

Odabrana obilježja poduzetništva u Hrvatskoj

Ivančić, Antonio

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:609253>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-11**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

ANTONIO IVANČIĆ

**ODABRANA OBILJEŽJA PODUZETNIŠTVA U
HRVATSKOJ**

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

ANTONIO IVANČIĆ

**ODABRANA OBILJEŽJA PODUZETNIŠTVA U
HRVATSKOJ**

Završni rad

JMBAG:0303058653, redovit student

Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo

Predmet: Gospodarstvo Hrvatske

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Poduzetništvo

Mentor: izv. prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani **Antonio Ivančić**, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera **Menadžment i poduzetništvo** ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Potpis: Antonio Ivančić

U Puli, 17. rujna 2021.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, **Antonio Ivančić** dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom **Odabrana obilježja poduzetništva u Hrvatskoj** koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 17. rujna 2021.

Potpis: Antonio Ivančić

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA	2
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva	2
2.2. Povijesni razvoj poduzetništva	3
2.3. Karakteristike poduzetništva	4
2.4. Osobine/vještine poduzetnika	5
3. ULOGA PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOM GOSPODARSTVU	8
3.1. Zakonodavni okvir poduzetništva	8
3.2. Financiranje poduzetništva	9
3.3. Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	10
3.3.1. Značaj malog i srednjeg poduzetništva	10
3.3.2. Poduzetništvo žena	18
4. ANALIZA PODUZETNIŠTVA PREMA GEM ISTRAŽIVANJU	22
5. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA	36
POPIS TABLICA.....	39
POPIS SLIKA	40
POPIS GRAFIKONA.....	41
SAŽETAK	42
SUMMARY	43

1. UVOD

Tema rada jesu odabrana obilježja poduzetništva u Republici Hrvatskoj pri čemu se ističe i cilj rada koji se konkretno odnosi na analizu navedenih obilježja poduzetništva.

Osim Uvoda i Zaključka, rad se sastoji od tri poglavlja.

Nakon Uvoda, u drugom dijelu rada pod naslovom Teorijske odrednice poduzetništva i poduzetnika, temelj istraživanja prikazan je u pojmovnom određenju poduzetništva gdje se navode njegove definicije i ključne karakteristike. Nadalje, kako bi se utvrdio napredak poduzetništva tijekom vremena, važno je proučiti i njegov povijesni razvoj pri čemu se seže u daleku prošlost otkrivajući razdoblje pojave poduzetništva i samog poduzetnika. Govori se i o karakteristikama poduzetništva, kao i osobinama, odnosno vještinama koje bi svaki poduzetnik trebao imati.

U trećem dijelu rada pod naslovom Uloga poduzetništva u hrvatskom gospodarstvu, prikazan je zakonodavni okvir poduzetništva te se navode specifičnosti vezane uz financiranje poduzetništva. Poseban naglasak stavlja se na analizu poduzetništva u Republici Hrvatskoj, pa se u tu svrhu analizira značaj malog i srednjeg poduzetništva te se navode specifičnosti vezane uz žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj.

U četvrtom se dijelu ističu najvažnije spoznaje prema GEM istraživanju te su u tu svrhu prikazane tablice i grafikoni koji prikazuju razne poduzetničke percepcije i prilike.

U posljednjem dijelu rada prikazan je Zaključak u kojem su sadržane najvažnije spoznaje do kojih se došlo temeljem izrade ovoga rada.

Na temelju proučavanja dostupne literature korištena je metoda kompilacije kao i deskriptivna metoda, dok se prilikom izrade grafikona i tablica naglasak stavlja na analizu statističkih podataka.

2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA

2.1. Pojmovno određenje poduzetništva

U stručnoj i znanstvenoj literaturi mogu se pronaći brojne definicije poduzetništva, a jedna od njih poduzetništvo definira kao “proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike, a ono uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija.”¹

Tablica 1. Prijevodi pojma „poduzetništvo“

eng.	ENTREPRENEURSIP
franc.	L' ESPRIT D' ENTREPRISE
njem.	ENTREPRENEURSHIP
tal.	IMPRENDITORIALITA
rus.	PREDPRINIMATELJSTVA
slov.	PODJETNIŠTVO
port.	EMPREENDEDEDORISMO
španj.	EL ESPIRITU EMPRESARIAL

Izvor: Tkalec Z., "Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja", *Učenje za poduzetništvo*, vol. 1, no. 1, 2011., str. 36.

Suvremeno je poduzetništvo orijentirano na razvitak poduzetničke klime, koja treba biti orijentirana na individualnu inicijativu, inovacije i kreativnost. Osim toga, naglasak je na stvaralačkoj atmosferi u cilju stvaranja tzv. novog društva.

¹ Škrtić, M., *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija-nakladništvo d.o.o., 2006., str. 1.

Također, poduzetništvo se definira i kao “ukupnost organizacijskih, inovacijskih, te upravljačkih sposobnosti, a u praksi bi to bio proces stvaranja novih vrijednosti kroz iskorištavanje prilika sa određenim resursima na raspolaganju.”²

Treba napomenuti da se poduzetništvo može sagledati u užem i širem smislu. “U širem smislu, poduzetništvo je svaka aktivnost koja uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, razumno preuzimanje rizika, odgovornost, samostalnost i dr., a u užem smislu, poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika.”³

2.2. Povijesni razvoj poduzetništva

Može se reći da je poduzetništva otkad je i čovjeka. Prve zapise o raznim oblicima poduzetništva nalazi se još u ranije doba – arapskoj, egipatskoj i kineskoj civilizaciji. Dakle, još su se u antičko doba pojavili različiti tipovi poduzetništva. U to vrijeme jačala je trgovina i novčarsko poslovanje. Prema tome, proizlazi da je poduzetništvo nastalo još u srednjem vijeku – između 12. i 15. stoljeća.

U to doba, poduzetništvo se ponajviše usmjeravalo ka trgovini, kreditnim i mjenjačkim poslovima, pomorstvu, ali i osvajanju novih područja, razbojništvu i gusarstvu. Sukladno tome, primarnim tipovima poduzetnika u to vrijeme smatrali su se gusari, feudalci, trgovci i obrtnici.

Može se reći da je Marko Polo bio prvi poduzetnik u povijesti, budući da je u svom poslovanju bio potpisnik raznih ugovora sa trgovcima i bankarima. Tada trgovci nisu bili specijalizirani, što znači da su prodavali razne proizvode, ovisno o tome koji je proizvod bio trenutno dostupan.

U Italiji u 12. stoljeću kao preteča trgovačkih poduzeća javljaju se privremena društva, najčešće kao obiteljska poduzeća. U to su vrijeme postojale i trgovačke gilde, udruženja trgovaca, čiji je cilj bio pružanje uzajamne pomoći prilikom trgovačkog posla.

² Šipić, N., Najdanović, Z., „Osnove poduzetništva“, 2012. Dostupno na: [Microsoft Word - Skripta-osn pod .docx \(pvzg.hr\)](#), (pristupljeno: 07.09.2020.)

³ Tkalec, Z., “Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja”, *Učenje za poduzetništvo*, Vol. 1, No. 1, 2011. str. 38.

Treba napomenuti da se tada svaki trgovac bavio određenim poslom na vlastiti rizik i za vlastiti račun. Tada se već mogla uočiti osobina poduzetnika koja je kasnije u radu spomenuta – spremnost na vlastiti rizik.⁴

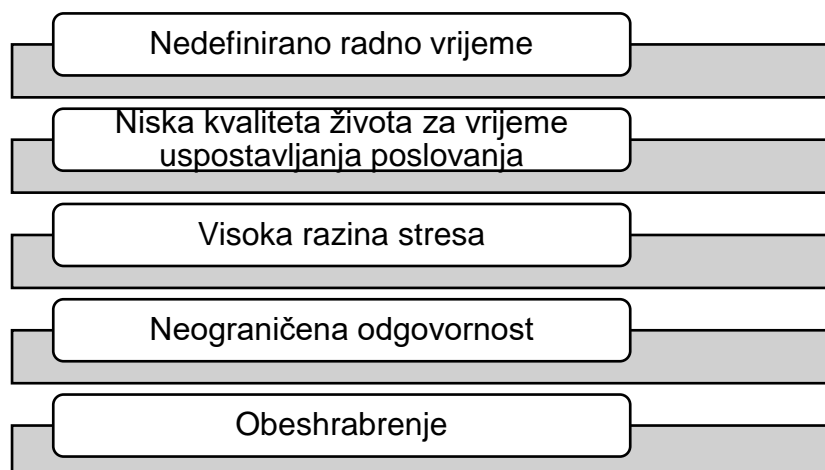
U 18. stoljeću došlo je do pojave specijalizacije u trgovini i bankarstvu, a na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće, pojavu industrijske revolucije usporedno je pratio i nagli porast značaja poduzetnička u novonastalim industrijama.

