

Utjecaj ulaska u Eurozonu i uvođenja eura kao nacionalne valute na poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Tomašević, Nikola

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:710417>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Specijalistički diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva

**UTJECAJ ULASKA U EUROZONU I UVOĐENJA
EURA KAO NACIONALNE VALUTE NA
PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Platni promet

Mentor: Izv. Prof. dr. sc. Mihovil Anđelinović

Student: Nikola Tomašević (0016120031)

Zagreb, Rujan. 2023.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Specijalistički diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva

**IMPACT OF ENTRY INTO THE EUROZONE
AND THE INTRODUCTION OF THE EURO AS
NATIONAL VALUE ON ENTREPRENEURSHIP
IN THE REPUBLIC OF CROATIA**

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Platni promet

Mentor: Izv. Prof. dr. sc. Mihovil Anđelinović

Student: Nikola Tomašević (0016120031)

Zagreb, September. 2023

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. PREDMET I CILJ SEMINARSKOG RADA	1
1.2. IZVORI I METODOLOGIJA PRIKUPLJANJA PODATAKA I INFORMACIJA.....	2
2. PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI HRVATSKOJ.....	3
2.1. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA	4
2.2. PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI	9
2.2.1. Proces integracija i stvaranja Europske Unije	10
2.2.2. Klasifikacija i numerički prikaz poduzeća u EU	14
2.3. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ	24
2.3.1. Klasifikacija i numerički prikaz poduzeća u Republici Hrvatskoj	25
3. PROCES UVOĐENJA EURA KAO UNITARNE VALUTE I USPOREDBA CIJENA	30
3.1. Uvođenje eura i euro zona.....	31
3.2. Indeks potrošačkih cijena država članica	34
3.3. Indeks potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj.....	45
4. Percepcija poduzetnika i građanstva na uvođenje eura u Republici Hrvatskoj.....	50
4.1. Proces uvođenja eura u Republici Hrvatskoj	50
4.2. Mjere očuvanja cijena u Republici Hrvatskoj uvođenjem eura	51
4.3. Anketni upitnik.....	53
5. Zaključak.....	61
POPIS TABLICA	65
POPIS GRAFIKONA.....	65
POPIS SLIKA	66
ANKETA	66
ŽIVOTOPIS	67
ZAHVALA	70

1. UVOD

Poduzetništvo (engl. Entrepreneurship) i poduzetnik (engl. Entrepreneur) se definiraju kroz različite škole te ne postoji univerzalna definicija poduzetništva kao ni poduzetnika. Pristupi kao što su personalno-psihološka škola, neoklasična ekonomska teorija te socio-kulturni pristup daju različite definicije no niti jedan pristup nije u potpunosti kvalitetno vizualizirao i definirao pojam poduzetništva. Njihovom komplemetacijom i kombinacijom dobivamo kvalitetniji pojam poduzetništva. Osim pristupa, mnogi su ekonomski važni ekonomisti kroz povijest dali svoje verziju definicije poduzetništva te poduzetnika.

1.1. PREDMET I CILJ SEMINARSKOG RADA

U ovom radu, u samom početku, definirat će se pojam poduzetništva, prikazat će se povijesni razvoj poduzetništva, te poduzetništvo u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji (u daljnjem tekstu EU), tj. pojedinim državama članicama EU. Prikazat ćemo značaj mikro, malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj, njihov broj, njihov doprinos u ukupnom gospodarstvu Republike Hrvatske kao što će se statistički prikazati udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom poduzetništvu Republike Hrvatske, ali i EU te će se usporediti udio MSP u RH sa EU. Uz poduzetništvo prikazat će se politika i gospodarstvo pojedinih država članica EU te politika i gospodarstvo RH te spomenuti koje su se politike mijenjale te prilagođavale kako bismo pristupili te postali legitimna članica EU. Prikazat će se u proces uvođenja eura kao unitarne valute u EU, odnosno na koji datum je uveden Euro, koja događanja i mjere su prethodile tome te kako je nastala Euro zona, koje su bile prve članice euro zone te, kronološkim redom, popis država koji je pristupio Euro zoni i kada. Spomenut će se i prikazati indeks potrošačkih cijena pojedinih država članica i kada su bile najveće devijacije te koja su zbivanja uzrokovala to, također isto tako i za RH. Zadnje poglavlje je percepcija Hrvatske javnosti, odnosno poduzetnika i građanstva na uvođenje eura u RH. Ulaskom RH u EU, Hrvatska se nije dovela u mogućnost očuvanja vlastite valute kune, već se obvezala prihvaćanje eura kao nacionalne valute. U Ovom poglavlju će se prikazati što se, od stupanja u EU do 1.1.2023 (uvođenja Eura), proklamiralo, tj. koje su to mjere predstavljene Hrvatskoj javnosti, gdje se garantiralo nemogućnost povećanja cijena, odnosno očuvanja kupovne moći javnosti i sl. Na kraju će se kroz anketni upitnik iskazati percepcija ispitanika tj. građana i poduzetnika na uvođenje eura, njihovu kupovnu moć, njihovo viđenje promjena cijena iz kuna u eure. Na

kraju će se pokazati dati mišljenje te kroz dobivene rezultate vidjeti koliko su se ispitanici zapravo prilagodili, kako su tu tranziciju podnijeli te u suštinu jesu li sretni ili nesretni činom uvođenja Eura.

1.2. IZVORI I METODOLOGIJA PRIKUPLJANJA PODATAKA I INFORMACIJA

Prilikom izrade završnog rada korištene su brojne znanstvene metode te razne knjige, znanstveni članci, te internetske stranice. Od znanstvenih metoda najvažnije 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

2. PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI HRVATSKOJ

Kako je spomenuto u uvodu, ne postoji univerzalna definicija poduzetništva kao ni poduzetnika s toga će se u ovom poglavlju spomenuti definiranje navedenih pojmova kroz povijest i različite škole ekonomske misli te poimanje navedenih pojmova od strane značajnih osoba koje su dali svoje definicije. Poduzetništvo se načelno odnosi na proces pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata, a to se događa najčešće zbog ostvarivanja profita, no vrlo često i radi ostvarivanja određenih ciljeva (npr. biti „sam svoj šef“, imati slobodu i autonomnost) ili čak kako bi svojim pothvatima doveli do ekoloških promjena (npr. Tesla)

Također važno je napomenuti kako je poduzetništvo „alpha et omega“ odnosno inicijator i akcelerator cjelokupnog gospodarstva određene države, tj. ekonomije, poduzetništvo je ključan faktor za povećanje konkurentnosti društva kroz generiranje rasta i otvaranje novih radnih mjesta. Njegova važnost i kompleksnost očituje se u mnogobrojnim čimbenicima koji utječu na njega, od ekonomskih, tehnoloških pa sve do socijalno-društvenih, a uključuju zapošljavanje, razvoj, stabilnost društva, stupanj obrazovanja. U izravnom odnosu i korelaciji je snaga gospodarstva sa jačanjem poduzetništva, čime se postiže materijalna neovisnost, a samim time pospješuje i olakšava život građana. Stoga poduzetništvo treba biti inkorporirano u gospodarski i cjelokupni društveni sustav da bi se osigurala njegova učinkovita funkcionalnost i razvoj, kao pretpostavke razvoja gospodarstva i društvenoga blagostanja.¹

Prema Kolaković M, poduzetništvo možemo definirati kao sposobnost koja se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost.²

Ključni koncepti u poduzetništvu uključuju:

Inovacija: Poduzetnici često stvaraju inovativne proizvode, usluge ili procese koji zadovoljavaju potrebe ili na inventivan i nov način rješavaju probleme.

¹ Kutnjak G. „Europska unija u funkciji poticanja i razvoja malog i srednjog poduzetništva“ Sveučilište u Rijeci, ekonomski fakultet, Rijeka, 2010.

² Kolaković M. „Poduzetništvo u ekonomiji znanja“ sinergija- nakladništvo, Zagreb, 2006.

Rizik: Poduzetništvo nosi određeni stupanj rizika, jer poduzetnici često ulažu vlastito vrijeme i novac u poslovne projekte koji im ne garantiraju uspjeh.

Poslovni plan: Poduzetnici razvijaju poslovne planove kako bi definirali svoju viziju, ciljeve, strategije, tržište i način na koji će ostvariti uspjeh.

Financiranje: Poduzetnici trebaju kapital za pokretanje i razvoj poslovanja. Financiranje se može osigurati putem vlastitih sredstava, posuđivanja, investicija ili drugih izvora.

Upravljanje: Učinkovito upravljanje resursima, osobljem i operacijama ključno je za uspjeh poduzetničkog poduhvata.

Tržište: Razumijevanje ciljne skupine kupaca, identificiranje konkurencije i pravilno pozicioniranje proizvoda ili usluge na tržištu su važni aspekti poduzetništva.

Mreže i suradnja: Povezivanje s drugim poduzetnicima, stručnjacima i resursima može pružiti vrijedne informacije, podršku i prilike za suradnju.

2. 1. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo je staro koliko i ljudsko društvo, odnosno koliko je stara institucija trampe i razmjene, smatra se da su poduzetnici aktivni još od 17 000 godina prije Krista, kada se u Novoj Gvineji trgovalo opsidijanom (vulkanskim staklom koje je bilo respektabilno pošto je bila dobra sirovina za izradu kvalitetnog oruđa za lov i rat) za drugu robu kao što su koža, meso ili drugi alati i oruđe.³

Pojam poduzetništvo se koristi svakodnevno u različite svrhe⁴ no sam pojam poduzetništvo potiče iz 12. stoljeća od francuske riječi *entreprendre*⁵ što znači poduzeti, učiniti nešto ili „onaj koji uzima između“ te pojam nije korišten isključivo za ekonomsku terminologiju.

Prema raznim autorima možemo vidjeti različito kategoriziranje i definiranje poduzetništva kroz povijest.

³ <https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/>

⁴ <https://hrcak.srce.hr/file/192157>

⁵ <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos%3A3856/datastream/PDF/view>

Prapovijest i rane civilizacije: : Prema Kolakoviću, poduzetništvo se pronalazi još kod starih civilizacija kao što su Babilonska, Egipatska, Arapska i Kineska. ⁶Ljudi su počeli prakticirati osnove trgovine i proizvodnje tada dostupnih resursa kako bi zadovoljili svoje osnovne potrebe. U ovom razdoblju, poduzetništvo je bilo usmjereno na proizvodnju hrane, odjeće i alata. Prema Sombartu to su bili: gusari, feudarci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici⁷

Srednji vijek i renesansa: Trgovina između različitih regija i zemalja postala je važna. Razvoj trgovinskih putova poput Puta svile olakšao je razmjenu dobara i ideja između Istoka i Zapada. Početkom renesanse, financijski sustavi kao što su banke omogućili su povećanu mobilizaciju kapitala za poslovanje. Prema Hisrich. R., Peters M., Shepherd D., personifikacija najranijih oblika poduzetnika jest Marko Polo koji je uspostavio trgovačke pravce prema dalekom istoku. Princip poslovanje je bilo ugovaranje posla s osobom koja je imala novac. ⁸Princip je bio takav da je financijer financirao Pola s uključenim osiguranjem te je omogućavao zajmove trgovcu-pustolovu do trenutka izvršavanja prodaje kada bi se dobit podijelila.

