

Poduzetničko okruženje Hrvatske i konkurenata prema GEM istraživanjima

Hržina, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:330238>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

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



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Marko Hržina

**PODUZETNIČKO OKRUŽENJE HRVATSKE I
KONKURENATA PREMA GEM ISTRAŽIVANJIMA**

(Završni rad)

Rijeka, 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

PODUZETNIČKO OKRUŽENJE HRVATSKE I KONKURENATA PREMA GEM ISTRAŽIVANJIMA

(Završni rad)

MENTOR

dr.sc. Davor Širola, prof.v.š.

STUDENT

Marko Hržina

MBS: 2423031444/13

Rijeka, rujan, 2020.

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom Poduzetničko okruženje Hrvatske i konkurenata prema GEM istraživanjima izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr. sc. Davora Širole.

Ime i prezime



(potpis studenta)

**VELEUČILIŠTE U RIJECI
POSLOVNI ODJEL**

Rijeka, 10.06.2020.

**ZADATAK
za završni rad**

Pristupniku: Marko Hržina

MBS: 2423031444/13

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

**PODUZETNIČKO OKRUŽENJE HRVATSKE I
KONKURENATA PREMA GEM ISTRAŽIVANJIMA**

Sadržaj zadatka:

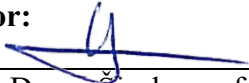
U teoretskom dijelu završnog rada prikazati i obrazložiti važnost poduzetništva za gospodarski razvoj, kao i sastavnice sustava koji predstavlja poduzetničko okruženje i jednu od odrednica konkurentnosti poslovnih subjekata. Opisati i prikazati definicije ključnih pokazatelja koje obuhvaćaju GEM istraživanja, a koja su raspoloživa za države odabrane za praktični dio rada. U sklopu dijela primjene teorije analizirati i usporediti odabrane pokazatelje iz GEM (i drugih) rezultata istraživanja za Republiku Hrvatsku i države koje se mogu smatrati njenim gospodarskim konkurentima. Komentirati komparaciju rezultata i ponuditi obrazloženja uočenih razlika u trendovima ili poziciji Hrvatske u odnosu na pojedine države.

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

Zadano: 10.06.2020.


Predati do: 15.09.2020.

Mentor:



Dr. sc. Davor Širola, prof.v.š.

Pročelnica odjela:



Mr. sc. Anita Stilin, v. pred.

Zadatak primio dana: 10.06.2020.



Marko Hržina

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupnici

Sažetak

Pojam poduzetništva definira se kao proces stvaranja nove vrijednosti različitih resursa, a koji značajno pridonosi gospodarskom rastu zemlje i razvoju društva općenito. Otvaranje radnih mjesta, poticanje zapošljavanja te korištenje znanja i vještina za potrebe stvaranja inovativnih proizvoda i usluga nema samo utjecaj na nacionalno gospodarstvo, već i na ono globalno. Nadalje, činjenica je kako značajan utjecaj na poslovanje određenog poduzeća ima poduzetnička, odnosno poslovna okolina. U Republici Hrvatskoj poslovna okolina predstavlja svojevrsan granični faktor ključan za razvoj poduzetništva. Prilagodba poduzeća od posebne je važnosti u analizi vanjskih čimbenika okoline. U ovom radu poslovna okolina promatra se u međunarodnoj perspektivi i to kroz elemente konceptualnog okvira GEM istraživanja. Predmet analize je Republika Hrvatska i njezini konkurenti. Za potrebe analize poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske, Bugarske, Rumunjske, Slovenije, Slovačke i Mađarske analizirani su sljedeći pokazatelji: ukupna rana poduzetnička aktivnost dobivena TEA indeksom, zatim poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti mjerena TEA indeksom, motivacijski indeks, razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnosti (uočene prilike ili nužnosti), poduzetničke namjere, percipirane prilike, odnosno mogućnosti, percipirane sposobnosti, učešće "odraslih" poduzeća i stopa odrastanja, strah od neuspjeha, visok status uspješnih poduzetnika, poduzetništvo kao karijera te relativno noviji pokazatelj, a to je NECI indeks. Prilikom analize poduzetničkog okruženja Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine te Srbije analizirali su se sljedeći pokazatelji: globalni indeks inovativnosti (GII), položaj odabranih zemalja na rang ljestvici *Doing Business* istraživanja i bodovni rezultati te indeks percepcije korupcije za odabrane zemlje.

Ključne riječi: poduzetništvo, poslovna okolina, GEM istraživanje.

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Problem i predmet rada.....	1
1.2. Svrha i cilj rada.....	1
1.3. Znanstvene metode	2
1.4. Struktura rada	2
2. Važnost poduzetništva za razvoj gospodarstva	4
2.1. Karakteristike poduzetničke okoline u republici hrvatskoj	6
2.2. Utjecaj globalizacije na poduzetničku okolinu.....	8
2.3. Odrednice konkurentnosti kao ključnog gospodarskog čimbenika.....	10
3. Obuhvat GEM istraživanja	14
3.1. Analiza ključnih pokazatelja poduzetničkog okruženja hrvatske i odabranih konkurenata	15
4. Zaključak	36
Literatura	38
Popis grafikona.....	39
Popis slika.....	40
Popis tablica.....	40

1. Uvod

Izgradnja i napredak gospodarstva određene zemlje usko je vezan uz stupanj razvijenosti poduzetništva u toj zemlji. Drugim riječima, poduzetnički razvoj neke zemlje uvjetovan je stupnjem njezinog ekonomskog, društvenog, gospodarskog i institucionalnog razvoja. Pojam poduzetničke okoline objašnjava se kao poduzetnička klima i poduzetničko okruženje. Iako ova dva prethodno spomenuta pojma nisu istoznačna, u cjelini čine poduzetničku okolinu. Dakle, poduzetnička okolina predstavlja uvjete u kojima posluje, odnosno djeluje određeno poduzeće. Njezine ključne specifičnosti su sljedeće: neizvjesnost na ekonomskom planu te značajan utjecaj vremena, zatim fragmentiranost i segmentiranost tržišta, dizajn, kvaliteta, postprodajno servisiranje, eliminiranje ekonomije obujma u kontekstu masovne proizvodnje, internacionalizacija poslovanja, rekonstruiranje velikih poduzeća i nestajanje tradicionalne poduzetničke strukture. Odgovor na pitanje što je ekonomska konkurentnost proizlazi iz različitih definicija. Svjetski ekonomski forum, koji mjeri konkurentnost među državama od 1979. godine, definira ekonomsku konkurentnost kao skup institucija, politika i faktora koji određuju razinu produktivnosti zemlje. Dakle, konkurentno gospodarstvo karakterizira prije svega produktivnost, koja osim što vodi ka rastu, vodi i do veće razine prihoda, odnosno, ona poboljšava dobrobit.

1.1. Problem i predmet rada

Problem rada usmjeren je na utvrđivanje sličnih karakteristika, ali i bitnih razlika hrvatskog poduzetničkog okruženja i poduzetničkog okruženja konkurenata. **Predmet** rada je poduzetničko okruženje Hrvatske i konkurenata prema GEM istraživanju.

1.2. Svrha i cilj rada

Svrha rada usmjerena je na komparativnu analizu Hrvatske i konkurenata, ali i na teorijsko objašnjavanje u radu navedenih i grafički prikazanih podataka. **Cilj rada** je što preciznije i jasnije objasniti poduzetničko okruženje Hrvatske i konkurenata služeći se pritom podacima dobivenim iz GEM istraživanja i grafičkim prikazima.

1.3. Znanstvene metode

Istraživanje i proučavanje stručne ekonomske literature i različitih objavljenih publikacija predstavljaju osnovno polazište prilikom izrade ovog rada. Svi sistematizirani rezultati koji su prikazani u radu rezultat su primjene različitih znanstvenih metoda, a to su: metoda analize i sinteze, zatim metoda deskripcije, povijesna metoda, induktivna metoda i metoda kompilacije.

1.4. Struktura rada

Završni rad strukturiran je na način da je podijeljen na četiri poglavlja. Prvo poglavlje obuhvaća uvod rada. Ovim poglavljem obuhvaćeni su problem i predmet rada, zatim svrha i cilj rada, znanstvene metode i struktura rada.

U drugom poglavlju analizirana je i teorijski objašnjena važnost poduzetništva za razvoj gospodarstva. Dan je pregled definiranja samog pojma poduzetništva i poduzetnika te je objašnjena uloga poduzetništva u gospodarskom rastu i razvoju pojedine zemlje. Osim toga, u sklopu ovog poglavlja objašnjene su i karakteristike poduzetničke okoline u Republici Hrvatskoj, zatim utjecaj

globalizacije na poduzetničku okolinu te odrednice konkurentnosti kao ključnog gospodarskog čimbenika.

Treće poglavlje odnosi se na obuhvat GEM istraživanja. Definiran je sam pojam GEM istraživanja, njegovo provođenje u povijesti, fokus istraživanja te konačan doprinos u analizi poduzetničke okoline. Također, u sklopu ovog poglavlja obuhvaćena je i analiza ključnih pokazatelja poduzetničkog okruženja Hrvatske i odabranih konkurenata.

U petom poglavlju iznesen je zaključak rada, točnije naglasci teorijskog dijela do dobiveni zaključci iz analize provedenih istraživanja. Na kraju rada navedena je sva korištena relevantna stručna literatura te popis grafikona, slika i tablica.

2. Važnost poduzetništva za razvoj gospodarstva

Definiranje pojma "poduzetništvo" moguće je na različite načine. U stručnoj se ekonomskoj literaturi poduzetništvo definira kao sposobnost pokretanja određene akcije, odnosno poduzimanje određene aktivnosti sa svrhom ostvarivanja željenog cilja, pri čemu je poduzetnik spreman na borbu, odnosno na neizvjesnost pothvata i pojavu određenih vrsta rizika (Kružić, 2007., 171). Drugim riječima, poduzetništvo je djelatnost poduzetnika koja je usmjerena na pokretanje, organiziranje i inoviranje poslovanja poduzeća, s ciljem stvaranja novog tržišta (Jašarević, Kuka, 2015., 37). Sukladno modernoj ekonomskoj teoriji, nositelj gospodarske aktivnosti, ekonomski subjekt i nositelj razvoja je sam poduzetnik. On ulaže vlastiti kapital s ciljem provođenja određene gospodarske djelatnosti, pa samim time, posjeduje autonomiju djelovanja i pravo na profit. Ukratko, poduzetnik uspostavlja vezu između tržišta rada, usluga i kapitala (Buble, Kružić, 2006., 40). Bitno je i napomenuti kako poduzetnici imaju i izuzetnu sposobnost umrežavanja, a svoje poslovanje započinju s onim što su (njihove osobine, sklonosti i sposobnosti), zatim s onim što znaju (njihovo znanje, iskustvo) i onima koje znaju, točnije uz pomoć društvenih i profesionalnih mreža (Širola, 2014., 3).