2.3. Karakteristike poduzetništva

Poduzetništvo se definira i kao proces stvaranja nečega novoga, pod pretpostavkom rizika i nagrada, a uključuje stvaranje nečega novog, traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda, te donosi nagrade (u obliku neovisnosti) u obliku novca, profita, preuzima se potreban rizik i sl.⁵

Treba napomenuti da je ulazak u poduzetništvo konkretan podvig u koji se mnogi upuštaju zbog prednosti koje se ostvaruju u tzv. poduzetničkom životu, međutim, osim mogućnosti ostvarivanja neograničenih profita i preuzimanja kontrole, kao pozitivnih strana poduzetništva, ono sa sobom donosi i određene rizike (prikazane idućom slikom).

Slika 1. Rizici ulaska u poduzetništvo



⁴ Šipić, N., Najdanović, Z., „Osnove poduzetništva“, 2012. Dostupno na: [Microsoft Word - Skripta-osn pod .docx \(pvzq.hr\)](#), (pristupljeno: 07.09.2020.)

⁵ Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepherd, D.A., *Poduzetništvo*, Zagreb, MATE d.o.o., 2011., str. 8.

Izvor: Šipić N., Najdanović Z., "Osnove poduzetništva", 2012. Dostupno na: [Microsoft Word - Skripta-osn pod .docx \(pvzg.hr\)](#), (pristupljeno: 07.09.2020.)

Rizik je u potpunosti neizbježan prilikom poslovanja, postojat će i kod "najsigurnijih" poslova. Ne možemo niti u potpunosti biti sigurni koji će poslovi uspjeti, a koji neće te stoga svaki poduzetnik prilikom stupanja u poduzetnički pothvat mora prihvatiti rizik koji ga čeka, veći ili manji ovisi o kompleksnosti posla u koji se upliće.⁶

U nastavku slijede najvažnije osobine, odnosno vještine poduzetnika.

2.4. Osobine/vještine poduzetnika

Kao i za pojam poduzetništva, tako i za pojam poduzetnika, u stručnoj i znanstvenoj literaturi postoje brojne definicije. Tako se uz poduzetnika vežu osobine vizionara, inovatora, hrabre osobe, aktivne osobe i sl. Neki autori u definiciju poduzetnika ubrajaju i karakter vođe i organizatora, što ne treba uzeti kao zadano, budući da dobar poduzetnika nužno ne mora biti i dobar vođa.

U ekonomsku teoriju pojam "entrepreneur" ipak prvi uvodi francuz Richard Cantillon koji u svom djelu *Opća rasprava o prirodi trgovine* iz 1755. godine opisuje poduzetnika kao osobu koja kupuje po poznatim cijenama, ali prodaje po cijenama koje će se tek naknadno formirati.⁷ Također, govori i o tome što rade pojedini poduzetnici pa tako, primjerice, "prijevoznici dovoze namirnice iz sela u grad: trgovci ih kupuju i prodaju građanima: manufakturst kupuje vunu i proizvodi sukno itd."⁸

Cantillon, nadalje, počinje povezivati pojam poduzetništva s kapitalom, neizvjesnošću i rizikom. Upravo je rizik jedna od ključnih karakteristika suvremenog poduzetnika koji se potom počinje promatrati kao nositelj poslovnog rizika samostalne poslovne aktivnosti.

Poduzetnik se može definirati kao osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodstvenim sposobnostima koja je pritom bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna

⁶ Kolaković, M., *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Zagreb, Sinergija-nakladništvo d.o.o., 2006., str. 20. i str. 24.

⁷ Ibidem, str. 9.

⁸ Škrtić, M., *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija-nakladništvo d.o.o., 2006., str. 2.

da preuzme rizik. Jednostavnijim rječnikom, to je poslovni čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat vjerujući u konačnu dobit.⁹

Neke od funkcionalnih karakteristika poduzetnika su sljedeće¹⁰:

- **inovativnost** - poduzetnici započinju sa idejom. Moraju uvidjeti prilike, pronaći inovativne načine rada i donijeti rješenja ostatku javnosti.
- **sklonost preuzimanju rizika** – poduzetnici su spremni riskirati. Planiraju nepoznato kako bi mogli donositi proračunate odluke koje su isplative za njih i njihovo poslovanje.
- **samouvjerenost** - poduzetnici vjeruju da mogu postići svoje ciljeve. Spremni su uložiti potreban posao jer su uvjereni da mogu stvoriti nešto bolje od onoga što već postoji.
- **prilagodljivost** - poduzetnici često moraju obavljati više zadataka. Fleksibilnost u rasporedu, kao i u razmišljanju, ključna je za nastavak rasta u izazovnim situacijama.
- **odgovornost/odlučnost** - poduzetnici trebaju donositi brze odluke i poduzimati mjere za uspjeh svog poslovanja. Odgovornost u donošenju tih odluka ključna je stavka za uspješan nastavak poslovanja.
- **samostalnost** – poduzetnici moraju samostalno uočavati potencijalne prilike i znati ih iskoristiti, a sve u cilju konačne realizacije.

⁹ Ibidem, str. 91.

¹⁰ Tkalec, Z., "Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja", Učenje za poduzetništvo, Vol. 1, No. 1, 2011. str. 39.-40.

U nastavku se nalazi piramida vještina poduzetnika.

Slika 2. Piramida vještina poduzetnika



Izvor: Relić Z., "Osnivanje j.d.o.o.-a", 2017. Dostupno na: <https://www.zorland.eu/wp-content/uploads/2017/11/Osnivanje-j.d.o.o.-a-vodi%C4%8D-za-poduzetnike.pdf>, pristupljeno: 19.8.2020., str. 5.

Iz prikazane slike vidljivo je kako se na dnu piramide nalaze one vještine kojih je poduzetnik svjestan te se i upoznaje sa njima, no ipak njihovo obavljanje prepušta drugima. Na sredini piramide javljaju se tzv. sekundarne vještine koje za cilj imaju stalno usavršavanje uz prisutnu upornost i discipliniranost. Vrh piramide zauzimaju one vještine koje u konačnici donose, odnosno stvaraju novac.

Neke od spomenutih vještina poduzetnika su urođene, a neke su stečene tijekom iskustva, godina i sl.

3. ULOGA PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOM GOSPODARSTVU

3.1. Zakonodavni okvir poduzetništva

Kako su sektor malih i srednjih poduzeća (dalje MSP-ovi) pokretači inovacija, zapošljavanja i graditelji prekograničnih veza, "Europska unija (dalje EU) stavlja sve veći naglasak na politike koje pomažu i potiču njihov razvoj te razvoj poduzetničkog kapaciteta pojedinaca i industrije".¹¹ U Lisabonskoj strategiji rasta i razvoja iz 2000. godine, države članice EU, utvrdile su zajednički strateški cilj, čijim je ostvarenjem gospodarstvo EU-a do 2010. godine trebalo postati "najkonkurentnije i najdinamičnije na svijetu, utemeljeno na znanju, sposobno za održivi gospodarski rast, s najvećom stopom zaposlenosti i snažnom gospodarskom i socijalnom kohezijom."¹²

Prema Lisabonskoj strategiji, jačanje konkurentnosti temeljilo se na ostvarenju sedam ciljeva u ekonomskom, socijalnom i ekološkom segmentu, pri čemu se kao jedan od ciljeva, kojeg je važno spomenuti u ovome radu, navodi "jačanje poduzetništva poboljšanjem i pojednostavnjenjem regulatornog okruženja poduzeća".¹³

Treba napomenuti da poduzetništvo i sektor malog i srednjeg poduzetništva ima značajnu ulogu i u strategiji "Europa 2020.", koja za cilj ima postići pametni, održivi i uključivi ekonomski rast. Spomenuta strategija "temelji se na konkretnim ciljevima u područjima zapošljavanja, inovacija, obrazovanja, smanjenja siromaštva, te klimatskih promjena i energetske održivosti".¹⁴ Ostvarenje takvih ciljeva u konačnici treba rezultirati jačanjem industrijske konkurentnosti, voditi ka općem poboljšanju poslovnog okruženja, jačanjem i daljnjim razvijanjem inovativnosti i poduzetništva itd.

"Od 2012. novim zakonodavnim okvirom za poticanje investicija unaprijeđen je sustav poticajnih mjera za ulaganja u smislu lakšeg pristupa poticajnim mjerama subjektima

¹¹ Kutnjak, G., „Europska unija u funkciji poticanja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva”, *Poslovna izvrsnost*, Vol. 4 No. 2, 2010. str. 81.

