, 5.) Zdravstvo i 6.) Inicijativa: Obnova zgrada

Potkomponente razvoja gospodarstva koje su Planom oporavka i otpornosti navedene kao ključne su:

- Jačanje konkurentnosti i zelena tranzicija gospodarstva,
- Energetska tranzicija za održivo gospodarstvo,
- Unapređenje vodnog gospodarstva i gospodarenje otpadom,
- Razvoj konkurentnog, energetski održivog i učinkovitog prometnog sustava,
- Unapređenje korištenja prirodnih resursa i jačanje lanaca opskrbe hranom,
- Razvoj održivog inovativnog i otpornog turizma. (<https://vlada.gov.hr/>, 2023)

U pogledu jačanja produktivnosti i konkurentnosti gospodarstva posebno su naglašene reforme i investicije koje za cilj imaju „zelenu“ i digitalnu transformaciju te postizanje pametnog, održivog i uključivog rasta. U tu svrhu Republika Hrvatska za čitavo planirano razdoblje ima na raspolaganju 23 milijarde eura europskog programa pomoći.

Plan oporavka je danas najvažniji aktualni strateški dokument čije mjere imaju za cilj oporavak nacionalnog gospodarstva nakon krize izazvane pandemijom, te stvaranje otpornijeg i održivijeg društva za slučaj novih ekonomskih šokova.

(<https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>)

### **5.3. Budućnost i izazovi poduzetništva**

Poduzetnik i poduzetništvo suočavaju se s intenzivnim i kontinuiranim izazovima. Promjena tehnologija, demografske i klimatske promjene, ekonomski rast i krize, eksplozivan rast interneta i poslovnih aktivnosti vezanih uz njega su promijenili model razumijevanja potencijala poslovne aktivnosti u cjelini. Ali i obrazovne, kulturne, zabavne... djelatnosti čovjeka, čitavog životnog stila modernog čovjeka. (Kotlica i Rankov, 2013)

Kao što potvrđuju brojne definicije termin poduzetništvo ima različito značenje za različite ljude i može se promatrati s raznih konceptualnih strana. Unatoč razlikama postoje zajednički koncepti: riskiranje, kreativnost, neovisnost i nagrade. Te zajedničke stvari i u budućnosti će nastaviti biti pokretna sila iza termina poduzetništvo. Budućnost poduzetništva čini se vrlo



svijetlom. Živimo u doba poduzetnika, kada poduzetništvo prihvaćaju obrazovne ustanove, Vlada, društvo i korporacije. (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011: 17)

Kolaković (2006) navodi da je krajem prošlog stoljeća poslovni svijet zadesio ubrzani tehničko-tehnološki progres te nagli razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije koji su širom otvorili vrata procesu globalizacije svjetskih tržišta. Skraćenje vremena i smanjenje troškova proizvodnje omogućuje postizanje znatnih ušteda i smanjenje cijene proizvoda. Umjesto fizičkog i financijskog kapitala kritični resurs suvremenog poslovanja postao je intelektualni kapital a sve veći dio novostvorenih outputa otpada na proizvodnju nematerijalnih proizvoda. Ljudski mozak, a ne više njihove ruke postao je najvažniji element za rast i razvoj poduzeća. Sposobni zaposlenici koji razvijaju nove ideje, stvaraju vrijednost i inoviraju poslovanje poduzeća postali su ključna imovina nove ekonomije. U novoj, virtualnoj ekonomiji, gdje mogu svi prodavati svima na planetu te istodobno od njih kupovati a da se nikad fizički jedni s drugima i ne susretnu.

Škrtić i Mikić (2011) navode da su pojavom e-trgovine sve granice nestale i da postoji samo jedna ekonomija i samo jedno tržište. Pojavila se nova ekonomija, koja najviše trgovačku djelatnost i poduzetništvo u trgovini povezuje na posve drugačiji način, novim tehnologijama. Poduzetnici mogu sada kroz *e-business* predstaviti svoja poduzeća i steći važne prednosti: mogućnost povećanja prihoda, skraćivanje vremena za razvijanje proizvoda ili usluge, mogućnost izlaska na globalno tržište, mogućnost poslovanja 24 sata u danu i 7 dana u tjednu, mogućnosti korištenja interneta, društvenih mreža i BI alata u poslovanju i poboljšati pružanje usluga potrošačima, iskoristiti moć obrazovanja i informiranja, smanjiti troškove, mogućnost pronalazjenja i iskorištavanja novih poslovnih prilika, mogućnost praćenja poslovnih rezultata. U budućnosti poduzetništva stalna promjena načina poslovanja i restrukturiranja, prilagodba poslovne filozofije i integriranje nove tehnologije bit će presudna za svako poslovanje. Poduzetnici koji se neće prilagođavati promjenama na tržištu i mijenjati dovoljno brzo svoje poslovanje, vrlo će se brzo naći pred bankrotom. Promjene na tržištu, promjene zahtjeva kupaca i izmjene novih tehnologija zahtijevaju veliku fleksibilnost svih sudionika koji se trebaju mijenjati bolje i efikasnije od svojih konkurenata. (Škrtić i Mikić, 2011: 302)

Nova generacija poduzetnika *E-generacija* je nosilac pokretanja, stvaranja i rasta poduzeća koja imaju izuzetan utjecaj na poslovni model suvremene ekonomije u cjelini. Razvoj poduzetničkog ambijenta i inicijativa je neophodan preduvjet za uspješan ekonomski rast i razvoj ekonomije bilo koje države i globalne ekonomije u cjelini, ali i kvalitetan život svakog čovjeka na planeti. (Kotlica i Rankov, 2013)

Cilj suvremenog poduzetništva je razviti poduzetničku klimu, koju prije svega obilježava orijentacija na individualnu inicijativu, kreativnost i inovacije, kao i stvaralačku atmosferu usmjerenu na prevladavanje postojećeg i stvaranje novoga, drukčijeg i humanijeg društva. Poduzetnička kultura suvremenog svijeta usmjerena je na promjene, otvorena za nove informacije, nove utjecaje i nove načine sagledavanja i rješavanja problema, nametnula je novi poduzetnički moto: „Biti tamo gdje je akcija; biti prvi; biti predvodnik, a ne sljedbenik...“ (Škrtić i Mikić, 2011: 2)

U Republici Hrvatskoj odnos prema poduzetništvu se postupno mijenja, poduzetnička karijera se prije podcjenjivala a danas mladi imaju viziju za bavljenje poduzetništvom. U Hrvatskoj je izrazito naglašen proces depopulacije stanovništva, imigracijska politika dobiva na važnosti, pojavljuju se i neki novi poduzetnici (digitalni nomadi), svijet se sve više globalizira, granice polako nestaju...

Prema Čorić i Luketić (2022) migrantsko poduzetništvo je pojam koji sve više intrigira javnost i čija su stajališta još dosta podijeljena. Migracije ostavljaju posljedice na gospodarstvo i na cjelokupno društvo te izravno utječu na promjene u strukturi društva. U Republiku Hrvatsku doseljava stanovništvo Bosne i Hercegovine, Srbije, Slovenije, Sjeverne Makedonije a zadnjih nekoliko godina zabilježen je i porast useljenika iz zemalja trećeg svijeta. Useljenici koji dođu u Republiku Hrvatsku susreću se s mnogim preprekama kod zapošljavanja i imaju zapravo slabije mogućnosti za zapošljavanje u odnosu na domaće stanovništvo. Upravo zbog toga često se odlučuju na pokretanje vlastitog biznisa ovisno o iskustvima i znanjima koja su stekli u svojim matičnim zemljama. Imigrantski poduzetnici uglavnom su većinom mali i mikro poduzetnici čiji pothvati ostvaruju skromnu dobit te imaju malen broj zaposlenika koji su najčešće članovi njihovih obitelji. U svrhu poticanja imigrantskog poduzetništva izrađen je i Akcijski plan za poduzetništvo 2020. godine u kojem je jadan od ciljeva i poticanje poduzetničkih aktivnosti osjetljivih skupina društva, poput migranata.

Luketić i Čorić (2022) u radi uznose da se migranti odlučuju na osnutak vlastitog poduzeća najčešće onda kada nemaju druge mogućnosti za zaposlenje i time značajno pridonose rastu poduzetništva države u kojoj se nalaze. Utječu na rast i razvoj trgovine, doprinose zapošljavanju i inovativni su. Imaju poduzetnički duh i skloniji su riziku nego domaće stanovništvo. Migrantskim poduzetništvom povećava se i kulturna raznolikost. Migranti donose svoju kulturu i običaje. Negativnost migrantskog poduzetništva je narušavanje ravnoteže, odnosno negativni utjecaj na stanovništvo koje se bavi istom ili sličnom djelatnošću. Migrantsko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj u budućnost će biti sve aktualnija tema i

zaživjet će pomoć i podrška koji migranti dobivaju od Vlade, raznih udruga i organizacija koje potiču njihov rad i angažiranost za poduzetništvo.

Poduzetništvo je izazov, poziv na borbu, u kojoj, da bi se uspjelo, se mora smoci hrabrosti biti drukčiji. Da bi se izborila poduzetnička budućnost, osim dara prirode, potrebno je i znanje kako poduzetničku prigodu implementirati u poduzetničku praksu. Budućnost pripada onima u prvim redovima. (Buble i Kružić, 2006: 44)

Suvremeno poduzetništvo moguće je promatrati kao proces koji naglašava sposobnost i aktivnost (pojedinačnih aktera i društva u cjelini) da koristeći se promjenama, inovativnošću i prosudbom, sve u uvjetima novih kombinacija ograničenih proizvodnih čimbenika, kreira i izvede takav pothvat koji će rezultirati profitom (i ostalim društvenim koristima). U sklopu takva pristupa poduzetništvu, poduzetnik je osoba koja riskira novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod ili uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost. Unatoč svim rizicima, svjetsko je poduzetništvo u stalnom usponu, pridonoseći ekonomskom razvoju društva u kojemu djeluje i razvoju jedne nove-poduzetničke ere. (Vukučević i Živković, 2019)

## **6. EMPIRIJSKI DIO RADA**

### **6.1. Metodologija, problem i predmet istraživanja**

Za potrebe istraživanja o preprekama jačem razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj napravljen je anketni upitnik. Izrađen je pomoću platforme Google obrasci (Google Forms). Istraživanje je provedeno na uzorku od 202 ispitanika u razdoblju od 09. svibnja do 03. lipnja 2023. godine. Anketa je popunjena od strane različitih ljudi, dobi, spola, i različitog stupnja obrazovanja. Na pitanja iz anketnog upitnika ispitanici su mogli odgovoriti putem računala, pametnih telefona i tableta.

Anketni upitnik sastojao se od 33 pitanja, od kojih je 13 pitanja bilo s ponuđenim odgovorima, 18 pitanja na kojima su ispitanici odgovarali na pitanja postavljena uz pomoć Likertove skale kojima se ispitivalo stajalište ispitanika te su ispitanici odgovarali vrijednostima od 1 do 5, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4 - slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti. Zadnja dva pitanja u anketi postavljena su tako da su ispitanici mogli odabrati više ponuđenih odgovora na postavljeno pitanje.

Podaci dobiveni anketom su obrađeni putem programa IBM SPSS Statistics.

Kao problem istraživanja u radu predstavlja slaba poduzetnička aktivnost a pokazuju to rezultati istraživanja i godišnje izvješće GEM koji Hrvatsku svrstavaju na svjetsko začelje po poduzetničkoj aktivnosti. Dok se u Hrvatskoj za poduzetništvo odlučuje svaki 6. građanin, odluke o pokretanju vlastitog posla u svijetu donose se lakše, pa karijeru u poduzetništvu bira svaki 12. stanovnik. Prema GEM istraživanjima prema 13 kriterija kojima se ocjenjuju uvjeti u poduzetničkom ekosustavu, Hrvatska prema njih 10 ne prelazi svjetski prosjek. Ako nema poduzetnika, nema ni poduzetničkog ekosustava.

Problem istraživanja odnosi se i na prepreke i potencijale za razvoj poduzetništva te kako bi se mogle poboljšati strategije za razvoj poduzetništva u zemlji. Prvi korak u poduzetništvo je pokretanje vlastitog posla, a jedna od ključnih pretpostavki je da je za poduzetništvo potrebno samopouzdanje u vlastite sposobnosti i podrška okoline. Hrvatska je među zadnjim zemljama uključenim u GEM istraživanje po percepciji uspješnosti poduzetnika, odnosno percepciji njihovog društvenog statusa. Ispitanici u Republici Hrvatskoj su motivirani za poduzetništvo ali su i dalje uvjereni da poduzetništvo nije unosan posao i ne smatraju da uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu. Rezultati GEM istraživanja prikazuju da poduzetnička okolina više ograničava poduzetničku aktivnost nego što je stimulira. Stimulirajuće su samo tri

komponente, a to su raspoloživost i kvaliteta fizičke, komercijalne i profesionalne infrastrukture te dinamika domaćeg tržišta.

Poduzetništvo ima ključnu ulogu u smanjenju nezaposlenosti stvaranjem mogućnosti samozapošljavanja tj. pokretanja poduzetničkog pothvata kao jednog od rješenja. Ulazak u poduzetništvo nije lagan, te donosi i neke prepreke (nedostatak znanja i iskustva, podrške od okoline) koje predstavljaju probleme koji potencijalnog poduzetnika mogu zaustaviti od ispunjenja želje za poduzetničkom aktivnošću.

Prepreka u razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj ima mnogo, te će se za potrebe istraživanja analizirati problematika zašto je tako mala poduzetnička aktivnost (kako povećati poduzetničku aktivnost i potaknuti veći broj ljudi na pokretanje vlastitog poslovanja u Hrvatskoj), da li smanjiti administrativne prepreke te hoće li aktivnosti države (edukacije, strategije, poticaji) u svim fazama razvoja poslovanja potaknuti poduzetnike u unaprijediti njihove aktivnosti.