Važnost poduzetništva očituje se u promicanju društvenih promjena, ali i u pokretanju inovacija. Opće je poznato kako ekonomski razvoj u osnovi podrazumijeva svojevrsan proces promjene prema gore pri čemu se stvarni dohodak po glavi stanovnika u određenom vremenskom razdoblju povećava. U ovom slučaju, poduzetnici imaju značajnu ulogu u ekonomskom razvoju. Naime, oni služe kao katalizatori u procesu industrijalizacije i gospodarskog rasta (Shubhanwita, 2017., 5). Ukoliko se poduzetnici ne koriste određenim tehnološkim pomacima, tada sam tehnički napredak neće dovesti do ekonomskog razvoja. Bitno je napomenuti kako državna regulacija ima ključnu ulogu. Naime, u slučaju nereguliranosti poduzetništva, vrlo često dolazi do neželjenih socijalnih ishoda, nepoštene tržišne prakse, raširene korupcije kao i pojave kriminalnih aktivnosti. U strukturi današnjeg ekonomskog sistema, malo i srednje poduzetništvo karakterizira izuzetna snaga koja u velikoj mjeri pridonosi poboljšanju nacionalne gospodarske strukture. Kada je riječ o

tržištu Republike Hrvatske, ključno je istaknuti kako je malo i srednje poduzetništvo zapravo generator zapošljavanja, ali i ekonomskog razvoja te gospodarskog rasta.

Nadalje, razvoj poduzetništva i gospodarstva pojedine zemlje obostrano je uvjetovan. Naime, kako je već prethodno spomenuto, poduzetništvo generira radna mjesta, a upravo takvo generiranje ide u prilog samom gospodarstvu. S obzirom na pretpostavku kako gospodarska razvijenost određene zemlje pridonosi povećanju stope zaposlenosti, činjenica je kako istu nije moguće uspostaviti bez prethodno razvijenog poduzetništva. Osim toga, ključne pretpostavke poduzetništva su i mogućnost uvođenja inovacija, ulaganje raspoloživih resursa te širenje na nova tržišta. Upravo te pretpostavke determiniraju poduzetništvo kao proces koji je u konstantnom kretanju, ali je pritom i jedan od vodećih resursa razvoja države. Njegova ključna uloga, ali i svojevrstan doprinos očituje se i u razvoju ukupnog društva. S obzirom na to da je poduzetništvo aktivnosti čiji je prioritetni cilj ekonomska korist, sasvim je razumna i prilagodba potrebama potrošača, odnosno potrebama tržišta na kojem djeluje samo poduzeće. Kada je riječ o konkurentnosti poduzeća, ista se prije svega očituje u tome koliko poduzeće uspijeva predvidjeti i unaprijed zadovoljiti potrebe tržišta na kojem djeluje (Buble, Kružić, 2006., 46).

Pod pojmom razvijenog gospodarstva prvenstveno se misli na ono gospodarstvo koje je orijentirano na poduzetništvo, te u kojem su uspostavljeni osnovni preduvjeti za uspješno obavljanje poduzetničkih aktivnosti. Nadalje, ovaj ključni čimbenik poduzetničke okoline, zapravo diktira stanje poduzetništva. Povezanost među njima očituje se u prikupljanju kapitala, organizaciji proizvodnje, kombiniranju inputa, odnosno potrebnih resursa, odlučivanju o količini outputa sukladno potražnji na tržištu te u preuzimanju rizika uzimajući u obzir pretpostavku da svi resursi moraju biti angažirani i plaćeni (Jašarević, Kuka, 2015., 76).

Kada je riječ o povećanju broja poduzeća, važno je napomenuti kako ono nije moguće bez općenitog poboljšanja gospodarstva. Iz navedenog proizlazi i sljedeće a to je da povećanje broja poduzeća podrazumijeva prilagođavanje institucija i gospodarstva općenito a sve to kako bi se

olakšao i unaprijedio sam rad, ali i konkurentnost kako na nacionalnoj tako i na međunarodnoj razini. Kako je već prethodno spomenuto porast malog gospodarstva pridonosi rastu gospodarstva općenito. Republika Hrvatska sukladno tome, teži ostvarenju rasta malog gospodarstva kroz povećanje broja uspješnih poduzeća, ali i kroz povećanje proizvodnje, uspostavljanje povoljnog poduzetničkog okruženje te poticanjem lakšeg načina financiranja malih poduzetnika. Konačan rezultat takve politike ne samo da ima značajan utjecaj na poduzetništvo države već pridonosi i postizanju boljih rezultata ključnih za napredak sveukupnog gospodarstva (Kružić, 2007., 118-120).

Budući naponi razvoja poduzetništva u područjima nerazvijenih zemalja zahtijevaju snažnu logističku podršku, izdašna kapitalna ulaganja i kvalificiranu radnu snagu. Ponuda jedinstvene robe, smanjuje ovisnost o zastarjelim sustavima i tehnologijama. Navedeno rezultati poboljšanom kvalitetom života građana, sveopćim blagostanjem, ali i većom ekonomskom slobodom (Jašarević, Kuka, 2015., 82).

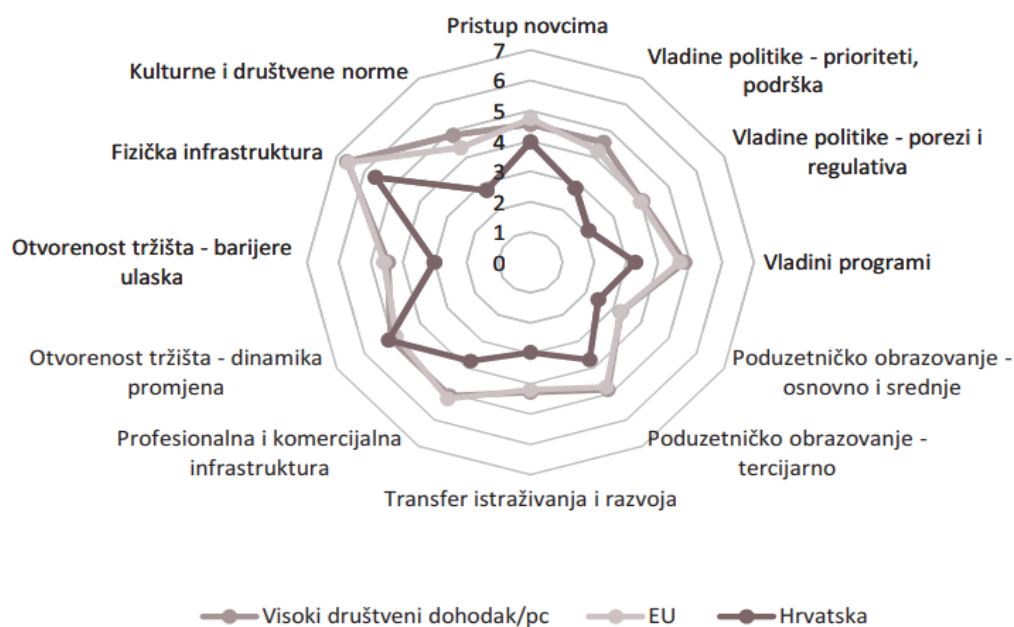
2.1. Karakteristike poduzetničke okoline u Republici Hrvatskoj

Efikasnu poduzetničku okolinu karakterizira doprinos u smislu poboljšanja kapaciteta pojedinaca prilikom identifikacije poslovnih prilika i oblikovanja namjera vezanih uz pokretanje poslovnog pothvata. Takva efikasnost ključna je pretpostavka u svim fazama poslovnih pothvata, dakle, od njegova pokretanja, pa sve do rasta i izlaska. Kada je riječ o poduzetničkoj okolini Republike Hrvatske važno je napomenuti kako je ona zapravo nekvalitetna, pa samim time uvelike destimulira, odnosno otežava poduzetničku aktivnost (Knežević, Žiljak, 2018., 179-180).

Raspoloživost i kvaliteta telekomunikacijske i prometne infrastrukture te dinamika domaćeg tržišta jedina su dva čimbenika koja potiču na poduzetničku aktivnost. S druge pak strane, vladine politike koje su orijentirane ka regulatornom okviru, barijere ulaska na tržište, niska razina

transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme, nizak doprinos osnovnog, ali i srednjoškolskog obrazovanja koji ključnu ulogu ima u izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih osoba, predstavljaju temeljne ograničavajuće, odnosno destimulirajuće čimbenike poduzetničke okoline Republike Hrvatske (Singer et.al., 2018., 9). U nastavku rada slikom 1. prikazana je kvaliteta čimbenika poduzetničke okoline u Republici Hrvatskoj i u usporednim grupacijama za razdoblje 2018. godine.

Slika 1. Kvaliteta čimbenika poduzetničke okoline u Republici Hrvatskoj i u usporednim grupacijama za razdoblje 2018. godine



Izvor: Singer et.al., 2018., 95

Dugoročnost prethodno spomenutih i prikazanih problema vezanih uz tržišne barijere, usko je vezana sa ocjenama vladinih politika. Republika Hrvatska, sukladno brzini i lakoći regulacije funkcioniranja, jedna je od najlošijih zemalja članica Europske unije. Sukladno iznesenim činjenicama, jasno se može zaključiti kako je ključna transformacija gospodarskog sektora u

Republici Hrvatskoj. Upravo bi se transformacijom omogućila konkurentnost nadolazećim stranim tržištima. Osim transformacije, još jedan od prioriteta svakako je razvoj menadžmenta u području javne uprave kako bi se lakše odredili prioriteti, ali i donosile učinkovite odluke koje će ubrzati javne usluge. Stoga su izazovi u tekućoj 2020. godini, za Republiku Hrvatsku usmjereni na reformu javne uprave i teritorijalni ustroj države, digitalizaciju javne uprave i njezinih servisa, jačanje onih sektora koji su ključni za dostatnost po pitanjima nacionalne sigurnosti, točnije, sektora hrane, lijekova i javnog zdravstva, rad na jačanju investicija u području privatnog sektora kroz različite fondove rizičnog kapitala, crowdfunding-a i poslovnih anđela, sveukupna reforma državnog pravosuđa te postizanje Tripe Helix koncepta suradnje kako akademskog, tako i poslovnog te vladinog sektora po pitanju inovativnosti i konkurentnosti (Nacionalno Vijeće za Konkurentnost, 2020., 1).

2.2. Utjecaj globalizacije na poduzetničku okolinu

U današnje vrijeme, suvremeno poduzetništvo teži ka istraživanju šire problematike te nastoji pronaći uzročno – posljedične veze između poduzetništva i razine ekonomske razvijenosti. Osim toga, u obzir se uzimaju i prednosti kao i nedostaci primjene određenog poduzetničkog ponašanja kako u neprofitnom tako i u javnom sektoru, zatim specifičnosti korporativnog, obiteljskog i ženskog poduzetništva, potencijali poduzetništva općenito te smanjenje prepreka izazvanih administrativnim postupanjem (Širola, 2014., 1).