¹² Kesner-Škreb, M., "Lisabonska strategija", *Financijska teorija i praksa*, Vol. 31., No. 4., 2007., str. 441.

¹³ loc. cit.

¹⁴ Stojanović, S., Mrvica Mađarac, S., Glavota, M., „Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije”, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship*, Vol. 6, No. 2 (2016), str. 163. Dostupno na: http://www.journal.zrinski.org/static/cms/data/EL_Vol6_No2.pdf, (pristupljeno: 17.09.2021.)

maloga gospodarstva te povećanjem broja i visine poticajnih mjera za poduzetništvo.”¹⁵

Dakle, može se zaključiti kako bi se uz pomoć mjera za unapređenje investicijsko poduzetničkog okruženja pridonijelo privlačenju novih investicija što bi posljedično moglo rezultirati pojavom novih radnih mjesta te ekspanziji gospodarskog rasta.

3.2. Financiranje poduzetništva

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju, otvorila se mogućnost povlačenja financijskih sredstava iz europskih fondova. Načelno govoreći, “EU financira projekte sredstvima iz centraliziranih i decentraliziranih programa.”¹⁶ Dakle, kod takvog financiranja od strane EU-a, naglasak je na financiranju projekata čiji su prioriteti uvelike od značaja za državu članicu Europske unije, a koji su usklađeni sa strateškim ciljevima na razini Europske unije.

“Primjerice, sredstvima strukturnih fondova financira se kohezijska politika EU-a kao glavna investicijska politika usmjerena na poticanje otvaranja radnih mjesta, poslovne konkurentnosti, gospodarskog rasta, održivog razvoja i poboljšanja kvalitete života građana.”¹⁷ Ciljevi kohezijske politike jesu sljedeći¹⁸:

- konvergencija,
- regionalna konkurentnost,
- europska međunarodna suradnja.

¹⁵ Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i rada, „Strategija razvoja poduzetništva u Hrvatskoj 2013.-2020.“ 2015., str. 30. Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//ZPPI/Strategije%20-%20OGP/poduzetni%C5%A1tvo//Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tval.pdf>, (pristupljeno: 10.09.2020.)

¹⁶ Stojanović, S., Mrvica Mađarac, S., Glavota, M., „Mogućnosti financiranja poduzetništva i MSP-ova iz fondova Europske unije”, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship*, Vol. 6, No. 2 (2016), str. 166. Dostupno na: http://www.journal.zrinski.org/static/cms/data/EL_Vol6_No2.pdf, (pristupljeno: 10.09.2020.)

¹⁷ loc. cit.

¹⁸ Vela, A., Madaras, M., Pavlica, M., Šimrak, L., “EU fondovi 2014. – 2020.”, Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte. Zagreb, 2014., <http://www.eu-projekti.info/portal/wp-content/uploads/2013/06/EU-fondovi-2014.-2020.-Mini-vodič-kroz-europske-strukturne-i-investicijske-fondove.pdf>, pristupljeno: 9.9.2020

Tablica 2. Raspodjela ESI fondova (2014.-2020.)

ESI fond	Alokacija (Eur)
Europski fond za regionalni razvoj (EFRR)	4.321.499.588
Kohezijski fond	2.559.545.971
Europski socijalni fond (ESF)	1.516.033.073
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)	2.026.222.500
Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)	252.643.138
Ukupno	10.675.944.270

Izvor: ESI fondovi 2014. – 2020. Dostupno na: <http://arhiva.strukturnifondovi.hr/esi-fondovi-2014-2020>, (pristupljeno: 22.08.2020.)

Na temelju tablice koja prikazuje raspodjelu Europskih strukturnih investicijskih fondova (dalje ESI fondova), primjećuje se da je Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2014. do 2020. godine dodijeljeno 10,68 mlrd. eura, koje su alocirane po pojedinim ESI fondovima.

3.3. Analiza poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Kako bi se dobio uvid u stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj, u nastavku će biti prikazana analiza trenutnog stanja poduzetništva na ovome području.

3.3.1. Značaj malog i srednjeg poduzetništva

Problematikom poduzetništva, s posebnim naglaskom na malo i srednje poduzetništvo u Republici Hrvatskoj, bavi se Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (skraćeno "CEPOR"). Spomenuti Centar publicira godišnja izvješća o malim i srednjim poduzećima, te tako omogućuje uvid u trendove i obrasce promjena vezanih uz poduzetništvu u Republici Hrvatskoj.

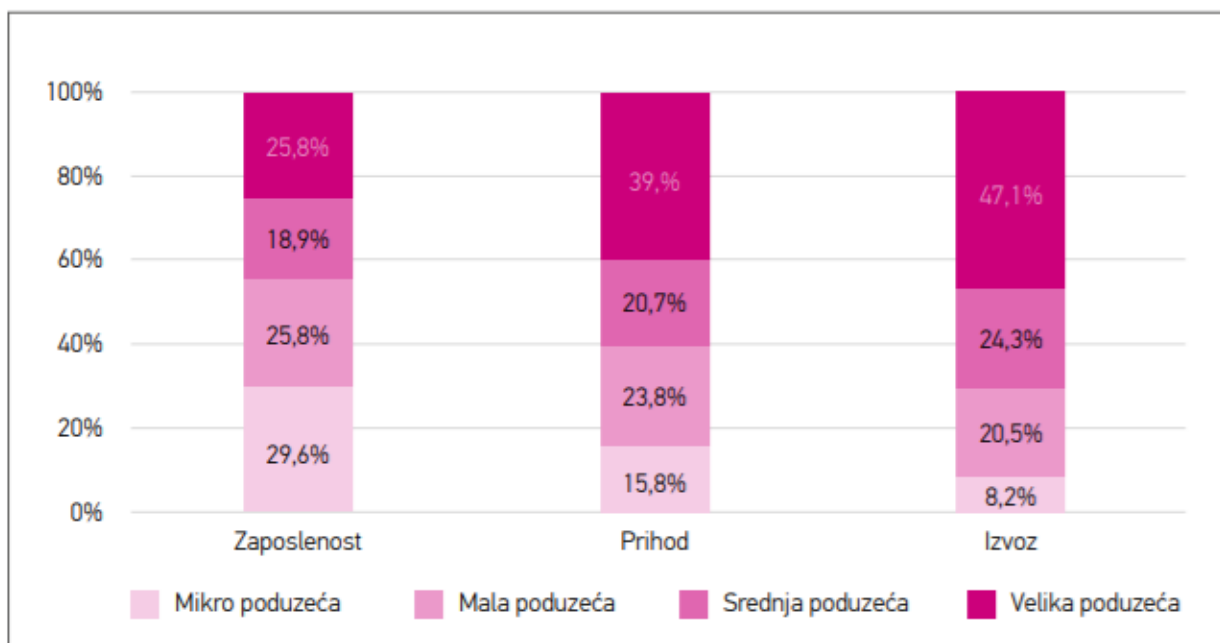
Tablica 3. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2018. i 2019. godini

Ekonomski kriterij valorizacije sektora	Veličina poduzeća							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.
<i>Broj zaposlenih</i>	255.819	286.603	238.392	249.826	184.278	183.189	261.465	250.158
<i>Zaposlenost (%)</i>	27,2	29,6	25,4	25,8	19,6	18,9	27,8	25,8
<i>Ukupan prihod (mil.kn)</i>	102.094	126.003	172.766	189.187	161.166	165.172	315.134	315.765
<i>Ukupan prihod (%)</i>	13,6	15,8	23	23,8	21,4	20,7	42	39,7
<i>Izvoz (mil.kn)</i>	10.432	12.379	29.671	31.064	37.874	36.739	69.205	71.273
<i>Izvoz (%)</i>	7,1	8,2	20,2	20,5	25,7	24,3	47	47,1

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str.8. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju tablice koja prikazuje veličinu poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2018. i 2019. godini, može se primijetiti da je u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu zabilježen porast broja zaposlenih u mikro i malim poduzećima, dok u srednjim i velikim poduzećima dolazi do blagog pada. Mikro poduzeća, s najmanje ostvarenim udjelima u ukupnim prihodima i ukupnom izvozu, ukazuju na nižu razinu konkurentnosti tog koncepta gospodarstva.

Grafikon 1. Ukupna zaposlenost, prihod i izvoz prema veličini poduzeća u 2019. godini iskazana u %



Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 9. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju grafičkog prikaza ukupne zaposlenosti, prihoda i izvoza prema veličini poduzeća u 2019. godini, može se uočiti da je udio zaposlenosti na razini Republike Hrvatske najveći u mikro poduzećima s 29,6%. Udio prihoda najveći je u velikim poduzećima (39%), a potom također u malim poduzećima (23,8%), dok je udio izvoza najveći u velikim poduzećima (47,1%), a zatim u srednjim poduzećima (24,3%).

Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u mikro i malim poduzećima (2015.-2019.)

Godina	Broj mikro i malih poduzeća	Broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima	Prosječan broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima	Ukupan prihod (u mil.kn)	Ukupan prihod po zaposlenom (u kn)
2015.	105.029	432.934	4,1	226.110	522.273
2016.	112.809	455.670	4,0	236.495	519.005
2017.	118.352	472.619	4,0	255.691	541.009
2018.	129.259	494.211	3,8	274.860	556.159
2019.	134.365	536.429	4	315.190	587.570

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 10. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica 4. koja prikazuje prosječan broj zaposlenih i produktivnost u mikro i malim poduzećima od 2015. do 2019. godine, može se primijetiti da je broj mikro i malih poduzeća najveći 2019. godine, kada se ujedno bilježi i najveći broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima. Sukladno tome, dolazi i do blagog povećanja prosječnog broja zaposlenih koji 2019. godine iznosi 4, no najveća zabilježena vrijednost prosječnog broja zaposlenih bila je 2015. godine (4,1). Ukupni prihodi također su dosegli najveću zabilježenu vrijednost u 2019. godini.

**Tablica 5. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u velikim poduzećima
(2015.-2019.)**

Godina	Broj velikih poduzeća	Broj zaposlenih u velikim poduzećima	Prosječan broj zaposlenih u velikim poduzećima	Ukupan prihod (u mil.kn)	Ukupan prihod po zaposlenom (u kn)
2015.	348	258.400	742,5	294.438	1.139.466
2016.	327	231.166	706,9	255.035	1.103.255
2017.	329	236.552	719,0	274.423	1.160.096
2018.	360	261.465	726,3	315.134	1.205.263
2019.	370	250.158	676,1	315.765	1.262.261

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 11. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica 5. koja prikazuje prosječan broj zaposlenih i produktivnost u velikim poduzećima u razdoblju od 2015. do 2019. godine, može se primijetiti da je broj velikih poduzeća najveći 2019. godine, no najveći broj zaposlenih (261.465) zabilježen je 2018. kada je broj velikih poduzeća bio za deset manji. Nadalje, najveći prosječni broj zaposlenih u velikim poduzećima bilježi se 2015. godine (742,5). Ukupan prihod u velikim poduzećima u razdoblju od 2015. do 2019. godine varira, a najveći je bio 2019. godine (315.765 mil.kn). U promatranom razdoblju došlo je do povećanja prihoda, i to sa 1.139.466 kn u 2015. godini na 1.262.261 kn u 2019. godini.

"Podaci za 2019. godinu, kao i prijašnjih godina, ukazuju na nižu razinu produktivnosti mikro, malih i srednjih poduzeća, u odnosu na velika poduzeća. Također, u usporedbi s velikim poduzećima, sektor malih i srednjih poduzeća još uvijek karakterizira nedovoljan kapacitet internacionalizacije i iskorištavanja potencijala jedinstvenog tržišta Europske unije."¹⁹

¹⁹ Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 11. Dostupno na:

Tablica 6. Broj aktivnih obrta i zaposlenih u obrtima (stanje prosinac 2015.-2019.)

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Broj aktivnih obrta	76.222	75.861	77.335	81.430	88.640
<i>Udio u aktivnim trgovačkim društvima (u %)</i>	33	39,9	39,9	39,1	41,1
Broj zaposlenih u obrtima	175.942	176.022	176.805	180.155	186.696
<i>Udio zaposlenih u obrtima u ukupno zaposlenim (u %)</i>	13,5	12,9	13,4	12,8	12,1

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 17. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju tablice koja prikazuje broj aktivnih obrta i zaposlenih u obrtima (stanje prosinac 2015.-2019.) u Republici Hrvatskoj može se primijetiti da se broj aktivnih obrta u promatranom razdoblju povećao, i to sa 76.222 u 2015.godini na 88.640 u 2019. godini, što je povećanje od 16,29%. Udio obrta u aktivnim društvima također se povećao sa 33% na 41,1% u 2019. godini. Povećao se i broj zaposlenih u obrtima, no s druge strane, udio zaposlenih u obrtima u ukupno zaposlenim, smanjio se sa 13,5%

<http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

u 2015. na 12,1% u 2018. godini, što je smanjenja udjela zaposlenih u obrtima u ukupno zaposlenima za otprilike 11%.

“Kao i prethodnih godina, i u 2019. godini najviše je obrta bilo aktivno u Gradu Zagrebu (19,1%), potom u Splitsko - dalmatinskoj županiji (12,9%) te Primorsko – goranskoj (9,6%) i Istarskoj županiji (9%). Najmanje aktivnih obrta u 2019. godini bilo je u Požeško – slavonskoj (1,2%), Ličko – senjskoj (1,3%) te Bjelovarsko – bilogorskoj županiji (1,3%).”²⁰

Najveći postotak aktivnih obrta javlja se u uslužnim djelatnostima, čak 45,9%, a najmanji postotak od 4,4% zauzima ceh ribarstva, marikulture i poljodjelstva.²¹

Tablica 7. Financijska efikasnost poduzeća u 2018. i 2019. godini

Poduzeća	2018.		2019.	
	Milijun kuna	%	Milijun kuna	%
Mikro				
<i>Dobit</i>	9.436	20,1	10.357	21,2
<i>Gubitak</i>	7.393	39,6	10.509	59,7
<i>Konsolidirani rezultat</i>	2.043	7,2	-152	0,5
Mala				
<i>Dobit</i>	10.586	22,6	11.487	23,5
<i>Gubitak</i>	3.964	21,2	2.891	16,4
<i>Konsolidirani rezultat</i>	6.622	23,4	8.596	27,5
Srednja				
<i>Dobit</i>	9.768	20,8	9.396	19,2
<i>Gubitak</i>	2.018	10,8	2.269	12,9
<i>Konsolidirani rezultat</i>	7.750	27,4	7.127	22,8
Velika				
<i>Dobit</i>	17.115	36,5	17.632	36,1
<i>Gubitak</i>	5.280	28,3	1.921	10,9
<i>Konsolidirani rezultat</i>	11.835	41,9	15.711	50,2
Ukupno				
<i>Dobit</i>	44.905		48.872	
<i>Gubitak</i>	18.655		17.590	

²⁰ Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., “Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.”, 2020., str.17. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 18.09.2021.)

²¹ Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., “Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.”, 2020., str.17. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 18.09.2021.)

Konsolidirani rezultat	28.250		31.282	
------------------------	--------	--	--------	--

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 12. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju tablice koja prikazuje financijsku efikasnost poduzeća u 2018. i 2019. godini, može se primijetiti povećanje pozicije konsolidiranog rezultata, čemu su doprinijela mala, srednja i velika poduzeća. Mikro poduzeća u 2019. godini ostvaruju, kao što je vidljivo iz tablice, negativan konsolidirani rezultat što dokazuje postojanje niže produktivnosti u tom dijelu.

Kod malih je poduzeća u usporedbi s 2018. u 2019. godini došlo do povećanja dobiti od 8,5% te, sukladno povećanju dobiti, do smanjenja gubitaka za 27,1%. Kada je riječ o srednjim poduzećima vidljivo je da dolazi do blagog smanjenja dobiti, sa 9.768 milijuna kuna (u 2018.) na 9.396 milijuna kuna (u 2019.) Velika poduzeća u 2019. godini ostvaruju povećanje dobiti od, otprilike, 3% u odnosu na godinu dana ranije te iz dobivenih rezultata prikazanih u tablici proizlazi da svojim rezultatima velika poduzeća zauzimaju najveći udio u dobiti i najmanji udio u gubitcima na razini hrvatskog gospodarstva u 2019. godini.