Predmet istraživanja je proučavanje motivacije i spremnosti ispitanika za poduzetništvo, osobnih karakteristika budućih poduzetnika i prepreka koje se javljaju u procesu pokretanja poslovanja te utjecaj obitelji i okoline na uspjeh poduzetničkog pothvata te proučiti utjecaj državne politike na razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

## **6.2 Ciljevi i hipoteze rada**

Cilj ovog istraživanja je utvrditi:

- motivaciju i sposobnost za izazove ispitanika za pokretanje poduzetničkog pothvata,
- utvrditi koje prepreke i rizici odvlače pojedince od pokretanja i ulaska u poduzetničku aktivnost,
- vodi li Republika Hrvatska brigu da rastereti poduzetništvo i potiče li dovoljno svojim potporama poduzetnike u Republici Hrvatskoj,
- kroz analizu prikupljenih podataka utvrditi ključne elemente koji bi pozitivno utjecali na razvoj poduzetništva i identificirati prepreke koje otežavaju razvoj poduzetništva, kako bi se mogla poboljšati strategija državnih politika kroz poticanje razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Hipoteze koje se postavljaju u ovom radu su:

*H1: Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat.*

*H2: Veća briga za poduzetničke aktivnosti i podrška Vlade Republike Hrvatske u obliku poticaja više će osnažiti ekonomski rast i razvoj poduzetništva.*

### 6.3. Rezultati istraživanja

Uzorak ispitanika po sastavu je različit. Na pitanja su odgovorile osobe različitog spola, dobi, stupnja obrazovanja, statusa zaposlenja, radnog staža te mjesečnih primanja.

U nastavku rada u tabeli se prikazuje opis uzorka ispitanika.

Tablica 5. Opis uzorka istraživanja, n=202

	<b>BROJ ISPITANIKA</b>	<b>%</b>
<b>SPOL</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
Muški	82	40,6%
Ženski	120	59,4%
<b>DOBNA SKUPINA</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
18-33	66	32,7%
34-49	110	54,5%
50-65	24	11,9%
66 i više	2	1,0%
<b>RAZINA OBRAZOVANJA</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
Osnovna škola	1	0,5%
Srednja škola	81	40,1%
Viša stručna sprema	60	29,7%
Visoka stručna sprema	60	29,7%
Poslijediplomski studij, doktorat	0	0,0%
<b>RADNI STATUS</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
Student	28	13,9%
Zaposlen/a	156	77,2%
Nezaposlen/a	16	7,9%
Umirovljenik	2	1,0%
<b>UKUPNI RADNI STAŽ</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
>1	36	17,8%
Do 10	37	18,3%
11-20	54	26,7%

21-30	69	34,2%
31 i više	6	3,0%
<b>MJESEČNA PRIMANJA</b>	<b>202</b>	<b>100</b>
>500 €	41	20,3%
500-900 €	58	28,7%
900-1500 €	77	38,1%
1500 € i više	26	12,9%

*Izvor: vlastita izrada autora*

U provedenom istraživanju je sudjelovalo 202 ispitanika koji su slučajno odabrani od čega u uzorku 40,6% čine muškarci a žene su zastupljenije i čine 59,4% ispitanika. U uzorku je najzastupljenija skupina zrelije životne dobi (34-49 godina) i čini 54,5% ispitanika a ispitanici mlađe životne dobi (18-33 godina), čine 32,7% ispitanika, u uzorku je najmanje zastupljena najstarija dobna skupina 66 godina i više, točnije 1%.

Razina stečenog obrazovanja ispitivana je na nekoliko razina. Osnovnu školu završilo je ukupno 0,5% ispitanika, srednju školu ima najviše (40,1%) ispitanika, završenu višu stručnu spremu i visoku stručnu spremu ima podjednak broj ispitanika (29,7%).

Prema ukupnom radnom stažu najviše ispitanika ima ukupni radni staž od 21-30 godina njih 34,2 % a manje od godinu dana radnog staža ima 36 ispitanika dok 31 godinu i više ima 6 ispitanika (3%).

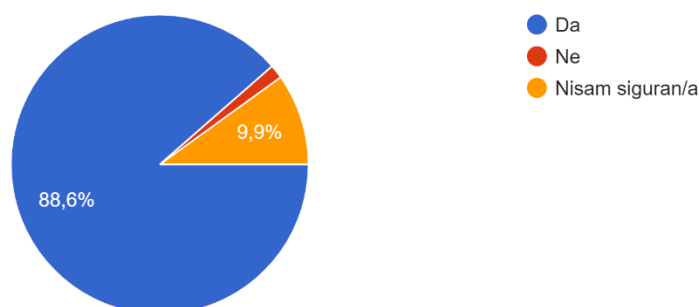
Osobna mjesečna primanja kreću se u rasponu od manje od 500 € do više od 1500 €. Mjesečna primanja do 500 € ima 41 ispitanik. 58 ispitanika ima 500 € do 900 € mjesečnih primanja te najviše ispitanika ima mjesečna primanja veća od 900 € do 1500 €, njih 38,1%. Najmanje ispitanika ima primanja u rasponu od 1500 € i više, njih 12,9 %.

Nakon utvrđivanja temeljnih karakteristika uzorka, ispitanici su odgovarali na pitanja vezana za poznavanje pojma poduzetništvo, te da li ispitanici imaju viziju baviti se poduzetništvom, posjeduju li samopouzdanje za poduzetništvo i očekuju li podršku obitelji u pokretanju vlastitog posla.

Na početku istraživanja željelo se utvrditi da li su ispitanici upoznati s pojmom poduzetništvo. Na pitanje vezano za poznavanje pojma poduzetništvo 88,6% ispitanika smatra da zna, 9,9% ispitanika nije sigurno a najmanje ispitanika, njih 3 (1,5%) smatra da ne zna što je poduzetništvo.

### 7. Smatrate li da znate što je poduzetništvo?

202 odgovora



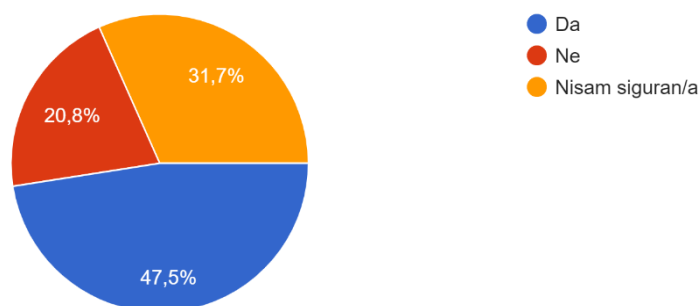
*Grafikon 1. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da znate što je poduzetništvo?“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Anketno pitanje „Imate li viziju baviti se poduzetništvom?“ prikazuje se u grafikonu br. 2. 47,5% ispitanika izjasnilo se da ima viziju baviti se poduzetništvom, 31,7% njih nije sigurno a 20,8% ispitanika izjasnilo se da viziju za bavljenje poduzetništvom nema.

### 8. Imate li viziju baviti se poduzetništvom?

202 odgovora



*Grafikon 2. Prikaz odgovora na pitanje „Imate li viziju baviti se poduzetništvom?“*

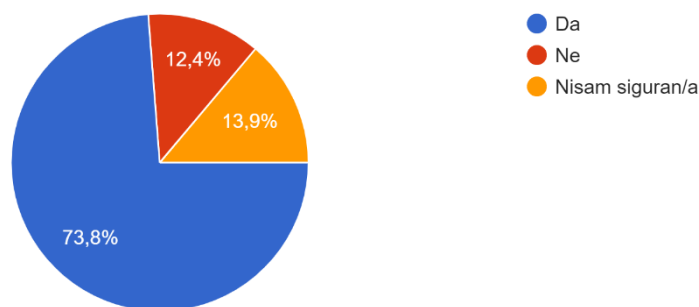
*Izvor: vlastita izrada autora*

Pitanje koje se odnosi na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1 „Smatrate li da imate dovoljno samopouzdanja i upornosti koja je potrebna za poduzetništvo?“ prikazuje se u grafikonu 3. Većina ispitanika, njih 73,8% smatra da ima dovoljno samopouzdanja za bavljenje poduzetništvom, 13,9% ispitanika nije sigurno a najmanje ispitanika, njih 12,4% (25) izjasnilo se da nema samopouzdanja.



9. Smatrate li da imate dovoljno samopouzdanja i upornosti koja je potrebna za poduzetništvo?

202 odgovora



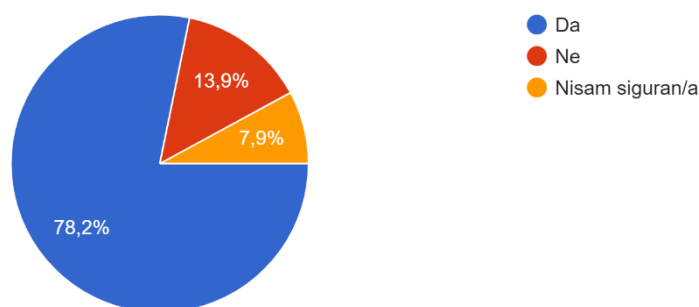
*Grafikon 3. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da imate dovoljno samopouzdanja i upornosti koja je potrebna za poduzetništvo?“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 4. prikazuje anketno pitanje na koje su ispitanici dali odgovor o poznavanju procesa pokretanja vlastitog posla. Najviše ispitanika njih 158 (78,2%) odgovorilo je da su upoznati s procesom dok je njih 13,9 % odgovorilo da nije upoznato. Najmanje ispitanika, njih 16 (7,9 %) odgovorilo je da nisu sigurni.

10. Da li ste upoznati s procesom pokretanja vlastitog posla?

202 odgovora



*Grafikon 4. Prikaz odgovora na pitanje „Da li ste upoznati s procesom pokretanja vlastitog posla?“*

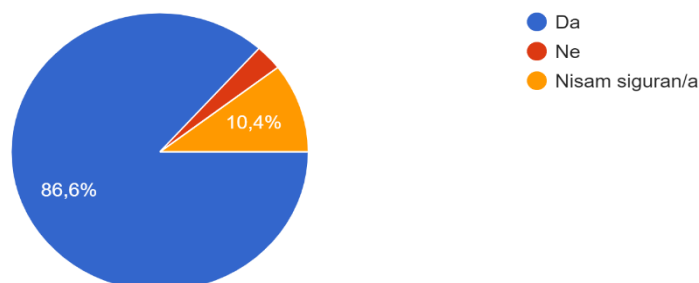
*Izvor: vlastita izrada autora*

Na pitanje „Smatrate li da je poduzetništvo dobar izbor karijere?“ većina ispitanika složila se s tvrdnjom, njih 86,6%. manji broj ispitanika, njih 10,4 % odgovorilo je da nisu sigurni a njih

6 (3%) smatra da poduzetništvo nije dobar izbor karijere. Anketno pitanje odnosi se na potvrđivanje hipoteze H1.

11. Smatrate li da je poduzetništvo dobar izbor karijere?

202 odgovora



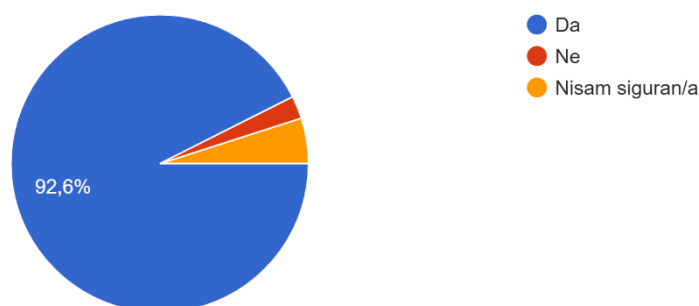
*Grafikon 5. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da je poduzetništvo dobar izbor karijere?“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Na pitanje o podršci obitelji i prijatelja o odluci pokretanja vlastitog posla ispitanici su u velikoj većini odgovorili da bih ih obitelj i prijatelji podržali, njih 92,6%. Njih 10 (5%) izjasnilo se da nisu sigurni, a najmanje njih 2,5% izjasnilo se da ne bi imali podršku. Anketno pitanje odnosi se na potvrđivanje hipoteze H1.

12. Da li bi Vas Vaša obitelj i prijatelji podržali u odluci o pokretanju vlastitog posla?

202 odgovora



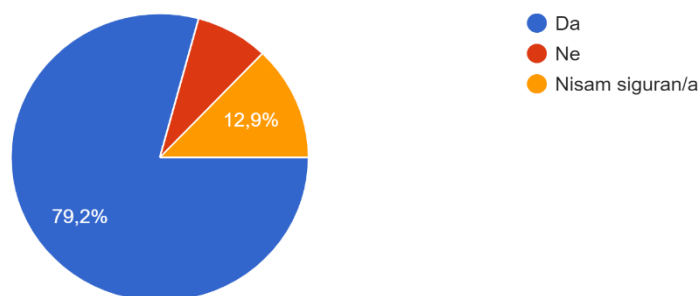
*Grafikon 6. Prikaz odgovora na pitanje „Da li bi Vas Vaša obitelj i prijatelji podržali u odluci o pokretanju vlastitog posla?“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 7. prikazuje odgovore na pitanje vezano za financijsku podršku obitelji u pokretanju posla. Većinu ispitanika, njih 160 (79,2%) obitelj bi financijski podržala. 12,9 % ispitanika

izjasnilo se da nisu sigurni a najmanje ispitanika, njih 16 (7,9%) izjasnilo se da ih obitelj ne bi financijski podržala. Navedeno pitanje odnosi se na potvrđivanje hipoteze H1.