Međunarodno poslovanje izraz je koji se koristi za opisivanje svih komercijalnih transakcija, poput primjerice privatnih i državnih, prodaje, ulaganja, logistike i transporta koji se događaju između dvije ili više regija, država i nacija izvan njihovih političkih granica. Drugim riječima, međunarodno poslovanje odnosi se na one poslovne aktivnosti koje uključuju prekogranične transakcije robe, usluga ili resursa između dvije ili više država. Poduzeća koja su aktivna u međunarodnom poslovanju nazivaju se multinacionalnim poduzećima. Dakle, multinacionalno poduzeće je poduzeće ili korporacija koja posjeduje velike tvrtke i resurse te

obavlja različite poslovne aktivnosti putem mreže podružnica smještenih u različitim zemljama (Ball et.al., 2001., 61). Pri tome svaka grana poduzeća oblikuju svoju poslovnu strategiju koja se temelji na različitim tržištima karakteristikama. Sjedište multinacionalnog poduzeća je u jednoj zemlji, ali zato poslovne aktivnosti usmjerene su u nekoliko različitih zemalja.

Moderna liberalna, kapitalistička i ekonomska akcija zapravo je konglomerat brojnih faktora i razloga, analiza, informacija, sredstava, medija, vještina i predispozicija općenito. U smislu minimalizirane prepreke i otvorenost svijeta, neizbježni proces globalizacije i poslovne akcije predstavlja projekt koji je suočen sa potencijalnim uspjehom, ali i sa rizikom, odnosno potencijalnim neuspjehom. Također, naglasak na ovim aspektima usmjeren je prvenstveno na uspjeh, ali i na pouzdanost poslovnih pothvata čiji je krajnji cilj ekonomsko zadovoljstvo, minimizacija rizika te uspostavljanje dugoročnog iskustva radi održavanja profitabilnog i uspješnog poslovanja određenog poduzeća u određenom poslovnom okruženju (Ristovska, 2014., 84-85).

Od industrijske revolucije pa sve do danas traje nepovratna globalna ekonomska integracija. Razlozi su jednostavni, posao i dobit ne poznaju granice, postoje određene nacionalne i kulturne karakteristike, gdje je više ili manje obostrana korist od određene suradnje prepoznata te se sukladno tome i odmah uspostavlja poslovna veza. Nadalje, globalne promjene u svijetu, promjene u političkim, ekonomskim i poslovnim aktivnostima kao i razvoj tehnologije, prometa i komunikacija nameću borbu poduzeća za opstanak i to prvenstveno kroz promjenu strategije i izlazak van granica vlastite države. Ograničeno tržište, pritisak konkurencije, potražnja za jeftinijim resursima i dinamika razdoblja postmoderne, prisiljava poslovne lidere da promijene fokus poslovanja i to na tradicionalne ciljeve alternativnih mjera za uspješno poslovanje. Ključna komponenta u ovom slučaju je i ulazak poduzeća na globalno tržište s ciljem stvaranja konkurentne prednosti (Cavusgil et.al., 2008., 102).

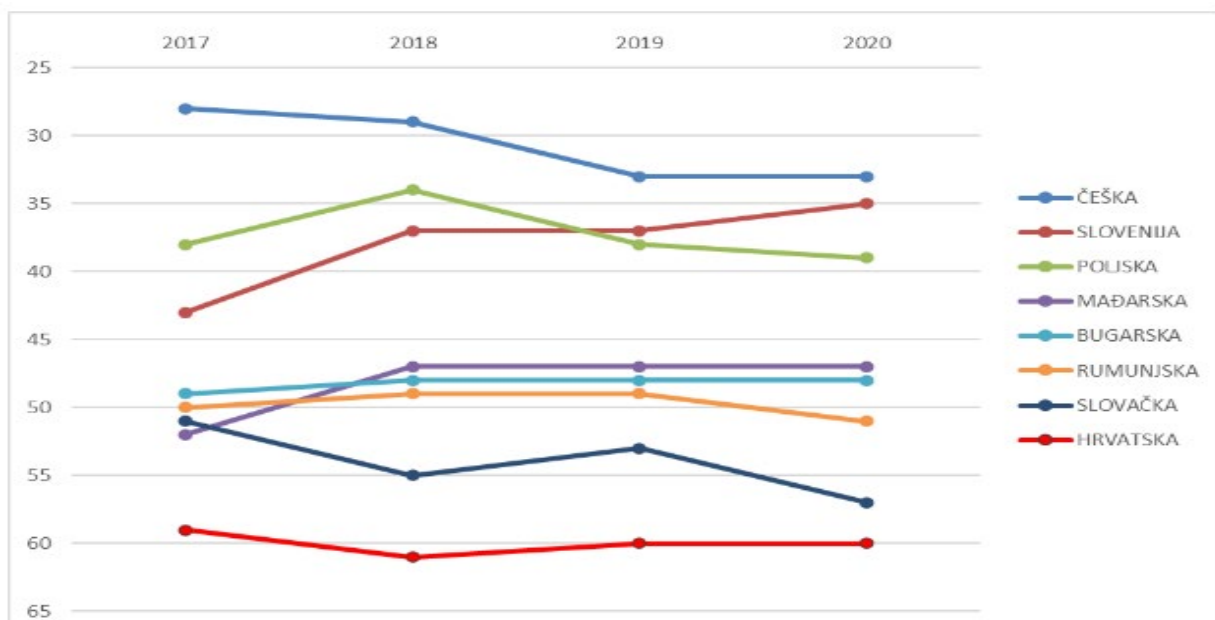
Činjenica je kako je današnje poduzetništvo vodeći globalni proces. Preduvjet takve globalizacije je pojava interneta te njegova primjena od strane velikog broja ljudi. Sukladnoj takvoj povezanosti, može se zaključiti kako poduzetništvo u velikoj mjeri ovisi o promjenama proizašlima iz same globalizacije, budući da su poslovanja prilagođena uglavnom globalizaciji.

2.3. Odrednice konkurentnosti kao ključnog gospodarskog čimbenika

Ključan čimbenik održivog ekonomskog razvoja društva svakako je konkurentnost. Drugim riječima, konkurentnost predstavlja održivi rast produktivnosti na koji zajednički utjecaj imaju upravo makroekonomska te mikroekonomska okolina. Osim što predstavlja temelj ekonomskog razvoja, konkurentnost je i svojevrsan kriterij koji služi za ocjenjivanje, odnosno procjenu stanja pojedinog gospodarstva. U stručnoj se ekonomskoj literaturi navodi i kako mikroekonomska razina koja se odnosi na poslovanje poduzeća, najveći utjecaj ima na blagostanje gospodarstva određene zemlje. Kako je već prethodno spomenuto, razina konkurentnosti ukazuje na to koliki je zapravo potencijal određene države za postizanjem dugoročnog gospodarskog rasta i to učinkom i potencijalom za rast. Izvoz, produktivnost, troškovi i investicije su prema piramidi konkurentnosti osnovne ekonomske veličine koje pokazuju učinak određenih čimbenika konkurentnosti (Lacković, Dragišić, 2006., 52). Osim toga, karakterizira ih i međudjelovanje na temelju kojeg se određuje gospodarski rast, zaposlenost i kvaliteta života općenito. Bitno je i napomenuti kako su osim prethodno spomenutih pokazatelja, značajni i troškovni, cjenovni te tehničko – tehnološki pokazatelji konkurentnosti. Troškovna i cjenovna konkurentnost rezultat je razine ulaznih proizvodnih troškova, zatim poreznog opterećenja poslovanja te stupnja u kojem se potiče tržišno natjecanje. S druge pak strane, tehničko – tehnološka konkurentnost rezultat je dostignute razine razvoja vlastite ili uvezene tehnologije, a kao ključni čimbenici njezinog razvoja ističu se inovacije i znanje.

Kada je riječ o konkurentnosti hrvatskog gospodarstva može se reći kako je gospodarstvo izuzetno složeno, a karakterizira ga prije svega nedovoljan rast BDP-a i konkurentnosti te pad inovativnosti. U ukupnoj strukturi gospodarstva, prerađivačka industrija u Republici Hrvatskoj i njezina konkurentnost na europskom i svjetskom tržištu, u velikoj mjeri zaostaje s obzirom na druge zemlje članice Europske unije. Posljedica toga su nepovoljne tehnološke promjene, odnosno povećanje obujma proizvodnje u radno intenzivnim industrijama te smanjenje proizvodnje u tehnološko – intenzivnim industrijama (Šokčević et.al., 2018., 212). Takav negativan trend prisutan je zadnjih 15-ak godina. Nadalje, s ciljem djelovanja i promicanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, 2002. godine, točnije na inicijativu poslovnog sektora, Hrvatske udruge poslodavaca (HUP) i Vlade Republike Hrvatske osnovano je Nacionalno vijeće za konkurentnost. Ovo nezavisno savjetodavno tijelo sastavljeno je od ukupno 24 člana i to iz četiri interesne skupine – poslovnog sektora, vlade, sindikata i akademske zajednice. Djelovanje ovog Nacionalnog vijeća usmjereno je na stvaranje dijaloga, partnerstva i konsenzusa vezanima uz programe i politike koje su od ključne važnosti za održivi rast i razvoj Republike Hrvatske. Na službenim stranicama Vijeća nalazi se grafički prikaz konkurentnosti Republike Hrvatske i drugih zemalja članica Europske unije, prikazan u nastavku rada. Rezultati su objavljeni od strane Instituta za razvoj poslovnog upravljanja (IMD), a čiji je partner i Nacionalno vijeće za konkurentnost.

Grafikon 1. Konkurentnost hrvatskog gospodarstva i drugih gospodarstava zemalja članica Europske unije, u razdoblju od 2017. – 2020. godine



Izvor: <http://konkurentnost.hr/imd-godisnjak-svjetske-konkurentnosti-2020-konkurentnost-bez-promjena/>

Kako je već u naslovu napomenuto, podaci se odnose na razdoblje od 2017. do 2020. godine. Osim Republike Hrvatske, obuhvaćeni su i rezultati Češke, Slovenije, Poljske, Mađarske Bugarske, Rumunjske i Slovačke. 2017. godine značajan porast konkurentnosti imale su Mađarska, Slovenija i Poljska. Nešto blaži, ali jednaki trend imale su Bugarska i Rumunjska. Najveći pad imala je Slovačka, a potom i Češka te Hrvatska. U razdoblju 2018. godine, Češka, Slovačka i Hrvatska bilježe pad konkurentnosti, dok sve ostale bilježe blagi porast. 2019. godine pad konkurentnosti imala je Češka, dok su primjerice Mađarska, Bugarska i Rumunjska držale jednaki trend kao i prethodne godine. Blagi porast zabilježen je u Hrvatskoj, dok je značajniji zabilježen u Slovačkoj. Prema novijim podacima za 2020. godinu, pad konkurentnosti bilježe Poljska, Rumunjska i Slovačka. Jednaki trend kao i prethodne godine imaju Mađarska, Češka, Bugarska i Hrvatska. Međutim, prema ovogodišnjem se izvješću, Hrvatska nalazi na 60 mjestu od ukupno 63

svjetske ekonomije. Singapur je na prvom mjestu, nakon čega slijede Danska, Švicarska, Nizozemska, Hong Kong, Švedska, Norveška, Kanada i Sjedinjene Američke Države.

