ZNAČAJ PODUZETNIŠTVA ZA EKONOMSKI RAZVOJ REPUBLIKE HRVATSKE

Škorić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:385613

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ZNAČAJ PODUZETNIŠTVA ZA EKONOMSKI RAZVOJ REPUBLIKE HRVATSKE

Mentor:
Prof.dr.sc. Zlatan Reić

Student:
Ana Škorić

Split, kolovoz, 2019.

SADRŽAJ:

1.UVOD……...1

1.1. Problem istraživanja……..……..…..1

1.2. Predmet i cilj rada…….....1

1.3. Metode rada……..……...1

1.4. Struktura rada……..……...2

2. PODUZETNIŠTVO……..…..3

2.1. Osnovni pojmovi u poduzetništvu……....3

2.2. Razvoj poduzetništva kroz povijest……..4

2.3.Suvremeno poduzetništvo…….……..6

2.4. Funkcije poduzetništva…….……8

3.EKONOMSKI RAZVOJ I PODUZETNIŠTVO……..…….9

3.1.Ekonomski rast i razvoj…….……..9

3.2. Značaj poduzetništva za ekonomski razvoj……...……..9

3.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj……..……..……..11

3.4. Razvojni profili regija……..……15

3.5. Usporedba Hrvatske s ostalim zemljama……18

4. ZNAČAJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA……22

4.1. Klasifikacija poduzeća……..22

4.2. Značaj malog i srednjeg poduzetništva za ekonomski razvoj…….....23

4.3. Malo i srednje poduzetništva u Hrvatskoj……..25

4.4. Malo gospodarstvo i inovacije……..28

5.ZAKLJUČAK…….33

LITERATURA……...34

PRILOZI…….....36

SAŽETAK……37

SUMMARY…….....38

1.UVOD

S ciljem boljeg razumijevanja rada u uvodu će se objasniti: 1. Problem istraživanja, 2. Cilj rada, 3. Metode korištene u radu i 4. Struktura rada

1.1 Problem istraživanja

U današnje vrijeme sve veća pažnja se posvećuje poduzetništvu jer on predstavlja jedan od glavnih faktor ekonomskog rasta i razvoja gospodarstva, te je ključ za postizanje konkurentske prednosti. Problem istraživanja ovog završnog rada je upravo uloga koju poduzetništvo ima u ekonomskom razvoju Republike Hrvatske.

1.2 Predmet i cilj rada

Cilj ovog rada je objasniti i analizirati poduzetništvo – povezane pojmove uz poduzetništvo, faze njegovog razvoja, kakvo je suvremeno poduzetništvo i koje su funkcije poduzetništva. te također kako objasniti kako utječe na ekonomski razvoj Republike Hrvatske.

1.3. Metode rada

Metode korištene u ovom radu su:

1. Metoda indukcije – logička metoda kojom se od pojedinačnih činjenica dolazi do općeg zaključka
2. Metoda dedukcije – također logička metoda, suprotna od metode indukcije, u kojoj se od općih sudova dolazi do pojedinačnih zaključaka
3. Metoda sinteze – spajanje dijelova ili elemenata u smislene cjeline, povezivanje jednostavnih misli u složenije
4. Metoda analize – naspram metode sinteze, ona podrazumijeva raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije dijelove
5. Metoda deskripcije – postupak opisivanja činjenica, predmeta, pojava i procesa
6. Metoda komparacije – metoda uočavanja i uspoređivanja sličnosti i različitosti između dvaju ili više objekata ili pojava
7. Povijesna metoda - postupak kojim se na temelju raznovrsnih dokumenata može saznati ono što se dogodilo u prošlosti

4.4 Struktura rada

Završni rad je koncipiran u pet poglavlja.

Rad započinje poglavljem "Uvod″ u kojem su objašnjeni problem istraživanja i cilj rada, te su navedene metode koje su korištene u radu i sažeto je prikazana struktura rada.

U drugom poglavlju nazvanom "Poduzetništvo" objašnjavaju se pojmovi koji su usko vezani uz poduzetništvo, te se govori o razvoju poduzetništva kroz povijest, kao i o suvremenom poduzetništvu i definiraju se glavne funkcije poduzetništva.

U sljedećem poglavlju pod naslovom "Ekonomski razvoj i poduzetništvo" pojašnjava se značenje ekonomskog rasta i razvoja, značaj koji poduzetništvo ima za ekonomski razvoj, analizira se poduzetništvo u Hrvatskoj, te razvojni profili regija i uspoređuje se Hrvatska s ostalim zemljama.

"Značaj malog i srednjeg poduzetništva" naslov je četvrtog poglavlja, u kojem se prikazuje klasifikacija poduzeća u Hrvatskoj, te objašnjava značaj malog i srednjeg poduzetništva za ekonomski razvoj, analizira se malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj, te malo gospodarstvo i inovacije.

U zadnjem poglavlju "Zaključak" daje se sinteza cjelokupnog rada i navedene su najvažnije spoznaje.

2. PODUZETNIŠTVO

2.1 Osnovni pojmovi u poduzetništvu

Pojam poduzetništvo dolazi od francuske riječi ,,entreprendre" kojom se definirala osoba koja preuzima rizik novoga, a predstavlja sposobnost pojedinca ili skupine ljudi da pokrenu i vode određene akcije sa svrhom ostvarivanja ciljeva, uz spremnost na rizik, neizvjesnost i prepreke. Te se također može reći da je to inovativna djelatnost u kojoj se stvaraju nove vrijednosti.

Poduzetništvo možemo promatrati s dva aspekta:
a) S društvenog aspekta: Individualni poduzetnik plaća sve poreze i doprinose, zapošljava i plaća druge osobe i potiče ih na ulazak i ulaganje u nove poslove – pothvate te tako svi zajedno svojom aktivnošću utječu na svekoliki gospodarski razvoj zemlje te

b) S individualnog aspekta: Poduzetnik pokreće konkretnu poduzetničku aktivnost, te sukladno svojoj osobnosti odnosno spletu njegovih znanja, vještina, ideja, kreativnosti, informiranosti, hrabrosti i drugih odrednica osobnosti realizira poduzetnički pothvat te iz ostvarene dobiti osigurava svoju egzistenciju.[1]

Richard Cantillon, francuski ekonomist, u svome djelu Opća rasprava o prirodi trgovine prvi uvodi pojam poduzetnika u ekonomsku znanost i definira ga kao osobu koja kupuje po poznatim,a prodaje po nepoznatim cijenama. Današnja definicija poduzetnika podrazumijeva osobu, odnosno kreatora bogatog znanjem o ljudima i poslovima, koji poduzima određeni poslovni pothvata, te preuzima rizik s ciljem stjecanja dobiti.

Istraživanja su pokazala da uspješni poduzetnici imaju najčešće ove osobine:

- Inovativnost,
- Rizičnost
- Samouvjerenost,
- Uporan rad,
- Postavljanje ciljeva
- Odgovornost

[1]Baković Antonio(2014.) Teorija i praksa malog poduzetništva, Beretin, Split, str 99.

Rizik se može definirati kao vjerojatnost negativnog rezultata proizašlog iz nekih aktivnosti. Poduzetnik se suočava s četiri tipa rizika:

1. financijski
2. karijere
3 obiteljski i društveni,
4. psihološki.[2]

Tradicionalno gledajući, poduzetništvo se uvijek veže uz inovacije. Pojam inovacije vrlo često se laički povezuje s pojmom invencije, odnosno izuma iako razlika postoji. Izum (invencija) predstavlja novu ideju, novi proizvod ili novi način proizvodnje dobara. Nasuprot tome, inovacija je čin stavljanja izuma u praktičnu uporabu.[3]

Poduzeće kao povijesni oblik društvene organizacije rada može se definirati kao gospodarska, tehničko-tehnološka, ljudska, organizacijska i pravna cjelina koja rabi i kombinira odgovarajuće inpute, stvarajući proizvod i usluge namijenjene tržištu s ciljem stvaranja profita, ali i ostvarenja drugih ciljeva.[4]

2.2. Razvoj poduzetništva kroz povijest

Poduzetništvo je staro koliko i samo ljudsko društvo. Tijekom povijesnog hoda čovječanstva, poduzetnici su bili poklisari napretka, a poduzetništvo temelj svekolika materijalnog života i društvenih odnosa.[5]

Kao inovativna i kreativna djelatnost poduzetništvo je postajalo i u drvenim civilizacijama poput babilonske, arapske, egipatske i kineske. U vrijeme Antike u staroj Grčkoj i Rimskom Carstvu razvijalo se obrtništvo, trgovina i novčarsko poslovanje.

[2]Barković Ivana (2009.) Teorija poduzetništva: izazovi i perspektiva, Osijek, str 87
[3]Barković Ivana (2009.) Teorija poduzetništva: izazovi i perspektiva, Osijek, str 96.
[4]Škrtić Marica, Mikić Mihaela (2011.),Poduzetništvo, Sinergija Zagreb, str 121.
[5]Kuvačić Nikola (2005.) Poduzetnička biblija, Split, str. 32

U današnjem smislu riječi poduzetništvo se pojavljuje u srednjem vijeku, između 11. i 13 stoljeća, u pomorstvu, trgovini, mjenjačkim djelatnostima i gusarstvu. Kao osnovne tipove poduzetnika u to doba Sombart nabraja: gusara, feudalca, državnog činovnika, špekulanta, trgovca i obrtnika. Te se također pojavljuje i po mišljenju mnogih autora prvi poduzetnik Marko Polo, koji je utvrdio trgovački put prema Dalekom Istoku.

U 17. stoljeću dolazi do masovnog razvoja poduzetništva u vidu procvata obrta i trgovačkih poduzeća, te je povećana prekooceanska i međunarodna trgovina. Specijalizacija trgovine i odvajanje bankarstva od trgovačke djelatnosti se pojavljuje tek u 18. stoljeću.

Pojavom industrijske revolucije koja ne samo da dovodi do promjene načina proizvodnje, već i do razvoja poduzetništva i brojnih djelatnosti. Međutim nakon industrijske revolucije dolazi do stvaranja velikih industrijskih korporacija i masovne proizvodnje gdje se gubi vlastiti identitet i poistovjećuje se s idejom korporacije.

Prošlo stoljeće obilježeno je raznim gospodarskim promjenama. Razvoj poduzetništva se može pratiti kroz nekoliko faza: [6]

a) Razdoblje od 50-ih do 60-ih godina 20. stoljeća

b) Razdoblje od 60-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća

c) Razdoblje od druge polovice 70-ih do 60-ih godina 20. stoljeća

d) Razdoblje 90-ih godina 20.stoljeća

a) razdoblje od 50-ih do 60-ih godina 20.stoljeća

Razdoblje kada se svijet oporavljao od posljedica Drugog svjetskog rata i temeljio svoj oporavak na državnim investicijama i upravljanjima bez posredovanja tržišta. Tada su nacionalnim gospodarstvima dominirala velika poduzeća koja su bila usmjerena na masovnu proizvodnju i masovnu potrošnju.