Industrijska revolucija (18. - 19. stoljeće): Industrijska revolucija označila je prekretnicu u povijesti poduzetništva. Uvođenje strojeva, parne energije i tvorničke proizvodnje transformiralo je proizvodne procese i omogućilo masovnu proizvodnju. Ovo razdoblje obilježeno je inovacijama, kao i razvojem kapitalizma i organizacijskih struktura poput korporacija. Ovdje prema Hisrich. R., Peters M., Shepherd D. poduzetnikom se smatrao onaj koji je razvijao nove tehnologije, no pritom nije mogao samostalno financirati svoje izvore te su novac dobivali od onih koji su ga posjedovali, odnosno tzv. pothvatnih kapitalista. Prema navedenim autorima, najreprezentativniji predstavnici tog doba bili su Whitney i Edison. Whitney je razvijao napravu za odvajanje sjemenki pamuka financiran od strane britanske krune, dok je Edison financiran iz privatnih izvora za razvoj na području električne energije i kemije⁹

20. stoljeće: Inovacije u tehnologiji, komunikacijama i transportu dramatično su utjecale na način na koji poduzetnici posluju. Osnivanje velikih korporacija kao što su General Electric, Ford, IBM i Microsoft ilustrira utjecaj pojedinaca na oblikovanje svjetskog gospodarstva. Pa se prema tome formirala nova definicija funkcije poduzetnika, a ona je to da poduzetnik treba

⁶ Kolaković M. „Poduzetništvo u ekonomiji znanja“ sinergija nakladništvo, Zagreb, 2006.

⁷ Sombart W.: Der Bourgeois, Dunckner & Humbolt, Munchen – Leipzig, 1920., str 29-60. Preuzeto iz Gorupić D., i Gorupić D. Jr.: Poduzeće – postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća, Informator, Zagreb, 1990. str. 19.

⁸ Hisrich R. D., Peters M. P., Shepherd D. A. „ Poduzetništvo“, Mate d.o.o., Zagreb, 2011. str.5.

⁹ Hisrich R. D., Peters M. P., Shepherd D. A. „ Poduzetništvo“, Mate d.o.o., Zagreb, 2011. str.6.

revolucionaran način promijeniti postojeći način proizvodnje ili, tim bolje, smisliti nešto što do sada nije postojalo otvaranjem novog proizvodnog kanala ili organiziranjem nove industrije.

¹⁰Tijekom 20. stoljeća također je došlo do razvoja različitih poslovnih teorija i koncepta upravljanja. Ovdje se rastom i razvijem velikih industrijskih korporacija, gubi pojam čovjeka kao osobe i pojedinca te se njegov identitet stavlja ispod ideje kompanije. Primjer toga najbolje ilustrira primjer 3 faze razvoja Henryja Forda od malog poduzetnika do industrijskog giganta

11

Tablica 1. Faze razvoja Henryja Forda

1. faza	Henry Ford i radnici se međusobno osobno poznaju
2. faza	Svi radnici poznaju Henryja Forda
3. faza	Niti radnici znaju niti viđaju Henryja Forda, niti on njih

Izvor: Osredečki E. „Sve što poduzetnik treba znati“, naklada Edo, Samobor, 1996., str. 196.

Digitalna revolucija i suvremeno poduzetništvo: Početkom 21. stoljeća, digitalna revolucija donijela je nove mogućnosti poduzetnicima. Internet je omogućio globalnu povezanost i pojednostavio pristup informacijama i tržištima. Nastali su digitalni divovi poput Googlea, Facebooka i Amazona. Također je došlo do naglog porasta start-up poduzeća, a koncepti poput "lean startup" pristupa i inovacija postali su ključni za uspjeh.

Društveno odgovorno poduzetništvo: U suvremenom poslovnom okruženju, sve više poduzetnika prepoznaje važnost društvene odgovornosti i održivog poslovanja. Koncept društvenog poduzetništva, koji stavlja naglasak na rješavanje društvenih problema kroz inovativne poslovne modele, postaje sve značajniji.

Tehnološki napredak i budućnost: Tehnološki napredak kao što su umjetna inteligencija, automatizacija, blockchain i napredna proizvodna tehnologija nastavit će oblikovati budućnost poduzetništva. Sve veći fokus na personalizaciju proizvoda, usluga i iskustava, zajedno s naglaskom na agilnost i brzu prilagodbu promjenama, bit će ključan za uspjeh poduzetnika.

Ovo je samo sažeti pregled povijesti poduzetništva, te svaka faza ima značajno više informacija i detalja, no navedeni su najznačajniji događaji koji nam ukratko prikazuje o koliko širokom i kompleksom procesu se radi. Poduzetništvo je kontinuirano evoluiralo kako bi se prilagodilo društvenim, tehnološkim i ekonomskim promjenama i razvojem, ostavljajući nas s bogatom

¹⁰ Hisrich R. D., Peters M. P., Shepherd D. A. „Poduzetništvo“, Mate d.o.o., Zagreb, 2011. str.7.

¹¹ Kolaković M. „Poduzetništvo u ekonomiji znanja“ sinergija nakladništvo, Zagreb, 2006. str.7.

povijesti inovacija i poduzetničkog duha. U donjoj tablici je prikazano pojmovno definiranje poduzetnika kroz povijest kronološkim redoslijedom.

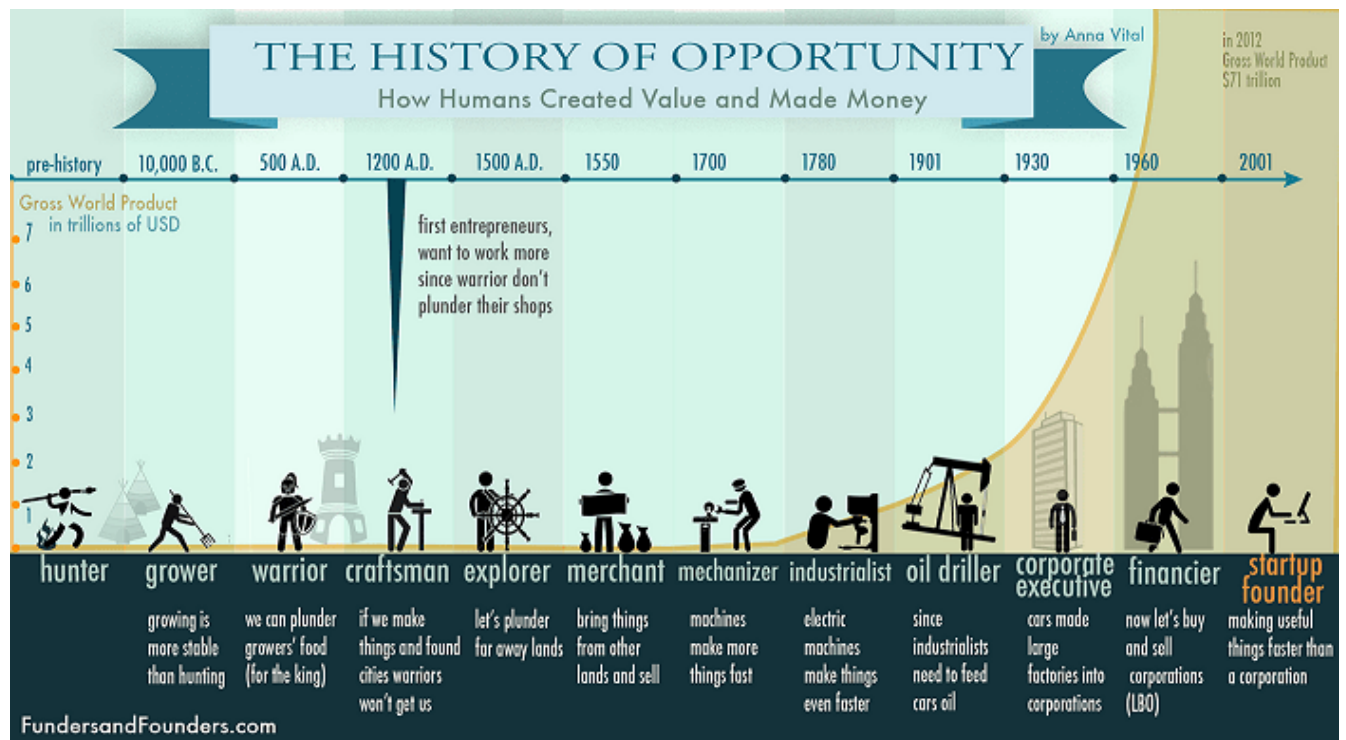
Tablica 2. Pojmovno određivanje poduzetnika kroz povijest

RAZDOBLJE	POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIKA
srednji vijek	Poduzetnik je osoba odgovorna za velike projekte gdje nije preuzimala nikakav rizik (npr. svećenstvo odgovorno za projekata izgradnje dvoraca, katedrala i sl.).
17. stoljeće	Poduzetnik je osoba koja sklapa ugovor s državom o pružanju usluga ili o opskrbi određenim proizvodima po fiksnim cijenama i uz preuzimanje rizika dobiti ili gubitka.
1725. godina	Richard Cantillon - poduzetnik je osoba koja snosi rizik, te može, ali ne mora biti osoba čiji je kapital
1803. godina	Jean Baptiste Say - diversificira dobit poduzetnika od dobiti kapitala.
1934. godina	Joseph Schumpeter - poduzetnik je inovator i razvija nove tehnologije
1961. godina	David McClelland - poduzetnik je energičan i moderan preuzimatelj Rizika
1964. godina	Peter Drucker - poduzetnik maksimizira prilike.
1975. godina	Albert Shapero - poduzetnik preuzima inicijativu, organizira socijalne i ekonomske mehanizme te preuzima rizik neuspjeha.
1980. godina	Karl Vesper - poduzetnika sasvim drugačije definiraju ekonomisti, psiholozi, poslovni ljudi i političari. To nije jednoznačan pojam.
1985. godina	Robert Hisrich - poduzetništvo je dinamički proces stvaranja nečega drugačijeg predviđajući (anticipirajući) financijske, fizičke i socijalne rizike, a primajući nagrade u obliku novčane i osobne satisfakcije.
1990. godina	Mark Casson - Ključ koji povezuje sve teorije o poduzetništvu je poduzetničko prosuđivanje. Ono je sposobnost donošenja uspješnih odluka u uvjetima kada ne postoji odgovarajući model ili pravilo odlučivanja, ili pak kad su potrebni podaci nepotpuni ili nedostupni.
1992. godina	George Gilder - poduzetnik nije puko oruđe tržišnih sila već je njihov oblikovatelj, producent i razvojni činilac.
2003. godina	Bygrave i Zacharakis - inovacija predstavlja ključnu formu u kojoj se manifestira poduzetništvo.

Izvor: Kružić, D., D. Bakotić, I. Bulog, Ž. Dulčić, M. Glamuzina, Z. Klepić, M. Lovrinčević, and A. Mihić Ostojić. (2016) Obiteljsko poduzetništvo. Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet, Mostar, str. 3

Uz gornju tablicu evolucijskog razvoja poduzetništva prema različitim ekonomistima, razvoj i evolucija poduzetništva se može prikazati kroz različita zanimanja.

Slika 1. Povijest prilika zarade



Izvor: <https://www.sellingzeroesandones.com/history-of-entrepreneurship/>

Ljudi su kroz povijest prošli kroz različite faze ekonomske evolucije koje su oblikovale poduzetništvo:

- Lovci i Sakupljači: U početku, ljudi su ovisili o lovu i prikupljanju hrane. To je bio nepredvidiv način preživljavanja.
- Uzgajivači: Razvojem poljoprivrede, ljudi su shvatili da uzgoj biljaka pruža stabilniji izvor hrane.
- Ratnici i Pljačkaši: Ratnici su otkrili da mogu brže doći do hrane kradući je od uzgajivača umjesto da je sami uzgajaju.
- Obrtnici i Gradovi: Obrtnici su se udružili kako bi se zaštitili od pljačkaša, što je potaknulo razvoj gradova i trgovine.

- Istraživači i Trgovci: Grupni život u gradovima omogućio je brzu razmjenu ideja. Istraživači su otkrivali nove regije, a trgovci su uspostavljali rute za prijevoz egzotičnih dobara.
- Mehaničari i Industrijalci: Razvoj strojeva potaknuo je masovnu proizvodnju i industrijalizaciju.
- Otkriće Nafta: Otkriće nafte potaknulo je razvoj automobila i transportne mreže.
- Korporacije i Bankari: Tvornice su se organizirale u korporacije kako bi učinkovito distribuirale proizvode. Bankari su počeli trgovati dionicama korporacija.
- Osnivači Startupa: Tehnologija je omogućila osnivanje startupa koji koriste inovacije i tehnologiju kako bi nadmašili korporacije.