U konačnici, dugoročnu stabilnost i održivost pojedinog gospodarstva uvjetuju prije svega konkurentna poslovna zajednica zajedno sa konkurentnom poslovnom okolinom. Uz pomoć njih se naposljetku uspostavlja porast zaposlenosti i produktivnost, zatim porast bruto domaćeg proizvoda (BDP-a) te bolji životni standard građana općenito. Bitno je istaknuti i kako osim poslovne zajednice, značajnu ulogu u razvoju mikroekonomske konkurentnosti ima i državna vlast. Njihova međusobna suradnja usmjerena je na modernizaciju tehnologije i informatizacije sustava, zatim na ulaganje u procese restrukturiranja, stvaranje društva znanja kroz ulaganja u području ljudskih resursa, razvoj poduzetništva, izgradnja tržišta kapitala, uspostavljanje efikasnih državnih mjera te rad na jačanju izvozne propulzivnosti.

3. Obuhvat GEM istraživanja

GEM istraživanje, poznato i pod engleskim nazivom *Global Entrepreneurship Monitor*, predstavlja najveće svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti, koje je još od 1999. godine inicirano od strane deset najrazvijenijih zemalja svijeta. Konzorcij je postao najbogatiji izvor pouzdanih informacija o stanju poduzetništva i poduzetničkih sustava širom svijeta, a godišnje objavljuje ne samo globalno izvješće GEM-a, već i niz nacionalnih i posebnih tematskih izvještaja. Prva godišnja studija GEM-a obuhvatila je ukupno deset zemalja, te je od tada oko 115 zemalja iz svih krajeva svijeta sudjelovalo u istraživanju. Kao rezultat toga, GEM danas slovi kao visoko umrežena organizacija. Sa sigurnošću se može reći kako je takva organizacija ujedno i najveća studija poduzetničke dinamike u tijeku. Nadalje, glavni fokus istraživanja usmjeren je na praćenje poduzetničke aktivnosti i to na individualnoj razini, kao i praćenje poduzetničke okoline kroz određene faze ponašanja i karakteristike poduzetničkog ponašanja. Vertikalna usporedba istraživanja odnosi se na promjene koje se događaju unutar zemlje, dok se horizontalna usporedba odnosi na komparativni prikaz različitosti između pojedinih zemalja (Knežević, Žiljak 2018., 182). Na godišnjoj se razini objavljuju i svojevrsni indikatori ukupne poduzetničke aktivnosti i poduzetničke okoline, i to u obliku izvještaja globalnih rezultata svih uključenih zemalja. Također, izrađuju se i pojedinačni izvještaji za svaku zemlju.

Rezultate istraživanja koriste brojne međunarodne institucije, poput primjerice Svjetske banke, Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), Europske banke za obnovu i razvitak (EBRD), ali i vlade pojedinih država prilikom kreiranja vlastitih politika usmjerenih ka poduzetništvu. Tijekom 22 godine postojanja, *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) više je puta značajno pridonio takvim naporima. Tome u prilog ide i činjenica kako je nakon velike recesije 2008. godine, istraživanje zapravo omogućilo kreatorima politika vrijedan uvid u to kako najbolje potaknuti poduzetništvo kako bi se još jednom inicirao ekonomski rast i napredak općenito.

Za Republiku Hrvatsku GEM istraživanje predstavlja nezaobilazan izvor informacija nositeljima politika koji djeluju na nacionalnoj razini, ali i drugim institucijama koje su orijentirane međunarodno. Rezultati se primjenjuju prilikom kreiranja politika, programa i određenih instrumenata koji pridonose stvaranju stimulativne poduzetničke okoline. Od 2002. godine, GEM istraživanje na području Republike Hrvatske provodi Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR. Ova neprofitna organizacija osnovana je Sporazumom između Republike Hrvatske i Instituta Otvoreno društvo – Hrvatska. Fokus djelovanja CEPOR institucije orijentiran je na izgradnju poduzetničke kulture, poticanje učinkovitog institucionalnog, ali i regulatornog okvira i uspostavljanje snažnog ekonomskog rasta koji se prvenstveno temelji na međunarodnoj konkurentnosti. Prilikom analize poduzetničke okoline Republike Hrvatske, CEPOR analizira sljedeće elemente poduzetničke okoline, a to su: pristup novcima, zatim vladine politike i programe koji su usmjereni isključivo prema poduzetništvu, poduzetničko obrazovanje, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna, komercijalna i fizička infrastruktura, otvorenost domaćeg tržišta te kulturne, ali i društvene norme (Singer et.al., 2018., 78-79).

3.1. Analiza ključnih pokazatelja poduzetničkog okruženja Hrvatske i odabranih konkurenata

Trećim poglavljem rada obuhvaćena je analiza ključnih pokazatelja poduzetničkog okruženja Hrvatske i tranzicijskih zemalja, odnosno odabranih konkurenata. Osnova za provedbu analizu i ocjenu određenih pokazatelja je objavljeno GEM istraživanje te Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj za spomenuto razdoblje. Svi su podaci u radu prikazani tablično te su za potrebe boljeg razumijevanja i teorijski objašnjeni. Zemlje koje su uključene u analizu su Republika Hrvatska i tranzicijske zemlje, točnije Bugarska, Slovačka, Slovenija, Mađarska i Rumunjska.

Jedan od indikatora poduzetničke aktivnosti svakako je ukupna rana poduzetnička aktivnost (*eng. Total Early – stage Entrepreneurial Activity – TEA*) koja se može promatrati sa motivacijskog

stajališta, stupnja uključenosti, zatim sa stajališta utjecaja poslovnog pothvata, inovativnosti i sektora (Bosma, Kelley, 2019., 18-20) U GEM istraživanju rana se poduzetnička aktivnosti mjeri postotkom odrasle populacije u dobi od 18-64 godine koji su pokrenuli određeni poslovni pothvat ne stariji od tri mjeseca, ali i oni koji imaju poslovni pothvat stariji od tri mjeseca ali mlađi od 42 mjeseca. U nastavku rada tablicom 1. prikazana je ukupna rana poduzetnička aktivnost za razdoblje 2013. – 2019. godine, a iskazana je u %.

Tablica 1. Ukupna rana poduzetnička aktivnost za razdoblje 2013. - 2019. godine dobivena TEA indeksom (u %)

Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	8.3%	6.3%	7.7%	8.4%	8.9%	9.6%	10.5%
Bugarska			3.5%	4.8%	3.7%	6.0%	6.0%
Slovačka	9.5%	10.9%	9.6%	9.5%	11.8%	12.1%	13.3%
Slovenija	6.5%	6.3%	5.9%	8.0%	6.9%	6.4%	7.8%
Mađarska	9.7%	9.3%	7.9%	7.9%			
Rumunjska	10.1%	11.4%	10.8%				

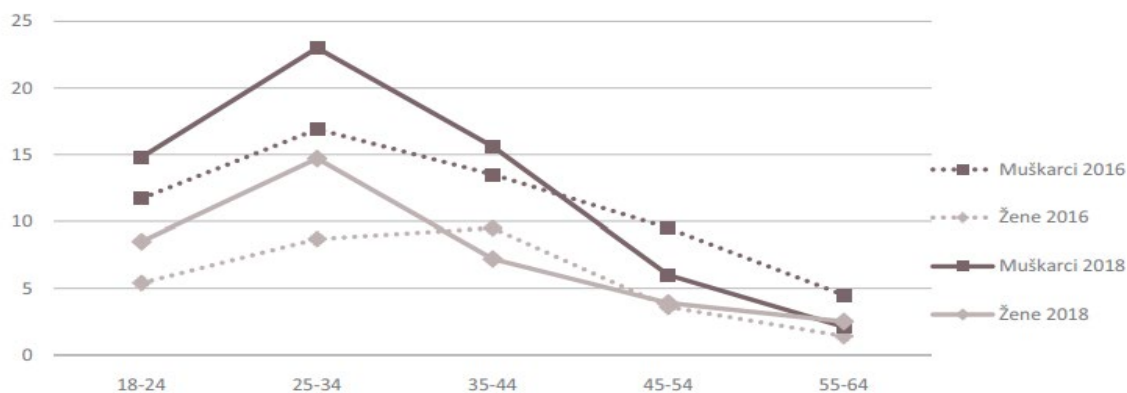
Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Za Republiku Hrvatsku, Bugarsku, Slovačku i Sloveniju dostupni su podaci i za razdoblje 2019. godine. Za Mađarsku su dostupni podaci do 2016. godine, dok su za Rumunjsku dostupni do 2015. godine. Iz tablice je vidljivo kako je ukupna rana poduzetnička aktivnost u Republici Hrvatskoj u konstantnom porastu. Nešto blaži pad zabilježen je 2014. godine kada je iznosio 6.3%, dakle 2% manje nego 2013. U Bugarskoj je TEA indeks najniži bio 2015. godine, 3.5%, a kontinuirano najviši 2018. i 2019. godine. U skupini promatranih tranzicijskih zemalja Slovačka bilježi najveći TEA indeks. Prema posljednjim podacima u razdoblju 2019. godine TEA indeks Slovačke veći je za 1.2% s obzirom na 2018. godinu. U razdoblju 2019. godine ukupna rana poduzetnička aktivnost u Sloveniji iznosi 7.8%. Najveći TEA indeks u Mađarskoj zabilježen je 2013. i 2014. godine. Jednaki postotak TEA indeksa zabilježen je 2015. i 2016. godine a iznosi

7.9%. Posljednja u nizu promatranih zemalja je i Rumunjska. Prema dostupnim podacima TEA indeks u 2013. godini iznosio je 10.1%, a 2014. godine 11.4%. Pad od 0.6% u toj je zemlji zabilježen 2015. godine. Prosjek TEA indeksa na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 7.6%. S obzirom na tu činjenicu jasno se može zaključiti kako su Republika Hrvatska i Slovačka iznad prosjeka Europske unije.

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti pruža uvid u uključenost, pametnu specijalizaciju, odnosno sektorski fokus, ali i uvid u uravnoteženost regionalnog razvoja. Sve prethodno navedeno predstavlja u konačnici svojevrstni indikator kvalitete života u određenoj zemlji. Bitno je napomenuti kako je veća uravnoteženost zabilježena u zemljama koje imaju visoku nezaposlenost, ali i u visoko razvijenim zemljama (Singer et.al., 2018., 46). Grafikonom 2. u nastavku rada prikazana je poduzetnička aktivnost po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi za razdoblje 2016. i 2018. godine.