13. Da li bi Vam Vaša obitelj financijski pomogla u samim počecima pokretanja vlastitog posla?  
202 odgovora



*Grafikon 7. Prikaz odgovora na pitanje, „Da li bi Vam Vaša obitelj financijski pomogla u samim počecima pokretanja vlastitog posla?“*

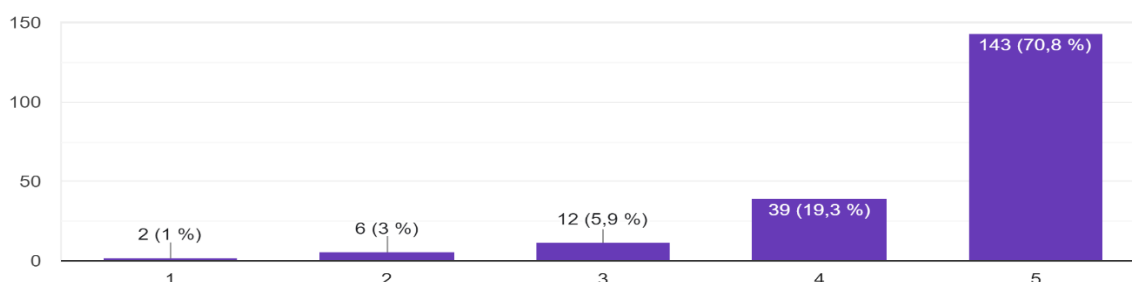
*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikoni u nastavku prikazuju pitanja postavljena putem Likertove skale. Ispitanici su svoj odgovor na pitanje ocijenili slaganjem ili neslaganjem s tvrdnjom te su im ponuđene ocjene od 1 do 5, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti.

Grafikon 8. prikazuje anketno pitanje „Slažete li se s tvrdnjom: Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata“ a koje se odnosi na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1. Ispitanici su odgovorili uz pomoć Likertove skale te tvrdnju ocijenili s ocjenama od 1 do 5, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti. Prema ispitanicima većina njih 143 (70,8%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 39 ispitanika slaže, njih 12 (5,9%) niti se slaže niti se ne slaže, 6 ispitanika se ne slažu a 2 ispitanika se u potpunosti ne slažu.

14. Slažete li se s tvrdnjom: "Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata."

202 odgovora



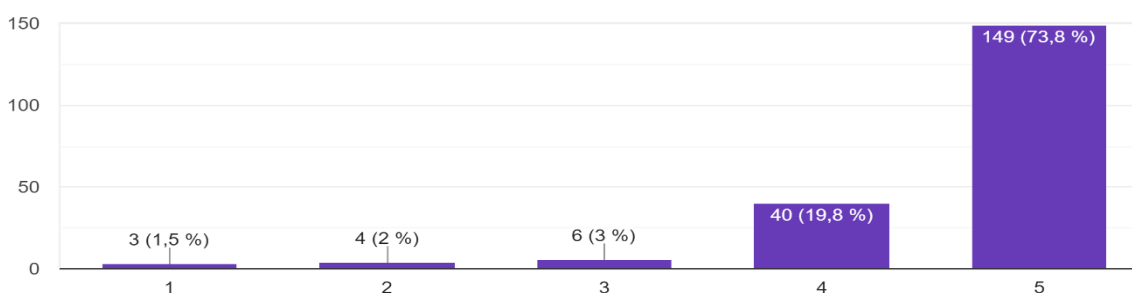
*Grafikon 8. Ocjene tvrdnje: „Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 9. prikazuje anketno pitanje „Slažete li se s tvrdnjom: Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh.“ a koje se odnosi na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1. Ispitanici su odgovorili uz pomoć Likertove skale te ocijenili tvrdnju s ocjenama od 1 do 5, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti. Prema ispitanicima većina njih 149 (73,8%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 40 ispitanika slaže, njih 6 (3 %) niti se slaže niti se ne slaže, 4 ispitanika se ne slažu a 3 ispitanika se u potpunosti ne slažu.

15. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh."

202 odgovora



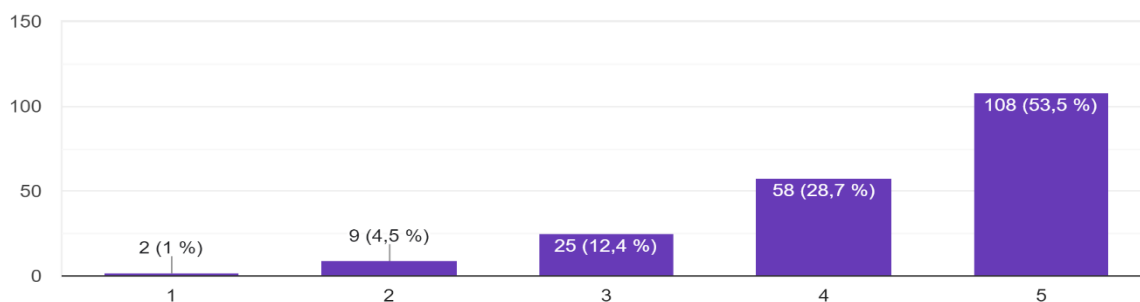
*Grafikon 9. Ocjene tvrdnje: „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 10. prikazuje anketno pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“ a koje se odnosi na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1. Ispitanici su odgovorili uz pomoć Likertove skale. Prema ispitanicima većina njih 108 (53,5%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 58 ispitanika slaže, njih 25 (12,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 9 ispitanika se ne slažu a 2 ispitanika se u potpunosti ne slažu.

16. Slažete li se s tvrdnjom :„Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom.“

202 odgovora



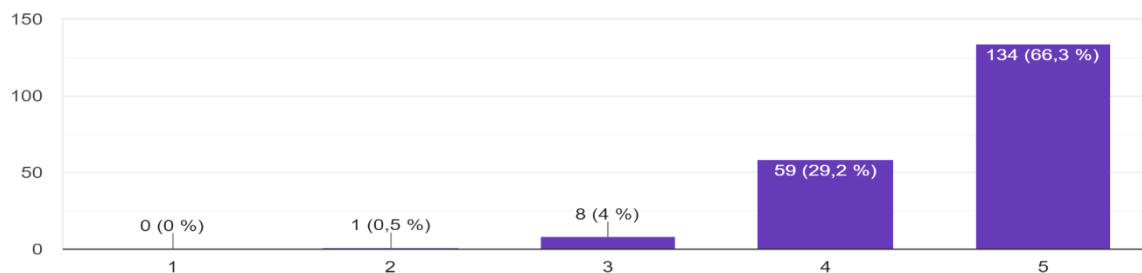
*Grafikon 10. Ocjene tvrdnje: „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Na anketno pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“ a na koje su odgovarali pomoću Likertove skale, odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1. Prema odgovorima većina ispitanika njih 134 (66,3%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 59 ispitanika slaže, njih 8 (4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 1 se ne slaže dok nema ispitanika koji se u potpunosti ne slažu.

17. Slažete li se s tvrdnjom: "Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom."

202 odgovora



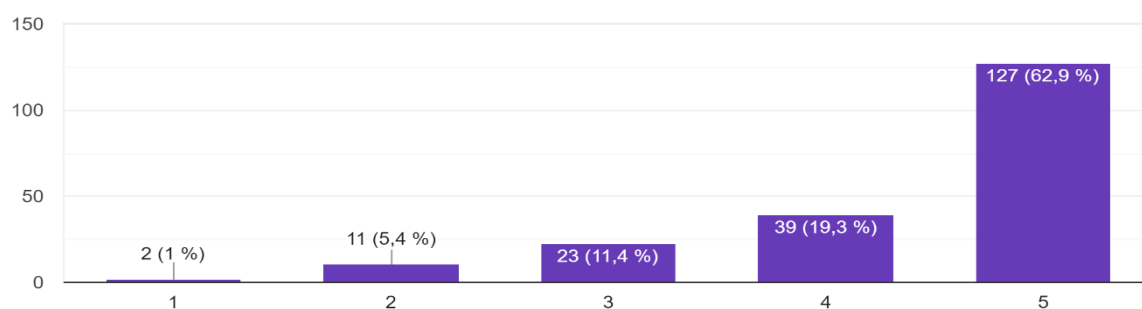
*Grafikon 11. Ocjene tvrdnje: „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „ Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline“ a na koje su ispitanici odgovarali pomoću Likertove skale, odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1. Prema ispitanicima većina njih, 127 (62,9%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 39 ispitanika slaže, njih 23 (11,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 11 ispitanika se ne slaže dok se 2 ispitanika u potpunosti ne slažu.

18. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline."

202 odgovora



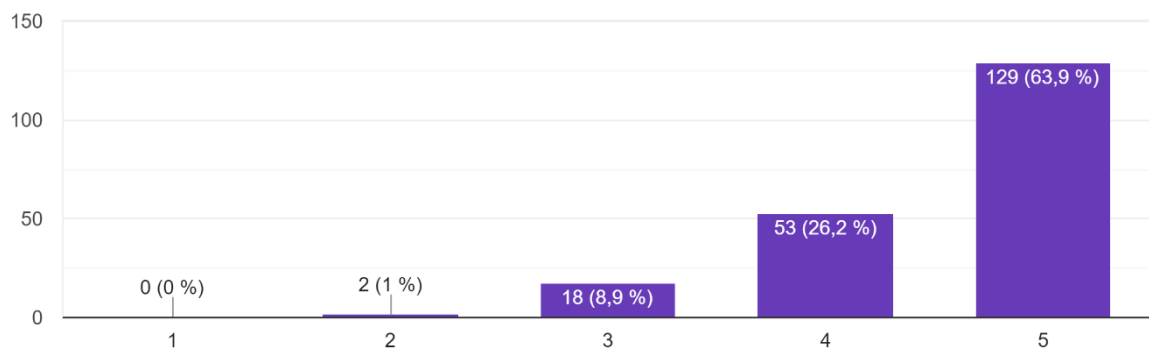
*Grafikon 12. Ocjene tvrdnje: „Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Slijedi pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Poduzetnici imaju važnu ulogu u inovacijama i stvaranju novih proizvoda i usluga te su značajni za razvoj gospodarstva.“ a na koje su ispitanici odgovarali pomoću Likertove skale. Prema ispitanicima većina njih, 129 (63,9 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 53 ispitanika slaže, njih 18 (8,9 %) niti se slaže niti se ne slaže, 2 ispitanika se ne slažu dok nema ispitanika koji se u potpunosti ne slažu.

19. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnici imaju važnu ulogu u inovacijama i stvaranju novih proizvoda i usluga te su značajni za razvoj gospodarstva."

202 odgovora



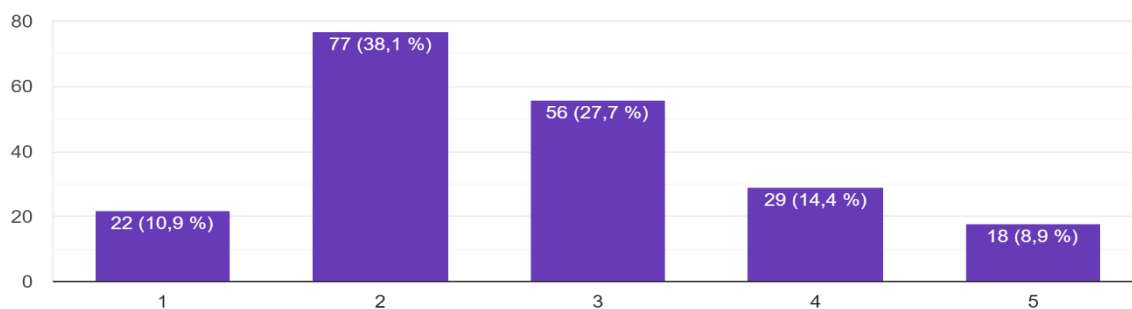
Grafikon 13. Ocjene tvrdnje: „Poduzetnici imaju važnu ulogu u inovacijama i stvaranju novih proizvoda i usluga te su značajni za razvoj gospodarstva.“

Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 14. prikazuje odgovore ispitanika na anketno pitanje koje se odnosi na poznavanje načina na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo. Ispitanici su odgovorili uz pomoć Likertove skale te ocijenili s ocjenama od 1 do 5, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- u potpunosti nisam upoznat, 2- nisam upoznat, 3- niti nisam upoznat niti sam upoznat, 4- upoznat sam a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- u potpunosti sam upoznat. Prema ispitanicima većina njih 77 (38,1%) nije upoznato, 22 u potpunosti nije upoznato, 56 ispitanika se izjasnilo ocjenom 3, njih 29 (14,4 %) je upoznato, a najmanje ispitanika njih 18 (8,9%) izjasnilo se da u potpunosti poznaju načine na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo.

20. Ocijenite koliko ste upoznati s načinima na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo.

202 odgovora



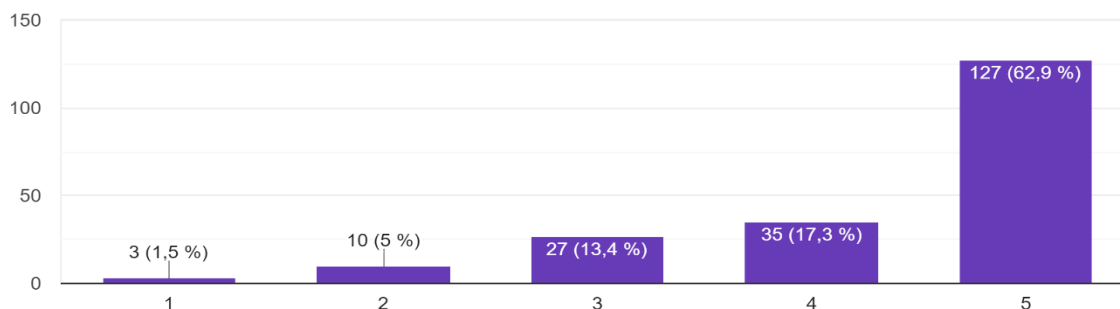
*Grafikon 14. Ocjene tvrdnje: „Ocijenite koliko ste upoznati s načinima na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajne i kontinuirane“ a na koje su ispitanici odgovarali pomoću Likertove skale, odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H2. Prema ispitanicima većina njih, 127 (62,9%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 35 (17,3%) ispitanika slaže, njih 27 (13,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 10 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 3 ispitanika u potpunosti ne slaže.

21. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane."

202 odgovora



*Grafikon 15. Ocjene tvrdnje: „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajne i kontinuirane.“*

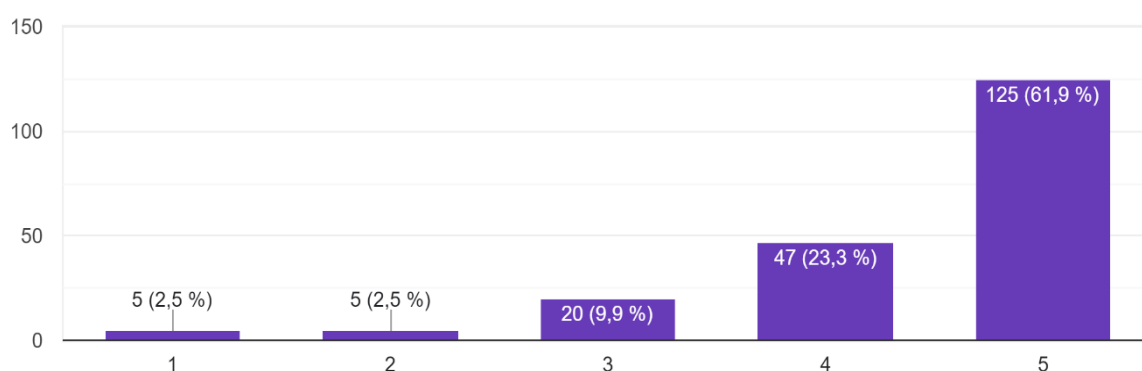
*Izvor: vlastita izrada autora*



Grafikon 16. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu.“ a odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H2. Prema ispitanicima većina njih, 125 (61,9%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 47 (23,3%) ispitanika slaže, njih 20 (9,9 %) niti se slaže niti se ne slaže, 5 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 5 ispitanika u potpunosti ne slaže.

22. Slažete li se s tvrdnjom: "Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu."

202 odgovora



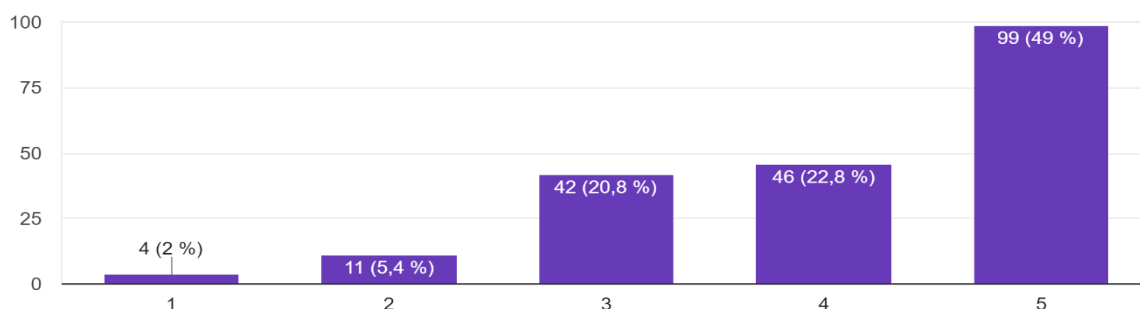
*Grafikon 16. Ocjene tvrdnje: „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 17. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „Poduzetnici ne koriste dovoljno sredstava koja su dostupna putem EU fondova.“ Prema ispitanicima većina njih, 99 (49 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 46 (22,8 %) ispitanika slaže, njih 42 (20,8 %) niti se slaže niti se ne slaže, 11 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 4 ispitanika u potpunosti ne slaže.

23. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnici ne koriste dovoljno sredstava koja su dostupna putem EU fondova."

202 odgovora



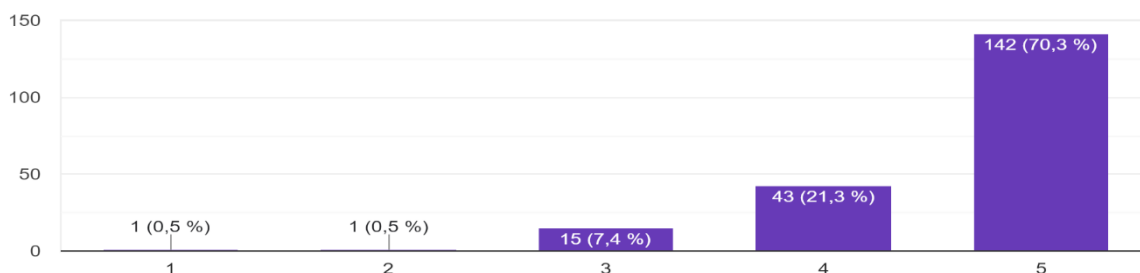
*Grafikon 17. Ocjene tvrdnje: „Poduzetnici ne koriste dovoljno sredstava koja su dostupna putem EU fondova.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Pitanje na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata“ a na koje su ispitanici odgovarali pomoću Likertove skale, odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H2. Prema ispitanicima većina njih, 142 (70,3%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 43 (21,3%) ispitanika slaže, njih 15 (7,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 1 ispitanik se ne slaže s tvrdnjom a dok se 1 ispitanik u potpunosti ne slaže.

24. Slažete li se s tvrdnjom: "Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništ...potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata."

202 odgovora



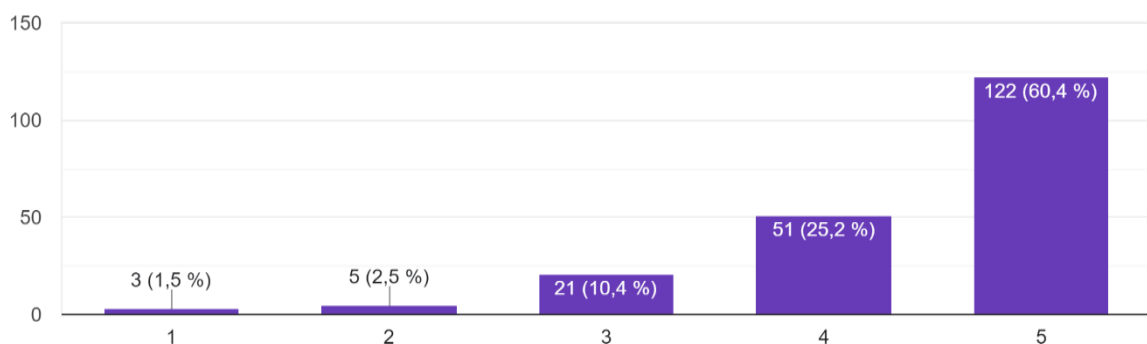
*Grafikon 18. Ocjene tvrdnje: „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 19. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu tvrdnje „Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj“ a odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H2. Većina ispitanika njih, 122 (60,4%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 51 (25,2%) ispitanika slaže, njih 21 (10,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 5 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 3 ispitanika u potpunosti ne slažu.

25. Slažete li se s tvrdnjom: "Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj."

202 odgovora



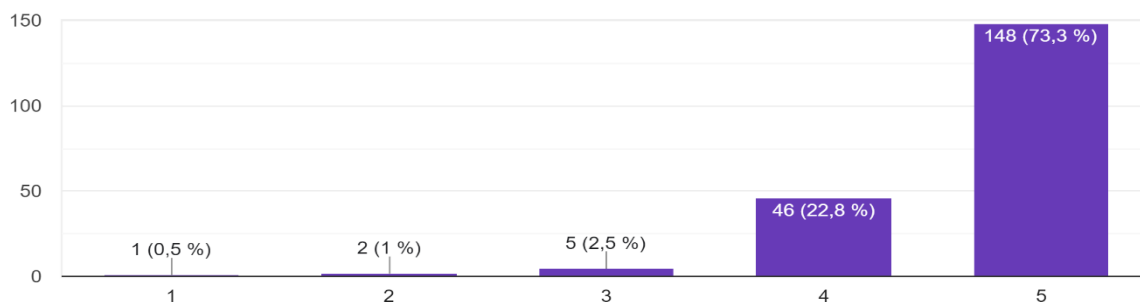
*Grafikon 19. Ocjene tvrdnje: „Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 20. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „Vrlo je važno poticati i podržavati poduzetništvo u svojoj lokalnoj zajednici.“ Prema ispitanicima velika većina njih, 148 (73,3 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 46 (22,8 %) ispitanika slaže, njih 5 (2,5 %) niti se slaže niti se ne slaže, 2 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 1 ispitanik u potpunosti ne slaže.

26. Slažete li se s tvrdnjom: "Vrlo je važno poticati i podržavati poduzetništvo u svojoj lokalnoj zajednici."

202 odgovora



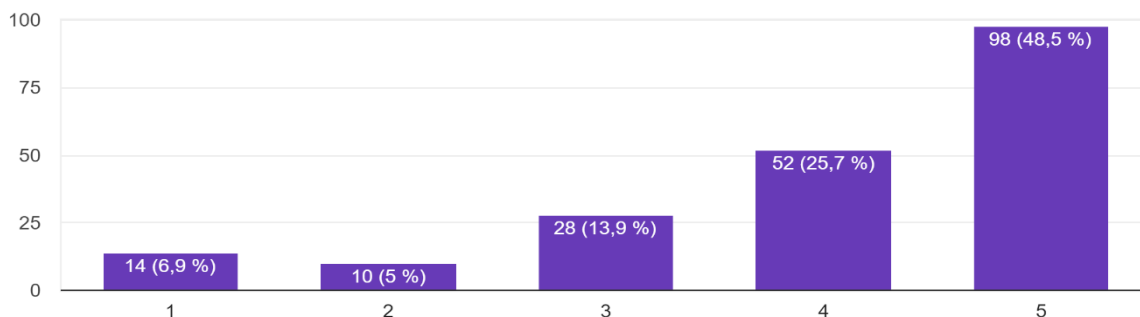
*Grafikon 20. Ocjene tvrdnje: „Vrlo je važno poticati i podržavati poduzetništvo u svojoj lokalnoj zajednici.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 21. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „Više ulaganja u turistički sektor je ključno za razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj s obzirom na veliki turistički potencijal zemlje“ Prema ispitanicima većina njih, 98 (48,5 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 52 (25,7 %) ispitanika slaže, njih 28 (13,9 %) niti se slaže niti se ne slaže, 10 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 14 ispitanika u potpunosti ne slaže.

27. Slažete li se tvrdnjom: "Više ulaganja u turistički sektor je ključno za razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj s obzirom na veliki turistički potencijal zemlje."

202 odgovora

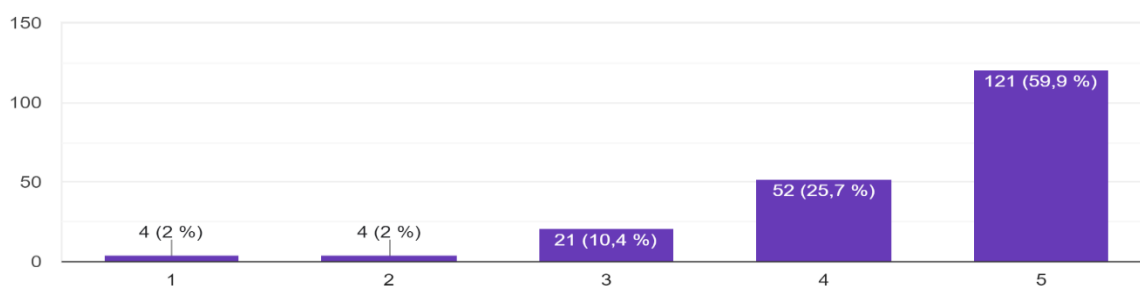


*Grafikon 21. Ocjene tvrdnje: „Više ulaganja u turistički sektor je ključno za razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj s obzirom na veliki turistički potencijal zemlje.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Ispitanicima je postavljeno pitanje da iskažu svoju ocjenu tvrdnje „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga“ a na koje su ispitanici odgovarali pomoću Likertove skale, odnosi se na potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H2. Prema ispitanicima većina njih, 121 (59,9 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 52 (25,7 %) ispitanika slaže, njih 21 (10,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 4 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 4 ispitanika u potpunosti ne slažu.

28. Slažete li se s tvrdnjom: "Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji B... a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga."  
202 odgovora



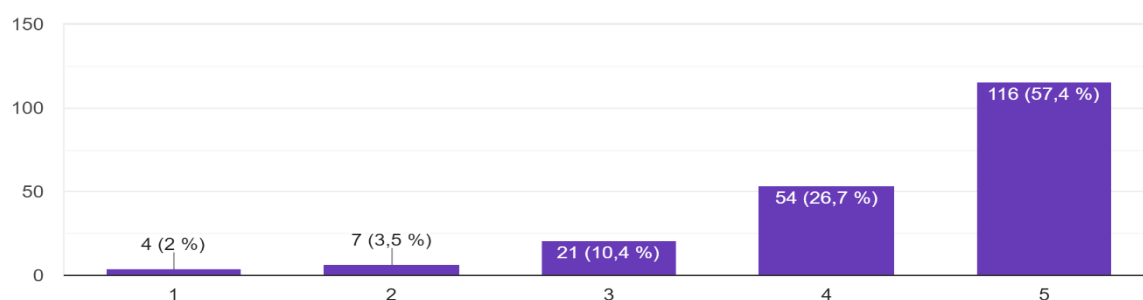
*Grafikon 22. Ocjene tvrdnje: „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga.“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 23. prikazuje Likertovu skalu za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „Obrazovanje poduzetnika je važno i utječe na njegov uspjeh poslovanja“. Prema odgovorima ispitanika većina njih, 116 (57,4 %) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 54 (26,7 %) ispitanika slaže, njih 21 (10,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 7 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 4 ispitanika u potpunosti ne slažu.