Kroz ove faze, poduzetništvo je evoluiralo, vođeno potrebama i tehnološkim napretkom. Danas tehnologija omogućuje malim startupima da brže i učinkovitije stvaraju inovativne proizvode od velikih korporacija.

2. 2. PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI

U ovom potpoglavlju, prikazat će se poduzetništvo u Europskoj Uniji. Prikazat će se i proces nastajanja Europske Unije, klasifikacija poduzeća u Europskoj Uniji, broj kretanja MSP kroz godine te koliki udio u broju zaposlenih i ukupnom broju čine mikro, mala i srednja poduzeća.

Europska unija (EU) je složena politička i gospodarska unija koja objedinjuje 27 suverenih država članica (28 prije Brexita). Njezin nastanak proizlazi iz temeljne namjere promicanja mira, stabilnosti i gospodarskog napretka na europskom kontinentu, istovremeno potičući usko povezivanje i suradnju među državama te mogućnost konkuriranja država Europe rastućim gospodarstvima u svijetu. Osnovana je sukcesivnim putem na principu serije ključnih ugovora koji su se međusobno nadopunjavali i proširivali, a koji korijenima koji sežu u drugu polovicu 20. stoljeća. Na sastanku Europskog vijeća, održanome u ožujku 2000. godine u Lisabonu, čelnici vlada i država članica Europske unije postigli su dogovor o zajedničkom strateškom cilju prema kojemu bi Unija do 2010. godine trebala postati najkonkurentnije i najdinamičnije gospodarstvo svijeta utemeljeno na znanju, te sposobno za održivi gospodarski rast, s najvećom stopom zaposlenosti i snažnom gospodarskom i socijalnom kohezijom (Kandžija & Cvečić, 2008, p. 152).

2. 2. 1. Proces integracija i stvaranja Europske Unije

Tijekom povijesti postojali su razni primjeri stvaranja velikih područja kojima su se oformile različita carstva koja su nastajala okupacijom teritorija kao npr. Rimsko, Bizantsko i Osmansko koje su stvorene s ciljem jakih vojnih i teritorijalnih cjelina. Europska integracija te europska unija kao takva stavlja naglasak da se formira principom slobodne volje.¹²

Ideje o integraciji i Europskom ujedinjenju sežu još u 14. stoljeće gdje P. Dubois u knjizi „De recuperatione terrae sanctae“ razrađuje europsko ujedinjenje kojim upravlja vijeće načinjeno mudrim, kompetentnim, stručnim i odanim ljudima. U 17. stoljeću William Penn¹³ smišlja plan za ujedinjenje europskih države, stvaranje europskog parlamenta te europske vojske. Također jedna od važnih osoba je Victor Hugo koji je predviđao pacifizam i kolaboraciju među europskim državama te unitarnost ilustriranu na način između Francuskim pokrajinama.

Prvi oblik integriranja u relativno nedavnoj prošlosti smatra se **Zollverein**.

Zollverein je carinska unija njemačkih zemalja stvorena 1834. godine, gdje su ukinute carine među zemljama članicama, a prema trećim državama je uvedena i uspostavljena zajednička carinska tarifa. Carine su se akumulirale na poseban račun i raspoređivale po ključu brojnosti stanovništva i bogatstvu resursa.¹⁴

Od sredine devetnaestog stoljeća do početka prvog svjetskog rata promicalo se smanjivanje carinskih ograničenja, slobodno tržište te liberalizacija međunarodne ekonomije. Tijekom međuratnog razdoblja došlo je do značajnih padova u međunarodnoj razmjeni.

Giuseppe Mazzini, osnivač pokreta mlada europa, zagovaratelj je ujedinjenja Europe. Mazzini i Otto von Habsbur 1922 godine osnovali su Paneuropsku uniju kojoj su principi bili: kršćanstvo, liberalizam, socijalna odgovornost te europejstvo.¹⁵

1947.godine započeo je pokret za ujedinjenje Europe, a 1948. održan je Kongres Europe na kojem su participirali razni predstavnici iz kruga političkog, društvenog i gospodarskog života s ciljem razmatranja ujedinjene Europe. Na 5. svibanj 1949 godine, osnovano je Vijeće Europe

¹² Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli,Pula, 2015. str. 47.

¹³ William Penn – engleski filozof te osnivač Američke države Pennsylvanije

¹⁴ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli,Pula, 2015. str. 48.

¹⁵ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli,Pula, 2015. str. 48.

čiju je povelju inicijalno potpisalo deset zemalja, a to su: Belgija, Francuska, Luksemburg, Nizozemska, Velika Britanija, Irska, Italija, Danska, Norveška i Švedska.¹⁶

Ciljevi i preduvjeti pristupu Vijeća Europe su:

- Zaštita ljudskih prava
- Višestranačka parlamentarna demokracija
- Vladavina prava

Vijeće Europe broji danas 47 članica, a među njima su i sve članice EU. Važno je naglasiti da iako je vijeće Europe važno za nastajanje EU u budućnosti, **Vijeće Europe nije institucija EU-a.**

Najznačajniji događaj osnivanje današnje Europske Unije kakvu poznajemo bio je osnivanje Europske zajednice za ugljen i čelik (eng. European Coal and Steel Community ili ECSC) 1951. godine. Europska zajednica za ugljen i čelik nastala je potpisivanjem Pariškog ugovora 18. travnja 1951. godine na inicijativu Jean Monneta koji je izradio taj prijedlog kao između ostalog, kao rješenje nad kontinuiranom borbom Francuske i Njemačke za regiju bogatu ugljenom i čelikom Ruhrom koja je u tom trenutku od iznimne važnosti pošto su ugljen i čelik u tom trenutku, uz industrijalizaciju, vrlo važne sirovine za razvoj vojne industrije. Države potpisnice Pariškog ugovora bile su: Francuska, Savezna Republike Njemačka, Italija, Belgija, Nizozemska te Luksemburg, a ciljevi su mogli brojati u više aspekata:¹⁷

- Ekonomski - zajedničko tržište (slobodno kretanje sirovina unutar šest zemalja članica)
- Politički – odstranjivanje nadmetanja između Njemačke i Francuske
- Vojno-strateški – kontrolira se uporaba ugljena i čelika u proizvodnji u vojne svrhe

Odluku o prvoj integraciji donio je Visoki autoritet, preteča današnje Europske komisije

1955. godine, ministri vanjskih poslova članica ECSC-a, ustanovili su da integraciju potrebno sa ugljena i čelika proširiti i na ostala ekonomska pitanja. Posljedica tog zasjedanja dovodi do osnivanja Europske ekonomske zajednice (eng. European Economic community tj. EEC). EEC je konstruirao politike ukidanja carina za država članice, zajedničku trgovinsku politiku prema država nečlanicama te politiku „četiri slobode“ odnosno slobodno kretanje roba, usluga,

¹⁶ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli,Pula, 2015. str. 48.

¹⁷ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli,Pula, 2015. str. 55.

ljudi i kapitala te uspostava zajedničke poljoprivredne politike zbog tadašnje post ratne gladi. Uz EEC nastala je i Europsku zajednicu za atomsku energiju (eng European Atomic Energy community tj. EURATOM). EURATOM je osnovan radi suradnje zemalja članica u području Odluku o osnivanju potpisale su sve države članice zajednice za ugljen i čelik na 25. ožujak 1957. godine u Rimu te su nastale nadnacionalne institucije Europske parlamentarne skupštine (današnjeg Europskog parlamenta), Europski sud pravde te Europska komisija.¹⁸

Zemlje koje nisu zagovarale carinsku uniju, ali su imali cilj slobodne trgovine uz autonomnost trgovinske politike, 1959. godine u Stockholmu su potpisali konvenciju te osnovale Europsko udruženje slobodne trgovine (European free trade association – EFTA). Zemlje potpisnice su bile: Ujedinjeno kraljevstvo, Danska, Austrija, Švicarska, Norveška, Švedska i Portugal.¹⁹

1965. godine Europska zajednica za ugljen i čelik, Europska ekonomska zajednica i Europska zajednica za atomsku energiju se sjedinjuju i počinju djelovati pod nazivom Europska zajednica (European community tj EC) te 1968. godine formiraju Carinsku Uniju.²⁰

1973. godine Velika Britanija, Danska i Irska se pridružuju EEC-u, nakon što 1967. godine nisu prihvaćene zbog tadašnjeg francuskog predsjednika Charlesa de Gaullea. Zbog jačanja EEC-a i slabljenja EFTA potpisan je sporazum o međusobnoj suradnji i slobodnoj trgovini 1972. godine.²¹

1985. na čelo Europske komisije dolazi Jacques Delors koji kreira Single market programme koji je poslužio za stvaranje Jedinstvenog Europskog akta koji je bio proširenje na Rimske Ugovore.

Europska Zajednica (EC) proširuje se 1981. godine pristupanjem Grčke te 1986. pristupanjem Španjolske i Portugala

Najvažniji ugovor koji se smatra i fondacijom današnje europske unije je ugovor iz Maastrichta iliti ugovor o europskoj uniji potpisan u veljači 1992. godine, no koji je stupio na snagu te 1. studenog 1993., te on donosi naziv Europska Unija koji je potrebno razlikovati od tadašnje Europske zajednice (EC).

¹⁸ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 48.

¹⁹ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 59.

²⁰ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 59.

²¹ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 60.

Europska Unija obuhvaća Europsku zajednicu, ali i suradnju u unutarnjim poslovima i pravosuđu te zajedničku vanjsku politiku i politiku sigurnosti.

Ugovor je osim inicijalnog pojavljivanja termina Europske unije, formirao i ekonomsku i monetarnu uniju u kojoj će se uvesti euro kao sredstvo i valuta plaćanja, no više o tome će biti u nadolazećem poglavlju. Uz to, ugovor je naglasio važnost stabilnosti cijena te je stvoren termin „državljanin EU“ koji predstavlja pravo na preseljenje i življenje u bilo koju državu članicu. Tim ugovorom je stvoreno Europsko gospodarsko područje 1993. godine između EU i članica EFTA-e (osim Švicarske).

1989. godine dolazi do prvih parlamentarnih izbora u Poljskoj te rušenja Berlinskog zida iste godine dok se 1990. ujedinjuju Istočna i Zapadna Njemačka, te Njemačka postaje najveća država članica EC sa 80 milijuna stanovnika i gotovo 30% BDP-a.

1995. godine punopravne članice EU postale su: Austrija, Finska i Švedska.

2004. godine u EU pristupaju: Češka, Mađarska, Slovačka, Poljska, Slovenija, Estonija, Latvija, Litva, Cipar i Malta

2007. godine: Rumunjska i Bugarska

2013. godine: Republika Hrvatska

Uz navedeni *Ugovor iz Maastrichta*, važni ugovori su *Amsterdamski ugovor* iz 1997. godine koji je obuhvatio pitanje rodne ravnopravnosti (jednaka mogućnost zapošljavanja te jednaka plaća za isti posao) te *Šengenski sporazum* potpisan 14. lipnja 1985. godine koji omogućava slobodno kretanje među državama članicama EU bez putovnica i/ili osobnih iskaznica.²²

Zadnji i najnoviji ugovor iz Lisabona koji je stupio na snagu 1. prosinca 2009. ažurira prethodne ugovore i priprema se za djelovanje u novom tisućljeću u kojem se EU susreće s brojnim novim izazovima kao što su klimatske promjene, globalna recesija i međunarodni prekogranični kriminal. Ugovor uvodi i institucionalne izmjene, a sve radi boljeg i učinkovitijeg rada cjelokupne strukture EU-a.²³

²² Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 64.

²³ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 69.