[6]Bobera Dušan, Hunjet Anica, Kozina Goran (2015.) Poduzetništvo, Varaždin, str 17.

b) razdoblje od 60-ih do sredine 70-ih godina 20.stoljeća

U Japanu i Tajvanu dolazi do povećanja zaposlenja radne snage u malim i srednjim poduzećima, dok u visokorazvijenim zemljama Europe, kao što su Velika Britanija i Njemačka, rasprostranjenost malih i srednjih poduzeća u ovom razdoblju nije imala značajnu ulogu. Početkom 70-ih godina naftna kriza izazvala je snažne recesije velikih gospodarskih subjekata. Veliki broj nezaposlenih i velika izdavanja sredstava za socijalne programe imali su utjecaj na osmišljavanje aktivne politike zapošljavanja i samozapošljavanja.

c) Razdoblje od druge polovice 70-ih do 9o-ih godina 20.stoljeća

Potkraj 70-ih vrijeme za napuštanje hijerarhije i planiranja bilo je zrelo. Ekonomija novog rasta okreće se prema tržištu i demokraciji.[7]U to vrijeme u SAD-u dolazi do intenzivnog razvoja poduzetništva. Važno je naglasiti da dolazi do pojačanog razvoja kompjuterske industrije, franšizing-a, masovnih medija, te proizvodnje glazbeno-zabavnih sadržaja. Krajem 80-ih i početkom 90-ih dolazi do političkih promjena u srednjoj i istočnoj Europi u vidu propasti socijalističkog uređenja država te uspostave tržišnog gospodarstva i slobodnog poduzetništva.

d) Razdoblje 90-ih godina 20.stoljeća

Godine kada dolazi do stvaranja velikog broja novih poduzeća kako u razvijenim zemljama tako i u zemljama u razvoju, te također 90-te se smatraju godinama poduzetništva.

2.3.Suvremeno poduzetništvo

Budući da je globalna ekonomija obilježena jačanjem konkurencije, snagom mozgova koja nadjačava manualni rad, brzim promjenama, povećanim korištenja tehnologije, inovacijama koje postaju važnije od masovne proizvodnje i povišenjem stupnja sofisticiranosti potrošača poduzetništvo postaje posljedica ali i ujedno i uvjet suvremenog razdoblja.

[7]Horvat Đuro, Tintor Željko(2006.) Poduzetnička ekonomija, Trgovačka akademija, Zagreb, str 14

Uočavajući centralnu poziciju poduzetništva u ekonomskoj djelatnosti, moguće je zaključiti da bitne odrednice suvremenog poduzetništva:

- Profitno orijentiran pothvat
- Dinamičnost i inovativnost,
- Neizvjesnost,
- Rizik
- Anticipiranje promjena,
- Prosuđivanje i odlučivanje,
- Korištenje resursa,
- Radost kreacije.[8]

David Birch kaže da se 81% novih radnih mjesta u SAD-u ostvaruje u poduzećima koja imaju manje od 100 zaposlenih. Prema snazi utjecaja poduzeća je podijelio na:

- Miševe
- Gazele
- Slonove [9]

Miševi su izrazito mala poduzeća koja zapošljavaju tek nekoliko zaposlenika. Za njih je karakteristično da koliko ih se tijekom jedne godine osnuje, isto toliko ih se i ugasi. Gazele su dinamična poduzeća koja brzo rastu te time i rastu ukupni prihodi, ukupna zaposlenost i razvijaju se nova tržišta što sve pridonosi da pozitivno utječu na ukupno gospodarstvo. Velika poduzeća, zvana slonovi, su temelj svake nacionalne ekonomije, Birch kaže da "Kada gazela dotakne oblake,pretvara se u slona″

[8]Marin Buble, Dejan Kružić (2006.) Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF, Zagreb,str.10
[9]Bobera Dušan, Hunjet Anica, Kozina Goran (2015.) Poduzetništvo,Varaždin, str27

2.4. Funkcije poduzetništva

Funkcije su grupe poslovnih zadataka i aktivnosti koje zahtijevaju određena znanja i sposobnosti. U malim poduzećima sve funkcije obavlja jedna osoba - vlasnik - poduzetnik, dok s rastom poduzeća dolazi do podjele funkcija na više osoba koje su specijalizirane za obavljanje istih.

Temeljne funkcije u suvremenom poduzetništvu:

a) Strateška funkcija

   Zadaća strateške funkcije poduzetništva je definiranje strategije razvoja malog poduzeća. Stratešku funkciju provodi poduzetnik samostalno ili u suradnji s menadžmentom. Strategija je plan akcija koje poduzetnik treba napraviti da bi ostvario svoje vizije, definirao misiju i postavio strateške ciljeve. [10]

b) Planska funkcija

   Planska funkcija se odnosi na izradu i donošenje strateškog poslovnog plana razvoja malog poduzeća. Rezultira strateškim planom, odnosno planom koji se odnosi na dugi rok, a služi za usmjeravanja rada svih zaposlenika i suradnika u poslovnom subjektu, zapošljavanje novih zaposlenika, te povećanja prodaje outputa.

c) Organizacijska funkcija

   Cilj organizacijske funkcije je grupiranje i podjela aktivnosti u organizacijske strukture poduzeća te uspostavljenje međusobnih veza između zaposlenika koji obavljaju različite aktivnosti u poduzeću.

d) Upravljačka funkcija

   Upravljačka funkcija odnosi se na proces upravljanja oskudnim resursima i donošenja odluke u vezi istih, te na njihovu transformaciju putem poduzetničkih aktivnosti u outpute. Obuhvaća nekoliko aktivnosti: motiviranje zaposlenika, vođenje, kadroviranje i poslovno komuniciranje.

[10]Kolaković Marko(2006.)Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb, str38

e)Kontrolna funkcija

Završna funkcija u poduzetničkom procesu, te je usmjerena na praćenje efikasnosti organizacije i njenih članova u obavljanju aktivnosti potrebnih za ostvarivanje organizacijskih ciljeva.

3.EKONOMSKI RAZVOJ I PODUZETNIŠTVO

3.1. Ekonomski rast i razvoj

Ekonomski rast je kvantitativna dimenzija ekonomskog razvoja, a označava porast proizvodnje, proizvodnih kapaciteta i svih drugih sastavnica jednog gospodarstva, odnosno ukupnog outputa određene nacionalne ekonomije. Uobičajeno se izražava BDP-om (bruto domaćim proizvodom) ili malo preciznijom metodom BDP po stanovniku.

Ekonomski razvoj s druge strane osim samog rasta BDP-a uključuje i cijeli niz usmjerenih napora nositelja ekonomske politike s ciljem povećanja društvenog standarda, ljudskog kapitala, važne infrastrukture, regionalne konkurentnosti, socijalne uključenosti, zdravstvenog stanja i pismenosti stanovništva.[11]

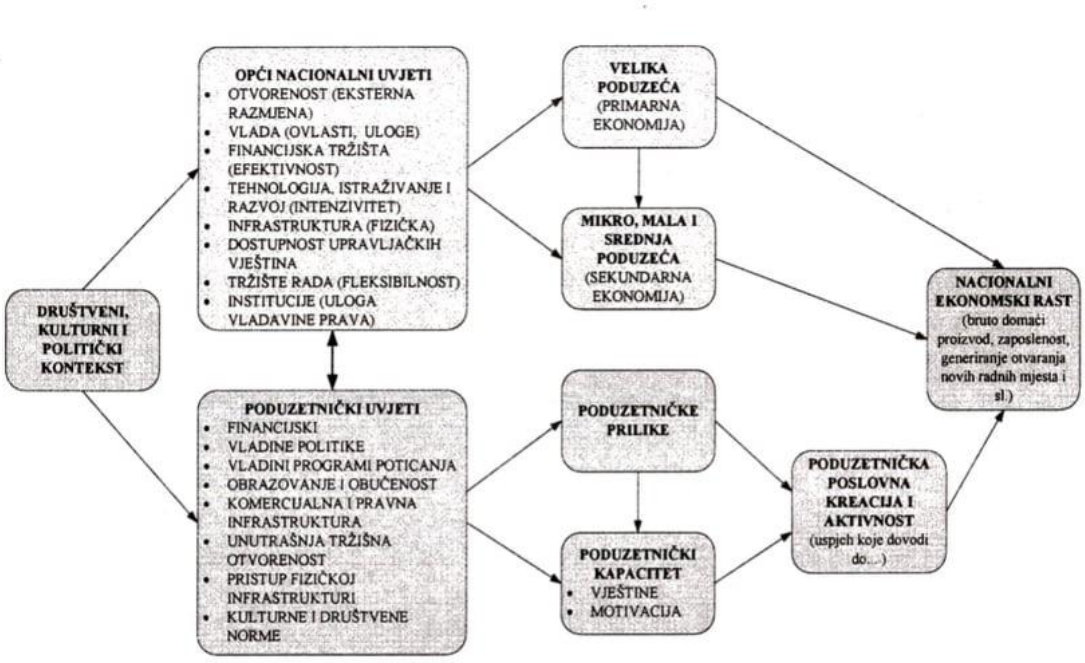
Ekonomski rast, odnosno porast BDP-a , nužan je preduvjet ekonomskog razvoja. Bez ekonomskog rasta nije moguće na održivi način povećati kvalitetu života, odnosno razinu obrazovanosti, zdravstvene standarde te kvalitetu infrastrukture u zemlji.

3.2. Značaj poduzetništva za ekonomski razvoj

Poduzetništvo je intelektualni proces neprestanog mijenjanja gospodarske strukture, te stvaranja nečeg drugačijeg čemu se posvećuje trud i vrijeme. Ekonomije diljem svijeta, kako bogate i ekonomski razvijene zemlje, tako i tranzicijske i zemlje u razvoju, oslanjaju se pretežito na poduzetništvo. Upravo se suvremeno poduzetništvo smatra glavnim akterom i generatorom ekonomskih i tehničko-tehnoloških promjena, odnosno pokretnom snagom koja uzrokuje ekonomski rast i razvoj nacionalnih ekonomija. Značaj poduzetništva isticao je i Joseph Schumpeter koji je smatrao da poduzetnik uvodeći inovacije, odnosno uvodeći nove faktore proizvodnje s ciljem ostvarivanja profita postaje najvažniji izvor ekonomskog razvoja.

[11]Obadić Alka, Tica Josip, itd (2016.) Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, str 10.