29. U kojoj mjeri se slažete s tvrdnjom: "Obrazovanje poduzetnika je važno i utječe na njegov uspjeh poslovanja."

202 odgovora



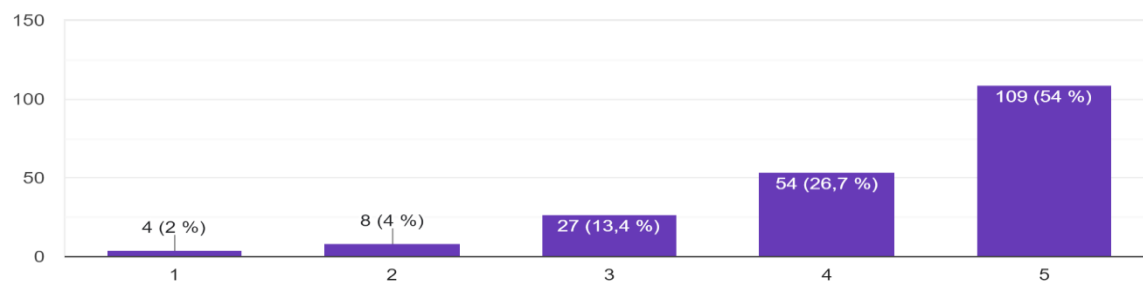
Grafikon 23. Ocjene tvrdnje: „Obrazovanje poduzetnika je važno i utječe na njegov uspjeh poslovanja.“

Izvor: vlastita izrada autora

Na pitanje prikazano u grafikon 24. odgovarano je putem Likertove skale za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „U osnovnim školama bi se trebalo učiti o poduzetništvu kao vještini za budući uspjeh“. Prema ispitanicima većina njih, 109 (54%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 54 (26,7 %) ispitanika slaže, njih 27 (13,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 8 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom a dok se 4 ispitanika u potpunosti ne slažu.

30. U kojoj se mjeri slažete s tvrdnjom: "U osnovnim školama bi se trebalo učiti o poduzetništvu kao vještini za budući uspjeh."

202 odgovora



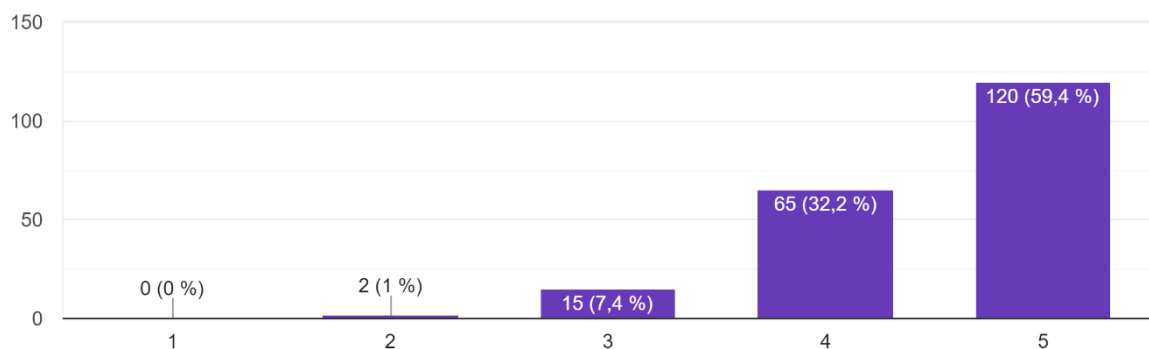
Grafikon 24. Ocjene tvrdnje: „U osnovnim školama bi se trebalo učiti o poduzetništvu kao vještini za budući uspjeh.“

Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 25. prikazuje odgovore ispitanika, a odgovarano je putem Likertove skale za ocjenjivanje pitanja na koje su ispitanici iskazali svoju ocjenu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom „Inovativnost i tehnološka naprednost su ključni i neophodni za održivost i konkurentnost u poduzetništvu.“ Prema odgovorima ispitanika većina njih, 120 (59,4%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom dok se 65 (32,2 %) ispitanika slaže, njih 15 (7,4 %) niti se slaže niti se ne slaže, 2 ispitanika se ne slažu s tvrdnjom dok nema nijednog ispitanika koji se u potpunosti ne slaže.

31. Slažete li se s tvrdnjom: "Inovativnost i tehnološki napredak su ključni i neophodni za održivost i konkurentnost u poduzetništvu."

202 odgovora



*Grafikon 25. Ocjene tvrdnje: "Inovativnost i tehnološki napredak su ključni i neophodni za održivost i konkurentnost u poduzetništvu."*

*Izvor: vlastita izrada autora*

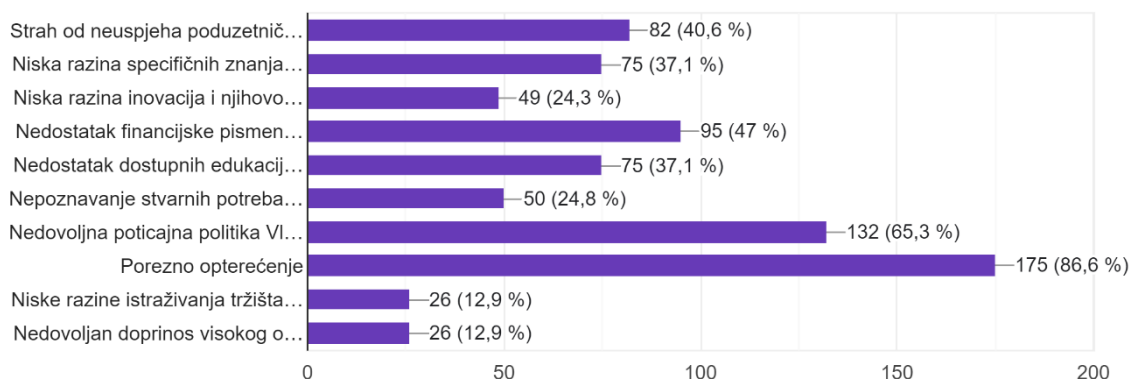
Na kraju anketnog upitnika ispitanicima su postavljena dva pitanja na koja su prilikom odgovaranja mogli odgovoriti odabirom više odgovora.

Na pitanje „Što smatrate glavnim uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj?“ ispitanici su odgovorili u velikom postotku, njih 175 (86,6%) te naveli porezno opterećenje kao glavni uzrok. Nedovoljna poticajna politika Vlade uzrok je za 132 (65,3%) ispitanika a za uzrok nedostatak financijske pismenosti smatra 95 ispitanika (njih 47%). Strah od neuspjeha poduzetničkog pothvata za uzrok je navelo 82 ispitanika (40,6%). U manjem postotku ispitanici su kao razlog naveli nisku razinu specifičnih znanja i know-how-a (37,1%), nedostatak dostupnih edukacija o poduzetništvu (37,1%), nepoznavanje stvarnih potreba kupaca na tržištu (24,8%), niska razina inovacija i njihovog transfera na tržište (24,3%), niske razine istraživanja tržišta i nedovoljan doprinos visokog obrazovanja u izgradnji kompetencija

za poduzetništvo odabralo je najmanje ispitanika njih 12,9%. Rezultati se prikazuju u grafikonu broj 26. u nastavku rada.

32. Što smatrate glavnim uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj? (Mogućnost odabira više odgovora)

202 odgovora



*Grafikon 26. Prikaz odgovora na pitanje: „Što smatrate glavnim uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj?“*

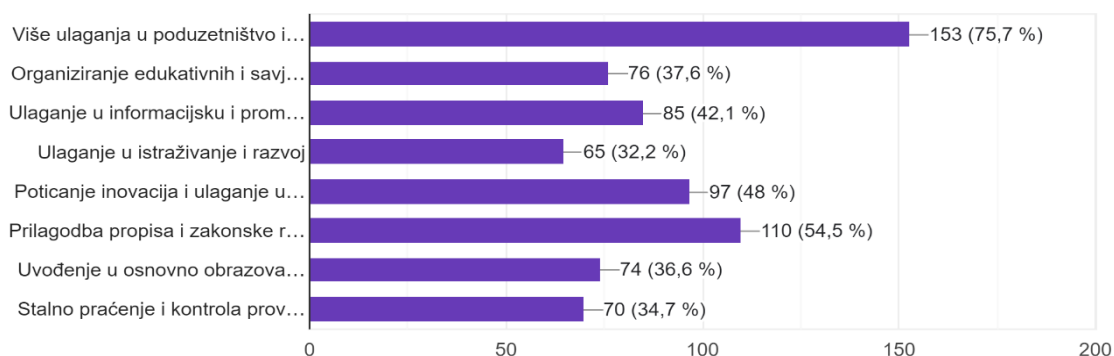
*Izvor: vlastita izrada autora*

Grafikon 27. prikazuje odgovore na pitanje kojim su ispitanici iskazali mišljenje o glavnim mogućnostima za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora.

Najviše ispitanika njih 153 (75,7 %) za bolji napredak i razvoj poduzetništva odabralo je odgovor „Više ulaganja u poduzetništvo i izdašnija dodjela financijskih resursa“. Prilagodbu propisa i zakonske regulative poduzetnicima odabralo je 110 (54,5%) ispitanika. Poticanje inovacija i ulaganje u razvoj novih tehnologija odabralo je 97 ispitanika (njih 48%), a ulaganje u informacijsku i prometnu infrastrukturu njih 42,1%. Manji broj ispitanika odabrao je ponuđeni odgovor uvođenje u osnovno obrazovanje stjecanje poduzetničkih znanja i vještina (36,6%), stalno praćenje i kontrola provedbi strategija razvoja poduzetništva (34,7%) te ulaganje u istraživanje i razvoj (32,2%).



33. Što bi prema Vašem mišljenju bile glavne mogućnosti za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj? (Mogućnost odabira više odgovora)  
202 odgovora



*Grafikon 27. Prikaz odgovora na pitanje: „Što bi prema Vašem mišljenju bile glavne mogućnosti za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj?“*

*Izvor: vlastita izrada autora*

U nastavku rada prikazuju se podaci koji su obrađeni u programu IBM SPSS Statistics.

Cronbach Alpha je koeficijent koji se koristi za mjerenje pouzdanosti mjerne ljestvice. Kreće se u rasponu od 0 do 1. Što je rezultat bliže 1, tvrdnje će biti međusobno usklađenije.

U tablici 6. prikazan je Cronbach Alpha koeficijent koji je mjereno na 18 čestica odnosno itemsa koje su ispitanici ocjenjivali pomoću Likertove skale, s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti.

Na temelju podataka dobivenih putem programa IBM SPSS Statistics koeficijent Cronbach Alpha iznosi 0,884 što upućuje na visoku razinu pouzdanosti mjerne ljestvice i istraživanje se može prihvatiti.

*Tablica 6. Cronbach Alpha koeficijent*

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	202	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	202	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,884	18

*Izvor: vlastita izrada autora*

Tablica 7. prikazuje deskriptivnu statistiku za hipotezu H1 te se rezultati prikazuju u daljnjem tekstu. Dokazuje se hipoteza H1 koja glasi: „Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat.“

Prema prikazanim rezultatima najveću aritmetičku sredinu (4,62) ima tvrdnja „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh.“, odnosno najviše ispitanika smatra da poduzetnik mora imati hrabrosti i preuzima rizik kako bi postigao uspjeh.

Najmanju aritmetičku sredinu (4,29) ima tvrdnja „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“, odnosno najmanje ispitanika smatra da su osobe sklonije riziku slabije pripremljene za izazove u poduzetništvu.

*Tablica 7. Deskriptivna statistika – hipoteza H1*

### Descriptives

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
(Upornost) Slažete li se s tvrdnjom: „Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pohvata“	202	1	5	4,56	,816	,666
(Hrabrost) Slažete li se s tvrdnjom: „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh“	202	1	5	4,62	,771	,594

(Sklonost riziku) Slažete li se s tvrdnjom: „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom.“	202	1	5	4,29	,919	,845
(Samopouzdanje) Slažete li se s tvrdnjom: „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“	202	2	5	4,61	,590	,348
(Podrška okoline) Slažete li se s tvrdnjom: „Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline.	202	1	5	4,38	,955	,912
Valid N (listwise)	202					

*Izvor: vlastita izrada autora*

Tablica 8. prikazuje statističke podatke za hipotezi H1 koja glasi „Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat“ a oni su:

- Slažete li se s tvrdnjom: „ Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata“ (Upornost) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,56 uz standardno odstupanje 0,816. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „ Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh“ (Hrabrost) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,62 uz standardno odstupanje 0,771. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“ (Sklonost riziku) –

prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,29 uz standardno odstupanje 0,919. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.

- Slažete li se s tvrdnjom: „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“ (Samopouzdanje) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,61 uz standardno odstupanje 0,590. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline“ (Podrška okoline) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,38 uz standardno odstupanje 0,955. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.

Tablica 8. Statistički podaci – hipoteza H1

		Statistics				
		Upornost	Hrabrost	Sklonost riziku	Samopouzdanje	Podrška okoline
N	Valid	202	202	202	202	202
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,56	4,62	4,29	4,61	4,38
Median		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Mode		5	5	5	5	5
Std. Deviation		,816	,771	,919	,590	,955

Izvor: vlastita izrada autora

Analizom rezultata potvrđuju se tvrdnje čija je aritmetička sredina veća od 3 koja označava „niti se slažem niti se ne slažem“ te se za T-test odbacuju tvrdnje koje imaju manju aritmetičku sredinu od 3. Prema analizi podataka sve tvrdnje ulaze u T-test jer im je aritmetička sredina veća od 3 a tvrdnje s kojima se ispitanici slažu su:

- „Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata“ (Upornost)
- „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh“ (Hrabrost)
- „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“ (Sklonost riziku)
- „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“ (Samopouzdanje)

- Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline“ (Podrška okoline)

Tablica 9. prikazuje T-test za potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1 koja glasi:“ Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat“. Sukladno dobivenim rezultatima može se zaključiti da su varijable zbog aritmetičke sredine veće od 3 statistički značajne za postavljenu hipotezu. Dobiveni podatci (4,3 do 4,6) predstavljaju visoku značajnost navedenih varijabli u hipotezi H1.