Grafikon 2. Poduzetnička aktivnost po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi za razdoblje 2016. i 2018. godine



Izvor: Singer et.al., 2018., 48

Prikazani podaci na grafikonu odnose se na područje Europske unije. U 2018. godini poduzetnički najaktivniji su muškarci u dobi od 25-34 godine, zatim muškarci u dobi od 35-44 godine te muškarci u dobi od 18-24 godine. Slabija poduzetnička aktivnost kod muškaraca za istu je godinu zabilježena za dobnu skupinu od 45-54 godine i 55-64 godine. Slično kretanje za istu je rodnu i dobnu strukturu zabilježeno i 2016. godine. Kada je riječ o poduzetničkoj aktivnosti žena u 2018. godini, jasno se može zaključiti kako je struktura najaktivnijih u dobi od 25-34 godine. Slijedi aktivnost u dobi od 18-24 godine a nešto niža od prethodne je kod žena u dobi od 35-44 godine. Najmanja poduzetnička aktivnost zabilježena je kod žena u dobi od 45-54 godine te u dobi od 55-64 godine. Promatrajući podatke za 2016. godinu, vidljivo je kako su poduzetnički najaktivnije bile žene u dobi od 35-44 godine, nakon čega slijede žene u dobi od 25-34 godine. Razlika u poduzetničkoj aktivnosti kod žena, točnije u strukturi dobnih skupina, uvjetovana je majčinstvom, ali i ravnopravnošću onih uvjeta koji pridonose razvoju uloge u organizaciji obiteljskog života pojedine žene.

U nastavku rada dan je pregled poduzetničke aktivnosti po kriteriju rodosti mjerjen TEA indeksom za razdoblje 2013. – 2019. godine i to za određene skupine zemalja. Svi podaci u tablici izraženi su u %.

Tablica 2. Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti mjerena TEA indeksom za razdoblje 2013. – 2019. godine (u %)

Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	0.5%	0.4%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%
Bugarska			0.7%	0.8%	0.7%	0.9%	
Slovačka	0.6%	0.5%	0.5%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%
Slovenija	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.4%	0.6%
Mađarska	0.6%	0.4%	0.5%	0.5%			
Rumunjska	0.6%	0.4%	0.5%				

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Rodna uravnoteženost ili neuravnoteženost poduzetničkih aktivnosti zadržava se na određenim razinama. U Republici Hrvatskoj aktivnost muškaraca u pokretanju poduzetničkog pothvata za razliku od žena kreće se u rasponu od 0.4 - 0.6%. Jednaka statistika zabilježena je i za Sloveniju, Mađarsku i Rumunjsku. Nadalje, u razdoblju 2015. – 2018. godine, u Bugarskoj se aktivnost muškaraca u pokretanju poduzetničkog pothvata kreće u rasponu od 0.7 – 0.9%. U Slovačkoj se u razdoblju od 2013. – 2019. godine aktivnost muškaraca u pokretanju poduzetničkog pothvata za razliku od žena kreće u rasponu od 0.5 – 0.7%. Iz navedenog proizlazi kako se razlika u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena očituje u kombinaciji majčinstva i organizaciji obiteljskog života pa i samog kulturološkog konteksta. Bitno je istaknuti kako je ovaj pokazatelj važan za one institucije koje su zadužene za stvaranje odgovarajućih uvjeta u kojima i žene mogu ostvariti vlastite poduzetničke aktivnosti jednako kao i muškarci.

GEM istraživanje obuhvaća i praćenje nastalih promjena u motivacijskom indeksu. On se definira kao omjer ranih poduzetničkih pothvata pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti, a upućuje na kvalitativnu dimenziju poduzetničke aktivnosti (Singer et.al., 2019., 19) Bitno je napomenuti kako je poželjno da motivacijski indeks bude veći od 1. Iz navedenog proizlazi kako ima više onih koji su svojom voljom ušli u poduzetničku aktivnost, jer su uvidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti te su sukladno tome i dobro pripremljeni za realizaciju vlastitih namjera. Ukoliko je motivacijski indeks ispod 1 to znači da ima više onih koje je određena situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, iako u principu oni to nisu niti željeli. Stoga ulazak u poduzetničku aktivnost zbog nužde znači slabljenje poduzetničkog kapaciteta u vrlo osjetljivoj ranoj fazi pothvata. Također, kao takav uglavnom je privremeno rješenje, odražava se na voljnost ulaganja osobnih i financijskih resursa čime se povećava rizik smanjenja stope preživljavanja na tržištu. Drugim riječima, nizak motivacijski indeks ukazuje na nedovoljnu pripremljenost u pokretanju i vođenju poduzetničkog pothvata. Nadalje, on upozorava i na vrlo krhku gospodarsku osnovicu u postupku generiranja nove vrijednosti. Važnost motivacijskog indeksa očituje se i u transformaciji novih poduzetničkih pothvata u tzv. "odrasla" poduzeća. U konačnici, visok motivacijski indeks odražava optimističnu poslovnu atmosferu, pa su za njegovo održavanje zaduženi i različiti segmenti poduzetničke okoline iz kojih proizlaze višestruke odgovornosti.

U nastavku rada tablicom 3. prikazan je motivacijski indeks za razdoblje 2013. – 2018. godine.

Tablica 3. Motivacijski indeks za razdoblje 2013. – 2018. godine

Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Republika Hrvatska	0.8	0.6	1.0	1.3	1.2	1.4
Bugarska			0.9	1.1	1.1	1.0
Slovačka	1.0	1.6	1.7	1.0	1.4	1.8
Slovenija	2.2	1.8	1.9	2.7	2.5	2.0
Mađarska	1.4	1.1	2.2	2.6		
Rumunjska	1.0	1.7	1.2			

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Analiza motivacijskog indeksa obuhvaća Republiku Hrvatsku, Bugarsku, Slovačku, Sloveniju, Mađarsku i Rumunjsku. Iz tablice je vidljivo kako je motivacijski indeks kod odabrane skupine zemalja uglavnom nizak. Naime, u razdoblju 2018. godine prosjek na razini Europske unije iznosio je 5.3. To znači da Europska unija u prosjeku ima pet puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike. U Republici Hrvatskoj najmanji motivacijski indeks zabilježen je 2013. godine, 0.8. Porast motivacijskog indeksa zabilježen je sve do 2017. godine. Prema podacima iz 2018., u Republici Hrvatskoj ima 1.4 više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike. Najmanji motivacijski indeks u Bugarskoj zabilježen je 2015. godine, a iznosio je 0.9. Najveći te ujedno i kontinuirani motivacijski indeks zabilježen je u razdoblju 2017. – 2018. godine, a iznosio je 1.1. U Slovačkoj je najmanji motivacijski indeks zabilježen 2013. godine, 1, dok je najveći zabilježen 2018., 1.8. Od svih promatranih zemalja, Slovenija prednjači sa porastom motivacijskog indeksa u zemlji. Naime, on se kreće u rasponu od 1.8 – 2.7. Prema posljednjim podacima u 2018. godini, u Sloveniji je dva puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike. Jednako dobar trend imala je i Mađarska 2016. godine. Prema posljednjim dostupnim podacima, u toj je zemlji 2016. godine motivacijski indeks

iznosio 2.6. Na području Rumunjske u razdoblju 2013. – 2015. godine motivacijski indeks kreće se u rasponu od 1.0 – 1.7.

Još jedan od GEM indikatora obuhvaća razloge ulaska u poduzetničku aktivnost s obzirom na uočene prilike ili nužnosti. Informacije o njima usko su vezane uz razumijevanje važnosti motivacijskog indeksa. Naime, omjer ranih poduzetničkih pothvata koji su inicirani iz uočene prilike ili nužnosti na sub-nacionalnoj razini pridonosi tumačenju razvijenosti, odnosno nerazvijenosti pojedine regije (Bosma, Kelley, 2019., 52).

U nastavku rada tablicom 4. prikazani su razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost, odnosno uočene prilike ili nužnosti za razdoblje 2013. – 2018. godine, iskazane u %.

Tablica 4. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočene prilike za razdoblje 2013. – 2018. godine (u %)

Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Republika Hrvatska	0.9%	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%	0.9%
Bugarska			1.1%	1.1%	0.9%	0.9%
Slovačka	1.4%	1.0%	0.9%	0.8%	0.8%	1.0%
Slovenija	0.9%	0.8%	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%
Mađarska	0.7%	0.9%	0.7%			
Rumunjska	1.0%	1.0%	1.1%			

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Iz tablice 4. vidljivo je kako u Republici Hrvatskoj u promatranom razdoblju 0.7 – 1.0% poduzetnika ulazi u poduzetničkih pothvat zbog uočene prilike. Pritom je najmanji ulazak u poslovnu aktivnost zabilježen 2017. godine, 0.7%, a najveći 2014. godine, 1.0%. Nadalje,

Bugarska bilježi blage, ali kontinuirani oscilacije. U toj su zemlji zabilježena su kretanja od 1.1% za razdoblje 2015. i 2016. godine, te 0.9% za razdoblje 2017. i 2018. godine. U Slovačkoj se omjer uočenih prilika poduzetnika za ulaskom u poduzetnički pothvat kreće u rasponu od 0.8 – 1.4%. Najveći je zabilježen 2013. godine, a najmanji i jednaki 2016. i 2017. godine. Sličan trend kao i u Hrvatskoj zabilježen je i u Sloveniji. Naime, u toj se zemlji omjer uočenih prilika kreće u rasponu od 0.8 – 1.0%. U Mađarskoj se kreće u rasponu 0.7 – 0.9%, a u Rumunjskoj od 1.0 – 1.1%.

Prilikom izračuna sljedećeg GEM indikatora, a kojim su definirane poduzetničke namjere, u obzir se uzima određeni postotak populacije u dobi od 18 – 64 godine koje u sljedeće tri godine namjeravaju pokrenuti poduzetnički, odnosno poslovni pothvat.

U nastavku rada tablicom 5. prikazane su poduzetničke namjere za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazane u %.

Tablica 5. Poduzetničke namjere za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	19.5%	17.2%	18.2%	17.5%	18.6%	20.6%
Bugarska		5.3%	7.1%	5.0%	3.9%	
Mađarska	13.9%	14.8%	15.1%			
Slovenija	11.4%	9.1%	11.4%	14.2%	15.3%	15.0%
Slovačka	15.1%	15.7%	8.0%	9.0%	13.7%	13.6%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Iz tablice 5. vidljivo je kako Hrvatska i Slovenija prednjače u postotku poduzetničkih namjera u promatranom razdoblju. Naime, u Hrvatskoj se taj indikator kreće u rasponu od 17.2 –

20.6%, dok se u Sloveniji kreće u rasponu od 9.1 – 15.0%. Drugim riječima, u Hrvatskoj je 2018. godine 18,6% ispitanika u sljedeće tri godine namjeravalo pokrenuti poslovni pothvat, dok je u Sloveniji namjeravalo ukupno 15.3% ispitanika. Također, visoki postotak za razdoblje od 2014. – 2016. godine imala je i Mađarska. U toj se zemlji indikator kreće u rasponu od 13.9 – 15.1%. Najmanji postotak u Slovačkoj zabilježen je 2016. godine, kada je samo 8 % ispitanika namjeravalo pokrenuti poduzetnički pothvat u sljedeće tri godine. Najveći je zabilježen 2014. godine, 15.1% ispitanika izjasnilo se kako namjerava u sljedeće tri godine pokrenuti poduzetnički pothvat. Prema posljednjim podacima, u toj je zemlji u 2018. godini postotak poduzetničkih namjera iznosio 13.6%. U četverogodišnjem promatranom razdoblju, u Bugarskoj se indikator poduzetničkih namjera kreće u rasponu od 3.9 – 7.1%. Najmanji je zabilježen 2018. godine, a najveći 2016. godine.