Kao što je vidljivo na slici 1, koja prikazuje model nacionalnog rasta, društveni, kulturni i politički uvjeti imaju bitnu ulogu u kreiranju općih uvjeta u zemlji i uvjeta za ostvarivanje nacionalnog ekonomskog rasta. Ekonomski rast je pod utjecajem dvaju različitih a komplementarnih mehanizma: onog koji generira već etablirana poduzeća i onog koji generira poduzetništvo. Opći nacionalni uvjeti su: otvorenost, vlada, financijska tržišta, tehnologija i istraživanje i razvoj, infrastruktura, tržište rada i institucije, a poduzetnički uvjeti su:financijski, vladine politike, obrazovanje, unutarnja tržišna otvorenost, pristup fizičkoj infrastrukturi, te kulturne i društvene norme. Uspjeh poduzetničkog proces je dalje ovisan o poduzetničkim prilikama i poduzetničkim kapacitetima i ako one dozvoljavaju i omogućavaju razvija se poduzetnička poslovna kreacija i aktivnost. Kao rezultat vidi se doprinos poduzetništva ekonomskom rastu u vidu zaposlenosti, generiranja novih radnih mjesta, bruto domaćeg proizvoda itd.



Slika 1. Model nacionalnog ekonomskog rasta i uloga poduzetništva

Izvor: Buble Marin, Kružić Dejan (2006.) Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, str.12

Poduzetništvo današnjice je nositelj permanentne inovacije (entrepreneurial innovation) koja obnavlja, transformira i potiče razvoj ekonomije diljem svijeta - ono generira:

- Pojavljivanje novih poslovnih pothvata
- Otvaranje brojnih novih radnih mjesta
- Obnavljanje ,,svježom krvi"njihovih ekonomija,

Pružajući im vitalnost, inovativne proizvode i usluge i povećavajući im šanse za opći društveni,kulturni i socijalni napredak.[12]

Značaj poduzetništva u oblikovanju ekonomskog okruženja se također može promatrati s makroekonomskog i mikroekonomskog stajališta. S makroekonomskog motrišta, poduzetništvo može utjecati na razinu zaposlenosti, tehnološki napredaj zemlje, liberalizaciju zatvorenih sektora te općenito na poticanje razvoja zemlje znanja. S mikroekonomskog motrišta, poduzetnička aktivnost znači otvaranje novih poduzeća, stvaranje novih proizvoda ili usluga, otkrivanje tržišnih ništa.[13]

3.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Hrvatska spada u zemlje bivšeg socijalističkog društvenog-ekonomskog uređenja u kojima su se godinama potencirala velika poduzeća, industrijske djelatnosti i državni nadzor. S tim da su velika poduzeća bila velika u smislu broja zaposlenih, ali ne i u tehnološkom i tržišnom smislu. Takva poduzeća u svijetu su imali neznatnu ulogu. Mala i srednja poduzeća uopće nisu postojala tzv. socijalistička crna rupa**,** a privatnim inicijativama su se bavili pojedinci koji su zapošljavali 5 do 10 radnika.

Danas je Hrvatska zemlja gospodarske i društvene tranzicije koja nema kontinuiranu tradiciju u poduzetništvu i čija je poduzetnička okolina više ograničavajuća nego stimulirajuća što utječe da Hrvatska nema dobre predispozicije za razvoj poduzetništva. Međutim, unatoč brojnim barijerama broj poduzetnika i poduzetničkih aktivnosti ipak raste.

[12]Buble Marin, Kružić Dejan (2006.)Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF, Zagreb, str 11
[13]Grgić Mato, Bilas Vlatka, Franc Sanja (2010.) Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb, str 69.

U uvjetima nepostojanja opće prihvaćene definicije i zadaće poduzetništva, kao i nedostataka pouzdanih međunarodno usporedivih informacija o povezanosti poduzetništva i ekonomskog rasta može se uporabiti:

- Statičan pristup poduzetništvu – temelji se na mjerenju broja vlasnika ili suvlasnika trgovačkih društava i razini samozapošljavanja, koja uključuje obrtnike, zadrugare, djelatnosti slobodnih profesija
- Dinamičan pristup – temelji se na mjerenju broja "rađajućih poduzetnik", tj osoba koje su poduzele neku od aktivnosti kreiranja novog poslovanja u prethodnoj godini, i broja menadžera-vlasnika "mladih-novih poduzeća" u kojima su obuhvaćena aktivna poduzeća koja u poslovanju nisu starija od 42 mjeseca.[14]

U 2018. Godini u Hrvatskoj ukupan broj registriranih pravnih osoba iznosio je 256 446 od čega su aktivni bili 158 060, dok je 78,2% od tih aktivnih subjekata bilo privatno. Broj subjekata u obrtu i slobodnim zanimanjima iznosio je 83 339. Najveći broj aktivnih subjekta činili su trgovačka društva, potom subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima, te ustanove, tijela, udruge i organizacije, dok su najmanji broj činile zadruge.

Tablica 1.Poslovni subjekti, stanje 30, lipnja 2018.

	Ukupno *Total*	Inovatori *Innovators*	Poduzeća koja ne inoviraju *Non-innovators*	Udio inovatora, % *Share of innovators, %*	
Ukupno	9 607	4 172	5 435	43,4	*Total*
Proizvodna poduzeća	3 648	1 741	1 907	47,7	*Industrial enterprises*
Uslužna poduzeća	5 959	2 431	3 528	40,8	*Service enterprises*
Mala poduzeća	7 810	3 161	4 650	40,5	*Small enterprises*
Srednje velika poduzeća	1 482	786	696	53,0	*Medium-sized enterprises*
Velika poduzeća	314	225	89	71,7	*Large enterprises*

Izvor: Državi zavod za statistiku, Broj i struktura poslovnih subjekata u lipnju 2018., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/11-01-01_02_2018.htm

Poduzetnici svojim kontinuiranim radom i primjenom inovativnih rješenja otvaraju brojna radna mjesta, te time smanjuju nezaposlenost, utječu na povećanje životnog standarda, te pokreću gospodarstvo. Oni su određuju stanje u državi.

[14]Škrtić Marica, Mikić Mihaela (2011.) Poduzetništvo, Sinergija Zagreb, str295.

Poduzetnici u Hrvatskoj, koji su obveznici poreza na dobit, njih 131 117 (bez banaka, osiguravajućih društava i dr. financijskih institucija) u 2018. godini imali su 939 954 zaposlenih, odnosno 5,2% više u odnosu na 2017. godinu. Ostvareni ukupni prihodi, odnosno ostvareni ukupni rashodi su se povećali za 8,6%, odnosno 4,00% u 2018. u odnosu na 2017. godinu. Svoje proizvode i usluge na strana tržišta plasiralo je 19 595 (14,9%) poduzetnika, od ukupnog prihoda 19,59% je ostvareno prodajom robe na inozemnom tržištu. Došlo je do rasta iznosa od 8,6% u 2018. u odnosu na prethodnu godinu, također je i uvoz za 11,3% porastao, te je trgovinski suficit iznosio 14,8 miljardi kuna.

Dobit razdoblja koja je iznosila 46,9 miljardi kuna, ostvarilo je 67,7% poduzetnika, a gubitke razdoblja u iznosu od 17,7 miljardi kuna, iskazalo je 32,3% poduzetnika. U odnosu na prethodnu godinu poduzetnici su ostvarili 15,2% veću dobit razdoblja, u isto vrijeme gubitak razdoblja je smanjen za 57,4%. To je rezultiralo ostvarenjem pozitivnog konsolidiranog financijskog rezultata, odnosno neto dobit iznosi 28,2 miljarde kuna, u odnosu na 2017. godinu kada je ostvaren neto gubitak u iznosu nešto manjem od 3,1 miljarde kuna.

Također je došlo i do povećanja investiranja u novu dugotrajnu imovinu za 3,9% u odnosu na prethodnu godinu. Prosječna neto plaća u 2017. godini iznosila je 5 366 kuna, te je u 2018. godini narasla za 4,1%, odnosno na 5 584 kune.

Najviše poduzetnika se bavi trgovinom i ostvaruju najveći ukupni prihod, dok je najviše zaposlenih u prerađivačkoj industriji.

Tablica 2. Financijski rezultati poslovanja 131 117 poduzetnika u RH u 2017. i 2018.

(iznosi u tisućama kuna, plaće u kunama)

Opis	2017.	2018.	Indeks 2018./2017.
Broj zaposlenih	893.875	939.954	105,2
Ukupni prihodi	691.775.245	751.159.626	108,6
Ukupni rashodi	688.072.411	715.419.857	104,0
Dobit prije oporezivanja	47.579.636	54.380.815	114,3
Gubitak prije oporezivanja	43.876.802	18.641.045	42,5
Porez na dobit	6.759.644	7.489.570	110,8
Dobit razdoblja	40.720.329	46.905.431	115,2
Gubitak razdoblja	43.777.139	18.655.232	42,6
Konsolidirani financijski rezultat (dobit ili gubitak razdoblja)	**-3.056.810**	**28.250.199**	**-**
Izvoz	135.559.305	147.181.685	108,6
Uvoz	118.944.771	132.440.018	111,3
Trgovinski saldo (izvoz minus uvoz)	16.614.534	14.741.667	88,7
Investicije u novu dugotrajnu imovinu	23.366.862	24.288.392	103,9
Prosječne mjesečne neto plaće po zaposlenom	5.366	5.584	104,1

Izvor: FINA, Registar godišnjih financijskih izvještaja

Hrvatska je zemlja s dugogodišnjom visokom stopom nezaposlenosti i prema podacima Eurostata je uvrštena u vrh europskih zemalja koje ostvaraju najveće stope nezaposlenosti. U 2017. godini stopa nezaposlenosti iznosila je 11,1%, a stopa nezaposlenosti mladih 27%.

Jedan od načina izlaska iz nezaposlenosti je upravo da se pokrene poslovni pothvat iz nužde. Hrvatski zavod za zapošljavanje nudi financijsku podršku svojim korisnicima kroz potpore za samozapošljavanje. Potpore kao mjera aktivne politike zapošljavanja namijenjene su osobama koje su prijavljene u evidenciju nezaposlenih i koje imaju poduzetničku ideju. Potpora iznosi do 55 000 kuna i dodjeljuje se kao pomoć u sufinanciranju troškova za otvaranje i rad poslovnog subjekta. Ukupan broj korisnika potpore za samozapošljavanje u 2017. iznosio je 5 824 osoba, što je u odnosu na 2016. godinu povećanje od 17%. Međutim to je i dalje nedovoljno korištena mjera za rješavanje pitanja nezaposlenosti jer udio aktivnih korisnika potpore za samozapošljavanje HZZa ne prelazi 1% u ukupnom broju nezaposlenih.