Tablica 9. T- TEST hipoteza H1

One-Sample Test						
Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Upornost	79,428	201	,000	4,559	4,45	4,67
Hrabrost	85,262	201	,000	4,624	4,52	4,73
Sklonost riziku	66,377	201	,000	4,292	4,16	4,42
Samopouzdanje	111,214	201	,000	4,614	4,53	4,70
Podrška okoline	65,113	201	,000	4,376	4,24	4,51

Izvor: vlastita izrada autora

Tablica 10. prikazuje Pearsonov koeficijent korelacije koji analizira u kojoj mjeri jedna varijabla utječe na drugu i razinu signifikantnosti. Prema podacima iz tablice vidljiva je pozitivna korelacija između varijabli što znači da varijable utječu jedna na drugu i imaju snažnu vezu.

Utvrđeno je kako varijabla „Upornost“ pozitivno utječe na sve varijable. Najveću povezanost ima s varijablom „Hrabrost“ 0,503 a najnižu povezanost od 0,424 s varijablom „Podrška okoline“. „Hrabrost“ je u pozitivnoj korelaciji i utječe na sve varijable, najvišu povezanost ima s varijablom „Samopouzdanje“, 0,533 a najmanju povezanost koeficijenta 0,301 ima s varijablom „Podrška okoline“. Varijabla „Sklonost riziku“ u pozitivnoj je vezi sa svim varijablama a najveću povezanost ima s varijablom „Hrabrost“ 0,521, a najmanju s varijablom „Podrška okoline“ 0,356. Varijabla „Samopouzdanje“ u pozitivnoj je korelaciji sa svim drugim varijablama a najveću povezanost ima s varijablom 0,533, a najmanju povezanost ima sa varijablom „Podrška okoline“ 0,259. Varijabla „Podrška okoline“ ima pozitivnu korelaciju sa

svim varijablama a najveću ima s varijablom „Upornost“ 0,424, a najmanju korelaciju ima s varijablom „Samopouzdanje“ 0,259. Sve varijable su međusobno pozitivno povezane te su statistički značajne za dokazivanje hipoteze H1.

Tablica 10. Pearsonov koeficijent korelacije- hipoteza H1

		<b>Correlations</b>				
		Upornost	Hrabrost	Sklonost riziku	Samopouzdanje	Podrška okoline
Upornost	Pearson Correlation	1	,503**	,518**	,462**	,424**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	133,787	63,515	77,995	44,634	66,485
	Covariance	,666	,316	,388	,222	,331
	N	202	202	202	202	202
Hrabrost	Pearson Correlation	,503**	1	,521**	,533**	,301**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	63,515	119,406	74,198	48,653	44,594
	Covariance	,316	,594	,369	,242	,222
	N	202	202	202	202	202
Sklonost riziku	Pearson Correlation	,518**	,521**	1	,485**	,356**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	77,995	74,198	169,767	52,782	62,802
	Covariance	,388	,369	,845	,263	,312
	N	202	202	202	202	202
Samopouzdanje	Pearson Correlation	,462**	,533**	,485**	1	,259**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	Sum of Squares and Cross-products	44,634	48,653	52,782	69,881	29,347
	Covariance	,222	,242	,263	,348	,146
	N	202	202	202	202	202
Podrška okoline	Pearson Correlation	,424**	,301**	,356**	,259**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	66,485	44,594	62,802	29,347	183,406
	Covariance	,331	,222	,312	,146	,912
	N	202	202	202	202	202

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Izvor: vlastita izrada autora*

U nastavku rada prikazuju se podatci koji su potrebni za dokazivanje hipoteze H2 koja glasi: „Veća briga za poduzetničke aktivnosti i podrška Vlade Republike Hrvatske u obliku poticaja više će osnažiti ekonomski rast i razvoj poduzetništva“.

Tablica 11. prikazuje deskriptivnu statistiku za dokazivanje ili opovrgavanje hipoteze H2 u kojoj je vidljivo da najveću aritmetičku sredinu (4,60) ima tvrdnja „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata.“ te je najviše ispitanika smatra da bi digitalizaciju i minimiziranje postupaka pomoglo poduzetništvu. Najmanju aritmetičku sredinu (4,35) ima tvrdnja „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane“.

*Tablica 11. Deskriptivna statistika – hipoteza H2*

### Descriptives

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
(Potpore države) Slažete li se s tvrdnjom: „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane.“	202	1	5	4,35	,988	,975
(Konkurentnost) Slažete li se s tvrdnjom: „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu“	202	1	5	4,40	,942	,887

(Digitalizacija) Slažete li se s tvrdnjom: "Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata."	202	1	5	4,60	,692	,479
(Visina poticaja) Slažete li se s tvrdnjom: "Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu u razvoju u Republici Hrvatskoj."	202	1	5	4,41	,883	,780
(Nedostaci) Slažete li se s tvrdnjom: "Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga."	202	1	5	4,40	,899	,808
Valid N (listwise)	202					

*Izvor: vlastita izrada autora*

U tablici 12. prikazuju se statistički podaci za hipotezu H2 koja glasi: „Veća briga za poduzetničke aktivnosti i podrška Vlade Republike Hrvatske u obliku poticaja više će osnažiti ekonomski rast i razvoj poduzetništva“ a oni su:

- Slažete li se s tvrdnjom: „ Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane“ (Potpore države) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,36 uz standardno odstupanje 0,988. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „ Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu“ (Konkurentnost) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,40 uz standardno odstupanje 0,942. Srednja



vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.

- Slažete li se s tvrdnjom: „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata“ (Digitalizacija) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,60 uz standardno odstupanje 0,692. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj“ (Visina poticaja) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,41 uz standardno odstupanje 0,883. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.
- Slažete li se s tvrdnjom: „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga“ (Nedostaci) – prosječna vrijednost tvrdnje iznosi 4,40 uz standardno odstupanje 0,899. Srednja vrijednost iznosi 5,00 što znači da se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom, a najčešća ocjena je 5.

*Tablica 12. Statistički podaci – hipoteza H2*

<b>Statistics</b>					
	Potpore države	Konkurentnost	Digitalizacija	Visina poticaja	Nedostaci
Valid	202	202	202	202	202
Missing	0	0	0	0	0
Mean	4,35	4,40	4,60	4,41	4,40
Median	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Mode	5	5	5	5	5
Std. Deviation	,988	,942	,692	,883	,899

*Izvor: vlastita izrada autora*

Analizom rezultata potvrđuju se tvrdnje čija je aritmetička sredina veća od 3 koja označava niti se slažem niti se ne slažem“ te se za T-test odbacuju tvrdnje koje imaju manju aritmetičku sredinu od 3. Prema analizi podataka sve tvrdnje ulaze u T-test jer im je aritmetička sredina veća od 3 a tvrdnje s kojima se ispitanici slažu su:

- Slažete li se s tvrdnjom: „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane“ (Potpore države)
- Slažete li se s tvrdnjom: „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu“ (Konkurentnost)
- Slažete li se s tvrdnjom: „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata“ (Digitalizacija)
- Slažete li se s tvrdnjom: „Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj“ (Visina poticaja)
- Slažete li se s tvrdnjom: „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga“ (Nedostaci)

Tablica 13. prikazuje rezultate T-test hipoteze H2 pa je tako tvrdnja „Digitalizacija“ ocijenjena ocjenom 4,6 što predstavlja veliku važnost, „Visina poticaja“ ocijenjena je ocjenom 4,4 dok su tvrdnje „Potpore države“, „Konkurentnost“ i „Nedostaci“ ispitanici ocijenili ocjenom 4,3. Dobiveni podatci (od 4,3 do 4,6) predstavljaju visoku značajnost navedenih varijabli u hipotezi H2.

Tablica 13. T-test – hipoteza H2

## T-Test

### One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Potpore države	62,623	201	,000	4,351	4,21	4,49
Konkurentnost	66,334	201	,000	4,396	4,27	4,53
Digitalizacija	94,527	201	,000	4,604	4,51	4,70
Visina poticaja	70,919	201	,000	4,406	4,28	4,53
Nedostaci	69,527	201	,000	4,396	4,27	4,52

Izvor: vlastita izrada autora

U tablici 14. podatci su prikazani uz pomoć Pearsonovog koeficijenta korelacije koji nam pokazuje u kojoj mjeri je utjecaj jedne varijable na drugu. Iz tablice u nastavku vidljiva je

pozitivna korelacija između svih varijabli u tabeli a to znači da utječu jedna na drugu i imaju čvrstu i snažnu vezu.

Utvrđeno je kako varijabla „Potpore države“ pozitivno utječe na sve varijable. Najveću povezanost ima s varijablom „Konkurentnost“ 0,716 a najnižu povezanost od 0,350 sa varijablom „Digitalizacija“. „Konkurentnost“ je u pozitivnoj korelaciji i utječe na sve varijable, najvišu povezanost ima s varijablom „Visina poticaja“, 0,733 a najmanju povezanost koeficijenta 0,425 ima s varijablom „Digitalizacija“. Varijabla „Digitalizacija“ u pozitivnoj je vezi sa svim varijablama a najveću povezanost ima s varijablom „Konkurentnost“ 0,425, a najmanju s varijablom „Potpore države“ 0,350. Varijabla „Visina poticaja“ u pozitivnoj je korelaciji sa svim drugim varijablama a najveću povezanost ima s varijablom „Konkurentnost“ 0,733, a najmanju povezanost ima s varijablom „Digitalizacija“ 0,411. Varijabla „Nedostaci“ ima pozitivnu korelaciju sa svim varijablama a najveću ima s varijablom „Visina poticaja“ 0,511, a najmanju korelaciju ima s varijablom „Digitalizacija“ 0,365. Sve varijable su međusobno pozitivno i jako povezane te su statistički značajne za dokazivanje hipoteze H2.

Tablica 14. Pearsonov koeficijent korelacije- hipoteza H2

## Correlations

		Correlations				
		Potpore države	Konkurentnost	Digitalizacija	Visina poticaja	Nedostaci
Potpore države	Pearson Correlation	1	,716**	,350**	,674**	,448**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	196,045	133,881	48,119	118,178	79,881
	Covariance	,975	,666	,239	,588	,397
	N	202	202	202	202	202
Konkurentnost	Pearson Correlation	,716**	1	,425**	,733**	,496**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	133,881	178,317	55,683	122,525	84,317
	Covariance	,666	,887	,277	,610	,419
	N	202	202	202	202	202
Digitalizacija	Pearson Correlation	,350**	,425**	1	,411**	,365**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	48,119	55,683	96,317	50,475	45,683
	Covariance	,239	,277	,479	,251	,227

	N	202	202	202	202	202
Visina poticaja	Pearson Correlation	,674**	,733**	,411**	1	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	Sum of Squares and Cross-products	118,178	122,525	50,475	156,713	81,525
	Covariance	,588	,610	,251	,780	,406
	N	202	202	202	202	202
Nedostaci	Pearson Correlation	,448**	,496**	,365**	,511**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	79,881	84,317	45,683	81,525	162,317
	Covariance	,397	,419	,227	,406	,808
	N	202	202	202	202	202

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Izvor: vlastita izrada autora*

#### **6.4 Zaključak rezultata istraživanja**

Istraživanje je provedeno temeljem anketnog upitnika kojeg su ispitanici ispunjavali u cilju provedbe istraživanja za potrebe izrade diplomskog rada na temu „Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj“. U istraživanju je sudjelovalo 202 ispitanika. Većina ispitanika bila je ženskog spola njih 59,4% (120) dok su muški ispitanici bili zastupljeni u postotku od 40,6% njih 82. Najviše je ispitanika u dobi od 34 do 49 godina, većina njih ima završenu srednju školu (40,1%) te se većina izjasnila da imaju od 21 do 30 godina radnog staža. Velika većina ispitanika je u radnom odnosu a najviše ih se izjasnilo da su im mjesečna primanja od 900 do 1500 eura.

Na pitanja o poduzetništvu i poznavanju pojma 88,6 % ispitanika se izjasnilo da zna a 47,5% se izjasnilo da ima viziju baviti se poduzetništvom. Na pitanje o imanju samopouzdanja i upornosti za poduzetništvo, velika većina njih 73,8% izjasnilo se potvrdno. 78,2% ispitanika upoznato je s procesom pokretanja vlastitog posla a velika većina ispitanika (86,6%) smatra poduzetništvo kao dobar izbor karijere. Na pitanje o podršci obitelji 92,6 % ispitanika izjasnilo se da bi ih obitelj i prijatelji podržali a njih 79,2% izjasnilo se da bi im obitelj i financijski pomogla u počecima pokretanja vlastitog posla.

Na pitanje ispitanicima s mogućnošću odabira više odgovora „Što smatrate uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj?“ najviše ispitanika njih 86,6% navelo je kao uzrok porezno opterećenje. Na postavljeno pitanje: “Što bi prema vašem mišljenju bile glavne

možnosti za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj?“ ispitanici su u većini, njih 75,7% odgovorili da bi više ulaganja u poduzetništvo i izdašnija dodjela financijskih resursa (krediti, subvencije) utjecali na razvoj i napredak poduzetništva.

Slijede pitanja vezana za potvrđivanje ili opovrgavanje hipoteze H1 i H2 gdje su pitanja postavljena pomoću Likertove skale i ispitanici su ocijenili tvrdnje ocjenama od 1 do 5 s time da 1 predstavlja najmanju moguću ocjenu- ne slažem se u potpunosti, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se a 5 predstavlja najveću moguću ocjenu- slažem se u potpunosti.