Još jedan u nizu GEM indikatora ključnih u analizi poduzetničke okoline su i percipirane prilike, odnosno mogućnosti u određenoj zemlji. Prilikom izračuna ovog pokazatelja u obzir se uzima postotak populacije starosne dobi od 18 – 64 godine koji uočavaju dobre prilike, odnosno mogućnosti ključne u pokretanju poduzetničkog pothvata i to u području u kojem žive. Bitno je i napomenuti kako percipirane prilike u velikoj mjeri određuju i poduzetnički kapacitet određene zemlje (Singer et.al., 2018., 16).

U nastavku rada tablicom 6. prikazane su percipirane prilike, odnosno mogućnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazane u %.

Tablica 6. Percipirane prilike/mogućnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	18.4%	22.3%	24.6%	33.6%	33.1%	55.7%
Bugarska		15.8%	21.0%	19.5%	19.3%	
Mađarska	23.4%	25.3%	30.1%			
Slovenija	17.3%	20.5%	25.3%	34.6%	42.2%	47.6%
Slovačka	23.5%	26.4%	23.0%	25.8%	37.4%	36.0%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Iz tablice 6. vidljivo je kako kod ovog GEM indikatora Hrvatska prednjači s obzirom na druge promatrane zemlje. Prema posljednjim podacima, prosjek na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 44.2%. S obzirom na tu činjenicu, jasno se može zaključiti kako je od svih promatranih zemalja Slovenija, zajedno sa Hrvatskom približna europskom prosjeku. U 2019. godini, taj je postotak u Hrvatskoj povećan za 22.6%, a u Sloveniji za 5.4%. Za isto je razdoblje u Slovačkoj zabilježen pad od 1.4%. U Bugarskoj se u razdoblju 2015. – 2018. godine, indikator kreće u rasponu od 15.8 – 21.0%. Mađarska je također imala pozitivan porast, pritom je najveći zabilježen 2016. godine, 30.1%, a najmanji 2014., 23.4%.

Sljedeći u nizu indikatora obuhvaća percepciju o osobnim sposobnostima. Za izračun ovog indikatora u obzir se uzima postotak populacije u dobi od 18 – 64 godine koji smatraju da imaju potrebne vještine, ali i znanja ključna u pokretanju i realizaciji poduzetničkog pothvata. Dok prethodno spomenuta percepcija o prilikama, odnosno mogućnostima pruža uvid u to što ispitanici vide u svojoj okolini, percepcija o sposobnostima otkriva što ispitanici misle sami o sebi (Singer et.al., 2019, 22).

U nastavku rada tablicom 7. prikazane su percipirane sposobnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazane u %.

Tablica 7. Percipirane sposobnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	45.9%	47.5%	50.2%	50.8%	52.3%	71.2%
Bugarska		35.2%	39.7%	38.4%	36.9%	
Mađarska	40.9%	38.7%	38.4%			
Slovenija	48.6%	48.6%	51.8%	53.3%	51.0%	57.5%
Slovačka	54.4%	52.4%	44.0%	48.5%	53.3%	53.1%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Iz tablice 7. vidljivo je kako Hrvatska ponovno prednjači s obzirom na ostale zemlje. Također, u Hrvatskoj je kroz cjelokupno promatrano razdoblje zabilježen i kontinuirani porast pokazatelja percipirane sposobnosti koji prema posljednjim podacima, u 2019. godini iznosi 71.2%. Najmanji je zabilježen 2014., 45.9%. Nadalje, u Bugarskoj se ovaj pokazatelj kreće u rasponu od 35.2 – 39.7%. U Mađarskoj je najveći zabilježen 2014., 40.9%, a najmanji 2016., 38.4%. od 2014. – 2017. godine, Slovenija bilježi kontinuirani porast pokazatelja. 2018. godine zabilježen je pad od 2.3%, a u 2019. ponovni rast od 6.5%. U Slovačkoj se pokazatelj percipirane sposobnosti kreće u rasponu od 44.0 – 54.4%.

U GEM istraživanju, "odrasla" poduzeća definiraju se kao ona poduzeća koja su starija od 42 mjeseca. Ovaj pokazatelj pruža mogućnost procjene poduzetničkog kapaciteta određene zemlje. Drugim riječima, pokazatelj ukazuje na to kako vrijednosti pojedinih indikatora zahtijevaju odgovarajuću interpretaciju, a koja pak uključuje i neke druge perspektive, poput primjerice

kapaciteta obnavljanja poduzetničke strukture i perspektive inovativnosti postojećih "odraslih" poduzeća (Global Entrepreneurship Monitor, 2016./2017., 49).

U nastavku rada tablicom 8. prikazano je učešće odraslih poduzeća i stopa odrastanja za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazano u %.

Tablica 8. Učešće "odraslih" poduzeća i stopa odrastanja za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	3.6%	2.8%	4.2%	4.4%	4.2%	3.6%
Bugarska		5.4%	6.2%	6.5%	8.4%	
Mađarska	8.0%	6.5%	5.5%			
Slovenija	4.8%	4.2%	6.7%	6.8%	6.8%	8.5%
Slovačka	7.8%	5.7%	6.1%	10.0%	4.6%	5.9%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Prosjek učešća "odraslih" poduzeća i stopa odrastanja na razini Europske unije u 2018. godini iznosila je 6.8%. S obzirom na podatke prikazane tablicom 8., vidljivo je kako su Hrvatska i Slovačka ispod prosjeka. S druge pak strane, Slovenija je na samoj granici, dok je Bugarska iznad europskog prosjeka. U razdoblju 2019. u Hrvatskoj je zabilježen pad od 0.6%, dok je u Sloveniji zabilježen porast od 1.7%, a u Slovačkoj od 1.3%. U konačnici, niska prisutnost "odraslih" poduzeća u Hrvatskoj predstavlja dugoročnu karakteristiku njezinog gospodarstva.

Strah od promašaja, odnosno neuspjeha kao sljedeći GEM indikator uzima u obzir postotak populacije starosne dobi 18 – 64 godine kod kojih strah od promašaja onemogućava pokretanje poduzetničkog pothvata. Ključno je istaknuti kako ovaj pokazatelj ima i kulturološku dimenziju.

Naime, neposredan pritisak, točnije nužnost rješavanja egzistencijalnog problema u velikoj će mjeri umanjiti prevladavajući strah i potaknuti samopouzdanje čak i kod pojedinaca koji ne vide priliku. Uz to, institucionalna uređenost kao i stabilnost pojedinog gospodarstva, u velikoj će mjeri pridonijeti smanjenju intenziteta ovog pokazatelja (Singer et.al., 2018., 24). U dosadašnjim provedenim istraživanjima došlo se do zaključka kako najnižu razinu straha od promašaja izražavaju ljudi u zemljama sa stabilnim gospodarstvom. Naposljetku, smanjenju straha od promašaja, prepoznavanju prilika, namjera, ali i osjećaja osposobljenosti za pokretanje poduzetničkog pothvata uvelike pridonosi sam proces učenja i tuđih iskustava, odnosno kapacitet umrežavanja.

U nastavku rada tablicom 9. prikazan je strah od neuspjeha za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazan u %.

Tablica 9. Strah od neuspjeha za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	30.3%	34.4%	35.8%	26.6%	30.3%	50.7%
Bugarska		33.3%	25.1%	20.9%	31.0%	
Mađarska	42.0%	41.8%	43.2%			
Slovenija	29.0%	32.4%	33.8%	31.8%	32.0%	42.3%
Slovačka	36.0%	33.7%	39.7%	32.8%	29.4%	43.7%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Prosjek ovog pokazatelja na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 44.2%. S obzirom na prikazane podatke u tablici 9. vidljivo je kako su sve promatrane zemlje u istom tom razdoblju bile ispod prosjeka. U prošlogodišnjem razdoblju u Hrvatskoj je taj prosjek povećan za 20.4%, u Sloveniji za 10.3% te u Slovačkoj za 14.3%. Drugim riječima, u Hrvatskoj 20.4%

ispitanika ističe strah od neuspjeha kao ograničavajući čimbenik u pokretanju poduzetničkog pothvata. U Sloveniji smatra 10.3% ispitanika, a u Slovačkoj 14.3%.

Društvene vrijednosti o poduzetništvu koje uključuju stav o poduzetničkoj karijeri i društvenom statusu uspješnih poduzetnika u velikoj mjeri određuju hoće li i na koji način pojedinci transformirati individualne karakteristike u poduzetničku aktivnost. Složenost takvog procesa u velikoj mjeri uvjetuje i međupovezanost dvaju grupa čimbenika o kojima u konačnici i ovisi poduzetničko djelovanje na individualnoj razini. Konačan i međusobno povezan efekt ostvaruje se kroz kapacitet poduzetničkog djelovanja, a koji uključuje pokretanje i rast poduzetničkog pothvata (Global Entrepreneurship Monitor, 2016./2017., 55). Visoki status uspješnih poduzetnika, kao jedan od čimbenika, uzima u obzir postotak populacije u dobi od 18 – 64 godine koji smatraju kako uspješni poduzetnici imaju visoki status u društvu.

U nastavku rada tablicom 10. prikazan je visok status uspješnih poduzetnika za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazan u %.

Tablica 10. Visok status uspješnih poduzetnika za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	46.6%	42.3%	45.6%	47.7%	43.0%	46.5%
Bugarska		71.5%	66.9%	68.0%	69.3%	
Mađarska	72.4%	68.4%	71.0%			
Slovenija	72.3%	70.0%	69.0%	73.4%	75.8%	84.0%
Slovačka	58.1%	64.2%	69.0%	60.0%	60.4%	58.4%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

S obzirom na činjenicu kako je prosjek ovog pokazatelja na razini Europske unije u 2018. godini iznosio 66%, jasno se može zaključiti kako su Bugarska i Slovenija iznad europskog

prosjeaka. U Slovačkoj je taj prosjek iznosio 60.4%, a u Hrvatskoj 43.0%. Prema posljednjim podacima za razdoblje 2019. godine, u Sloveniji 84.0% ispitanika smatra da uspješni poduzetnici imaju visoki status u društvu. Nadalje, u Slovačkoj njih 58.4% smatra da uspješni poduzetnici imaju visoki status u društvu, dok u Hrvatskoj smatra njih 46.5%.