3.3.2. Poduzetništvo žena

Na poduzetništvo se kroz povijest gledalo kao na dominantnu mušku djelatnost gdje su oni najčešći bili sudionici u razvijanju i stvaranju. Ipak, u novijim se vremenima počelo više spominjati žensko poduzetništvo te je prvi novinski članak o tome bio napisan 1976. godine pod imenom "Entrepreneurship, a New Female Frontier" autorice Eleanor Brantley Schwartz. Članak govori o tome kako su žene jednako motivirane te željne neovisnosti i postignućima jednako kao i muškarci.²²

Žene, kao u prošlosti, tako i danas moraju pronaći načina kako uskladiti vlastiti privatni i poslovni život. Neke od najčešćih prepreka jesu²³:

- nedostatak podrške za žene s dva posla
- nedovoljna podrška okoline
- različita i neusklađena pravna regulativa
- nedovoljno umrežavanje poduzetnica
- nedovoljna educiranost vezano uz razvoj ženskog poduzetništva

"Vlada Republike Hrvatske je u 2014. godini usvojila nacionalnu Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. koja se temelji na četiri strateška cilja:

1. poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika,
2. poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena,
3. uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu i
4. promocija poduzetništva žena"²⁴

²² Ivanković, D., Kulenović, Ž, Sudarić, Ž., "Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj", *International scientific conference - ERAZ 2016: Knowledge based sustainable economic development*, str. 577. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/883258>, (pristupljeno: 10.09.2020.)

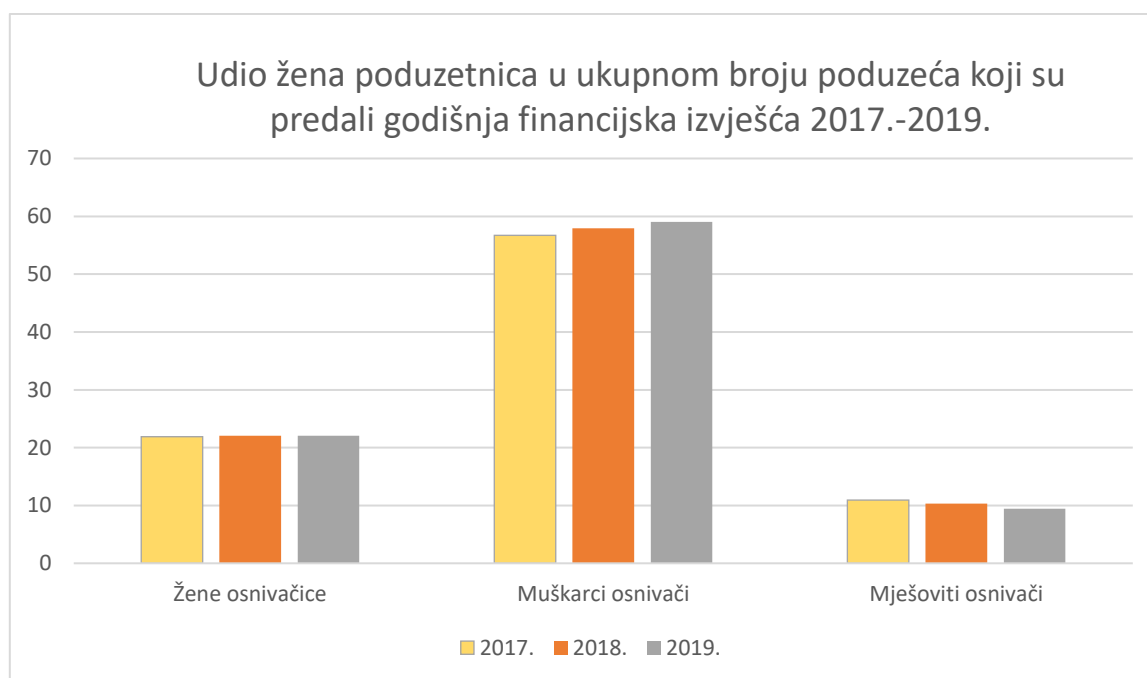
²³ Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, "Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020." Dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, (pristupljeno:10.09.2020.)

²⁴ Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str. 25. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 18.09.2021.)

Korisno je naglasiti da Republika Hrvatska ima nekoliko važnih razloga zašto definirati posebnu strategiju razvoja ženskog poduzetništva. Razlozi su sljedeći²⁵:

- “porast stope rizika od siromaštva za žene, posebno starije dobi,
- dominacija žena u nezaposlenosti,
- dominacija muškaraca u poduzetničkoj aktivnosti,
- fragmentirani, nepovezani programi i aktivnosti.”

Grafikon 2. Udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzeća koji su predali godišnja financijska izvješća 2017.-2019.



Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., “Izješće o malim i srednjim poduzecima u Hrvatskoj – 2020.”, 2020., str. 23. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 18.09.2021.)

Iz grafikona je vidljivo kako je udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzeća godinama oko 22%, dok udio muškaraca s godinama zadržava vrijednost iznad 50%

²⁵ Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, “Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.”, str. 3. Dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, (pristupljeno:10.09.2020.)

te ima tendenciju rasta. Primjera radi, udio žena poduzetnica je s početne promatrane vrijednosti 2017. godine, odnosno s 21,9%, do 2020. narastao tek na 22,08%, a udio muškaraca u istom promatranom razdoblju, narastao je s 56,71% na 59,05%.

Tablica 8. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi²⁶) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
<i>Muškarci 2018.</i>	14,8	23,0	15,6	6,0	2,1
Žene 2018.	8,5	14,7	7,2	3,9	2,5
<i>Muškarci 2019.</i>	17	22,6	16,3	6,4	4,2
Žene 2019.	9,8	13,3	10,8	5	2,2
<i>Muškarci 2020.</i>	16,3	27,2	20,5	10,4	5,9
Žene 2020.	11,9	11,6	9,0	7,8	2,5

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 44. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Iz prethodne tablice vidljivo je da su poduzetnički najaktivniji i žene i muškarci u dobnoj skupini 25-34 (žene i u skupini 18-24). Ukoliko se poduzetnička aktivnost gleda sa kriterija rodosti, primjetna je najveća razlika upravo u dobi od 25 do 34 što se pripisuje majčinstvu, ali i generalnoj organizaciji obiteljskog života.

“Kao uzroke jaza u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca u Europskoj uniji Europska komisija navodi ograničen pristup financijskim resursima, tehnologiji,

²⁶ TEA indeks (engl. Total Entrepreneurial Activity) - utvrđuje odnos broja poduzetnika čija je poduzetnička aktivnost kraća od 42 mjeseca, na 100 stanovnika.

informacijama, edukaciji, slabu poslovnu umreženost, te neusklađenost poslovnog i obiteljskog aspekta života u kojem još uvijek dominira uloga žene.”²⁷

Zaključno, kako bi razvoj žena u poduzetništvu bio snažniji, potrebno je poticati žene na obrazovanje, hrabriti ih kod pokretanja novih poslova, te ih ohrabrivati da se ne boje ulagati. Nadalje, neophodno je kontinuirano provoditi promjene vrijednosnog sustava, kao i društvene okoline, budući da o tome, ali i o ponašanju, ovisi jačanje poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj.

²⁷ Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., “Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.”, 2020., str. 22. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno: 18.09.2021.)

4. ANALIZA PODUZETNIŠTVA PREMA GEM ISTRAŽIVANJU

Poduzetnici doprinose gospodarstvu stvaranjem vrijednosti iz poslovnih mogućnosti koje stvaraju i iskorištavaju. Na taj način poduzetništvo vodi do inovacija, zapošljavanja, neovisnosti i različitih društvenih beneficija. Dakle, jasno je naglašena važnost poduzetništva, no postavlja se pitanje koje su razlike u razini poduzetništva između različitih zemalja i kako se to može objasniti? U cilju pružanja odgovora na navedena pitanja, potrebni su nam podaci iz velike skupine zemalja koji se mjere na identičan način.

U nastavku je, stoga, dan osvrt na Global Entrepreneurship Monitor (skraćeno "GEM"), koji predstavlja ujedno i najveće svjetsko empirijsko istraživanje poduzetničke aktivnosti. Istraživanje je pokrenuto 1999. godine, a Republika Hrvatska je u isto uključena od 2002. godine.

"GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru, koji polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkih okvirnih uvjeta i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju novih vrijednosti."²⁸

Općenito se za GEM izvješća može reći da predstavljaju ključni izvor usporedivih podataka u velikom broju zemalja o stavovima prema poduzetništvu, pokretanju i osnivanju poslovnih aktivnosti i težnjama poduzetnika za njihovo poslovanje.

Postavljena su mu tri glavna cilja²⁹:

1. mjerenje razlika u razini poduzetničke aktivnosti između zemalja,
2. otkrivanje čimbenika koji određuju nacionalne razine poduzetničke aktivnosti i
3. identificiranje politika koje mogu povećati nacionalne razine poduzetničke aktivnosti.