2. 2. 2. Klasifikacija i numerički prikaz poduzeća u EU

Kada razmatramo definicije sektora mikro, malih i srednjih poduzeća (MSP), bitno je napomenuti da do danas ne postoji jedinstvena međunarodno prihvaćena definicija za te kategorije poduzeća. Ova raznolikost definicija proizlazi iz različitih regulatornih okvira i zakona koji se primjenjuju u različitim zemljama, te različitih tumačenja pojma mikro, malih i srednjih poduzeća.

Na primjer, Europska komisija (EK) klasificira MSP prema broju zaposlenika, dok se gornje granice prometa ili ukupne bilance definiraju prema specifičnim kriterijima koji se primjenjuju u skladu s nacionalnim propisima i uvjetima.

Ovo nedostatak jedinstvene definicije otežava usporedbu i razumijevanje različitih sektora MSP-a na međunarodnoj razini, jer se klasifikacija poduzeća može znatno razlikovati od jedne zemlje do druge, preliminarno su se poduzeća definirala prema kriterijima navedenima u donjoj tablici.

Tablica 3. Definicija MSP iz 1996. godine

DEFINIRANJE MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA (MSP)			
Kriterij	Mikro- poduzeća	Mala	Srednja
Broj zaposlenih	< 10	< 50	< 250
Godišnji promet/ bilanca	---	< € 7 m < € 5 m	< € 40 m < € 27 m
Neovisnost	---	Ne više od 25% kapitala	

Izvor: <https://hrcak.srce.hr/file/194411>

Dana 8. svibnja 2003., Europska unija je usvojila revidirane definicije mikro, malih i srednjih poduzeća, modernizirajući tako prethodne definicije koje su bile u primjeni od 1996. godine. U okviru ovih novih definicija, korišteni su dva ključna kriterija - broj zaposlenih i financijski parametri (ukupni prihodi ili bilančna vrijednost imovine).

Financijski Kriterij: U novoj definiciji značajno je povećana vrijednost financijskog kriterija, tj. prihoda ili bilančne vrijednosti imovine. Ova promjena odražava utjecaj inflacije tijekom razdoblja od 1996. do 2003. godine, kao i povećane produktivnosti rada. Upravo zbog tih

faktora, poduzeća su morala ostvariti veće prihode ili imovinu da bi se svrstala u kategoriju mikro, malih ili srednjih poduzeća.²⁴

Kriterij Broja Zaposlenih: Kriterij broja zaposlenih nije doživio promjene u novoj definiciji. Broj zaposlenih i dalje ostaje ključan faktor za kategorizaciju poduzeća prema njihovoj veličini.²⁵

Tablica 4. Nova definicija MSP iz 2005. godine

Veličina	Promet	Ukupan iznosbilance	Broj zaposlenih
Srednje	$< 250 \leq 50$ mil. eura	≤ 43 mil. eura	50 - 249 zaposlenih
Malo	$< 50 \leq 10$ mil. eura	≤ 10 mil. eura	11 – 49 zaposlenih
Mikro	$< 10 \leq 2$ mil. eura	≤ 2 mil. Eura	do 10 zaposlenih

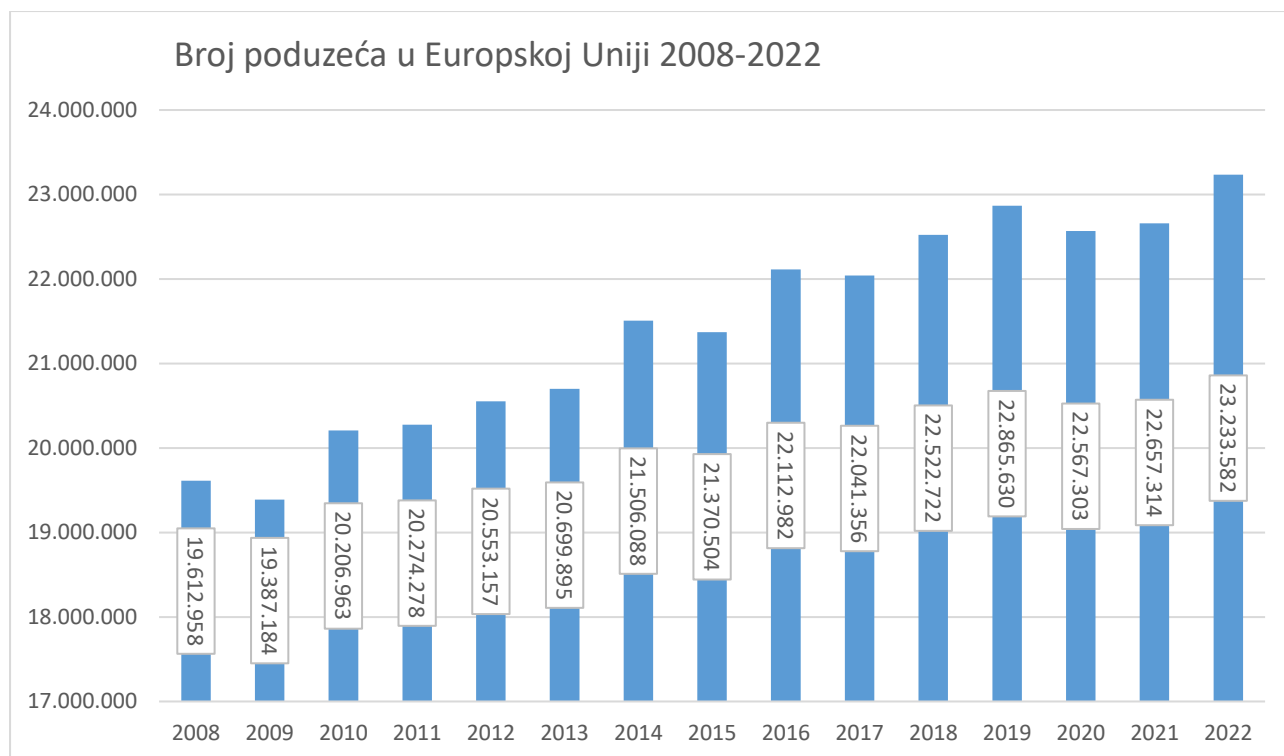
Izvor: <https://hrcak.srce.hr/file/194411>

Prema dostupnim informacijama prikazat će se broj poduzeća po državama članicama EU-u odnosno kretanje broje poduzeća po državama članicama EU . Statistički prikaz udjela MSP-a u ukupnom broju poduzeća, ukupnoj dodanoj vrijednosti u državi te ukupnom broju radnih mjesta.

²⁴ Vrhovec-Žohar K., Klopotan I.:“ MALA I SREDNJA PODUZEĆA U EUROPSKOJ UNIJI – IZAZOV UVOĐENJA JEDINSTVENE VALUTE 12 GODINA POSLIJE“ dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/194411>

²⁵ Vrhovec-Žohar K., Klopotan I.:“ MALA I SREDNJA PODUZEĆA U EUROPSKOJ UNIJI – IZAZOV UVOĐENJA JEDINSTVENE VALUTE 12 GODINA POSLIJE“ dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/194411>

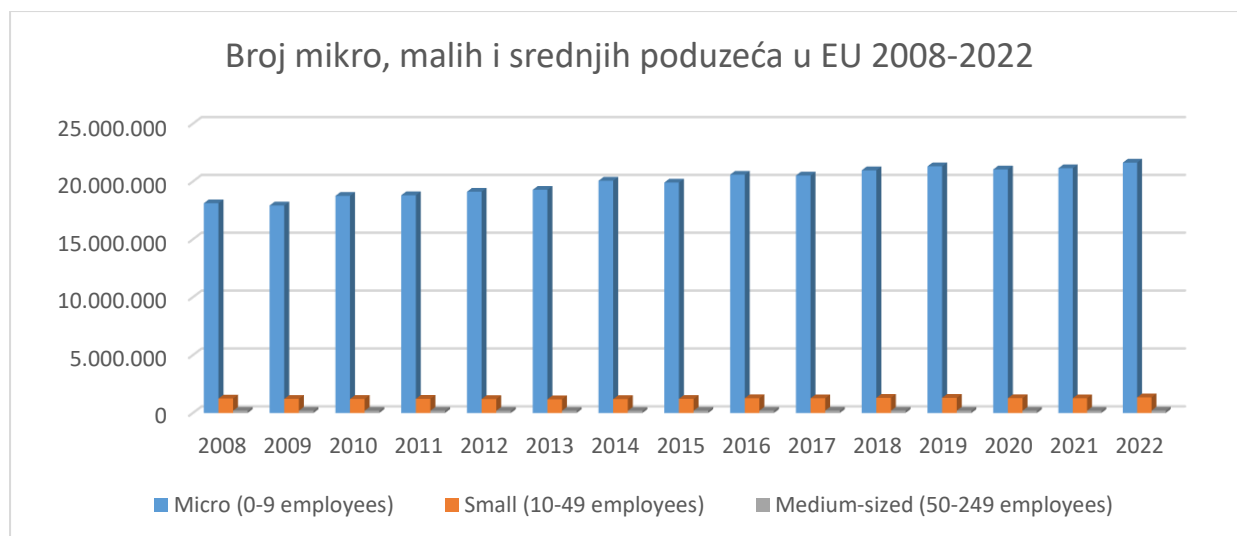
Graf 1. Broj poduzeća u Europskoj Uniji 2008-2022



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/1248775/number-of-businesses-eu/>

Prema dostupnim podacima u 2022. godini ukupni broj poduzeća u EU iznosio je malo više od 23 milijuna te je narastao u odnosu na 2021. godinu za nešto više od petsto tisuća, odnosno ukoliko bi se gledalo na 2008. godinu, tada je broj poduzeća narastao za 3.6 milijuna što je povećanje za gotovo 20%. Kako je struktura poduzeća po veličini kroz te godine se kretala, može se vidjeti u grafu 1.

Graf 2. Broj mikro, malih i srednjih poduzeća u EU 2008-2022

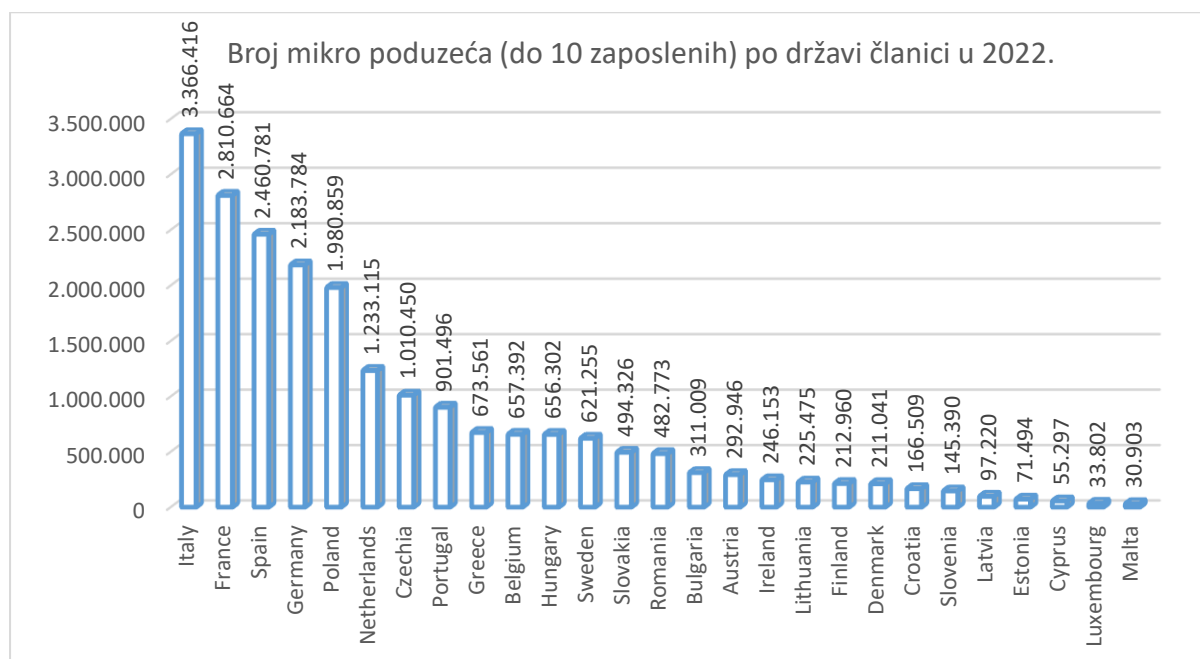


Izvor: <https://www.statista.com/statistics/878412/number-of-smes-in-europe-by-size/>

Procjenjuje se da je 2022. godine u Europskoj uniji postojalo više od 23 milijuna malih i srednjih poduzeća (MSP), a velika većina tih poduzeća bila su poduzeća mikro veličine koja zapošljavaju samo manje od devet ljudi. Daljnjih 1,35 milijuna poduzeća bila su mala poduzeća s između 10 i 49 zaposlenih, a približno 206 592 poduzeća srednje veličine s 50 do 249 poslodavaca.