Tablica 3. Korisnici potrpora za samozapošljvanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje od 2011. do 2017. godine

Godina	Broj samozaposlenih osoba - novih korisnika potpore za samozapošljavanje HZZa	Broj samozaposlenih - koji su prestali koristiti potporu za samozapošljavanje HZZa	Ukupan broj korisnika potpora za samozapošljavanje HZZa u godini
2013.	4.906	937	5.737
2014.	2.277	4.589	7.077
2015.	2.776	2.238	4.885
2016.	2.333	2.739	4.980
2017.	3.583	2.273	5.824

Izvor: CEPOR(2018.)Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

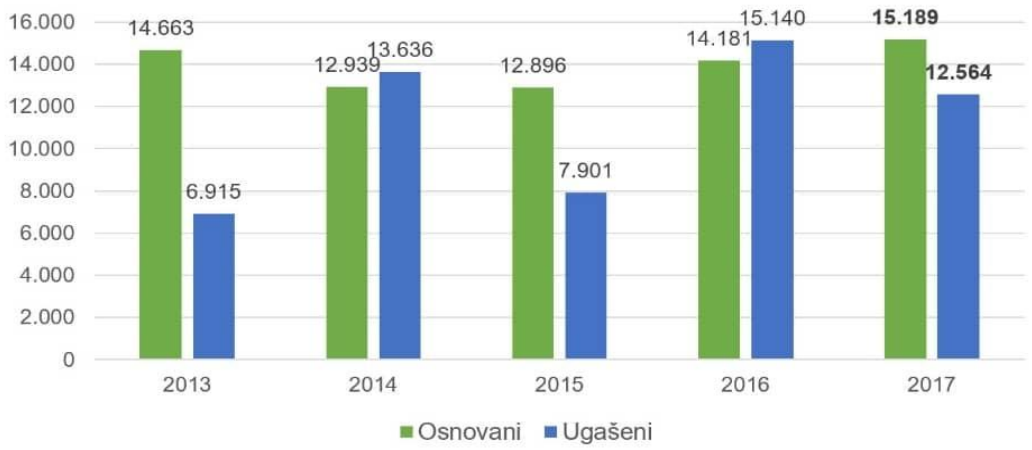
Kao prednosti ulaska u poduzetništvo navode se:

- Preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom
- Mogućnost mijenjanja stvari
- Mogućnost iskorištavanja svojih potencijala
- Ostvarivanje neograničenih profita
- Priznatost u društvu

Kao nedostaci ulaska u poduzetništvo navode se:

- Nesigurnost dohotka
- Rizik gubitka uloženog kapitala
- Nedefinirano radno vrijeme i naporan rad
- Visoka razina stresa
- Neograničena odgovornost

U 2017. broj osnovanih poduzeća iznosi 15 189, te nadilazi broj ugašenih koji iznosi 12 564. Dok je prethodne godine broj ugašenih poduzeća nadilazio broj osnovanih poduzeća. Te se također u 2017. godini osniva rekordni broj poduzeća promatrajući razdoblje od 2013. do 2017. godine. Dodamo li i obrte poduzećima, broj osnovanih subjekata u 2017. godini iznosi 25 680, a broj ugašenih obrta 20 829.



Grafikon 1. Kretanje osnovanih i ugašenih poduzeća od 2013. do 2017. godine
Izvor: Bisnode- Analiza hrvatskog gospodarstva u 2017. godini, https://www.bisnode.hr/znanja-misli/nase-misli-znanje/analiza-hrvatskog-gospodarstva-u-2017-godini/

3.4. Razvojni profili regija

Za Hrvatsku su karakteristične dugotrajne regionalne nejednakosti i to potvrđuju mnogobrojni i razni pokazatelji, kao što su bruto domaći proizvod po stanovniku, razina (ne)zaposlenosti, razina obrazovanja, razina konkurentnosti, stopa rizika od siromaštva i slično. Rezultati GEM istraživanja pokazuju kako je prisutna razlika u regijama i u vidu poduzetničkih aktivnosti što dodatno dopunjuje sliku o razvojnoj neuravnoteženosti.

Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom tijekom razdoblja 2016-2018. godine obilježena je oscilacijama. Najintenzivniji rast poduzetničke aktivnosti je u Dalmacija, te u Istri, Primorju i Gorskom kotaru, dok najveći pad poduzetničke aktivnosti pokazuju Lika i Banovina. Poduzetnička aktivnost u Sjevernoj Hrvatskoj se u tom razdoblju kreće oko približno istog iznosa, a Slavonija i Baranja pokazuju rast u 2018, u odnosu na 2017. godinu. Iznenađujuća je poduzetnička aktivnost u Zagrebu i okolici koja otpada od 2017. godine i u 2018. nalazi se na 3. mjestu od šest regija u Hrvatskoj, dok je u 2016. i 2017. imala vodeću ulogu. Na razini države poduzetnička aktivnost raste iz godinu u godinu.

TEA (Total Early Entrepreneurail Acitivity) indeks predstavlja broj poduzetničkih aktivnih ljudi (koji kombinira broj ljudi koji pokreću poduzetnički pothvat i broj ljudi koji su vlasnici ili vlasnici/manageri poduzeća mlađih od 42 mjeseca) u odnosu na 100 ispitanika između 18 i 64 godina starosti).[15]

Tablica 4. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske-TEA indeksi, %

Godina	Zagreb okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2016.	11,4	5,7	8,1	7,5	7,5	7,7	8,4
2017.	9,9	5,1	8,8	6,7	9,8	11,2	8,9
2018.	9,4	6,6	8,4	4,7	11,4	14,4	9,6

Izvor:GEM Hrvatska 2018. Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

Motivacijski indeks izražen omjerom ranih poduzetničkih pothvara pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti upućuju na kvalitativnu dimenziju poduzetničke aktivnosti.[16] Ako je vrijednost motivacijskog indeksa ispod 1 govori o pretežitosti poduzetničkih aktivnosti poduzetih iz nužnosti, dok veći od 1 pokazuje pretežitost poduzetničih aktivnosti iz prilike. Vrijednost motivacijskog indeksa u Lici i Banovini je ispod 1 ili neznatno viši od 1, te također Slavonija i Baranja i Sjeverna Hrvatska imaju izrazito niske omjere. Dok omjere znatno više od 1 imaju Zagreb i okolica, te također i Istra, Primorje i Gorski Kotar (osim u 2018.) i u 2018. godini pridružuje im se i Dalmacija.

[15] Cepor(2018.) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj,str 13, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

[16] GEM Hrvatska(2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, str.54, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

Tablica 5. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduetničko djelovanje u Hrvatskoj-motivacijski indeks

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2016.	3,3	1,8	1,5	0,7	6,5	1,6	2,2
2017.	2,6	0,9	1,4	0,9	4,8	1,5	1,8
2018.	3,1	1,7	0,4	1,2	1,7	2,9	1,9

Izvor:, GEM Hrvatska(2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

Visoki motivacijski indeks, visoka razina razvijenosti, visoka razina BDP pc i niska nezaposlenost obilježje su regije Zagreb i okolica, slične karakteristike su prisutne i u Istri, Primorju i Gorskom kotaru, osim motivacijskog indeksa koji je u 2018. godini bio znatno manji u odnosu na prethodne godine. Niski motivacijski indeks, koji upućuje da se poduzentičke aktivnosti poduzimaju iz nužde a ne iz prilike, nosi sa sobom najčešće posljedicu neuspješnosti poduzetničkog pothvata. On je prisutan, u Slavoniji i Baranji, te Lici i Banovini, regijama koje imaju izrazito nisku razinu razvijenosti, nisku razinu BDP per capita i visoku nezaposlenost. Dalmacija čiji je motivacijski indeks narastao u 2018. godini se pozicionira na 3.mjestu od 6 regija u Hrvatskoj po indeksu razvijenosti, BDP pc i stopi nezaposlenosti. Te Sjeverna Hrvatska s niskom vrijednosti motivacijskog indeksa u 2018. godini popraćena je i lošijim indeksom razvijenosti, niskim BDP pc i srednjom razinom nezaposlenošću.

Tablica 6. Razvojni profil regija u Hrvastkoj,2018

Regija	Indeks razvijenosti 2018.		BDP pc 2016		Nezaposlenost 2018.		Poduzetnička aktivnost 2018.			
	Vrijednost	Rang	EUR	Rang	%	Rang	Rana poduzetnička aktivnost		Motivacijski indeks	
							TEA %	Rang	TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang
Zagreb i okolica	111,83	1	14 071	1	6,0	5	9,4	3	3,1	1
Slavonija i Baranja	93,85	6	7 009	6	16,1	1	6,6	5	1,7	3
Sjeverna Hrvatska	97,16	4	8 259	5	9,9	4	8,4	4	0,4	6
Lika i Banovina	93,09	5	8 358	4	14,6	2	4,7	6	1,2	5
Istra, Primorje i Gorski Kotar	107,13	2	13 755	2	5,1	6	11.4	2	1,7	3
Dalmacija	103,55	3	9 453	3	11,1	3	14,4	1	2,9	2

Izvor: GEM Hrvatska(2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

3.5 Usporedba Hrvatske s ostalim zemljama

Značenje poduzetništva u razvoju hrvatskog gospodarstva uključuje iste odrednice kao i u ostalim europskim zemljama ili bilo gdje drugdje u svijetu. U Zelenoj knjizi „Poduzetništvo u Europi" Europska komisija ističe sljedeće društveno značenje poduzetništva:[17]

- Poduzetništvo potpomaže otvaranju novih radnih mjesta i gospodarskom rastu
- Poduzetništvo ima presudno značenje za konkurentnost
- Poduzetništvo razvija osobne potencijale
- Poduzetništvo razvija opće društvene interese.

[17] Škrtić Marica, Mikić Mihaela (2006.) Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva – šanse i zamke, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol.4., No.1., str 191.-204., str 200, https://hrcak.srce.hr/file/16844

Istraživanje Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je najveće svjetsko istraživanje poduzetništva. Njegova značajnost očituje se u činjenici da zemlje koje sudjeluju u GEM istraživanju čine oko 70% svjetske populacije i 85% svjetskog bruto domaćeg proizvoda. Rezultati provedenih istraživanja o povezanosti razine poduzetničke aktivnosti država upućuju na sljedeće:[18]

- Poduzetništvo je tijesno povezano s ekonomskim rastom.
- Među državama sa sličnim ekonomskim strukturama korelacija poduzetništva i ekonomskog rasta visoko je statistički značajna.
- Pozitivna veza utvrđena je između visine poduzetničke aktivnosti poduzete u određenoj godini i porasta društvenog proizvoda u dvije godine nakon toga.
- Veći udjel poduzetnika koji su to postali uočavanjem poslovne prilike, a ne zato što nisu imali druge alternative, u strukturi ukupnog poduzetništva pozitivno utječe na rast nacionalnih ekonomija.

Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom je u 2017. Godini u Hrvatskoj je porasla za 1,2 postotna poena u odnosu na prethodnu godinu i iznosi 8,9% što je najbolji rezultat u razdoblju od 2013. do 2017. Godine. U odnosu na zemlje članice EU Hrvatska prati prosjek, dok s druge strane u odnosu na zemlje uključenih u GEM istraživanje značajno zaostaje.

Tablica 7. Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj od 2013. do 2017. godine, mjerena TEA indeksom

	2013	2014	2015	2016	2017
TEA index (%), Croatia	8.3	8.0	7.7	8.4	8.9
TEA index (%), GEM average[8]	14.4	14.0	14.5	14.2	18.5
TEA index (%), EU average	8.0	7.8	8.0	8.6	8.3

Izvor: CEPOR (2018.) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

[18] Buble Marin, Kružić Dejan (2006.) Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti,RRiF, Zagreb, str.18

Izvješće o globalnoj konkurentnosti koje provodi Svjetski gospodarski forum (World Economic Forum) mjeri nacionalnu konkurentnost država definiranu kao skup institucija, politika i faktora koji određuju razinu produktivnosti i razinu blagostanja građana. Izvješće o globalnoj konkurentnosti 2017.-2018. Hrvatsku pozicionira na 74. Mjesto od 137 zemalja uključenih u istraživanje, što predstavlja stagnaciju u odnosu na isto istraživanje prethodne godine.[19]

U 2017. Godini Hrvatska pada u području razvoja institucija za 13.mjesta, visokog obrazovanja i treninga za 11 mjesta i efikasnosti tržišta rada za 7 mjesta. Rezultati Hrvatske za 2017. Godinu pokazuju poboljšanje ocjene faktora makroekonomskog okruženja (60.mjesto) gdje je uočen rast za 24mjesta, zdravstva i osnovnog obrazovanja (44.mjesta) gdje je ostvaren pomak za 22 mjesta i tehnološke spremnosti (43.mjesto) gdje je ostvaren pomak za 22 mjesta i tehnološke spremnosti (43.mjesto) gdje obilježen pomak za 4 mjesta.[20]

Tablica 8.Rezultati izvješća o globalnoj konkurentnosti 2017.-2018. – Hrvatska i referentne zemlje

Zemlja	Rang 2016.*	Rang 2017.**	Promjena	
Poljska	36.	39.	↘	-3
Češka	31.	31.	→	0
Bugarska	50.	49.	↗	+1
Slovenija	56.	48.	↗	+8
Mađarska	69.	60.	↗	+9
Crna Gora	82.	77.	↗	+5
Hrvatska	74.	74.	→	0
Rumunjska	62.	68.	↘	-6
Slovačka	65.	59.	↗	+6
Bosna i Hercegovina	107.	103.	↗	+4
Albanija	80.	75.	↗	+5
Srbija	90.	78.	↗	+12

Izvor: CEPOR (2018.) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

[19] CEPOR (2018.) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, str 43, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf ,
[20] Ibidem

Poduzetnička okolina uključuje pristup novcima, vladine politike prema poduzetništvu, vladine programe prema poduzetništvu, političko obrazovanje, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, otvorenost domaćeg tržišta, fizička infrastruktura, te kulturne i društvene norme. Kvalitetu poduzetničke okoline prikazuje NECI indeks.

NECI vrijednosti za pojedinu zemlju predstavlja procijenjenu snagu nacionalnog poduzetničkog okvira unutar kojeg se događa poduzetnička aktivnost na individualnoj razini. Dobivena ponderirana vrijednost NECI indeksa interpretira se korištenjem raspona 1 do 10, pri čemu je 1= vrlo loš poduzetnički kontekst, 10 = vrlo dobar poduzetnički kontekst.[21]

U Hrvatskoj u 2018. godini NECI indeks iznosi 3,83, što je niže od prosjeka zemalja članice Europske unije, koje su sudjelovale u GEM istraživanju, čiji prosjek iznosi 5,12. Hrvatska je svrstana u 5 zemalja s najlošijom poduzetničkom okolinom u Europskoj uniji, te je od tih pet pozicionirana kao najlošija.

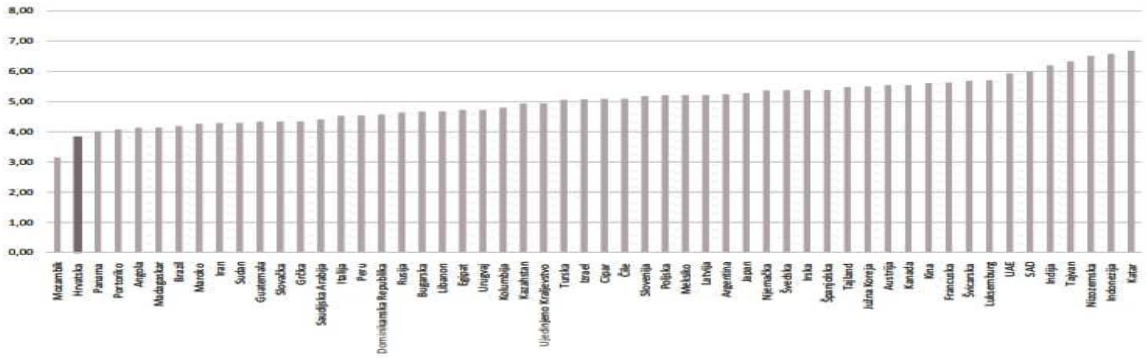
Tablica 9. Zemlje s najboljim i najlošijim poduzetničkim kontekstom - NECI indeks

EU		Zemlje s visokom razinom bruto domaćeg dohotka po stanovniku	
5 najboljih	5 najlošijih	5 najboljih	5 najlošijih
6,51 Nizozemska	3,83 Hrvatska	6,69 Katar	3,83 Hrvatska
5,70 Luksemburg	4,34 Slovačka	6,51 Nizozemska	4,01 Panama
5,62 Francuska	4,34 Grčka	6,33 Tajvan	4,07 Portoriko
5,54 Austrija	4,52 Italija	5,98 SAD	4,34 Slovačka
5,38 Irska i Španjolska*	4,66 Bugarska	5,92 UAE	4,34 Grčka

Izvor: GEM Hrvatska(2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

Uspoređujući Hrvatsku prema NECI vrijednosti sa svim zemljama koje su sudjelovale u GEM istraživanju, Hrvatska se pozicionira na 53. Mjesto (Mozambik je na zadnjem 54. Mjestu). Na prvom mjestu se nalazi Katar potom ga slijede Indonezija i Nizozemska. U pravilu visoko razvijene zemlje imaju i veću kvalitetu poduzetničke okoline.

[21] GEM Hrvatska (2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, str 76. http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf



Grafikon 2. NECI indeks –sve GEM zemlje, 2018.
Izvor:GEM Hrvatska (2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

U Hrvatskoj samo dvije komponente poduzetničke okoline djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost, a to su otvorenost tržišta – dinamika promjena i fizička infrastruktura, dok su ostalih 12 komponenti djeluju ograničavajuće. Osobito ograničavajuće komponente su vladine politike prema porezima i regulativi, poduzetničko obrazovanje prema tercijarnoj razini, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, tržišne barijere, kulturne i društvene norme.

4. ZNAČAJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA

4.1. Klasifikacija poduzeća

Klasifikacija poduzeća regulirana je odredbama Zakon o računovodstvu i u smislu tog zakona poduzeća se razvrstavaju na mikro, mala, srednja i velika poduzeća. Razvrstavanje poduzeća se provodi ovisno o pokazateljima: iznos ukupne aktive, iznos prihoda i prosječan broj radnika tijekom godine, koji su utvrđeni na zadnji dan poslovne godine koja prethodi poslovnoj godini za koju se sastavljaju financijska izvještaji.

- Mikro poduzetnici su oni koji ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:
  -ukupna aktiva 2 600 000,00 kuna
  - prihod 5 200 000,00 kuna
  -prosječan broj radnika tijekom godine – 10 radnika[22]

[22] Zakon o računovodstvu, NN 78/15,članak 5 https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu

- Mala poduzeća su oni koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:
  -ukupna aktiva 30.000.000,00 kuna
  - prihod 60.000.000,00 kuna
  -prosječan broj radnika tijekom godine 50 – radnika[23]
- Srednja poduzeća su oni koji nisu ni mikro ni mali poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:
  -ukupna aktiva 150.000.000,00
  -prihod 300.000.000,00
  -prosječan broj radnika tijekom godine- 250 radnika[24]
- Velika poduzeća su ona koja najmanje prelaze 2 od 3 graničnih uvjeta:
  -ukupna aktiva 150.000.000,00
  -prihod 300.000.000,00
  -prosječan broj radnika tijekom godine – 250 radnika
  Te u velika poduzeća spadaju banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, društva za osiguranje, društva za reosiguranje, itd.

4.2. Značaj malog i srednjeg poduzetništva za ekonomski razvoj

Mala i srednja poduzeća (MSP) kao samostalne gospodarske jedinice predstavljaju jedan od glavnih izvora zapošljavanja i samozapošljavanja, te su pokretači inovacija i generator novih poslovnih ideja i ujedno temelj Zapadnih ekonomija. Malo gospodarstvo također potiče i privatno vlasništvo i poduzetničke sposobnosti, te značajno utječe na povećanje konkurentnosti, dinamičnost gospodarstva i diferenciranosti ponude, odnosno na sveukupni ekonomski razvoj. Budući da rabe manje energije i koriste tehnologiju koja je ekološki prihvatljivija i jednostavnija, mala i srednja poduzeća su više prihvatljivija za okoliš od velikih.

Često se mala i srednja poduzeća promatraju kao jedna cjelina zbog mnogobrojnih sličnosti u poslovanju. Kada govorimo o karakteristikama malog poduzeća to su poduzeća koja su relativno dostupna svima bez obzira na dob, spol i stupanj obrazovanja, mogu se realizirati s relativno malim ulozima kapitala, posjeduju sposobnost brzog prilagođavanja i brzog

[23] Ibidem
[24] Ibidem

odgovaranja na promjene. Struktura im je mnogo jednostavnija i uglavnom je linijska, odnosno struktura im ima manje razina, što omogućava bržu komunikaciju. U slučaju da se dogodi sukob, efikasnije bi se riješio zbog brze komunikacije, što utječe da su mala poduzeća efikasnija i produktivnija u radu. Također je bitno istaknuti da su veoma korisna velikim poduzećima budući da su im pretežiti kooperanti, dobavljači ili kupci.