²⁸ Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 14. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

²⁹ Bosma, N., "The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and Its Impact on Entrepreneurship Research", Foundations and Trends® in Entrepreneurship: Vol. 9: No. 2, 2013., str. 2. Dostupno na: <https://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-033>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica 9. Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	33,1	44,2	14/17	46,6	26/31
		81,6 Švedska			
2019.	55,7	52,1	5/16	52,7	12/33
		87,28 Poljska			
2020.	47,2	40,5	5/14	46,6	15/30
		62,5 Švedska			

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 22. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica prikazuje percepciju o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini, pri čemu se percepcija "procjenjuje kroz odgovore uzorka odrasle populacije o tome prepoznaju li prilike za pokretanje poslovnog pothvata u narednih 6 mjeseci u sredini u kojoj žive."³⁰

Iz tablice je vidljivo da je Hrvatska u svim trima promatranim godinama (2018., 2019. i 2020.) bila iznad prosjeka EU, a najlošiji rang zauzimala je 2018. godine. Vidljiv je svakako blagi pad u 2020. godini u odnosu na godinu dana ranije što se može pripisati pojavi Covid-19 krize koja kod ispitanika može stvarati drugačije percepcije.

³⁰ Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 22. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica 10. Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	52,3	44,4	2/17	46,6	9/31
		53,3 Slovačka			
2019.	71,2	52,7	1/16	54,8	6/33
		71,2 Hrvatska			
2020.	75,0	55,2	1/14	57,2	2/30
		75,0 Hrvatska			

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 23. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Pokazatelj percepcije o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata (iz gornje tablice) za Hrvatsku je od iznimne važnosti budući da se kroz sve tri promatrane godine Hrvatska nalazi na samom vrhu i u usporedbi sa EU i u usporedbi sa zemljama koje imaju visok bruto domaći dohodak po stanovniku.

Ono što je važno usporediti, uzevši u obzir prethodne dvije tablice, jest veliki raskorak između visoke percepcije o osobnostima i niže percepcije o prilikama. Konkretno se u 2020. godini govori o 75% onih koji smatraju da su sposobni za pokretanje poslovnog pothvata, dok s druge strane u istoj godini postoji tek 47,2% onih koji vide poslovnu priliku. Dakle, dolazi do situacije gdje se javlja velika samouvjerenost glede osobne percepcije, no ili poslovnih prilika nema ili ih se ne zna prepoznati.

Tablica 11. Percepcija o poduzetničkim namjerama (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	22,4	13,6	1/17	20,4	11/31
		22,4 Hrvatska			
2019.	25,6	16,4	2/16	24,4	12/33
		28,0 Latvija			
2020.	30,5	14,4	1/14	24,3	10/30
		30,5 Hrvatska			

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 24. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Tablica koja prikazuje percepciju o poduzetničkim namjerama (u %) u vremenskom razdoblju od 2018. do 2020. godine, ponovno Hrvatsku svrstava među najbolje rangirane EU zemlje, pri čemu je primjetan i porast izražene poduzetničke namjere sa 22,4% u 2018. godini na 30,5% u 2020. godini.

Tablica 12. Percepcija o strahu od promašaja (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najniži	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	39,6	44,15	6/17	40,4	15/31
		34,8 Nizozemska			
2019.	51,0	44,7	13/16	42,6	27/33
		27,0 Nizozemska			
2020.	55,4	46,9	11/14	46,1	24/30
		27,1 Italija			

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 24. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Sukladno prijašnjoj tablici gdje je vidljiva naglašena poduzetnička namjera, iz tablice koja prikazuje percepciju o strahu od promašaja, također je primjetna stabilna, ali visoka razina straha od promašaja. Razina straha od promašaja u promatranim je godinama znatno porasla sa 39,6% u 2018. godini na čak 55,4% u 2020. godini. Ukoliko se dobiveni rezultati uspoređuju s prosjekom EU, jasno je vidljivo kako je Hrvatska po pitanju percpcije o strahu od promašaja iznad prosjeka EU. Ističe se kako "iako strah od promašaja ima i kulturološku dimenziju, neposredni pritisak npr. nužnost

rješenja egzistencijalnog problema zatomit će strah i pojačati samopouzdanje čak i kod onih koji ne vide prilike.”³¹

Tablica 13. Percepcija o društvenim stavovima prema poduzetništvu u 2018., 2019. i 2020. godini (u %)

	2018.		2019.		2020.	
	Hrvatska	EU prosjek	Hrvatska	EU prosjek	Hrvatska	EU prosjek
Biti poduzetnik je dobar izbor karijere	62,1	59,8	61,49	58,17	59,3	68,5
Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu	43	69,2	46,45	63,08	53,5	76,7
Medijska pažnja poduzetništvu	53,7	56,9	58,51	57,68	58,4	69,1

Izvor: Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., “Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.”, 2020., str. 98. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, (pristupljeno:

³¹ Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2018., 2019. str. 24. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

17.09.2021.) i Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 26.-27. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Iz tablice koja prikazuje percepciju o društvenim stavovima prema poduzetništvu u 2018., 2019. i 2020. godini, može se primijetiti da u Republici Hrvatskoj s godinama blago pada omjer onih koji smatraju da je biti poduzetnik dobar izbor karijere (sa 62,1% u 2018. na 59,3% u 2020. godini), dok s druge strane EU prosjek u 2020. godini poprima tendenciju rasta sa 59,8% u 2018. na 68,5% u 2020. godini.

Što se tiče postotka ispitanika koji smatraju kako uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu, vidljivo je da se on povećao – s 43% u 2018. na 53,5% u 2020. godini. No, bez obzira na povećanje, Hrvatska je u cijelom promatranom razdoblju (2018.-2020.) daleko ispod prosjeka EU zemalja. Konkretno, u 2020. godini vidljiva je razlika od 23 postotna poena na štetu Hrvatske (53,5% vs. 76,7%).

Promatravši medijsku pažnju usmjerenu ka poduzetništvu vidljivo je kako ona u Hrvatskoj raste sa 53,7% u 2018. na 58,4% u 2020. što je zaista pohvalno budući da je medijska pažnja iznimno važna kod svih poduzetnika, no ponajviše kod, primjerice, malih poduzetnika koji mogu biti izrazito uspješni, no s druge strane, ne uspijevaju doći do izražaja.

Tablica 14. Nova poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	9,6	7,6	6/17	10,0	15/31
		12,3 Nizozemska			
2019.	10,5	9,6	6/16	12,3	18/33
		15,4 Latvija			
2020.	12,7	8,1	3/14	12,1	14/30
		15,6 Latvija			

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 28. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju tablice koja prikazuje novu poduzetničku aktivnost mjerenu TEA indeksom (u %), može se primijetiti da je intenzitet pokretanja poslovnih pothvata u Republici Hrvatskoj u svim promatranim godinama, a osobito u 2020. godini iznad prosjeka Europske unije (12,7 Hrvatska vs. 8,1 EU). Kako bi se za rast poslovnih pothvata moglo reći da predstavljaju dobar znak, važno je znati i uzroke njihova pokretanja.

Tablica 15. Razlozi za ulaz u poduzetničku aktivnost* - % od TEA poduzetnika

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

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 29. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

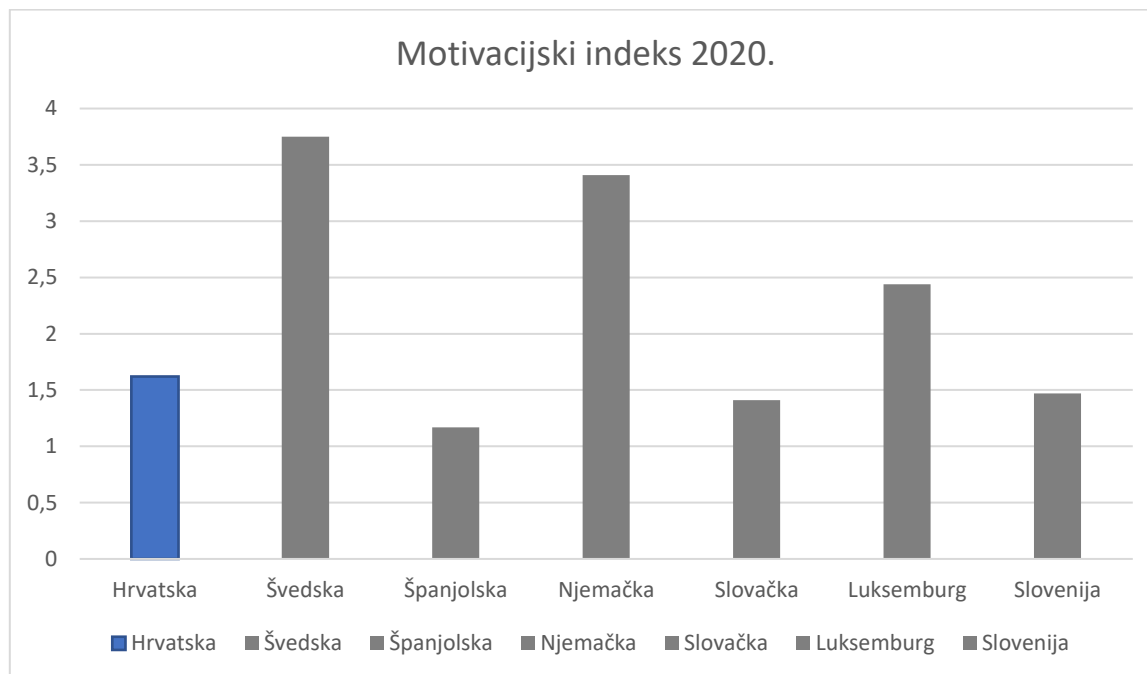
Prije konkretiziranja što tablica prikazuje, važno je napomenuti kako je “do 2019. godine koncept motiviranosti u GEM istraživanju bio definiran kroz razloge pokretanja poslovnog pothvata zbog uočene prilike ili zbog nužde, no od 2019. godine taj pristup

je zamijenjen identificiranjem šire lepeze razloga za pokretanje poslovnog pothvata³² (navedene u tablici) gdje potom razlikujemo razloge poput:

- napraviti promjenu u svijetu,
- napraviti veliko bogatstvo ili prihod,
- nastaviti obiteljsku tradiciju,
- zaraditi za život, jer nema mogućnosti zaposlenja.

Vidljivo je kako je motiviranost za ulazak u poduzetničku aktivnost stabilna i u 2019. i u 2020. godini, no uočava se kako se najveći postotak ispitanika u Hrvatskoj odlučuje za taj pothvat zbog posljednjeg razloga – zaraditi za život, jer nema mogućnost zaposlenja, a najmanji postotak ispitanika ulazi u poduzetničku aktivnost kako bi nastavili obiteljsku tradiciju, 28,7% u 2020. godini.

Grafikon 3. Motivacijski indeks – Hrvatska u usporedbi s EU zemljama koje imaju najviši i najniži motivacijski indeks 2020. godine



³² Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 28.-29. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> , (pristupljeno: 17.09.2021.)

Izvor: Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 29. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> , (pristupljeno: 17.09.2021.)

Grafikon prikazuje poziciju motivacijskog indeksa Hrvatske u usporedbi sa EU zemljama koje imaju najviši i najniži motivacijski indeks. Zemlje koje imaju najniži motivacijski indeks, kao što je vidljivo, su sljedeće: Španjolska, Slovačka i Slovenija, dok, suprotno njima, najviši motivacijski indeks imaju Švedska, Njemačka i Luksemburg. No, što zapravo znači veća vrijednost motivacijskog indeksa i što se iz nje može iščitati? Znači da se manje osoba odlučuje na pokretanje poslovnog pothvata iz nužde zbog prevladavanja drugih razloga. To čini važnu informaciju za nositelje vladinih politika i programa, ali i za one koji osiguravaju treninge ili savjetovanja, budući da su osobe koje to čine iz nužde, rjeđe dobro pripremljene za poduzetničko djelovanje, te često to vide kao privremeno rješenje.³³

Tablica 16. Gustoća „odraslih“ poduzeća (u %)

Godina	Hrvatska	EU		Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske	Prosjek	Rang Hrvatske
2018.	4,2	6,9	15/17	6,8	25/31
		13 Poljska			
2019.	3,6	8,1	16/16	7,5	30/33
		14,3 Grčka			
2020.	4,2	7,3	12/14	6,9	23/30
		14,6 Grčka			

³³ Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 29. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> , (pristupljeno: 17.09.2021.)

Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 30. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

Na temelju tablice koja prikazuje gustoću „odraslih“ poduzeća (u %) u periodu od 2018. do 2020. godine, može se primijetiti da Republika Hrvatska nikako ne uspijeva dostići prosjek Europske unije, te se neprestano nalazi na začelju što je osobito vidljivo u stupcu "Rang Hrvatske". "Gustoća poduzeća u promatranom razdoblju pada s 61% učešća 'odraslih' poduzeća u 2019. godini na 57% u 2020. godini. Ovako niska prisutnost 'odraslih' poduzeća dugotrajna je karakteristika hrvatskog gospodarstva, što uz niski motivacijski indeks novopokrenutih poslovnih pothvata ozbiljno upozorava na vrlo krhku gospodarsku osnovicu generiranja nove vrijednosti."³⁴

Zaključno, ono što se iz navedenih podataka prema GEM istraživanjima može utvrditi jest iznadprosječno uočavanje prilika za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini gdje Hrvatska od 2019. zauzima poziciju bolju od prosjeka EU te, također izrazito izraženo samopouzdanje o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata gdje Hrvatska stoji na samome vrhu. Hrvatska svoju poziciju na samome "tronu" zadržava i u pogledu percepcije o poduzetničkim namjerama, no s druge strane, kod Hrvatske je jasno naglašen i strah od promašaja koji, naravno, može sprječavati poduzetnika u pokretanju poslovnog pothvata. Iz podataka o percepciji o društvenim stavovima prema poduzetništvu, vidljivo je kako u 2020. godini Hrvatska bilježi nešto slabiji rang od prosjeka EU, ali je vidljiv porast onih koji smatraju da uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu, a porasla je i medijska pažnja usmjerena ka poduzetništvu. Solidan rezultat Hrvatska ostvaruje i u intenzitetu pokretanja poslovnih pothvata gdje tijekom svih promatranih godina (2018., 2019. i 2020.) postiže bolji rang od prosjeka EU. Kada je riječ o razlozima za ulazak u poduzetničku aktivnost, ono što

³⁴ Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 31. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, (pristupljeno: 17.09.2021.)

je i poražavajuće jest da se poduzetnici iz Hrvatske ponajviše odlučuju za taj pothvat kako bi mogli zaraditi za život jer ne postoji mogućnost zaposlenja, no dobar dio, 47% u 2020. godini, odlučuje se na to s ciljem ostvarenja velikog bogatstva ili velikog prihoda. Motivacijski indeks, koji predstavlja “omjer onih koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog želje za napraviti promjenu, jako zaraditi i/ili nastaviti obiteljsku tradiciju i onih koji to čine jer nemaju mogućnost zaposlenja”³⁵, Hrvatsku svrstava među one zemlje koje bilježe najnižu vrijednost - 1,62 u Hrvatskoj prema 3,75 u Švedskoj. Nadalje, kao što je već navedeno, dugotrajna karakteristika hrvatskog gospodarstva jest upravo niska prisutnost ‘odraslih’ poduzeća tijekom svih promatranih godina.

³⁵ Izvor: Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., “Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?”, GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021. str. 10. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> , (pristupljeno: 17.09.2021.)

5. ZAKLJUČAK

Prvi oblici poduzetništva datiraju još iz srednjeg vijeka, a uvriježilo se spominjati da poduzetništvo postoji otkada postoji i čovjek. Brojni autori definirali su pojam poduzetništva, preveli ga na brojne jezike, a u osnovi svima je zajedničko da je riječ o organizacijskim, inovacijskim i upravljačkim sposobnostima, odnosno procesu stvaranja novih vrijednosti. S obzirom da je ulazak u poduzetništvo ozbiljan poduhvat, osim pozitivnih strana poduzetništva, treba promisliti i o rizicima koje ono sa sobom može donijeti.

Sukladno tome, svaki poduzetnički pothvat ujedno je i rizik, stoga poduzetnik treba biti spreman na preuzimanje rizika, a osim toga trebao bi posjedovati i određene osobine, kao što su samostalnost, kreativnost, spremnost na preuzimanje rizika, socijalne i komunikacijske sposobnosti i sl. Nadalje, poduzetnik treba imati primarne vještine koje stvaraju novac, sekundarne vještine koje se neprestano usavršavaju uz disciplinirani rad i upornost i tercijarne vještina koje on upoznaje, ali ih prepušta drugima da ih obavljaju u njegovo ime. Takve sposobnosti čine piramidu vještina poduzetnika. Posebno se može naglasiti i nužnost poticanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Poduzetnici se mogu financirati temeljem fondova Europske unije, pa se tako u radu spominju ESI fondovi, a u okviru toga i operativni programi u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine. U radu je dan uvid u analizu poduzetništva u Republici Hrvatskoj, temeljem kojeg se zaključuje mikro i mala poduzeća imaju značajnu ulogu u hrvatskom gospodarstvu zbog stalnog povećanja broja zaposlenih, dok velika poduzeća karakterizira visok postotak prihoda i izvoza.

Temeljem analize GEM istraživanja, ustanovilo se da je Republika Hrvatska iznad prosjeka Europske unije prema pokazatelju uočavanja prilika za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini, dok prema pokazatelju percepcije o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata i prema percepciji poduzetničkih namjera, Republika Hrvatska zauzima prvo mjesto.