U tablicama 3., 4., 5. i 6. može se vidjeti broj mikro, malih, srednjih i velikih poduzeća po državi članici u 2022. godini.

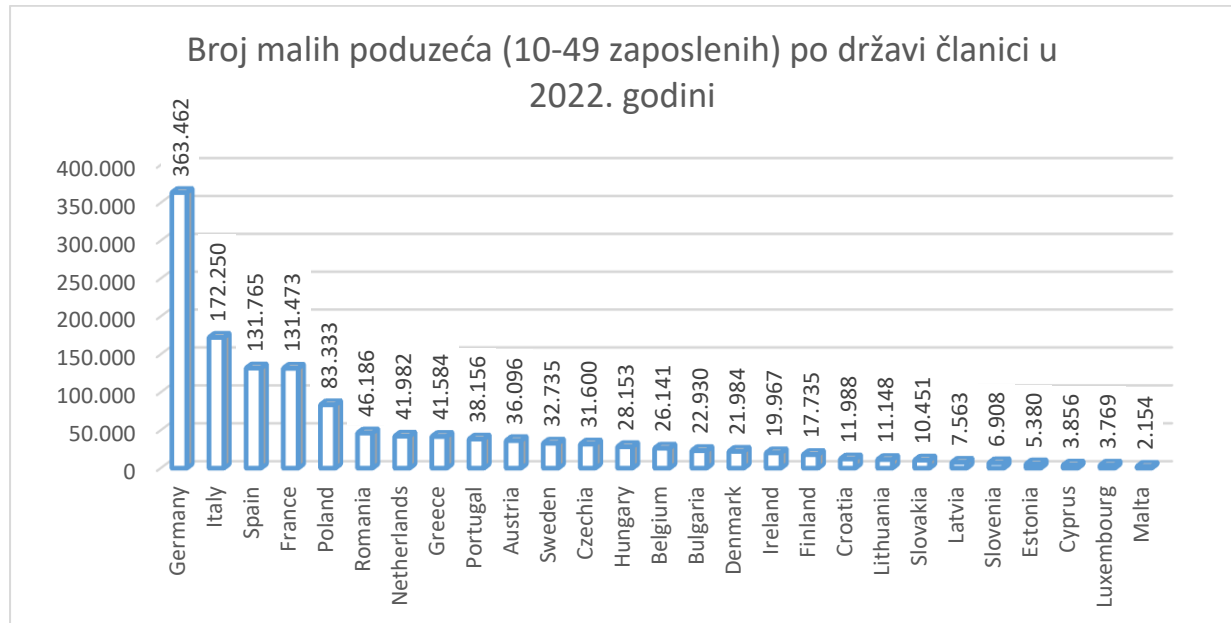
Graf 3. Broj mikro poduzeća (do 10 zaposlenih) po državi članici u 2022.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/558462/micro-businesses-in-europe-by-country/>

Iz navedene grafikona 3. vidljivo je kako je Italija država sa najvećim brojem mikro poduzeća od svih država članica sa brojem od 3 366 416 mikro poduzeća. Za razliku od Italije na prijestolju, na začelju se nalazi Malta sa svega 30 903 mikro poduzeća. Republika Hrvatska se nalazi na dalekom 21. mjestu

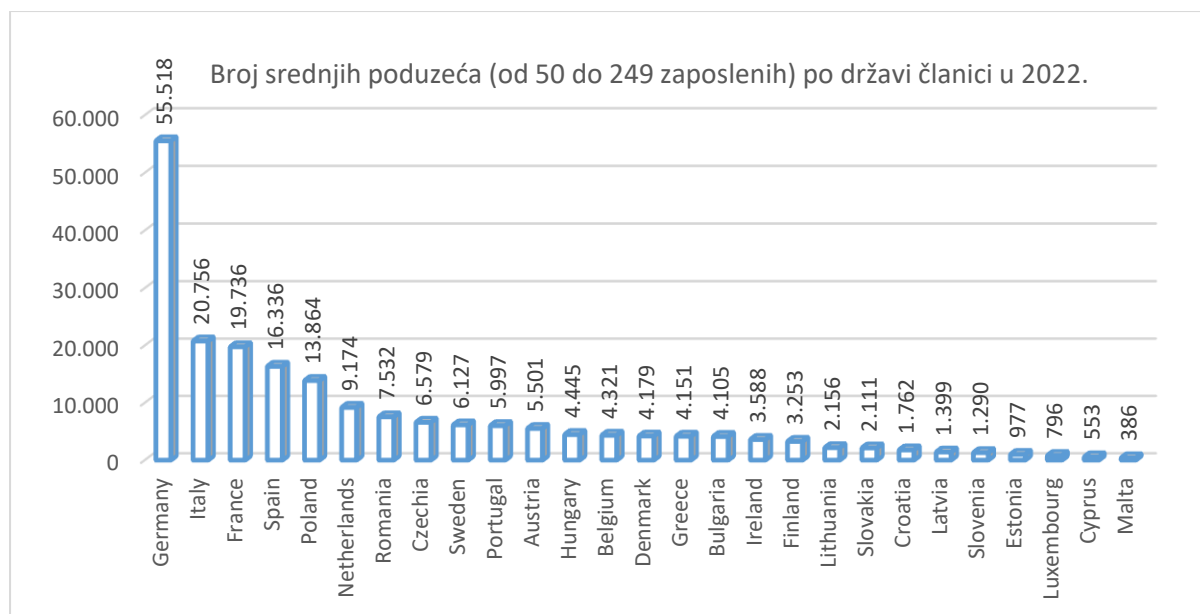
Graf 4. Broj malih poduzeća (10-49 zaposlenih) po državi članici u 2022. godini



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/558443/small-businesses-in-europe-by-country/>

Za razliku od prethodnog grafikona, na grafikona broj 4. vidljivo je kako je Njemačka na prijestolju sa 363 465 malih poduzeća, odmah nakon Njemačke, na drugom mjestu se nalazi Italija sa 172 250 što je više nego dvostruko manje od Njemačke. Na trećem mjestu nalazi se Španjolska dok na četvrtom Francuska sa gotovo jednakim brojem malih poduzeća. Na začelju je ponovo Malta sa svega 2 154, do nje je Luxemburg sa vrlo malim brojem od 3 769 malih poduzeća. Republika Hrvatska, što se tiče po broju malih poduzeća, nalazi na 19. mjestu što je pomak u odnosu na broj mikro poduzeća.

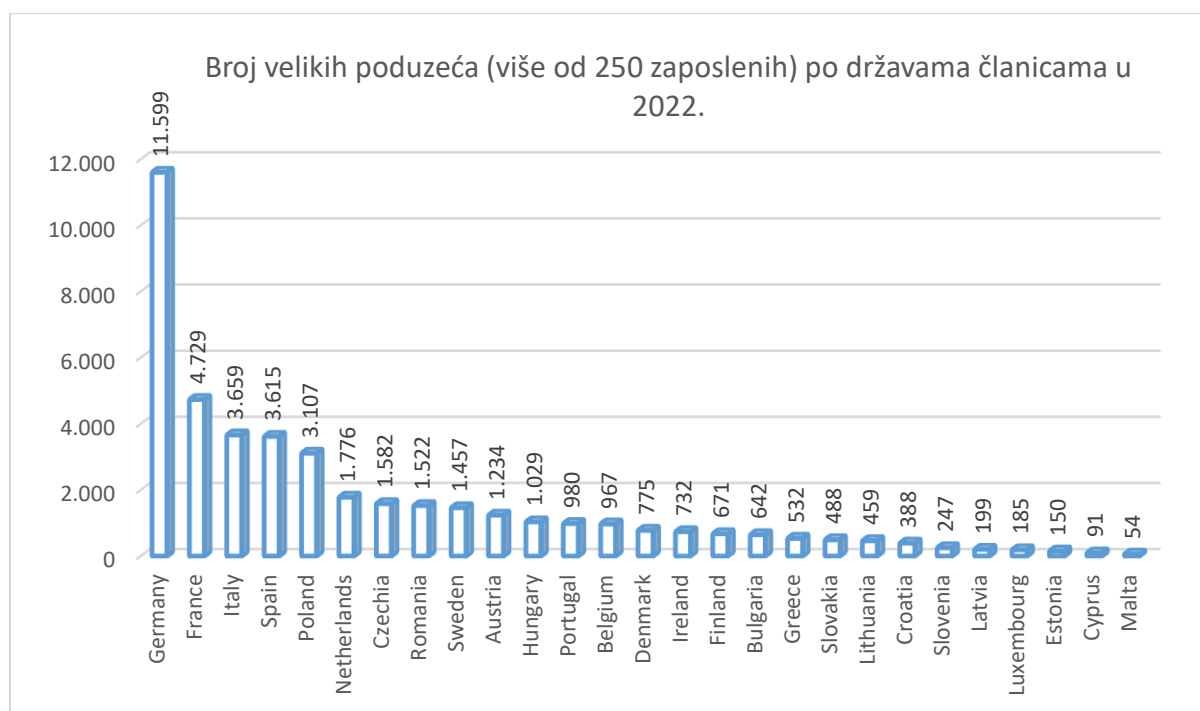
Graf 5. Broj srednjih poduzeća (od 50 do 249 zaposlenih) po državi članici u 2022.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/558299/number-of-enterprises-in-the-european-union-medium-business/>

Glede srednjih poduzeća Njemačka je prva te ima više od dva i pol puta više srednjih poduzeća od druge po redu Italije sa 20 756 srednjih poduzeća. Na začelju je ponovo Malta sa 386 te do nje Cipar sa brojkom 553 srednja poduzeća.