Kao prednosti malih poduzeća mogu se navesti:

- Zapošljavaju više nego velika poduzeća
- Imaju višu stopu povrata od velikih poduzeća
- Brzo primjenjuju inovacije
- Isporučuju svoje proizvode velikim poduzećima uz najniže cijene
- Stvaraju nova radna mjesta
- Lakši je pristup ženama[25]

Značenje poduzetništva za uspješnost cjelokupnog gospodarstva više se uopće ne dovodi u sumnju. Mala i srednja poduzeća danas čine više od 99% gospodarskih subjekata svih u gotov svim razvijenim država svijeta, zapošljavaju više od 60% ukupnog broja zaposlenih i stvaraju 50% i više BDP-a. Predstavljaju atraktivnu mogućnost samozapošljavanja i realizacije vlastitih ideja,a vrlo su često pokretači inovacija na tržištu.[26] Te također rast malih i srednjih poduzeća koja su inovativna utječe na brži transfer znanja,tena razvoj i bolji životni standard.

Malo gospodarstvo je glavni pokretač gospodarskog razvitka svake zemlje. Nužno je stvoriti preduvjete u kojima će se nesmetano otvarati, preživljavati i razvijati mala i srednja poduzeća jer njihov osobni uspjeh generira i koristi cijelom gospodarstvu. Potrebno je ukloniti administrativne prepreke, poboljšati pristup financiranju, te poboljšati obrazovanje i znanost.

[25] Buble Marin, Kružić Dejan (2006.) Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF, Zagreb, str82.

[26]Jurković Ratka, Trojak Nataša (2018.)-Poduzetništvo, Zagreb, str4

4.3. Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj

Malo gospodarstvo se u Hrvatskoj počelo razvijati s prelaskom u tržišno gospodarstvo, a formaliziralo se 18. ožujka 2002. godine s donošenjem Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva. Tim Zakonom su se uredile osnove za primjenu poticajnih mjera gospodarske politike koje su usmjerene prema razvoju, restrukturiranju i tržišnom prilagođavanju malog gospodarstva, te također osnivanje Hrvatske agencije za malo gospodarstvo.

Mala i srednja poduzeća imaju određene prednosti kao što su: smanjena birokracija, brz proces odlučivanja, kroz kratke kanale komunikacije i lanac odlučivanja, veće preferencije u pogledu prihvaćanja rizika, bolje motiviran i jače privržen menadžment, veća razina motivacije radnika,viša razina fleksibilnosti i prilagodbe, veća blizina tržišta itd.[27]

Značajnost malog i srednjeg poduzetništva možemo utvrditi po brojnim elementima, od kojih je jedan svakako i broj takvih poduzeća. U Hrvatskoj od ukupnog broja poduzeća 99,7% čine mala i srednja poduzeća, dok velika 0,3%. Broj mikro i malih poduzeća iz godine u godinu raste, te također zadnje dvije godine raste i broj malih i srednjih poduzeća, dok broj veliki poduzeća se smanjuje.

Tablica 10. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2013. do 2017. godine

	2013.		2014.		2015.		2016.		2017.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	100.841	99,7	104.116	99,7	106.221	99,7	114.156	99,7	119.752	99,7
Mikro i mala poduzeća	99.573		102.895		105.029		112.809		118.352	
Srednja poduzeća	1.268		1.221		1.192		1.347		1.400	
Velika poduzeća	350	0,3	354	0,3	348	0,3	327	0,3	329	0,3
Ukupno	**101.191**	**100**	**104.470**	**100**	**106.569**	**100**	**114.483**	**100**	**120.081**	**100**

Izvor: CEPOR,Izvještaj o malim i srednjim poduzećima (2018.), http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

[27] Bobera Dušan.,Hunjet Anica., Kozina Goran (2015.) Poduzetništvo, Varaždin, str.177

Kao i u većini zemalja mikro, mala i srednja poduzeća kreiranju najveći broj radnih mjesta. Zapošljavaju 73,2% od ukupnog broja zaposlenika u poslovnim subjektima u Hrvatskoj u 2017. godini, s time da je taj broj narastao u odnosu na prethodnu godinu. Najviše zaposlenih zapošljava mikro poduzeća kako u 2017. godini tako i u 2018.

Najveće prihode ostvaruju velika poduzeća, te su im prihodi u 2017. narasli u odnosu na 2016. godini za 7,6%. Prihodi od mikro, mala i srednjih poduzeća čine 59,6% ukupnog prihoda ostvarenog na razini Hrvatske, te predstavlja neznatno smanjenje u odnosu n a prethodnu godinu.

U 2017. Godini udio mikro, malih i srednjih poduzeća u ukupnome izvozu hrvatskih poduzeća iznosi 52,5% ,što predstavlja smanjenje u odnosu na 2016. godinu od 2,8 postotnih poena. Dok je udio velikih poduzeća ukupnom izvozu narastao za 2,8 postotnih poena.

Tablica 11. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2016. i 2017. godini

Ekonomski kriterij valorizacije sektora	Veličina poduzeća							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.	2016.	2017.
Broj zaposlenih	232.898	242.867	222.772	229.752	166.274	173.713	231.166	236.552
Zaposlenost (udio)	*27,3%*	*27,5%*	*26,1%*	*26,0%*	*19,5%*	*19,7%*	*27,1%*	*26,8%*
Ukupan prihod (mil. kn)	87.052	94.384	149.443	161.307	141.579	148.281	255.035	274.423
Ukupan prihod (udio)	*13,7%*	*13,9%*	*23,6%*	*23,8%*	*22,4%*	*21,9%*	*40,3%*	*40,5%*
Izvoz (000 kn)	8.801.609	10.121.387	23.172.448	26.989.911	34.045.279	35.254.300	53.414.542	65.477.447
Izvoz (udio)	*7,4%*	*7,3%*	*19,4%*	*19,6%*	*28,5%*	*25,6%*	*44,7%*	*47,5%*

Izvor: CEPOR,Izvještaj o malim i srednjim poduzećima (2018.), http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

Prosječan broj zaposlenih u mikro i malom poduzećima se blago smanjuje u razdoblju od 2013. kada je prosječni broj radnika bio 4,2 do 21017. godine kada prosječni broj radnika iznosi 4,0. Dok prihodi po zaposlenom u istom razdoblju kontinuirano rastu, te u 2017. godini iznose 541 009, što je povećanje od 8,4% u odnosu na 2013. godinu.

Tablica 12. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u mikro i malim poduzećima od 2013. do 2017. godine

Godina	Broj mikro i malih poduzeća	Broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima	Prosječni broj zaposlenih u mikro i malim poduzećima	Ukupan prihod (u mil. kn)	Ukupan prihod po zaposlenom (u kn)
2013.	99.573	414.507	4,2	206.905	499.159
2014.	102.895	422.238	4,1	215.807	511.103
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

Izvor: CEPOR,Izvještaj o malim i srednjim poduzećima (2018.), http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

Promatrajući razdoblje od 2013. do 2017. godine prosječan broj radnika u srednjim poduzećima kontinuirano raste, u 2013. iznosio je 118,8, dok u 2017. godini 124,1. Kao i kod mikro i malih poduzeća ukupan prihod po zaposlenom kontinuirano raste (rast od 14,5% u 2017. U odnosu na 2013. Godinu) što predstavlja povećanje produktivnosti i konkurentnosti mikro, malih te srednjih poduzeća.

Tablica 13. Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u srednjim poduzećima od 2013. do 2017. godine

Godina	Broj srednjih poduzeća	Broj zaposlenih u srednjim poduzećima	Prosječni broj zaposlenih u srednjim poduzećima	Ukupan prihod (u mil. kn)	Ukupan prihod po zaposlenom (u kn)
2013.	1.268	150.605	118,8	112.309	745.719
2014.	1.221	145.246	118,9	112.320	773.309
2015.	1.192	147.250	123,5	119.100	808.828
2016.	1.347	166.274	123,4	141.579	851.480
2017.	1.400	173.713	124,1	148.281	853.598

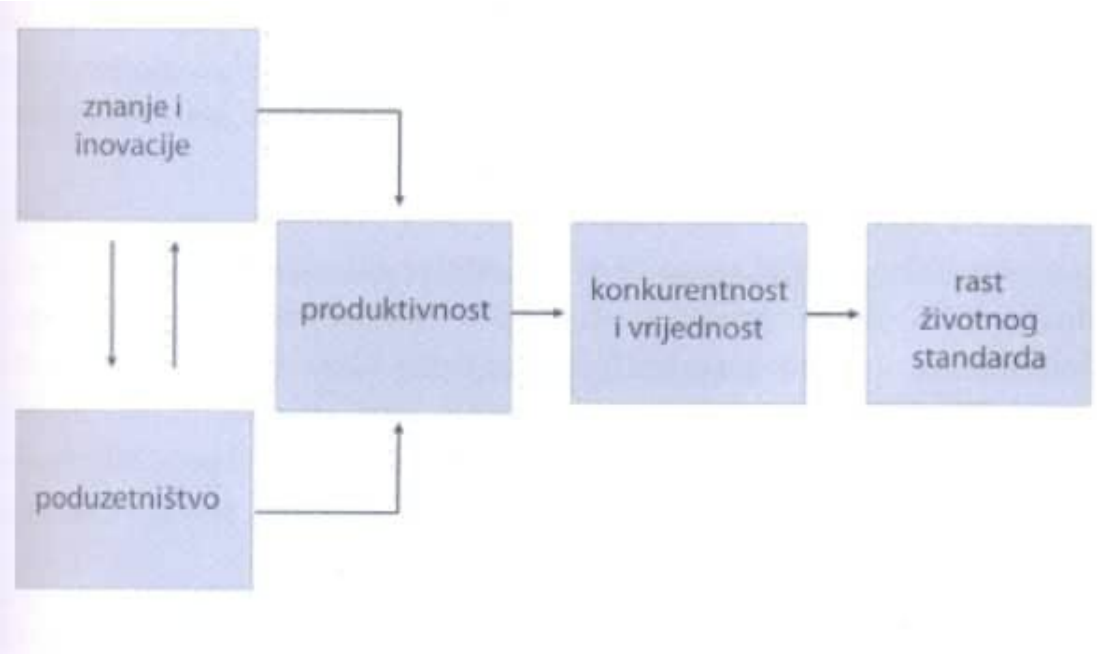
Izvor: CEPOR,Izvještaj o malim i srednjim poduzećima (2018.), http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

4.4 Malo gospodarstvo i inovacije

Gledajući kroz povijest upravo su inovacije čitavo vrijeme bile inicijator razvoja društva, od prvih izuma u drevnim civilizacijama preko brojnih tehnoloških inovacija tijekom industrijske revolucije, do danas kada blagostanje društva ovisi o sposobnosti komercijalizacije novih otkrića. Suvremeni uvjeti, poput stavljanja znanja u središte kao temeljnog sredstva za postizanje napretka, povećane globalne konkurentnosti, brzih otkrića u znanosti i tehnologiji, skraćivanje životnog ciklusa proizvoda, globalizacija te povećanja i sve bržeg mijenjanja zahtjeva kupaca, utječu na dodatno stavljanje naglasak na inovacije.