Anketna pitanja koja su korištena za potvrđivanje hipoteze H1 su pitanje 14, 15, 16,17 i 18.

- Prvo pitanje za hipotezu H1 odnosi se na slaganje ili neslaganje s tvrdnjom „Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata“ te se većina ispitanika složila s tom tvrdnjom. 70,8% ispitanika ocijenilo je tvrdnju ocjenom 5.
- Drugo pitanje odnosilo se na tvrdnju „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh“ te se većina ispitanika, njih 73,8% u potpunosti složila s tvrdnjom te ju ocijenila ocjenom 5.
- Treće pitanje odnosilo se na tvrdnju „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“ a većina ispitanika njih 108 (53,5%) ocijenila je tvrdnju ocjenom 5 a 58 ispitanika (28,7%) s tvrdnjom se slaže.
- Četvrto pitanje odnosi se na tvrdnju „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“ ispitanici su većinom ocijenili najvećom ocjenom 5 njih 134 (63,3%) a 59 (29,2%) ocjenom 4.
- Peto pitanje odnosi se na tvrdnju „Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline“ ispitanici su u većini njih 127 (62,9%) ocijenili ocjenom 5 a njih 19,3% s tvrdnjom se slaže.

Na temelju navedenih pitanja i odgovora ispitanika, zaključuje se kako se većina njih u potpunosti složila i složila s tvrdnjama te se tako prihvaća hipoteza H1: „Osobe koje imaju samopouzdanja, razumiju prilike i izazove sklonije su ući u rizik i pokrenuti poduzetnički pothvat“.

Anketna pitanja koja su korištena za potvrđivanje hipoteze H2 su pitanje 21, 22, 24, 25 i 28.

- Prvo pitanje za hipotezu H2 odnosilo se na slaganje ili neslaganje s tvrdnjom „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane“ te se većina ispitanika u potpunosti složila s tom tvrdnjom. 62,9 % ocijenilo je tvrdnju ocjenom 5.
- Drugo pitanje odnosilo se na tvrdnju „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu“ koju je 125 (61,9%) ispitanika ocijenilo ocjenom 5 a 23,3% ispitanika ocjenom 4.
- Treće pitanje odnosilo se na slaganje ili neslaganje s tvrdnjom „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata“ te se velika većina ispitanika njih 70,3% slaže u potpunosti s tvrdnjom.
- Četvrto pitanje odnosilo se na tvrdnju „Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj“ ispitanici su u većini ocijenili ocjenom 5 (60,4%) a njih (25,2%) ocjenom 4.
- Peto pitanje odnosilo se na slaganje ili neslaganje s tvrdnjom „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga“ te su se ispitanici izjasnili, njih 121 (59,9%) da se slažu u potpunosti a 52 ispitanika (25,7%) se slaže s navedenom tvrdnjom.

Na temelju navedenih pitanja i odgovora ispitanika, zaključuje se kako se većina njih u potpunosti složila i složila s tvrdnjama te se tako prihvaća hipoteza H2: „Veća briga za poduzetničke aktivnosti i podrška Vlade Republike Hrvatske u obliku poticaja više će osnažiti ekonomski rast i razvoj poduzetništva.“

Prema rezultatima istraživanja ispitanici znaju što je poduzetništvo, smatraju da je dobar izbor karijere i imaju viziju baviti se njime, upoznati su s postupkom pokretanja poduzetničkog pothvata i smatraju da bi ih njihova okolina podržala i financijski im pomogla. Iz rezultata istraživanja može se zaključiti da je važno imati samopouzdanje za pokretanje poduzetničkog pothvata ali i podršku svoje okoline kako bi ušli u rizik i postali poduzetnikom. Na putu rasta i razvoja poduzetnika i poduzetništva bitna je podrška države koja svojim programima poticaja, uz više ulaganja i izdašniju dodjelu financijskih resursa, strategijama razvoja i brigom omogućava poduzetnicima lakše poslovanje bez poreznih opterećenja i ostanak u domaćem okruženju poduzetništva a sve u svrhu boljitka i razvoja gospodarstva zemlje.

## 6.5. Ograničenja istraživanja

U provođenju istraživanja na temu „Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ postojala su ograničenja istraživanja.

Istraživanje se provelo na relativno malom broju ispitanika. 202 ispitanika je ispunilo anketu, te je uzorak slučajan odabir.

Anketni upitnik ispunilo je više osoba ženskog roda, 59,4% (120) a muških ispitanika bilo je 82 (40,6%). Ravnopravniji odnos muških i ženskih ispitanika bio bi povoljniji za rezultate istraživanja.

U dobnoj skupini ispitanici nisu ravnomjerno raspoređeni. Ispitanici stari između 34 i 49 godina čine većinu od 54,5% dok je vrlo mali broj ispitanika iz dobne skupine 66 i više godina, njih 2 (1%). Najviše ispitanika ima završenu srednju školu, njih 40,1% a ograničenjem se također smatra i da nema ispitanika sa završenim poslijediplomskim studijem i doktoratom.

Iako ima navedenih ograničenja, provedeno istraživanje donijelo je određene spoznaje o interesima za bavljenje poduzetništvom i mišljenje ispitanika o poticanju i brizi o poduzetništvu na koje utječe država Republika Hrvatska te je istraživanje ujedno pokazatelj za mogućnost proširenja istraživanja na neke druge probleme i teme vezane za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj.

## 7. ZAKLJUČAK

Pokretanje poslovnog pothvata početak je poduzetničkih aktivnosti, a njihov rast i razvoj intenzivira stvaranje nove vrijednosti za cjelinu društva. Poduzetnik je najvažnija karika u tom procesu, a o njegovom znanju i inovativnosti ovisi konkurentan i održiv rast poslovnog pothvata. Poduzetništvo ima veliku važnost u demokratizaciji društva, osnažuje pojedince, djeluje inovativno i odgovorno je za perspektivu društva. Važno je da kapacitet poduzetništva bude ravnomjerno rasprostranjen regionalno, u društvu i bez obzira na rodnost, dob ili obrazovnu strukturu. Poduzetnici (mali i srednji) su važni u održavanju vitalnosti gospodarske strukture te traže usklađenu i intenzivnu politiku Vlade u svim fazama životnog ciklusa njihovog poslovanja. U Hrvatskoj postoji sustavna i kontinuirana analiza poduzetništva i poduzetničkih aktivnosti, te ocjena stanja i ekonomskih kretanja. Međutim, poduzetništvo se u nedovoljnoj mjeri promiče, izostaje i kontinuirana poduzetnička edukacija građana, a osobito među mladim ljudima. Mladi ljudi su uzdanica hrvatskog poduzetništva, te bi se trebala voditi briga da im se usade visoki moralni kriteriji i osjećaj za društvene vrijednosti i potrebe kako bi i sami jednog dana bili kreatori društva blagostanja naše zemlje. Svakodnevno se sluša o negativnim aspektima u Hrvatskoj, što mlade ljude tjera da po završetku školovanja napuste svoj dom i traže zaposlenje u nekoj od razvijenijih i uređenijih država. Republika Hrvatska mora mjerama i poticajima potaknuti i zaintrigirati mlade buduće poduzetnike da ostanu tu, da sami sebe zaposle, ali i da realiziraju poslovne poduhvate koji će pridonijeti jačanju poduzetništva i društvu u cjelini. Republika Hrvatska mora poticati i društveno odgovorno poduzetništvo s ciljem unapređenja kvalitete življenja, odnosno dobrobitima koje se pojavljuju a zatim se odražavaju na lokalnu zajednicu i društvo u cjelini.

Republika Hrvatska mora pojačati intenzitet poticanja i razvoja poduzetništva na svim razinama te otvoriti prostor svim inozemnim ulagačima koji u našoj zemlji mogu pronaći mjesto za svoje poslovanje. Republika Hrvatska bi inovativnim i agilnijim poduzetništvom sustigla razvijene zemlje u svojem okruženju i omogućila bolji i ugodniji život svim svojim građanima te postigla dugo očekivano blagostanje u ekonomiji.

Za kraj citat iz knjige doc.dr.sc. Marije Ivaniš (2018: 11) kojim se poduzetnicima poručuje:

*„Opazi da ljepota i nada uvijek postoje, čak i u nemogućim okolnostima. Uvijek je netko spreman pružiti ruku i pomoć onima koji pomoć traže. Nemoj tratiti vrijeme sanjareći o boljoj budućnosti. Stvaraj bolju budućnost danas i bez obzira na sva tvoja briljantna rješenja, jedino što vrijedi je zasukati rukave, suzbiti strahove i sumnje i krenuti u akciju. Ti jesi promjena koju želiš u svijetu i učini nešto za ovaj svijet!“*



## LITERATURA

1. Bartolović, V. (2017) *Uloga sustava vrijednosti i ključnih sudionika u razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/282754> (pristup 23.05.2023.)
2. Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G., (2015) *Poduzetništvo*. Varaždin: Sveučilište Sjever
3. Buble, M., Kružić, D., (2006) *Poduzetništvo: Realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRIF
4. Brušić, A., Cvitanović, V., Gregov, Z., Kutnjak, V., Tomić, Žanić, V., (2009) *Poduzetništvo*, Zagreb: Vern
5. Byers, T., Dorf, R., Nelson, J.,(2015) *Tehnološko poduzetništvo: Od ideje do tvrtke*. Zagreb: Tehničko veleučilište u Zagrebu
6. CEPOR Izvješće za 2021. g. URL: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> (pristup 10.06.2023.)
7. CEPOR, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.(2013) Oberman Peterka, S., URL: [http://www.cepor.hr/Poduzetnicko\\_obrazovanje\\_policy%20brief CEPOR final.pdf](http://www.cepor.hr/Poduzetnicko_obrazovanje_policy%20brief CEPOR final.pdf) (pristup 20.05.2023.)
8. CEPOR, URL: <https://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/> (pristup 31.05.2023.)
9. CEPOR Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2021 URL: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> (pristup 01.06.2023.)
10. Collins, E, Devanna, M.A, (2002) *Izazovi menadžmenta u XXI. stoljeću*, Zagreb: Mate
11. Ćorić, G., Luketić, J. (2022) *Iskustva, stavovi i preporuke useljenika koji su u Republici Hrvatskoj pokrenuli vlastiti posao*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/405325> (pristup 22.05.2023.)
12. Digitalna komora.(2023) URL: <https://digitalnakomora.hr/e-zakonodavstvo/sud-casti/clanci/sud-casti-pri-hgk> (pristup 16.05.2023.)
13. DZS (2023), Osnovni strukturno-poslovni pokazatelji poduzeća u 2021. URL: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29180> (pristup 01.06.2023.)

14. FINA, (2023) URL: <https://www.fina.hr/-/u-2021.-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-gotovo-1-33-milijuna-zaposlenih> (pristup 21.05.2023.)
15. FINA: Novosti (2023) URL: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2021.-godini-razvrstani-po-velicini> (pristup 08.06.2023.)
16. FINA(2023.)URL: <https://www.fina.hr/-/poduzetnici-hrvatske-u-2022.-godini-ostvarili-neto-dobit-u-iznosu-od-46-9-milijardi-kuna%C2%A0> (pristup 01.06.2023.)
17. GEM HRVATSKA 2021: Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom URL: [https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti\\_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf](https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti_dokumenti/GEM%20publikacija%202021%20WEB.pdf) (pristup 10.06.2023.)
18. Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023. Global Report URL: [file:///C:/Users/HP/Downloads/open%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/open%20(1).pdf) (pristup 31.05.2023.)
19. Hrvatska banka za obnovu i razvoj. URL: <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (pristup 20.05.2023.)
20. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. URL: <https://hamagbicro.hr/o-nama/misija-vizija-ciljevi-vrijednosti/> (pristup 20.05.2023.)
21. Hrvatski zavod za zapošljavanje, URL: <https://mjere.hr/katalog-mjera/mjere-aktivnog-zaposljavanja/> (pristup 10.06.2023.)
22. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D.,(2011) *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o.
23. Horvat, Đ., Tintor, Ž., (2006) *Poduzetnička ekonomija*. Zagreb: Trgovačka akademija
24. Hunjet, A., Kozina, G., (2014) *Osnove poduzetništva*. Varaždin: Sveučilište Sjever
25. Hunjet, A., Cvetko, S., Radolović, S., (2022) *Poduzetništvo u obrazovanju*.URL: <https://vallisaurea.org/8th%20IC%20Vallis%20Aurea.pdf> (pristup 14.05.2023.)
26. Hunjet, A., Kozina, G., (2013) *Poduzetničko obrazovanje temeljeno na društvenoj odgovornosti*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/192501> (pristup 14.05.2023.)
27. Ivaniš, M. (2015) *Poslovna etika i duhovnost u procesu korporativnoga upravljanja*. Rijeka: Naklada Kvarner
28. Ivaniš, M., (2018) *Društveno poduzetništvo*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci
29. Kolaković, M.,(2006) *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija
30. Kotlica, S., Rankov, S.(2013) *Doba poduzetništva*. Beograd: Megatrend
31. Krneta, M., Alfrević A.M., Rendulić, D. (2017) *Učinkovitost Poduzetničkog obrazovanja -percepcija studenata u Hrvatskoj*. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Radojko->

- [Lukic/publication/326488992 Deferred Tax In The Retail Trade/links/5b5087160f7e9b240fede013/Deferred-Tax-In-The-Retail-Trade.pdf](https://hrcak.srce.hr/publication/326488992/Deferred-Tax-In-The-Retail-Trade/links/5b5087160f7e9b240fede013/Deferred-Tax-In-The-Retail-Trade.pdf) (pristup 21.05.2023.)
32. Knežević, D., Žiljak, N., (2018) *Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s izabranim zemljama svijeta*, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/312594> (pristup 03.06.2023.)
33. Morić Milovanović, B., Tutić, Ž., (2021) *Poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke potporne institucije u Hrvatskoj*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/391117> (pristup 14.05.2023.)
34. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. URL:<https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/poduzetnicka-infrastruktura/7583> (pristup 20.05.2023.)
35. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja URL: <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/1065> (pristup 03.06.2023.)
36. Nacionalna razvojna strategija do 2030. URL: <https://hrvatska2030.hr/wp-content/uploads/2021/02/Nacionalna-razvojna-strategija-RH-do-2030.-godine.pdf> (pristup, 10.06.2023.)
37. Ribić, D., Pleša Puljić, N (2020) *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga
38. Škrtić, M., Mikić, M., (2011) *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija
39. Tafra, V., *Nacionalna strategija učenja za poduzetništvo*. (2012) URL: <https://hrcak.srce.hr/file/192154> (pristup 08.06.2023.)
40. Ustav Republike Hrvatske URL: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske> (pristup 08.06.2023.)
41. Vlada Republike Hrvatske, Plan oporavka i otpornosti 2021-2026 URL: <https://planoporavka.gov.hr/o-planu/9> (pristup 01.06.2023.)
42. Vojvodić, I., Šimić Banović, R.,(2019) *Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/326602> (pristup 21.05.2023.)
43. Vukučević, A. Živković, L. (2019) *Aspekti razvoja inovacijskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj*. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/342232> (pristup 25.05.2023.)
44. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (N.N 29/02 do 121/16) <https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva>(pristup: 10.05.2023.)