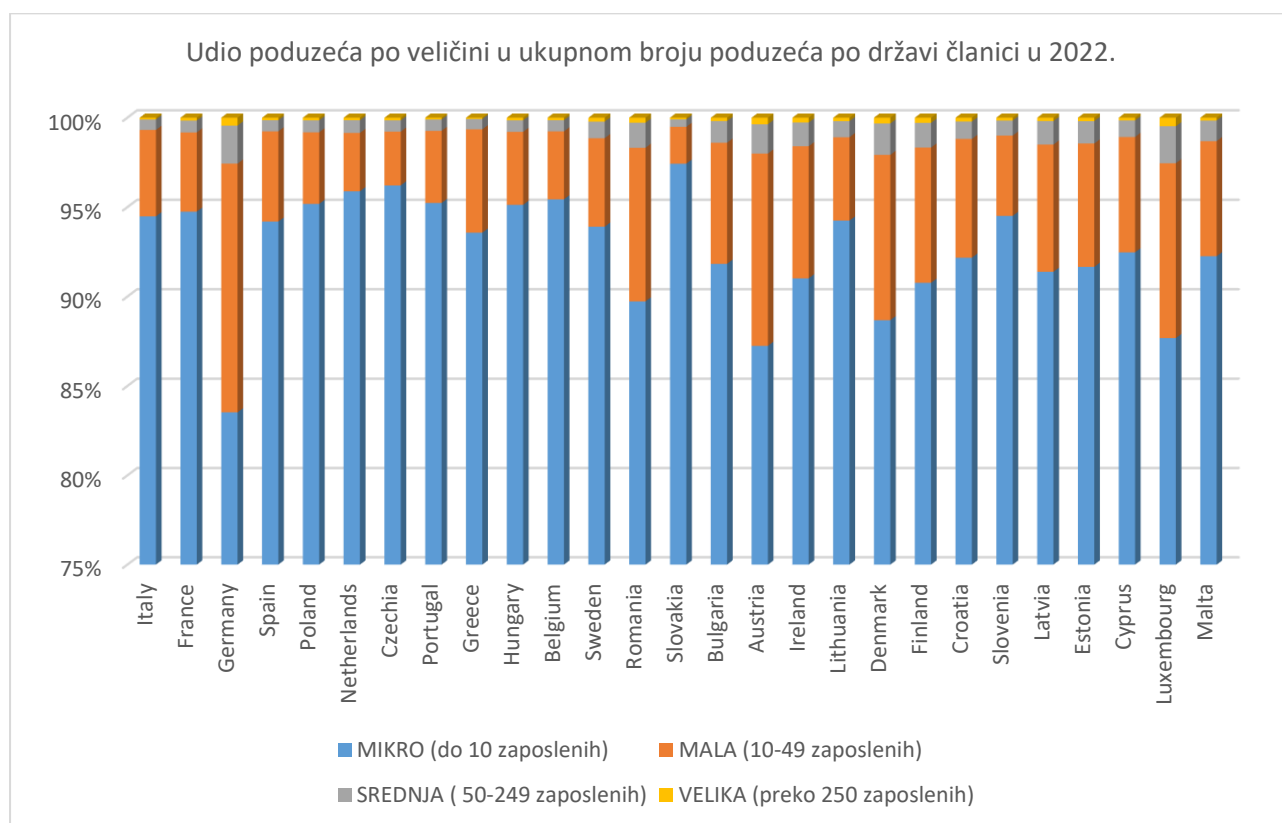
Graf 6. Broj velikih poduzeća (više od 250 zaposlenih) po državama članicama u 2022.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/558265/number-of-enterprises-in-the-european-union-over-250/>

Iz grafikona 6. vidljivo je kako se na prvom mjestu nalazi Njemačka sa 11 599 velikih poduzeća, što je razumljivo jer možemo uzeti u obzir kako se najjača automobilska industrija nalazi upravo u Njemačkoj kao npr. VW, Audi, Bmw, Mercedes, Porsche i sl. Uz automobilsku industriju, Njemačka se asocira uz robne gigante kao Puma, Adidas, Hugo Boss., farmaceutsku industriju kao Bayer i sl. Na drugom mjestu se nalazi Francuska sa 4 729 velikih poduzeća, ona slovi za državu najpoznatiju po visokoj modi, modni giganti kao Chanel, Dior, Louis Vuitton, Hermes i sl. Italija koja je na trećem mjestu, također je država poznata po visokoj modi (Gucci, Armani, Versace, Dolce&Gabbana i sl), no Italija je također poznata i po „super cars“ industriji sa kompanijama kao što su Ferarri i Lamborghini. Na začelju se ponovno nalazi Malta sa samo 54 velikih poduzeća.

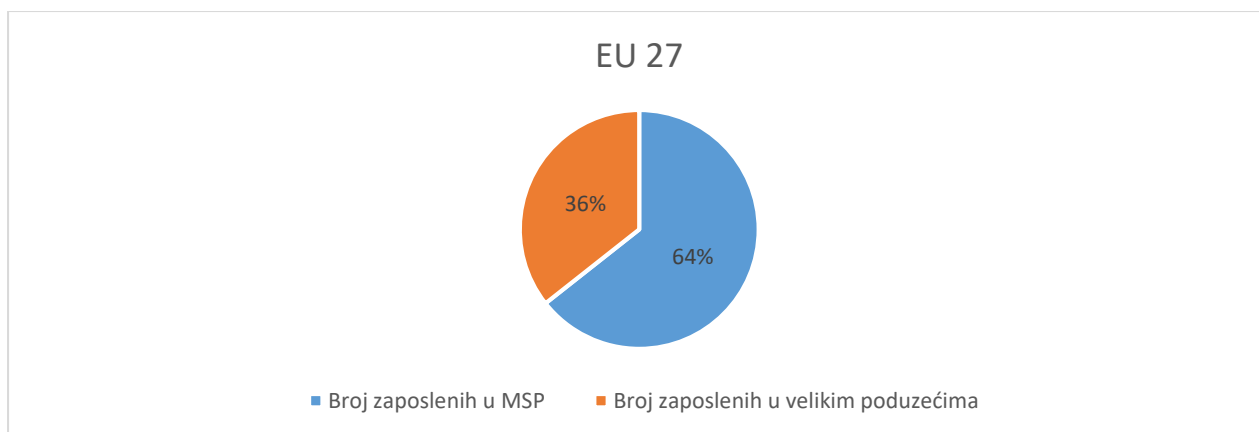
Graf 7. Udio poduzeća po veličini u ukupnom broju poduzeća po državi članici u 2022.



Izvor: djelo autora prema grafikonu 3.,4.,5., i 6.

Gotovo 84.5 milijuna je zaposlenih u malim i srednjim poduzećima. Od ukupnog broja od 131.4 milijuna zaposlenih, to čini malo manje od 2/3 ukupnog broja zaposlenih.

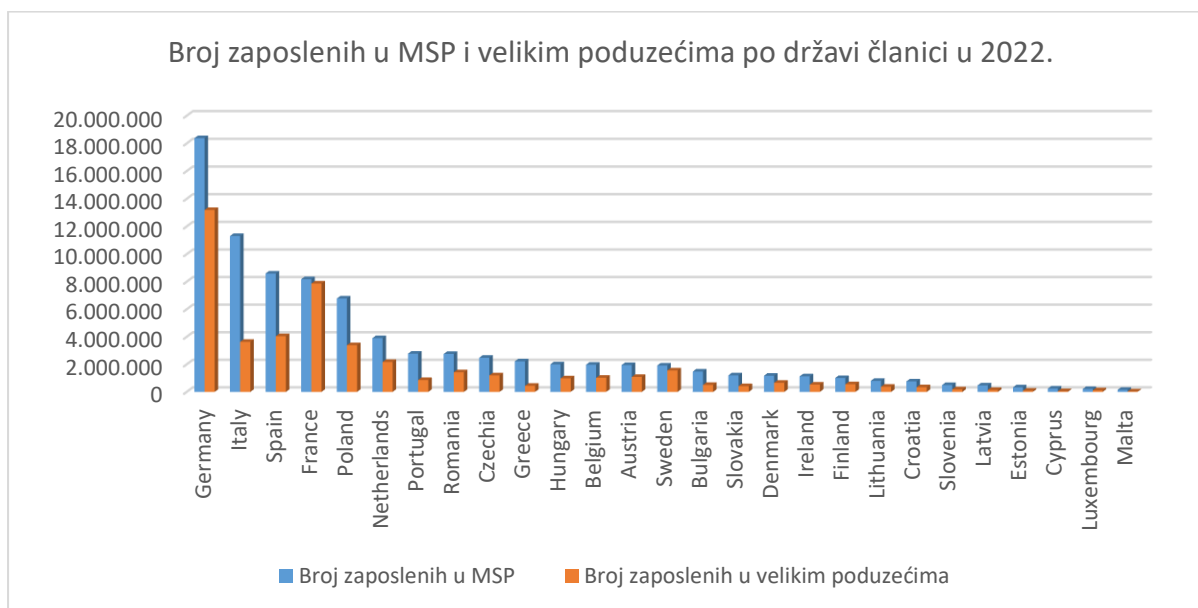
Graf 8. Udio broja zaposlenih u MSP u ukupnom broju zaposlenih



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/1251464/number-of-people-employed-eu27/>

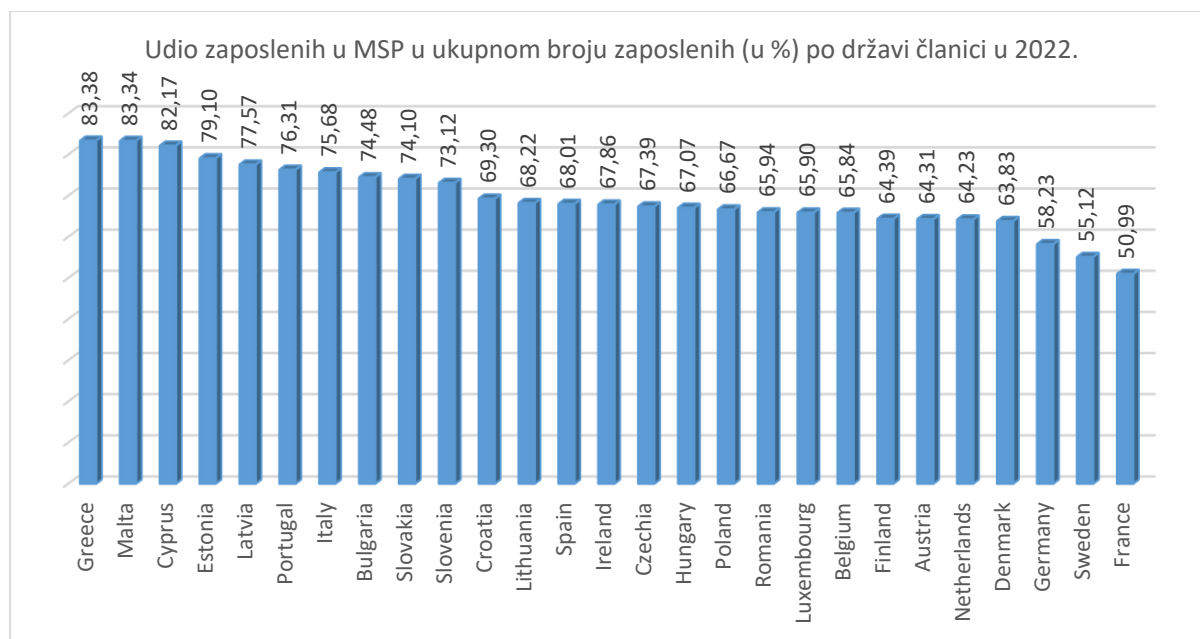
Kako je to izgledalo po kojoj državi članici u 2022. godini vidljivo je u tablici 13.