Inovacija znači uvođenje novina i promjena, ona preko poduzetništva ne pokreće samo nacionalno gospodarstvo već i svjetsko. Direktno utječu na povećanje produktivnosti i konkurentnosti. Produktivnost upućuje na razinu ekonomske uspješnosti, a bez povećanja konkurentnosti nije moguć opstanak na tržištu. Poduzeća moraju kontinuirano inovirati poslovanje kako bi spriječile stagnaciju i prestanak rada.

Na slici 2. je vidljiva pozitivna korelacija između inovacija, znanja te poduzetništva i životnog standarda. Znanje i inovacije te poduzetništvo pokreću produktivnost koja utječe na povećanje konkurentnosti i vrijednosti, što se na kraju pozitivno odražava u vidu rasta životnog standarda



Slika 2. Uloga inovacija i poduzetništva u ekonomskog razvoju i rastu životnog standarda

Izvor: Grgić Mato, Bilas Vlatka, Franc Sanja (2010.) Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb, str 123

Važno je istaknuti da se veliki doprinos gospodarskom razvitku i konkurentnosti uspješnih zapadnoeuropskih regija može pripisati osobito sektoru malih i srednjih poduzeća, koji su svojim inovacijskim sustavima pokrenula " lavinu" novi proizvoda i usluga, poslova, oblika i organizacije i sl. mijenjajući i obogaćujući, istovremeno, i sam način života i rada[28]

Međutim u Hrvatskoj je malo drugačija situacija. U promatranom razdoblju od 2014. do 2016. godine udio inovativnih poduzeća raste s njihovom veličinom. Tako je 40,5% malih, 53,0% srednjih i 71,7% velikih poduzeća bilo inovativno.

[28] Renko Sanda (2000.) Malo poduzetništvo: izvor ekonomskog progresa Republike Hrvatske, Ekonomski pregled Zagreb, str 495-508, str.506, https://hrcak.srce.hr/file/97994

Tablica 14. Poduzeća prema inovativnosti, djelatnosti i veličini u razdoblje 2014.-2016.

	Ukupno *Total*	Inovatori *Innovators*	Poduzeća koja ne inoviraju *Non-innovators*	Udio inovatora, % *Share of innovators, %*	
Ukupno	9 607	4 172	5 435	43,4	*Total*
Proizvodna poduzeća	3 648	1 741	1 907	47,7	*Industrial enterprises*
Uslužna poduzeća	5 959	2 431	3 528	40,8	*Service enterprises*
Mala poduzeća	7 810	3 161	4 650	40,5	*Small enterprises*
Srednje velika poduzeća	1 482	786	696	53,0	*Medium-sized enterprises*
Velika poduzeća	314	225	89	71,7	*Large enterprises*

Izvor: Državni zavod za statistiku, Inovacije u hrvatskim poduzećima u razdoblju 2014.-2016, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/08-02-05_01_2018.htm

Mala i srednja poduzeća u usporedbi s velikim u vezi inovacija, susreću se s brojnim problemima. Jedan od problema je oskudnost resursa, bilo da se radi o novcu ili kvalificiranoj radnoj snazi, te s jedne strane moraju inovirati, a s druge minimizirati svoje troškove i nedostatak je to što nemaju stabilne prihode od postojećih proizvoda što bi omogućilo da lakše prijelaze na nove proizvode i tržišta.

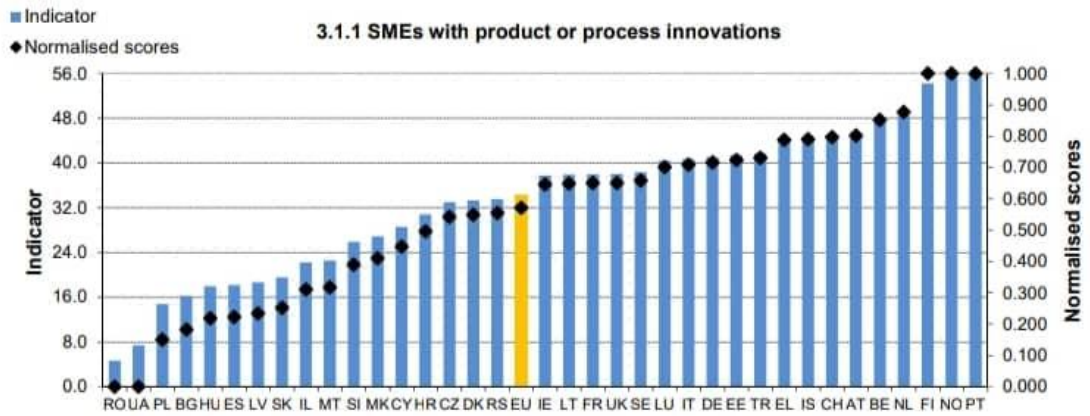
U usporedbi zemalja članica Europske unije s obzirom na inovacijsku uspješnost zemlje su razvrstane u 4 skupine: inovacijski lideri, inovacijski sljedbenici, umjereni i skromni inovatori. Hrvatska se smatra "umjerenim inovatorom", Te se nalazi ispod prosjeka Europske unije.

Ima različitih oblika inovacija, a najčešća je njihova podjela:[29]

- Inovacije proizvoda koje uključuju uvođenje novih ili znatno poboljšanih proizvoda ili usluga
- Inovacije procesa koje uključuju uvođenje potpuno novih ili unaprjeđenih načina proizvodnje i distribucije
- Marketinške inovacije koje podrazumijevaju implementaciju novih marketinških metoda koje se očituju u novom dizajnu ili pakiranju, novim metodama određivanja cijena ili promocije
- Organizacijske inovacije koje podrazumijevaju implementaciju novih praksi poslovanja ili unaprjeđenja postojećih, stvaranje nove organizacije radnih mjesta, vanjskih kontakata i donosa.

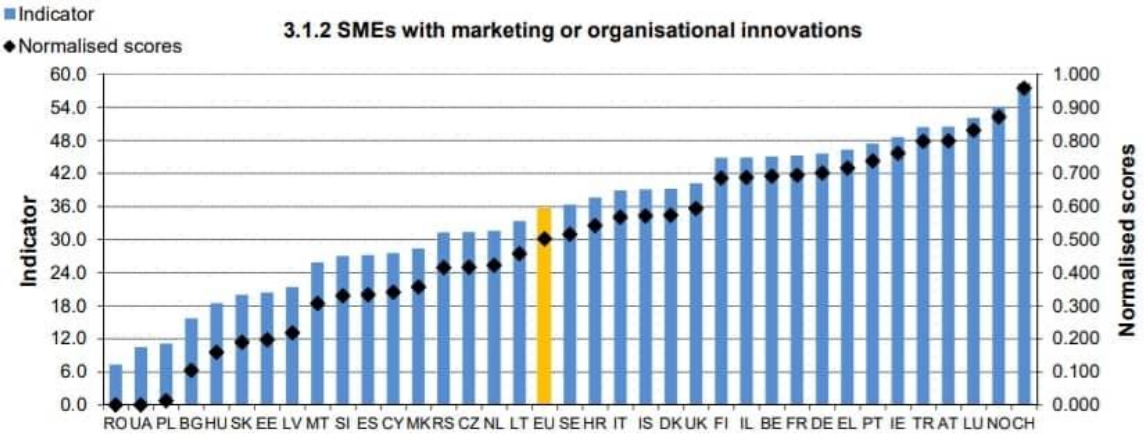
[29] Grgić Mato, Bilas Vlatka, Franc Sanja (2010.) Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Singerija, Zagreb, str 113

Prema podacima izvješća European Innovation Scoreboard koji prikazuju ljestvicu koja se odnosi na postotak malih i srednjih poduzeća koji uvode inovacije proizvoda ili proces, Hrvatska se pozicionira na 23. mjesto od 36 zemalja i ispod prosjeka Europske unije. Dok s obzirom na podatke koje se odnose na postotak malih i srednjih poduzeća koja uvode organizacijske te marketinške inovacije se nalazi na 18. Mjestu i iznad prosjeka Europske unije.



Grafikon 3. Mala i srednja poduzeća koja uvode inovacije proizvoda ili procesa

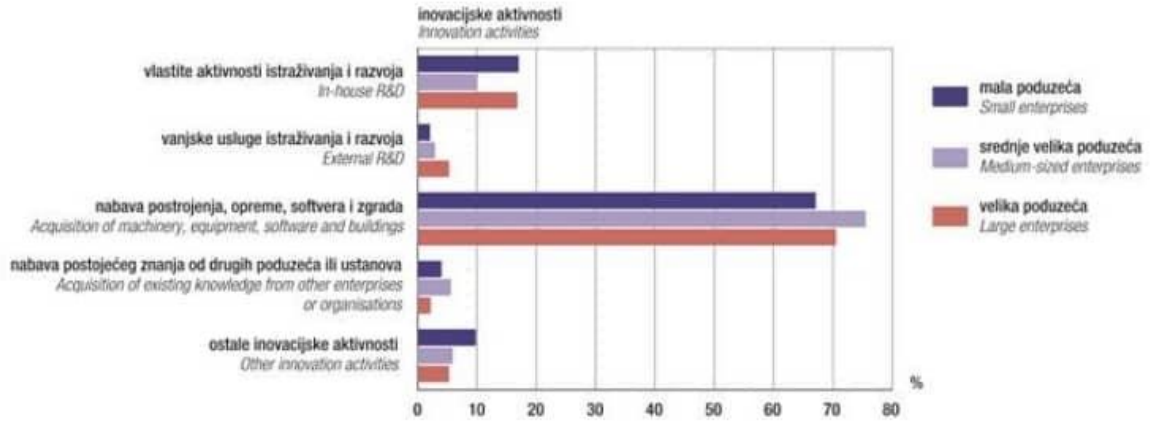
Izvor: European Commisson: European Innovation Scoreboard 2019, https://ec.europa.eu/docsroom/documents/35947/attachments/1/translations/en/renditions/native



Grafikon 4. Mala i srednja poduzeća koja uvode organizacijske i marketinške inovacije

Izvor: European Commisson: European Innovation Scoreboard 2019., https://ec.europa.eu/docsroom/documents/35947/attachments/1/translations/en/renditions/native

Bez obzira na veličinu poduzeća u 2016. u Hrvatskoj se najviše ulagalo u nabavu postrojenja, opreme, softvera i zgrada, te se potom dosta manje ulagalo u vlastite aktivnosti istraživanja i razvoja. Velika poduzeća su najmanje izdatke imali za nabavu postojećeg znanja od drugih poduzeća ili ustanova, dok su mala i srednja najmanje ulagala u vanjske usluge istraživanja i razvoj.