Poduzetništvo kao karijera, još je jedan u nizu GEM indikatora koji uzima u obzir postotak populacije u dobi od 18 – 64 godine koji smatraju kako je poduzetništvo zapravo dobar izbor karijere (Global Entrepreneurship Monitor, 2016./2017., 58).

U nastavku rada tablicom 11. prikazano je poduzetništvo kao karijera za razdoblje 2014. – 2019. godine, iskazan u %.

Tablica 11. Poduzetništvo kao karijera za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)

Država	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	63.3%	61.5%	62.2%	62.2%	62.1%	61.5%
Bugarska		57.5%	52.9%	54.3%	62.6%	
Mađarska	47.4%	48.4%	52.8%			
Slovenija	53.4%	53.7%	56.8%	55.1%	58.4%	63.5%
Slovačka	45.4%	50.8%	50.6%	47.6%	46.9%	42.4%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

Prosjek ovog pokazatelja na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 59.8%. S obzirom na prikazane podatke, Hrvatska i Bugarska su iznad europskog prosjeka. U Sloveniji je 2018. godine taj prosjek iznosio 58.4%, a u Slovačkoj 46.9%. Prema podacima za 2019. godinu, u

Sloveniji ukupno 63.5% ispitanika smatra kako je poduzetništvo dobar izbor karijere. Nadalje, u Hrvatskoj to smatra 61.5% ispitanika, a u Slovačkoj 42.4% ispitanika.

Za potrebe analize poduzetničke okoline Republike Hrvatske u međunarodnoj perspektivi koristi se indeks snage poduzetničke okoline – NECI (*eng. National Entrepreneurship Context Index*). Ovaj relativno noviji GEM pokazatelj, za određene zemlje predstavlja procijenjenu snagu određenog nacionalnog poduzetničkog okvira, povezujući pritom ocjene stanja i važnosti na temelju kojih se pojedinačno vrednuju sve komponente. Pokazatelj se izračunava kao ponderirana aritmetička sredina između važnosti i stanja, odnosno kvalitete ukupno 12 čimbenika poduzetničke okoline. Dobivena se vrijednost objašnjava se kroz primjenu raspona od 1 do 10, pri čemu indeks 1 podrazumijeva vrlo loš poduzetnički kontekst, dok indeks 10 objašnjava dobar poduzetnički kontekst. Konačne vrijednosti indeksa predstavljaju svojevrsnu osnovu u ocjenjivanju, odnosno rangiranju poduzetničke okoline zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju (Singer et.al., 2019., 17). U nastavku grada tablicom 12. prikazan je NECI indeks za ukupno 4 tranzicijske zemlje (Sloveniju, Slovačku i Bugarsku) uključujući i Republiku Hrvatsku u razdoblju 2019. godine, iskazan u %.

Tablica 12. NECI indeks u razdoblju 2019. godine (u %)

	NECI indeks
Država	2018.
Slovenija	4,49%
Slovačka	4,03%
Bugarska	4,21%
Republika Hrvatska	3,57%

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor, 2019/2020 Global Report, str. 71

U istraživanju ovog pokazatelja ukupno je sudjelovalo 18 zemalja Europske unije. Prosjek na razini unije iznosio je 5.12%. Iz tablice je vidljivo kako Hrvatska ima najmanji NECI indeks, koji iznosi 3.57%. Sukladno tom indeksu, nalazi se na posljednjem mjestu promatranih zemalja. NECI indeks za Sloveniju iznosi 4.49%, za Slovačku 4.03% a za Bugarsku 4.21%. U konačnici, sve promatrane zemlje imaju izuzetno loš poduzetnički kontekst, odnosno nisku snagu poduzetničke okoline.

U nastavku rada dan je i pregled analize određenih GEM indikatora za susjedne države – Bosnu i Hercegovinu i Srbiju. Dobiveni podaci u tablicama komparativno su prikazani i sa podacima za Republiku Hrvatsku.

Prvi indikator koji je prikazan tablicom 13., a pridonosi analizi poduzetničke okoline promatranih zemalja je globalni indeks inovativnosti (GII). Model ovog indeksa mjeri razinu inovativnosti nacionalnih gospodarstava na osnovi analize sedam stupova inovativnosti podijeljenih u dva podindeksa – inovacijski input i inovacijski output. Prvi podindeks, odnosno inovacijski input sastoji se od ukupno pet komponenti, a to su: institucije, zatim ljudski kapital i istraživanje, infrastruktura te poslovna i tržišna sofisticiranost (Singer, et.al., 2019., 23). Također, svaka od tih komponenti omogućava provođenje inovativne aktivnosti u zemlji. S druge pak strane, inovacijski output karakteriziraju one komponente koje u velikoj mjeri pridonose stvaranju određene razine inovativnosti, znanja i tehnologije i kreativnih rezultata općenito.

Tablica 13. Globalni indeks inovativnosti (GII) za razdoblje 2017. – 2019. godine (u %)

Država	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	39.8%	40.7%	37.8%
Bosna i Hercegovina	30.2%	31.1%	31.4%
Srbija	35.3%	35.5%	35.7%

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>

U trogodišnjem promatranom razdoblju vidljive su nešto manje oscilacije, odnosno blaža povećanja i smanjenja globalnog indeksa inovativnosti. U Republici Hrvatskoj 2017. godine GII iznosio je 39.8%. Iste je godine od ukupno 126 zemalja koje su sudjelovale u istraživanju, Hrvatska zauzela 41 mjesto u svijetu i 28 mjesto na europskoj razini. U 2018. godini GII pokazatelj iznosio je 40.7%, te je pozicionirao Hrvatsku na 41 mjesto u svijetu i 37 u Europi. Prema posljednjim podacima, GII pokazatelj u Hrvatskoj u 2019. iznosio je 37.8%. Sukladno tome Hrvatska se nalazi na 44 mjestu svijetu i 29 mjestu u Europi. Najniži GII u ovom slučaju zabilježen je u Bosni i Hercegovini. On je 2017. godine iznosio 30.2%, 2018. 31.1%, a 2019. 31.4%. na globalnoj razini Bosna je 2017. godine zauzela 86 mjesto, 2018. 77 mjesto, a 2019. 76 mjesto. Na europskoj razini 2017. godine zauzela je 37 mjesto, 2018. 36 mjesto, a 2019. 38 mjesto. Slične oscilacije kao i kod Hrvatske i Bosne i Hercegovine vidljive su i u Srbiji. Naime, GII u 2017. godini u Srbiji je iznosio 35.3%, 2018. 35.5%, a 2019. 35.7%. Sukladno podacima, Srbija je na globalnoj razini 2017. godine zauzela 62 mjesto, 2018. 55 mjesto, a 2019. 57 mjesto. Na europskoj razini 2017. godine zauzela je 36 mjesto, 2018. 35 mjesto, a 2019. godine 34 mjesto.

Doing Business istraživanjem, kojeg provodi Svjetska banka, omogućava se praćenje kvalitete regulatorne okoline i njezin utjecaj na pojedina područja poslovanja. Istraživanjem je obuhvaćeno ukupno 190 zemalja. Nadalje, pokazatelji, odnosno indikatori kojima se evaluira mogućnost realizacije poduzetničkog pothvata u pojedinoj zemlji su: pokretanje posla, ishodovanje građevinskih dozvola, dostupnost električne energije, uknjižba imovine, mogućnost dobivanja

kredita od banke, zaštita prava manjinskih dioničara, plaćanje poreza, prekogranična trgovina, izvršavanje ugovora te rješavanje insolventnosti (Singer, et.al., 2019., 53).

U nastavku rada tablicom 13. prikazan je položaj Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije na rang ljestvici Doing Business istraživanja i bodovni rezultati u razdoblju 2016. – 2018. godine.

Tablica 14. Položaj Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije na rang ljestvici *Doing Business* istraživanja i bodovni rezultati u razdoblju 2016. – 2018. godine

Država	Broj ostvarenih bodova		
	2016.	2017.	2018.
Republika Hrvatska	72.71	72.99	71.70
Bosna i Hercegovina	63.71	63.87	64.20
Srbija	68.41	72.29	73.13

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na:

<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/AnnualReports/English/DB2018-Full-Report.pdf>

Iz tablice 13. vidljivo je kako je Hrvatska 2016. godine ostvarila 72.71 bod, 2017. ostvarila je 72.99, a 2018. godine 71.70. Na globalnoj razini to znači sljedeće; od ukupno 190 promatranih zemalja, Hrvatska je 2016. godine zauzela 40 mjesto, 2017. 43 mjesto, a 2018. godine 51 mjesto. Bosna i Hercegovina 2016. godine ostvarila je ukupno 63.71 bod, 2017. 63.87, a 2018. 64.20 bodova. Navedeno podrazumijeva sljedeće; Bosna je 2016. godine zauzela 79 mjesto, 2017. 81 mjesto, a 2018. 86 mjesto. Posljednja u nizu promatranih zemalja je i Srbija. Ona je 2016. godine ostvarila 68.41 boda, 2017. 72.29 boda, a 2018. ukupno 73.13 bodova. Na globalnoj razini 2016. godine Srbija se pozicionirala na 59 mjestu, 2017. na 47 mjestu, a 2018. godine na 43 mjestu.

Uz prethodna dva pokazatelja, ključno je spomenuti i indeks percepcije korupcije (*eng. Corruption Perception Index*) kojim se mjeri stupanj percepcije korupcije u javnom sektoru i između dužnosnika. Provodi ga *Transparency International* te se na temelju dobivenog indeksa, a sukladno ocjeni o raširenosti korupcije, formira i rang lista zemalja sudionika u postupku istraživanja. Dakle, ovim se indeksom ocjenjuju sve razine rada tijela javne vlasti (Singer, et.al., 2019., 60). Ukupan broj zemalja koje sudjeluju u istraživanju je 198.

U nastavku rada tablicom 15. prikazan je indeks percepcije korupcije za Republiku Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Srbiju za razdoblje 2016. – 2019. godine

Tablica 15. Indeks percepcije korupcije za Republiku Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Srbiju za razdoblje 2016. – 2019. godine

Država	Indeks percepcije korupcije			
	2016.	2017.	2018.	2019.
Republika Hrvatska	49	49	48	47
Bosna i Hercegovina	39	38	38	36
Srbija		41	39	39

Izvor: izrada prema podacima dostupnima na:

<https://www.transparency.org/en/cpi/2017/results/hrv>

Iz tablice 15. vidljivo je kako je indeks korupcije u Hrvatskoj u razdoblju 2016. godine iznosio 49. 2018. godine pada na 48, a 2019. ga 47. Od ukupno 198 zemalja Hrvatska je 2016. godine zauzela 55 mjesto, 2017. godine 57 mjesto, 2018. 60 mjesto a 2019. godine 63 godine. Nadalje, indeks percepcije korupcije u Bosni i Hercegovini 2016. godine iznosio je 39. 2017. i 2018. godine iznosio je 38, a 2019. 36. Pozicioniranost Bosne s obzirom na prikazane podatke na globalnoj razini je sljedeća; 2016. godine nalazila se na 83 mjestu od ukupno 198 zemalja, 2017. Na 91 mjestu. U razdoblju 2018. godine zauzela je 89 mjesto, a 2019. godine rekordno 101 mjesto.