45. Zakon o trgovačkim društvima (N.N 111/93 do 18/23) URL:

<https://www.zakon.hr/z/546/Zakon-o-trgova%C4%8Dkim-dru%C5%A1tvima>

(pristup 08.03.2023.)

46. Zakon unapređenju poduzetničke infrastrukture (N.N. 93/13 do 138/21)

<https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke->

[infrastrukture](https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-) (pristup 08.06.2023.)

## **POPIS SLIKA**

Slika 1. Stručne ocjene okvirnih poduzetničkih uvjeta.....	55
Slika 2. Zaposleni po djelatnostima u ožujku 2023. godine.....	56

## **POPIS TABLICA**

Tablica1. Registrirani pravni subjekti na dan 31.03.2022.godine.....	48
Tablica 2. Veličina poslovnih subjekata i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2019. i 2020. godini.....	49
Tablica 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020.godine.....	57
Tablica 4. Financijski rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini.....	58
Tablica 5. Opis uzorka istraživanja, n=202.....	78
Tablica 6. Cronbach Alpha koeficijent.....	97
Tablica 7. Deskriptivna statistika – hipoteza H1.....	98
Tablica 8. Statistički podaci – hipoteza H1.....	100
Tablica 9. T- TEST hipoteza H1.....	101
Tablica 10. Pearsonov koeficijent korelacije- hipoteza H1.....	102
Tablica 11. Deskriptivna statistika – hipoteza H2.....	103
Tablica 12. Statistički podaci – hipoteza H2.....	105
Tablica 13. T-test – hipoteza H2.....	106
Tablica 14. Pearsonov koeficijent korelacije- hipoteza H2.....	107

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da znate što je poduzetništvo?“.....	80
Grafikon 2. Prikaz odgovora na pitanje „Imate li viziju baviti se poduzetništvom?“.....	80
Grafikon 3. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da imate dovoljno samopouzdanja i upornosti koja je potrebna za poduzetništvo?“.....	81
Grafikon 4. Prikaz odgovora na pitanje „Da li ste upoznati s procesom pokretanja vlastitog posla?“.....	81
Grafikon 5. Prikaz odgovora na pitanje „Smatrate li da je poduzetništvo dobar izbor karijere?“.....	82

Grafikon 6. Prikaz odgovora na pitanje „Da li bi Vas Vaša obitelj i prijatelji podržali u odluci o pokretanju vlastitog posla?“.....	82
Grafikon 7. Prikaz odgovora na pitanje „Da li bi Vam Vaša obitelj financijski pomogla u samim počecima pokretanja vlastitog posla?“ .....	83
Grafikon 8. Ocjene tvrdnje „Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata.“.....	84
Grafikon 9. Ocjene tvrdnje „Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh“.....	84
Grafikon 10. Ocjene tvrdnje „Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom“ .....	85
Grafikon 11. Ocjene tvrdnje „Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom“ .....	86
Grafikon 12. Ocjene tvrdnje „Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline“ .....	86
Grafikon 13. Ocjene tvrdnje „Poduzetnici imaju važnu ulogu u inovacijama i stvaranju novih proizvoda i usluga te su značajni za razvoj gospodarstva“ .....	87
Grafikon 14. Ocjene tvrdnje „Ocijenite koliko ste upoznati s načinima na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo.“ .....	88
Grafikon 15. Ocjene tvrdnje „Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajne i kontinuirane.“ .....	88
Grafikon 16. Ocjene tvrdnje „Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu.“ .....	89
Grafikon 17. Ocjene tvrdnje „Poduzetnici ne koriste dovoljno sredstava koja su dostupna putem EU fondova“.....	90
Grafikon 18. Ocjene tvrdnje „Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata.“ .....	90
Grafikon 19. Ocjene tvrdnje „Veći poticaji za poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj.“ .....	91

Grafikon 20. Ocjene tvrdnje „Vrlo je važno poticati i podržavati poduzetništvo u svojoj lokalnoj zajednici.“ .....	92
Grafikon 21. Ocjene tvrdnje „Više ulaganja u turistički sektor je ključno za razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj s obzirom na veliki turistički potencijal zemlje.“ .....	93
Grafikon 22. Ocjene tvrdnje „Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga.“ .....	93
Grafikon 23. Ocjene tvrdnje „Obrazovanje poduzetnika je važno i utječe na njegov uspjeh poslovanja.“ .....	94
Grafikon 24. Ocjene tvrdnje „U osnovnim školama bi se trebalo učiti o poduzetništvu kao vještini za budući uspjeh.“ .....	94
Grafikon 25. Ocjene tvrdnje „Inovativnost i tehnološki napredak su ključni i neophodni za održivost i konkurentnost u poduzetništvu.“ .....	95
Grafikon 26. Prikaz odgovora na pitanje: „Što smatrate glavnim uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj?“ .....	96
Grafikon 27. Prikaz odgovora na pitanje: „Što bi prema Vašem mišljenju bile glavne mogućnosti za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj?“ .....	97

## **PRILOG:** Anketni upitnik

### **Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj**

Poštovani/a !

Zamolila bih Vas da odvojite nekoliko minuta za ispunjavanje ovog anketnog upitnika za potrebe izrade diplomskog rada na temu "Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj", na diplomskom studiju Sveučilište Sjever, smjer Poslovna ekonomija. Anketni upitnik je anoniman a rezultati istraživanja koristit će se isključivo za potrebe pisanja diplomskog rada.

Unaprijed Vam zahvaljujem na uloženom vremenu,

Blaženka Bijelić

blbijelic@unin.hr Promijeni račun

Nije dijeljeno

\* Označava obavezno pitanje

#### **1. Spol \***

Muški

Ženski

#### **2. Kojoj dobnoj skupini pripadate? \***

18-33

34-49

50-65

66 i više godina

#### **3. Razina stečenog obrazovanja? \***

osnovna škola

srednja škola

viša stručna sprema

visoka stručna sprema

poslijediplomski studij, doktorat

#### **4. Radni status: \***

student

zaposlen/a

nezaposlen/a

umirovljenik

#### **5. Ukupni radni staž: \***

>1

do 10

11-20

21-30

31 i više

#### **6. Kolika su Vaša ukupna mjesečna primanja? \***

> 500 €

500 € - 900 €

900 € - 1500 €



1500 € i više

**7. Smatrate li da znate što je poduzetništvo? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**8. Imate li viziju baviti se poduzetništvom? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**9. Smatrate li da imate dovoljno samopouzdanja i upornosti koja je potrebna za poduzetništvo? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**10. Da li ste upoznati s procesom pokretanja vlastitog posla? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**11. Smatrate li da je poduzetništvo dobar izbor karijere? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**12. Da li bi Vas Vaša obitelj i prijatelji podržali u odluci o pokretanju vlastitog posla? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

**13. Da li bi Vam Vaša obitelj finansijski pomogla u samim počecima pokretanja vlastitog posla? \***

Da

Ne

Nisam siguran/a

Molim Vas da u nastavku prilikom odgovora na pitanje izrazite (ocijenite) Vaše slaganje ili neslaganje s navedenom tvrdnjom ocjenom od 1 do 5, s time da **1 predstavlja najmanju moguću ocjenu** - ne slažem se u potpunosti, **2**-ne slažem se, **3** - nit se slažem niti se ne slažem, **4**- slažem se a **5 predstavlja najveću moguću ocjenu** -u potpunosti se slažem.

**14. Slažete li se s tvrdnjom: "Osobe s visokim stupnjem kreativnosti i upornosti sklonije su i sposobnije prepoznati prilike za pokretanje poduzetničkog pothvata." \***

Ne slažem se u potpunosti

1

2

3

4

5

U potpunosti se slažem

**15. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnik mora biti hrabar i preuzeti ozbiljan rizik kako bi postigao uspjeh." \***

\*

Ne slažem se u potpunosti

1

2

3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**16. Slažete li se s tvrdnjom : "Osobe koje su sklonije riziku bolje su pripremljene za suočavanje s izazovima koje donosi bavljenje poduzetništvom."**

\*

Ne slažem se u potpunosti

1  
2  
3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**17. Slažete li se s tvrdnjom: "Samopouzdanje i spremnost na procjenu i preuzimanje rizika važni su za bavljenje poduzetništvom." \***

Ne slažem se u potpunosti

1  
2  
3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**18. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetniku početniku za uspješno pokretanje posla ključna je podrška obitelji i okoline." \***

Ne slažem se u potpunosti

1  
2  
3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**19. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnici imaju važnu ulogu u inovacijama i stvaranju novih proizvoda i usluga te su značajni za razvoj gospodarstva." \***

Ne slažem se u potpunosti

1  
2  
3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**20. Ocijenite koliko ste upoznati s načinima na koje Vlada Republike Hrvatske potiče i podržava poduzetništvo. \***

Nisam upoznat

1  
2  
3  
4  
5

U potpunosti sam upoznat

**21. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetništvom bi se bavilo puno više ljudi ukoliko bi potpore države bile značajnije i kontinuirane." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**22. Slažete li se s tvrdnjom: "Veći poticaji za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj mogu pozitivno utjecati na konkurentnost zemlje na međunarodnom tržištu." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**23. Slažete li se s tvrdnjom: "Poduzetnici ne koriste dovoljno sredstava koja su dostupna putem EU fondova." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**24. Slažete li se s tvrdnjom: "Bolja digitalizacija državne administracije i minimiziranje administrativnih postupaka pomoglo bi poduzetništvu i potaknulo na pokretanje poduzetničkog pothvata." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**25. Slažete li se s tvrdnjom: "Veći poticaji poduzetništvu doprinijeli bi ekonomskom rastu i razvoju u Republici Hrvatskoj." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**26. Slažete li se s tvrdnjom: "Vrlo je važno poticati i podržavati poduzetništvo u svojoj lokalnoj zajednici." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**27. Slažete li se tvrdnjom: "Više ulaganja u turistički sektor je ključno za razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj s obzirom na veliki turistički potencijal zemlje." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**28. Slažete li se s tvrdnjom: "Nedostatak poduzetnika i slabije poduzetništvo utječu na gospodarstvo (smanjenje dodane vrijednosti, manji BDP) a time i na veću ovisnost o uvozu roba i usluga." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**29. U kojoj mjeri se slažete s tvrdnjom: "Obrazovanje poduzetnika je važno i utječe na njegov uspjeh poslovanja." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**30. U kojoj se mjeri slažete s tvrdnjom: "U osnovnim školama bi se trebalo učiti o poduzetništvu kao vještini za budući uspjeh." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

U potpunosti se slažem

**31. Slažete li se s tvrdnjom: "Inovativnost i tehnološki napredak su ključni i neophodni za održivost i konkurentnost u poduzetništvu." \***

Ne slažem se u potpunosti

- 1
- 2

3  
4  
5

U potpunosti se slažem

**32. Što smatrate glavnim uzrokom niske poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj?**

(Mogućnost odabira više odgovora)

Strah od neuspjeha poduzetničkog pothvata

Niska razina specifičnih znanja i know-how-a

Niska razina inovacija i njihovog transfera na tržište

Nedostatak financijske pismenosti

Nedostatak dostupnih edukacija o poduzetništvu

Nepoznavanje stvarnih potreba kupaca na tržištu

Nedovoljna poticajna politika Vlade

Porezno opterećenje

Niske razine istraživanja tržišta i poslovnih sektora

Nedovoljan doprinos visokog obrazovanja u izgradnji kompetencija za poduzetništvo.

**33. Što bi prema Vašem mišljenju bile glavne mogućnosti za bolji napredak i razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj?**

(Mogućnost odabira više odgovora)

Više ulaganja u poduzetništvo i izdašnija dodjela financijskih resursa (krediti i subvencije)

Organiziranje edukativnih i savjetodavnih programa za poduzetnike (kontinuirana edukacija)

Ulaganje u informacijsku i prometnu infrastrukturu

Ulaganje u istraživanje i razvoj

Poticanje inovacija i ulaganje u razvoj novih tehnologija

Prilagodba propisa i zakonske regulative poduzetnicima

Uvođenje u osnovno obrazovanje stjecanje poduzetničkih znanja i vještina

Stalno praćenje i kontrola provedbi strategija razvoja poduzetništva

Podnesi

Izbriši obrazac

Ovaj obrazac izrađen je unutar domene Sveučilište Sjever. [Prijava zloupotrebe](#)

Obrasci



### IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Blaženka Bijelić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Strategije razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Blaženka Bijelić  
(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.