Grafikon 5. Izdaci za inovacijske aktivnosti prema veličini poduzeća
Izvor: Državni zavod za statistiku, Inovacije u hrvatskim poduzećima u razdoblju 2014.-2016., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/08-02-05_01_2018.htm

Struktura inovacijskih aktivnosti pokazuje kako hrvatsko malo gospodarstvo ne ulaže dovoljno u aktivnosti istraživanja te zavoja i inovacija radi uvođenja novih proizvoda i usluga na tržište te u razvoj inovativnih poslovnih modela nužnih za rast i razvoj. Posebice zabrinjava mali broj inovativnih mikro i malih poduzeća.[30]

[30] Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020., str19, https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//ZPPI/Strategije%20-%20OGP/poduzetni%C5%A1tvo//Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tval.pdf

5. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo predstavlja sposobnost povezivanja, kombiniranja i koordiniranja ograničenih resursa, te stvaranja novih proizvoda, novih usluga, novih potrošača, te novih tehnologija i novih rješenja. Također ga se može promatrati i kao plod razvoja civilizacije, ali i ujedno i civilizaciju kao plod poduzetništva. Poduzetništvo postoji otkad postoji i ljudska zajednica, odnosno razvija se od samog početka ljudskog postojanja. Danas je globalno poduzetništvo je u trajnom usponu i razvoju, te djeluje u suvremenom okruženju koji okarakteriziran turbulentnim promjenama, tehnološkim otkrićima, internacionalizacijom i intenzivnom konkurencijom.

Značaj poduzetništva za pojedinu nacionalnu ekonomiju se očituje u tome što upravo poduzetništvo utječe na povećavanje inovacija, smanjene nezaposlenosti, otvaranju brojnih radnih mjesta, pruža mogućnost samozapošljavanja, povećava izvoz, odnosno upravo je on kamen temeljac gospodarskog sustava i ekonomskog rasta i razvoja.

Budući da je Hrvatska zemlja s visokim stopama nezaposlenosti i ekonomskim neefikasnim gospodarstvom u cjelini, upravo joj poduzetništvo predstavlja mogući potencijal gospodarskog prosperiteta. Hrvatska zaostaje u vidu konkurentnosti u usporedbi s ostatkom zemljama i ima jako slabu razvijenu poduzetničku infrastrukturu, također se suočava s problemom neravnomjerne razvijenosti regija. Regije koje su ekonomski razvijenije imaju i veću poduzetničku aktivnost, dok s druge strane regije koje su lošije razvijene manje se upuštaju u poduzetničke pothvate. Što dovodi do zaključka da je poduzetništvo uzrok i posljedica ekonomskog razvoja.

Mala i srednja poduzeća su najveći pokretači gospodarskog razvitka svake zemlje. Utječu na povećanje konkurentnosti, dinamičnosti gospodarstva i pokretači su zapošljavanja. U Hrvatskoj kao i u drugim zemljama svijeta generator zapošljavanja predstavljaju mikro, mala i srednja poduzeća, ona su u 2017. godini zapošljavala 99,7% svih zaposlenih u poslovnim subjektima. Sudjeluju u ukupnom prihodu poslovnih subjekata s 59,6% i ukupnome izvozu s udjelom od 52,5%. Te im se iz godine u godinu povećava produktivnost i konkurentnost. Malo gospodarstvo je također značajno i u pokretanju inovacija u zapadnoeuropskim zemljama, međutim u Hrvatskoj su više inovativna veća poduzeća. Ali isto nedovoljno, budući da u usporedbi s članicama Europske unije, Hrvatska se smatra samo umjerenim inovatorom.

LITERATURA:

Knjige:

1.Baković Antonio(2014.) Teorija i praksa malog poduzetništva, Beretin, Split

2. Barković Ivana (2009.) Teorija poduzetništva: izazovi i perspektiva, Osijek

3. Bobera Dušan, Hunjet Anica, Kozina Goran (2015.) Poduzetništvo, Varaždin

4. Buble Marin, Kružić Dejan (2006.)Poduzetništvo, Zagreb

5. Grgić Mato, Bilas Vlatka, Franc Sanja (2010.) Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb

6. Horvat Đuro, Tintor Željko(2006.) Poduzetnička ekonomija, Trgovačka akademija, Zagreb

7. Jurković Ratka, Trojak Nataša (2018.)-Poduzetništvo, Zagreb

8. Kolaković Marko(2006.)Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb

9. Kuvačić Nikola (2005.) Poduzetnička biblija, Split

10. Obadić Alka, Tica Josip, itd (2016.) Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb

11. Škrtić Marica, Mikić Mihaela (2011.),Poduzetništvo, Singerija Zagreb

Internet:

1. Bisnode, (30.5.2019.), raspoloživo na: https://www.bisnode.hr/o-bisnode/

2. CEPOR (2018.) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, (20.6.2019.), raspoloživo na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/EN-SME-Report-2018-za-web.pdf

3. Državni zavod za statistiku, (5.7.2019), raspoloživo na: https://www.dzs.hr/

4. European Commission, (2.7.2019.), raspoloživo na: https://ec.europa.eu/commission/index_en

5. Financijska agencija(FINA) (10.6.2019.), raspoloživo na: https://www.fina.hr/

6. GEM Hrvatska(2018.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, (1.6.2019.), raspoloživo na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf

7. Renko Sanda (2000.) Malo poduzetništvo: izvor ekonomskog progresa Republike Hrvatske, Ekonomski pregled Zagreb, str 495-508,(25.6.2019.), raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/97994

8. Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020, (23.6.2019.), raspoloživo na: https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//ZPPI/Strategije%20-%20OGP/poduzetni%C5%A1tvo//Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tval.pdf

9. Škrtić Marica, Mikić Mihaela (2006.) Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva – šanse i zamke, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol.4., No.1., str 191.-204, (12.7.2019.) , raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/16844

10. Zakon o računovodstvu NN 78/15 (25.6.2019.),raspoloživo na: https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu

PRILOZI:

Grafikon 1:Kretanje osnovanih i ugašenih poduzeća od 2013. do 2017. godine …….....15

Grafikon 2. NECI indeks –sve GEM zemlje, 2018. ……...22

Grafikon 3:Mala i srednja poduzeća koja uvode inovacije proizvoda ili procesa……....31

Grafikon 4: Mala i srednja poduzeća koja uvode organizacijske i marketinške inovacije..…31

Grafikon 5:Izdaci za inovacijske aktivnosti prema veličini poduzeća……....32

Slika 1: Model nacionalnog rasta i uloga poduzetništva……..…….....10

Slika 2: Uloga inovacija i poduzetništva u ekonomskom razvoju i rastu životnog standarda .29

Tablica 1: Poslovni subjekti, stanje 30.lipnja 2018. ……..……..12

Tablica 2:Financijski rezultati poslovanja 131 117 poduzetnika u RH u 2017. i 2018. ……..13

Tablica 3:Korisnici potpora za samozapošljavanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje od 2011. do 2017. godine….....14

Tablica 4: Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske-TEA indeksi%.....16

Tablica 5: Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj-motivacijski indeks…….……..17

Tablica 6: Razvojni profil regija u Hrvatskoj, 2018. ……...18

Tablica 7: Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj od 2013. do 2017. godine, mjerena TEA indeksom…….……..19

Tablica 8: Rezultati izvješća o globalnoj konkurentnosti 2017.-2018. – Hrvatska i referentne zemlje……20

Tablica 9: Zemlje s najboljim i najlošijim poduzetničkim kontekstom – NECI indeks……...21

Tablica 10: Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2013. do 2017. godine…….…….....25

Tablica 11: Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2016. i 2017. godini ..26

Tablica 12: Prosječna broj zaposlenih i produktivnost u mikro i malim poduzećima od 2013. do 2017. godine…….27

Tablica 13: Prosječan broj zaposlenih i produktivnost u srednjim poduzećima od 2013. do 2017. godine……..…28

Tablica 14: Poduzeća prema inovativnosti, djelatnosti i veličini u razdoblju 2014.-2016. ….30

SAŽETAK

Poduzetništvo kao proces inovativnog kombiniranja raspoloživih čimbenika, te aktivnost kojom se preuzima rizik i ostvaruje odgovarajući rezultat, predmet je brojnih istraživanja i proučavanja pa tako i ovog završnog rada. U znanstveno-stručnoj literaturi postoje mnogobrojne definicije poduzetništva, ali uz njega se najčešće povezuju pojmovi inovacije i rizik.

Budući da je poduzetništvo pokretna i razvojna snaga svakog gospodarstva i da upravo o njemu ovisi uspješnost pojedine države, cilj ovog rada je objasniti kako upravo on pridonosi ekonomskom razvoju Republike Hrvatske. Analizira se poduzetništvo na nacionalnoj razini, potom se uspoređuju regije međusobno i uviđa se neravnomjeran razvoj regija i u poduzetničkom smislu, te također dolazi do usporedbe Hrvatske s ostalim zemljama svijeta.

Posebna se pozornost posvećuje i malom i srednjem poduzetništvu. Oni predstavljaju generator budućeg ekonomskog rasta i razvoja, te je to kategorija kojoj svaka država treba posvećivati pažnju budući da su upravo malo i srednje poduzetništvo izvor konkurentnosti i inovacijski potencijal.

Ključne riječi: **poduzetništvo, ekonomski razvoj, malo i srednje poduzetništvo**

SUMMARY

Entrepreneurship, as a process of innovative combining of available factors, as well as risk-taking activity and the achievement of an appropriate result, has been the subject of many researches and studys, including this final thesis. There are numerous definitions of entrepreneurship in the scientific literature, but it is most commonly associated with the concepts of innovation and risk.

Since entrepreneurship is the driving force and development force of every economy and that the success of each country depends on it, the aim of this paper is to explain how it contributes to the economic development of the Republic of Croatia. Entrepreneurship at the national level is analyzed, regions are then compared with each other, and uneven development of regions is also observed in the entrepreneurial sense, and Croatia is also compared with other countries in the world.

Special attention is also given to small and medium-sized enterprises. They are a generator of future economic growth and development, and this is a category that every country needs to pay attention to, since SMEs are a source of competitiveness and innovation potential.

Key words: **entrepreneurship, economic development, small and medium-sized enterprises**