LITERATURA

Knjige:

1. Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepherd, D.A.: Poduzetništvo, MATE d.o.o., Zagreb, 2011.
2. Kolaković M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb 2006.
3. Škrtić, M.: Poduzetništvo, Sinergija d.o.o., Zagreb, 2006.

Priručnik:

1. Kociper, U., Vojković, M., Protulipac M., Golubić V.: EU fondovi – mogućnosti za poduzetnike. Edukativni priručnik za male i srednje poduzetnike, Znanje d.o.o. Zagreb, 2014

Časopisi:

1. Bosma, N.: The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and Its Impact on Entrepreneurship Research, Foundations and Trends® in Entrepreneurship: Vol. 9: No. 2, 2013., <https://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-033>, pristupljeno: 17.09.2021.
2. Ivanković, D., Kulenović, Ž, Sudarić, Ž.: Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj”, International scientific conference - ERAZ 2016: Knowledge based sustainable economic development., <https://www.bib.irb.hr/883258> , pristupljeno: 10.09.2020.
3. Kesner-Škreb, M.: Lisabonska strategija, Financijska teorija i praksa, Vol. 31., No. 4., 2007., pp. 441-443, <https://hrcak.srce.hr/22020>, pristupljeno 2.9.2020
4. Kutnjak, G.: Europska unija u funkciji poticanja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva, Poslovna izvrsnost Zagreb, vol. 4, no. 2, 2010., pp. 79-91., <https://hrcak.srce.hr/60700>, pristupljeno: 2.9.2020.
5. Stojanović, S., Mrvica Mađarac, S., Glavota, M.: Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije, Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship, Vol. 6, No. 2 (2016),

http://www.journal.zrinski.org/static/cms/data/EL_Vol6_No2.pdf, (pristupljeno: 17.09.2021.)

6. Tkalec, Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, Učenje za poduzetništvo, vol. 1, no. 1, 2011., pp. 35-43., <https://hrcak.srce.hr/130086>, pristupljeno: 1.9.2020

Publikacije i internet izvori:

1. Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019.", 2019., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-HR-WEB.pdf>, pristupljeno: 9.9.2020.
2. Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Pervan J., Šimić Banović R., "Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.", 2020., str.8. Dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/>, pristupljeno: 17.09.2021.
3. ESI fondovi 2014. – 2020., <http://www.strukturnifondovi.hr/esi-fondovi-2014-2020>, pristupljeno: 22.8.2020.
4. EU fondovi, <http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi>, pristupljeno: 23.8.2020
5. Europska komisija, "Uvod u kohezijsku politiku EU-a za razdoblje 2014. – 2020.", 2014., http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/basic/basic_2014_hr.pdf, pristupljeno: 10.9.2020.
6. Europska komisija, https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_hr, pristupljeno 11.9.2020.
7. Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2018., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>, pristupljeno: 13.8.2020.
8. Oberman Peterka S., Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., "Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?", GEM Hrvatska, 2019-2020., 2021., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>, pristupljeno: 17.09.2021.

9. Relić, Z., "Osnivanje j.d.o.o.-a", 2017., <https://www.zorland.eu/wp-content/uploads/2017/11/Osnivanje-j.d.o.o.-a-vodi%C4%8D-za-poduzetnike.pdf>, pristupljeno: 19.8.2020.
10. Šipić, N., Najdanović, Z., "Osnove poduzetništva", Skripta, Visoka poslovna škola Zagreb, katedra za marketing, Zagreb, 2012., <https://pvzg.hr/wp-content/uploads/2018/08/Skripta-osnove-poduzetnistva-03-2013.pdf>, pristupljeno 10.9.2020.
11. Vela, A., Madaras, M., Pavlica, M., Šimrak, L., "EU fondovi 2014. – 2020.", Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte. Zagreb, 2014., <http://www.eu-projekti.info/portal/wp-content/uploads/2013/06/EU-fondovi-2014.-2020.-Mini-vodič-kroz-europske-strukturne-i-investicijske-fondove.pdf>, pristupljeno: 9.9.2020.
12. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, "Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj", 2014-2020, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRPŽ%20%202014%20-%202020.pdf>, pristupljeno: 10.9.2020.
13. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i rada: Strategija razvoja poduzetništva u Hrvatskoj 2013.-2020. 2015., <https://vlada.gov.hr/UserDocImages//ZPPI/Strategije%20-%20OGP/poduzetni%C5%A1tvo//Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tval.pdf>, pristupljeno: 10.09.2020.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Prijevodi pojma „poduzetništvo“	2
Tablica 2. Raspodjela ESI fondova (2014.-2020.)	10
Tablica 3. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2018. i 2019. godini	11
Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u mikro i malim poduzećima (2015.-2019.).....	13
Tablica 5. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u velikim poduzećima (2015.-2019.)	14
Tablica 6. Broj aktivnih obrta i zaposlenih u obrtima (stanje prosinac 2015.-2019.)	15
Tablica 7. Financijska efikasnost poduzećća u 2018. i 2019. godini.....	16
Tablica 8. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %.....	19
Tablica 9. Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini (u %)	22
Tablica 10. Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata (u %)	23
Tablica 11. Percepcija o poduzetničkim namjerama (u %)	24
Tablica 12. Percepcija o strahu od promašaja (u %)	25
Tablica 13. Percepcija o društvenim stavovima prema poduzetništvu u 2018., 2019. i 2020. godini (u %)	26
Tablica 14. Nova poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom (u %).....	29
Tablica 15. Razlozi za ulaz u poduzetničku aktivnost* - % od TEA poduzetnika	30
Tablica 16. Gustoća „odraslih“ poduzeća (u %).....	31

POPIS SLIKA

Slika 1. Rizici ulaska u poduzetništvo	3
Slika 2. Piramida vještina poduzetnika	6

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Ukupna zaposlenost, prihod i izvoz prema veličini poduzeća u 2018. godini	11
Grafikon 2. Udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzeća koji su predali godišnja financijska izvješća 2017.-2019.....	18
Grafikon 3. Motivacijski indeks – Hrvatska u usporedbi s EU zemljama koje imaju najviši i najniži motivacijski indeks 2020. godine	30

SAŽETAK

Pojam poduzetništva seže u daleku prošlost te se s godinama dodatno razvija i unaprjeđuje. Odnosi se na proces razvoja i upravljanja poslovnim pothvatom prihvaćajući moguće rizike, a sve u cilju stjecanja odgovarajućih nagrada u novčanom i osobnom zadovoljstvu. Poduzetnici, čije vještine i znanja dovode do donošenja inovativnih ideja na tržištu, zauzimaju ključnu ulogu u gospodarstvu. U današnje vrijeme, javlja se potreba za poticanjem poduzetništva pa u tu svrhu Europska unija, putem raznih programa i fondova, izdvaja sve više novčane pomoći i potpore.

Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR) pruža jasniju sliku trendova i obrazaca promjena vezanih uz poduzetništvo u Hrvatskoj.

GEM istraživanja, koja svake godine u obliku izvještaja omogućuju uvid u indikatore poduzetničke aktivnosti i poduzetničke okoline svih uključenih zemalja, jasno iskazuju stanje Hrvatske naglašavajući, prema posljednje objavljenim rezultatima, zavidan rezultat uočavanja prilika i osobne sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini, dok se kao dugotrajna nepovoljna karakteristika hrvatskog gospodarstva navodi niska prisutnost 'odraslih' poduzeća.

Ključne riječi: poduzetnik, vještine, ESI fondovi, CEPOR, GEM istraživanje.

SUMMARY

The concept of entrepreneurship dates back to the distant past and is further developed and improved over the years. It refers to the process of developing and managing a business venture by accepting possible risks, all with the aim of gaining appropriate rewards in monetary and personal satisfaction. Entrepreneurs, whose skills and knowledge lead to the adoption of innovative ideas in the market, play a key role in the economy. Nowadays, there is a need to encourage entrepreneurship, and for this purpose the European Union, through various programs and funds, allocates more and more financial aids and support.

SMEs and Entrepreneurship Policy Center (CEPOR) provides a cleared picture of trends and patterns of change related to entrepreneurship in Croatia.

GEM research, which every year in the form of a report provides insight into indicators of entrepreneurial activity and entrepreneurial environment of all countries involved, clearly shows the situation in Croatia, emphasizing, according to the latest published results, an enviable result of perceiving opportunities and personal ability to start a business. as a long-term unfavorable characteristic of the Croatian economy, he cites the low presence of 'adult' companies.

Keywords: entrepreneur, skills, ESI funds, CEPOR, GEM research.