Graf 9. Broj zaposlenih u MSP i velikim poduzećima po državi članici u 2022.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/1251464/number-of-people-employed-eu27/>

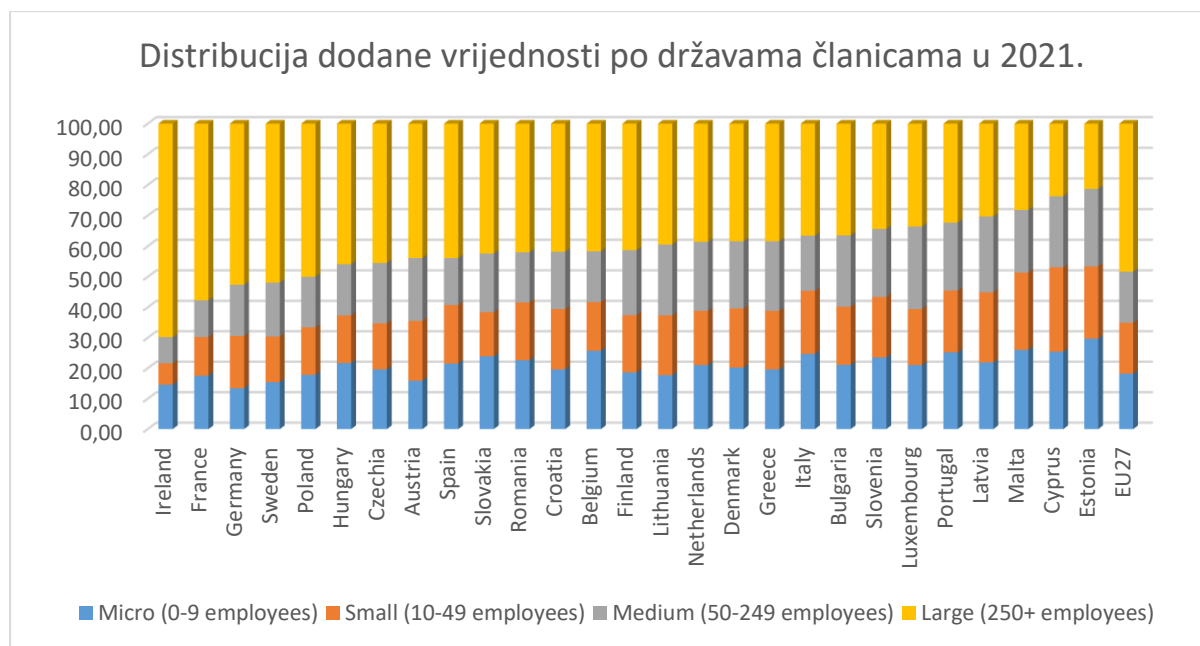
Graf 10. Udio zaposlenih u MSP u ukupnom broju zaposlenih (u %) po državi članici u 2022.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/1251464/number-of-people-employed-eu27/>

Mala i srednja poduzeća su važan dio europskog gospodarstva, ali njihova vrijednost za svaku zemlju značajno varira. U Grčkoj, od ukupnih radnih mjesta koji iznosi 2.65 milijuna, čak 2.21 milijun je zaposlenih u malim i srednjim poduzećima što je visokih 83,38%. Najmanji utjecaj, što se tiče radnih mjesta, jest Francuska gdje od 16 milijuna koliki je ukupni broj radnih mjesta u Francuskoj, njih 8.1 milijun zaposlen u MSP.

Graf 11. Distribucija dodane vrijednosti po državama članicama u 2021.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/947862/eu-value-added-by-enterprise-size/>

Ako bismo gledali po distribuciji dodane vrijednosti po državama članicama EU u 2021. godini, može se vidjeti da 69,80% ukupne dodane vrijednosti čine velika poduzeća što je konfuzno s obzirom da od ukupnog broja radnih mjesta koji čine skoro 68% ukupnih radnih mjesta je MSP te postoji svega 732 velikih poduzeća. Najmanju dodanu vrijednost jest kod Estonije gdje se akumulira 23,70% ukupne dodane vrijednosti. Prosjek Europske Unije glede dodane vrijednosti 48,30 %. Iako je preko 99% poduzeća po državama Europe mikro, male, ili srednje veličine te ona distribuiraju gotovo 2/3 radnih mjesta, MSP čine malo više od 50% ukupne dodane vrijednosti.

Gotovo 84 milijuna je zaposlenih u malim i srednjim poduzećima

2. 3. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Ovdje će se spomenuti nastajanje te rast i razvoj poduzetništva u Republike Hrvatske. Pošto su srž rada mikro, mala i srednja poduzeća, detaljnije će se prikazati poduzetništvo nakon osamostaljenja Republike Hrvatske od Socijalističke federativne republike Jugoslavije (u daljnjem tekstu SFRJ) te će se samo simbolično prikazati situacija u SFRJ zbog politike konstruirane protiv poduzetništva. SFRJ bila je komunistička tvorevina te kao takva nije poticala postojanje poduzetništva niti individualnih poduzeća koja su predstavljala zapad te „neprijateljski kapitalizam“, naprotiv tome u SFRJ na snazi je bila opća nacionalizacija. U SFRJ, na 24. studeni 1944. provedena je nacionalizacija „neprijateljske imovine“. Do kraja 1945., eksproprijacijom je bilo je preuzeto 55% industrije, 70% rudarstva te čak 90% crne metalurgije i u potpunosti industrija nafte. Do 5. prosinca 1946. nacionalizirana su skoro sva privatna poduzeća osim obrtničkih radionica i seljačkih gospodarstava, no i ona su bila obligatorna plaćanju visokih poreza, prisilnom otkupu i niskim cijenama te su kao takva bila uključena u državni sektor. 28. travanj a 1948. likvidiran je privatni sektor u ugostiteljstvu, sitnoj trgovini i ostalim granama.²⁶ 1947. tadašnja agrarna politika forsira stvaranje seljačkih radnih zadruga vjerujući da će zajednička obrada zemljišta, s ukidanjem međa među parcelama, donijeti tada tako potrebno povećanje poljoprivredne proizvodnje u zemlji, koja se nalazila na rubu gladi. U tu svrhu poljoprivrednicima je nametnuta metoda „prvobitne socijalističke akumulacije²⁷“ kojim država prisiljava seljake da joj „prodaju“ značajni dio svoje proizvodnje po mizernim cijenama, a što dovodi do demotivacije proizvođača i do smanjivanja ukupne proizvodnje.²⁸

Osamostaljenjem i osnivanjem suverene i međunarodno priznate Republike Hrvatske, dolazi do razvoja poduzetništva te ekspanzija traje do današnjeg dana. Od osnivanja RH, kroz ulaska u Europsku Uniju pa do današnjeg dana se motivira i stimulira MSP kroz razne mjere U nastavku će se prikazati poduzetništvo kroz slijedeća razdoblja:

²⁶ Bilandžić, op.cit., str. 223.

²⁷ Metoda smišljena u Sovjetskom Savezu gdje se neekvivalentnom razmjenom između industrije i poljoprivrede minimalizira dohodak poljoprivrednika što mu onemogućuje štednju već i zadovoljavajuću razinu života

²⁸ Ivančan D. „Razvoj privatnog poduzetništva u Rijeci 1970-tih“, Rijeka, 2020. dostupno na: <https://www.unirepository.svkri.uniri.hr/islandora/object/ffri%3A2159/datastream/PDF/view>

1. Ranih 1990-ih: Tranzicija i privatizacija: Nakon osamostaljenja, Hrvatska se suočila s tranzicijom iz planske ekonomije u tržišnu ekonomiju. Proces privatizacije transformirao je mnoge državne tvrtke u privatna poduzeća.
2. Kasnih 1990-ih: Razvoj malih i srednjih poduzeća: U ovom razdoblju, počelo je jače naglašavanje potpore malim i srednjim poduzećima (MSP), kao ključnom motoru gospodarskog razvoja. Pokrenute su inicijative za podršku poduzetnicima, razvoj novih tehnologija i izvoz.
3. 2000-2010-ih: Pristupanje Europskoj uniji: Hrvatska je postala članicom Europske unije 2013. godine. To je donijelo nove prilike i izazove, uključujući usklađivanje zakonodavstva s europskim standardima, te poticanje inovacija i konkurentnosti koja će se prikazati u nastavku ovog rada.
4. Poduzetnička klima i izazovi: Tijekom godina, Hrvatska se suočavala s izazovima kao što su birokracija, nedostatak kapitala, neujednačeni regionalni razvoj i visoka nezaposlenost. Usprkos tim izazovima, postojala su brojna uspješna poduzeća koja su se istaknula na domaćem i međunarodnom tržištu.
5. Startup ekosustav: Posebno u posljednjem desetljeću, Hrvatska je razvila sve snažniji startup ekosustav s inkubatorima, akceleratorima, tehnološkim parkovima i programima potpore inovacijama. Zagreb, kao glavni grad, postao je središte inovativnih tehnoloških poduzetnika.
6. Turizam i usluge: S obzirom na prirodne ljepote i bogatu kulturnu baštinu, turizam je postao važna industrija koja čini velik udio u ukupnom bdp-u što mnogi ekonomski stručnjaci smatraju neodrživom ekonomijom. Osim toga, uslužni sektor, poput IT-a, consulting-a i trgovine, također je doživio rast.
7. Izvoz i globalno tržište: Hrvatska je članica Svjetske trgovinske organizacije (WTO) te se trudi povećati izvoz i pristupiti globalnom tržištu kroz trgovinske sporazume i inicijative.

2. 3. 1. Klasifikacija i numerički prikaz poduzeća u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska, glede poduzetništva, ima dva zakona koji na različite načine definiraju poduzeća, a to su zakon o računovodstvu i zakon o poticanju malog gospodarstva u Hrvatskoj. Zakoni nisu dosljedni kada je riječ o kriterijima broja zaposlenih za klasifikaciju malih i srednjih poduzeća. Međutim, izmjenama i dopunama Zakona o poticanju razvoja malog

gospodarstva u svibnju 2012. godine, kategorizacija veličine poduzetnika u skladu s ovim Zakonom usklađena je s kriterijima koji se primjenjuju u Europskoj uniji. Ovom usklađenošću omogućeno je bolje analiziranje i uspoređivanje sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj s drugim zemljama EU. Također, to je omogućilo bolje iskorištavanje različitih potpornih mehanizama namijenjenih malim i srednjim poduzećima putem različitih programa podrške. Kako su izgledale izmjene u zakonu o računovodstvu od osamostaljenja RH do stupanja u Schengen vidljivo je u tablici 5.

Tablica 5. Izmjene u zakonu o računovodstvu glede veličine poduzeća

	ZOR (u primjeni od 01.01.1993. do 31.12.2005.)	ZOR (u primjeni od 01.01.2006. do 31.12.2007.)	ZOR (u primjeni od 01.01.2008.)	ZOR (u primjeni od 08.07.2015)	ZOR (u primjeni od 01.01.2023)
Kriteriji za razvrstavanje malih poduzeća	Aktiva: do 2 mil DEM Prihod: do 4 mil DEM Broj zaposlenih: do 50	Aktiva: do 27 mil kn Prihod: do 54 mil kn Broj zaposlenih: do 50	Aktiva: do 32,5 mil kn Prihod: do 65 mil kn Broj zaposlenih: do 50	Aktiva: do 30 mil kn Prihod: do 60 mil kn Broj zaposlenih: do 50	Aktiva: do 4 mil eur Prihod: do 8 mil eur Broj zaposlenih: do 50
Kriteriji za razvrstavanje srednjih poduzeća	Aktiva: do 8 mil DEM Prihod: do 16 mil DEM Broj zaposlenih: do 250	Aktiva: do 108 mil kn Prihod: do 216 mil kn Broj zaposlenih: do 250	Aktiva: 130 mil kn Prihod: 260 mil kn Broj zaposlenih: do 250	Aktiva: 150 mil kn Prihod: 300 mil kn Broj zaposlenih: do 250	Aktiva: 20 mil eur Prihod: 40 mil eur Broj zaposlenih: do 250

Veliki poduzetnici su oni koji prelaze dva uvjeta iz definicije srednjih poduzetnika.

Izvor: istraživanja autora i prema stanje i B.Ramljak: „Perspektive razvoja financijskog izvještavanja za mala i srednja poduzeća u hrvatskoj“

Iz tablice 5. vidljivo je kako se zakon o računovodstvu mijenjao nekoliko puta, od ratne 1993. godine u RH kada se imovina i promet iskazala u Njemačkim markama pa do ulaska u Schengen u eurima. Jedina stavka koja je ostala konstantna glede malih i srednjih poduzeća jest broj radnika. Najveća promjena dogodila se pri prvoj izmjeni iz DEM u kune, uzme li se u obzir da je 1 DEM iznosio 3,90 kn. Kod malih poduzeća parametar aktive se sa 2 milijuna

DEM, odnosno malo manje od 8 milijuna kuna (7,79) povećao se na 27 što je povećanje od 3,37 puta (više od 330%) dok prihodi sa 4 milijuna su povećali na 54 milijuna što je povećanje od 3,46 puta odnosno 346%. Kod srednjih poduzeća, aktiva se povećala sa 8 milijuna DEM odnosno 31,2 milijuna kuna na 108 što je ponovo povećanje veće od 300%, isto vrijedi i za prihode. Slijedećom izmjenom, svi parametri su se ponovo povećali no značajno manje u usporedbi na prvu izmjenju. Izmjenom u 2015. godini parametri za razvrstavanje malih poduzeća se smanjuju ujedno i po aktivi i po prihodima za 2,5, odnosno 5 milijuna kuna dok se parametri za srednja poduzeća povećavaju za 20 milijuna kada je riječ o aktivi, odnosno 40 milijuna kada je riječ o prihodima. Zadnja izmjena stupila je pristupanje Hrvatske euro zoni, a iznosi su došli principom da su se parametri podijelili sa 7,5 neovisno postojanja fiksnog tečaja od 7,5345 čime su ponovo vrlo simbolično povećali taj prag.