Podaci za Srbiju odnose se na razdoblje 2017. – 2019. godine. U 2017. godini indeks percepcije korupcije u toj je zemlji iznosio 41, a 2018. i 2019. godine 39. Sukladno podacima, Srbija je na globalnoj razini 2017. godine zauzela 77 mjesto, 2018. 87 mjesto, a 2019. godine visoko 91 mjesto. S obzirom na prikazane podatke u tablici jasno se može zaključiti kako u svim promatranim zemljama kontinuirano raste korumpiranost. Također, ovaj kontinuirano negativni trend rezultat je napredovanja drugih država čiji se stanovnici doživljavaju sve manje korumpiranima.

4. Zaključak

U vremenima kada je individualna poduzetnička aktivnost predstavljala svojevrsnu transformaciju globalne ekonomije i ekonomskih nejednakosti u zemljama sa minimalnim ekonomskim mogućnostima, danas podaci dobiveni iz GEM istraživanja u velikoj mjeri utječu na nacionalne ekonomske politike pa samim time proširuje se i suradnička uloga. Zemlje koje su uključene u analizu su Republika Hrvatska i tranzicijske zemlje, točnije Bugarska, Slovačka, Slovenija, Mađarska i Rumunjska. Također, dan je pregled određenih pokazatelja poduzetničke aktivnosti u Bosni i Hercegovini te Srbiji. Analizom podataka došlo se do sljedećih zaključaka.

Prosjek ukupne rane poduzetničke aktivnosti na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 7.6%. U usporedbi sa ostalim tranzicijskim zemljama iznad prosjeka Europske unije su Hrvatska (9.6%) i Slovačka (12.1%). Bugarska (6.0%) i Slovenija (6.4%) nalaze se ispod prosjeka. Nadalje, 2018. godine na razini Europske unije poduzetnički najaktivniji su muškarci u dobi od 25-34 godine te muškarci u dobi od 35-44 godine. Slabija poduzetnička aktivnost kod muškaraca za istu je godinu zabilježena za dobnu skupinu od 45-54 godine i 55-64 godine. Kada je riječ o poduzetničkoj aktivnosti žena u 2018. godini, jasno se može zaključiti kako je struktura najaktivnijih u dobi od 25-34 godine. Najmanja poduzetnička aktivnost zabilježena je kod žena u dobi od 45-54 godine te u dobi od 55-64 godine. Motivacijski indeks kod odabrane skupine zemalja uglavnom je nizak. Naime, u razdoblju 2018. godine prosjek na razini Europske unije iznosio je 5.3. To znači da Europska unija u prosjeku ima pet puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike. U strukturi promatranih zemalja najviši motivacijski indeks 2018. zabilježen je u Sloveniji (2.0%) i Slovačkoj (1.8%), dok je najmanji u Hrvatskoj (1.4%) i Bugarskoj (1.0%). Prosjek pokazatelja percipiranih prilika na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 44.2%. S obzirom na tu činjenicu, jasno se može zaključiti kako je od svih promatranih zemalja Slovenija, zajedno sa Hrvatskom približna europskom prosjeku. Prosjek učešća "odraslih" poduzeća i stopa odrastanja, kao GEM indikator poduzetničke aktivnosti, na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 6.8%. Hrvatska i Slovačka su ispod prosjeka. S druge pak strane,

Slovenija je na samoj granici, dok je Bugarska iznad europskog prosjeka. Također, ispod prosječna razina za pokazatelj vezan uz strah od neuspjeha zabilježen je kod većine ispitanika u promatranim zemljama. Naime, njegov prosjek na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 44.2%, a za isto razdoblje se kod promatranih zemalja kreće u rasponu od 29.4-32.0%. S druge pak strane, prosjek pokazatelja poduzetništva kao karijere na razini Europske unije u 2018. godini iznosio je 59.8%. S obzirom na prikazane podatke, Hrvatska i Bugarska su iznad europskog prosjeka. U Sloveniji je 2018. godine taj prosjek iznosio 58.4%, a u Slovačkoj 46.9%. Analizom NECI indeksa došlo se do zaključka kako sve promatrane zemlje imaju izuzetno loš poduzetnički kontekst, odnosno nisku snagu poduzetničke okoline.

GEM indikatori koji su korišteni u analizi poduzetničke okoline Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije su globalni indeks inovativnosti (GII), zatim položaj zemalja na rang ljestvici *Doing Business* istraživanja te indeks percepcije korupcije. Istraživanjem pokazatelja došlo se do sljedećih zaključaka. GII pokazatelj u Hrvatskoj u 2019. iznosio je 37.8%. Sukladno tome Hrvatska se nalazi na 44 mjestu svijetu i 29 mjestu u Europi. Najniži GII u ovom slučaju zabilježen je u Bosni i Hercegovini. GII u 2019. godini u Srbiji je iznosio 35.7%. Sukladno podacima, Srbija je na globalnoj razini 2019. godine 57 mjesto, a na europskoj razini 34 mjesto. Analizom položaja promatranih zemalja na rang ljestvici *Doing Business* istraživanja, vidljivo je kako je njihova pozicioniranost na globalnoj razini u kontinuiranom padu. Također, u svim promatranim zemljama kontinuirano raste i pokazatelj korumpiranosti. Naime, ovaj kontinuirano negativni trend rezultat je napredovanja drugih država čiji se stanovnici doživljavaju sve manje korumpiranima.

Popis literature

Popis knjiga:

1. Ball A.D., Wendell H., McCulloch Jr., Frantz L.P., Geringer J.M., Minor S.M.; International Business – The Challenge of Global Competition, International Edition, McGraw – Hill, New York, 2001.
2. Buble M., Kružić D.; Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RSIF plus, Zagreb, 2006.
3. Cavusgil T., Knight G., Riesenberger J.; International Business, Strategy, Management and the New Realities, Prentice Hill, New York, 2008.
4. Širola D.; Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2014.

Popis članaka:

5. Bosma N., Kelley D.; Global Entrepreneurship Monitor – 2018/2019 Global Report, BABSON, str. 1-152
6. Jašarević F., Kuka E.; Poduzetništvo i ekonomski razvoj države, 2015., Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol. 6, No. 2, str. 73-79
7. Knežević D., Žiljak N.; Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj i usporedba s izabranim zemljama svijeta, 2018., Obrazovanje za poduzetništvo, Vol. 8, No. 2, str. 179-189
8. Kružić D.; Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, 2007., Ekonomska misao i praksa, Vol. 2, No. 1, str. 167-191
9. Lacković Z., Dragišić LJ.; Mikroekonomska konkurentnost i njezina važnost za Hrvatsku, 2006., Ekonomski vjesnik, Vol. 19, No. 1-2, str. 43-54
10. Ristovska K.; The Impact of Globalization on the Business, 2014., Economic Analysis, Vol. 47, No. 3-4, str. 83-89
11. Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S.; Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?, 2017., CEPOR, str. 1-140

12. Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S.; Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?, 2018., CEPOR, str. 1-148
13. Singer S., Alpeza M.; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019, 2019., CEPOR, str. 1-131
14. Singer S.; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2018, 2018., CEPOR, str. 1-120
15. Šokčević S., Šlogar H., Rudančić A.; Značaj inovacija i konkurentnosti za gospodarski rast i razvoj hrvatskog gospodarstva, 2018., 7. PAR International Leadership Conference (PILC), str. 207-229

Popis internetskih izvora:

16. GEM istraživanje: U poduzetničke pothvate se ulazi više iz prilike, a ne nužde, dostupno na: <https://lider.media/aktualno/gem-istrazivanje-u-poduzetnicke-pothvate-se-ulazi-vise-iz-prilike-a-ne-nuzde-29592> (30.07.2020.)
17. Nacionalno Vijeće za Konkurentnost, dostupno na: <http://konkurentnost.hr/> (30.07.2020.)
18. IMD godišnjak svjetske konkurentnosti 2020: Konkurentnost bez promjena, dostupno na: <http://konkurentnost.hr/imd-godisnjak-svjetske-konkurentnosti-2020-konkurentnost-bez-promjena/> (10.08.2020.)
19. Shubhanwita S.; Role of Entrepreneurs in Economic Development, dostupno na: <https://www.economicdiscussion.net/entrepreneurs/role-of-entrepreneurs-in-economic-development/31496> (12.08.2020.)
20. Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2016/17, dostupno na: <https://www.c4e.org.cy/reports/2017/gem-2016-2017-global-report-web-version-1486181226.pdf> (23.08.2020.)
21. Global Entrepreneurship Monitor, dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps> (23.08.2020.)
22. Global Innovation Index, dostupno na: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report> (30.08.2020.)
23. Indeks percepcije korupcije, dostupno na: <https://www.transparency.org/en/cpi/2017/results/hrv> (30.08.2020.)

Popis grafikona

Grafikon 1. Konkuretnost hrvatskog gospodarstva i drugih gospodarstava zemalja članica Europske unije, u razdoblju od 2017. – 2020. godine.....	12
Grafikon 2. Poduzetnička aktivnost po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi za razdoblje 2016. i 2018. godine.....	17

Popis slika

Slika 1. Kvaliteta čimbenika poduzetničke okoline u Republici Hrvatskoj i u usporednim grupacijama za razdoblje 2018. godine.....	7
---	---

Popis tablica

Tablica 1. Ukupna rana poduzetnička aktivnost za razdoblje 2013. - 2019. godine dobivena TEA indeksom (u %).....	16
Tablica 2. Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti mjerena TEA indeksom za razdoblje 2013. – 2019. godine (u %).....	18
Tablica 3. Motivacijski indeks za razdoblje 2013. – 2018. godine (u %).....	20
Tablica 4. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočene prilike ili nužnosti za razdoblje 2013. – 2018. godine (u %).....	21
Tablica 5. Poduzetničke namjere za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %).....	22
Tablica 6. Percipirane prilike/mogućnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %).....	24
Tablica 7. Percipirane sposobnosti za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %).....	25
Tablica 8. Učešće "odraslih" poduzeća i stopa odrastanja za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %).....	26

Tablica 9. Strah od neuspjeha za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)	27
Tablica 10. Visok status uspješnih poduzetnika za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)	28
Tablica 11. Poduzetništvo kao karijera za razdoblje 2014. – 2019. godine (u %)	29
Tablica 12. NECI indeks u razdoblju 2019. godine (u %)	30
Tablica 13. Globalni indeks inovativnosti (GII) za razdoblje 2017. – 2019. godine (u %)	31
Tablica 14. Položaj Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije na rang ljestvici Doing Business istraživanja i bodovni rezultati u razdoblju 2016. – 2018. godine	33
Tablica 15. Indeks percepcije korupcije za Republiku Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Srbiju za razdoblje 2016. – 2019. godine	34