Kako je izgledao broj poduzeća kroz povijest te koliki udio su činila u ukupnom broju vidljivo je u tablici 6.

Tablica 6. Kretanje malih, srednjih i velikih poduzeća kroz godine

Godina	Mala	%	Srednja	%	Velika	%	Ukupno broj poduzeća
1990.	5.651	70,70	1.237	15,50	1.103	13,80	7.991
1992.	24.093	92,60	1.218	4,70	698	2,70	26.009
1994.	48.021	96,60	1.194	2,40	517	1,00	49.732
1996.	43.603	95,20	1.646	3,60	552	1,20	45.801
2000.	56.173	95,90	2.044	3,50	556	0,60	58.773
2002.	60.562	95,30	2.279	3,60	720	1,10	63.561
2003.	64.598	94,90	2.597	3,80	889	1,30	68.084
2004.	65.327	94,70	2.692	3,90	962	1,40	68.981
2005.	67.760	94,40	2.969	4,10	1.074	1,50	71.803
2006.	76.588	97,50	1.480	1,90	441	0,60	78.509
2007.	81.468	97,50	1.589	1,90	475	0,60	83.532
2016.	112.764	98,50	1.347	1,18	327	0,29	114.483
2017.	118.352	98,56	1.400	1,17	329	0,27	120.081
2018.	129.259	98,58	1.498	1,14	360	0,27	131.117
2019.	134.365	98,61	1.525	1,12	370	0,27	136.260
2020.	136.986	98,54	1.632	1,17	391	0,28	139.009

Izvori: B.Ramljak: „Perspektive razvoja financijskog izvještavanja za mala i srednja poduzeća u hrvatskoj“ i Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: „MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19“

Od 1990., odnosno početka osamostaljivanja Republike Hrvatske do danas događale su se mnoge promjene. 1990. bilo je svega pet i pol tisuća malih poduzeća i malo više od tisuću dvjesto srednjih poduzeća koja su činila 70% u ukupnom broju poduzeća dok, gledajući iz današnjeg aspekta, bio je visok broj velikih poduzeća sa gotovo 14% u ukupnom broju. To je ostavština iz socijalističkog načina vođenja države koji nije poticao gospodarstvo na poduzetništvu i privatnom vlasništvu već planskom i državnom. Do završetka rata, odnosno 1996. taj broj sa 5 651 se povećao na 43 603 glede malih, odnosno sa 1 237 na 1 646. Broj malih poduzeća u svega šest godina povećao se čak za 7,72 puta odnosno 772% te je u ukupnom broju poduzeća iznosio 95,20%. Glede velikih poduzeća njihov broj se gotovo prepolovio te sa brojke od 1 103 se smanjio na 552. Ako bismo pogledali najrecentnije podatke iz 2020. godine. Broj malih poduzeća u 30 godina se povećao za 131.335 malih, 395 srednjih te se smanjio za 712 glede velikih poduzeća. Statistički gledajući, broj malih poduzeća se povećao za visokih 2424%.

Tablica 7. Usporeba broja poduzeća, zaposlenih, prihoda i rashoda 2019 i 2022. godine,

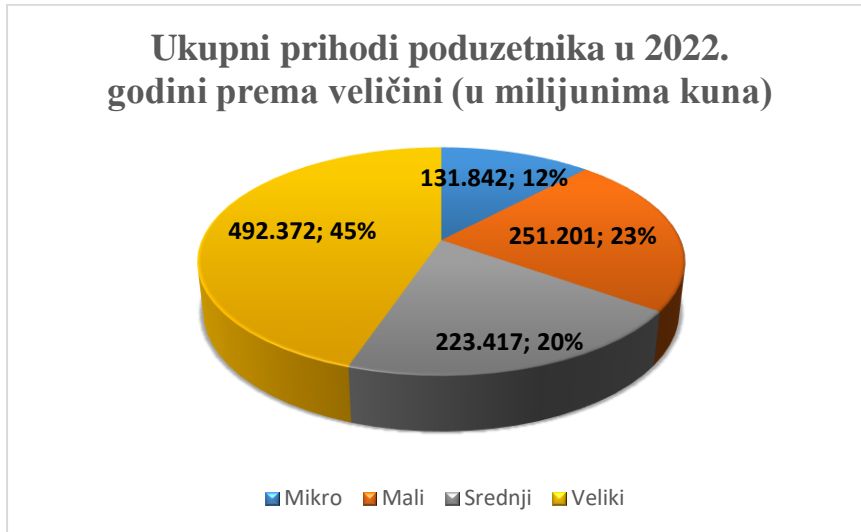
	Mikro 2022	Mikro 2019	Mali 2022	Mali 2019	Srednji 2022	Srednji 2019	Veliki 2022	Veliki 2019	UKUPNO 2019.	UKUPNO 2022.
Broj poduzeća	134.587	122.403	14.102	11.962	1.753	1.525	404	370	136.260	150.846
Broj zaposlenih	273.576	286.603	266.262	249.826	186.708	183.189	269.667	250.158	969.776	996.213
Ukupni prihodi	131.842	126.003	251.201	189.187	223.417	165.172	492.372	315.765	796.126	1.098.831
Ukupni rashodi	130.918	124.588	232.477	178.336	205.494	156.595	469.648	296.977	756.496	1.038.538
								Rezultat:	39.630	60.293

Izvor: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2022.-godini-razvrstani-po-velicini>

U tablici 7. vidljivi su podaci iz 2019. godine, odnosno podaci prije pandemije te najrecentniji podaci iz 2022. godine. Prema podacima FINE, iako je bila pandemija Covid 19 virusa, pokazatelji su pozitivni. Povećao se broj ukupnih poduzeća, broj zaposlenih, prihodi te s njima i rashodi, ali se isto tako i rezultat povećao za trećinu. Vidljiv je jedino manji broj mikro poduzeća nego u 2019. godini, a to se može objasniti na način da neki jednostavno nisu „preživjeli“ pandemiju dok drugi su rasli i iz mikro postali mala poduzeća. Povećanjem ukupnog broja poduzeća sa 136 260 na 150 846, broj poduzeća povećao se za 14 586, odnosno za malo više od 10 postotnih bodova (10,70%), broj zaposlenih sa 969 776 na 996 213 za 26 437 što iznosi 2,73% te povećanjem dobiti sa 39 630 na 60 293.

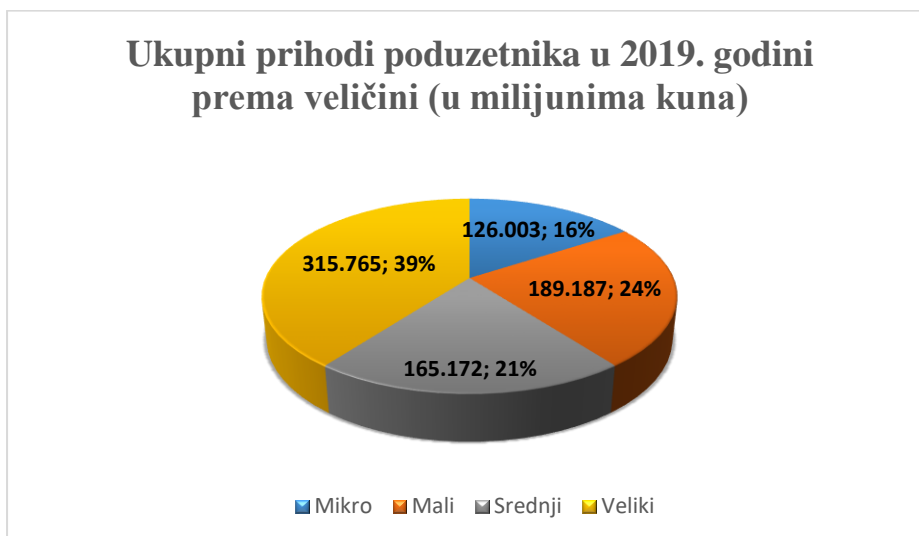
Struktura profita kumuliranu prema veličini poduzećima vidljiva je u grafu 12. za 2022. godinu, odnosno grafu 13. za 2019. godinu

Graf 12. Ukupni prihodi poduzetnika u 2022. godini prema veličini (u milijunima kuna)



Izvor: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2022.-godini-razvrstani-po-velicini>

Graf 13. Ukupni prihodi poduzetnika u 2019. godini prema veličini (u milijunima kuna)



Izvor: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-rh-u-2019.-godini>

Najveća promjena se dogodila akumuliranjem prihoda u velikim poduzećima čime se od ukupnih prihoda u 2022. godini ostvarilo 45% od ukupnih prihoda dok u 2019. 39% čime je nastala promjena od 6 postotnih bodova.

3. PROCES UVOĐENJA EURA KAO UNITARNE VALUTE I USPOREDBA CIJENA

Proces stvaranja unitarne valute bio je vrlo iscrpan i dugotrajan, kako bi se jedna valuta mogla postaviti kao jedinstvena za sve članice, potrebno je bilo ispuniti mnoge uvjete, a postojali su mnogi ugovori i kriteriji koji su u sinergiji to omogućili. Preliminarno je to bio ugovor iz Maastrichta (1992.): Ugovor iz Maastrichta, poznat i kao Ugovor o Europskoj uniji, bio je ključni dokument koji je postavio temelje za uvođenje eura. Osim definiranja kriterija konvergencije, sporazum je stvorio okvir za političku i gospodarsku integraciju EU.

Kriteriji konvergencije: Kako bi se osigurala ekonomska stabilnost eurozone, zemlje su morale ispuniti određene kriterije konvergencije. To uključuje:

- Inflacija: Inflacija u zemlji članici nije smjela premašiti prosjek inflacije u tri zemlje članice EU s najstabilnijim cijenama u prethodne dvije godine za više od 1,5 postotnih bodova.
- Dug i deficit: Javni dug zemlje članice ne smije biti veći od 60% njezinog bruto domaćeg proizvoda (BDP), a godišnji proračunski deficit ne smije biti veći od 3% BDP-a.
- Kamatne stope: Kamatne stope na dugoročne obveznice zemalja članica nisu smjele premašiti prosječne kamatne stope u tri zemlje članice s najnižim stopama u prethodne dvije godine za više od 2 postotna boda.
- Stabilnost tečaja: Zemlje članice trebale su održavati stabilan tečaj svoje nacionalne valute u odnosu na euro.²⁹

Europski monetarni institut (EMI): EMI je osnovan 1994. u Frankfurtu, Njemačka, kao prethodnik Europske središnje banke (ECB). EMI je imao zadatak koordinirati monetarnu politiku i pripremiti tehničke aspekte za uvođenje eura. Nakon uvođenja eura, EMI je postao ECB, koji sada upravlja monetarnom politikom eurozone.

²⁹ https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/countries-using-euro_hr

Faza eura kao "virtualne" valute (1999.): Od 1. siječnja 1999. euro je postao "virtualna" valuta, što znači da su se financijske transakcije, kamatne stope i cijene izražavale u eurima, ali su nacionalne valute i dalje bile u upotrebi za gotovinske transakcije. Ova je faza poslužila kao test tehničke pripreme za uvođenje fizičkog eura.

Uvođenje fizičkog eura (2002.): 1. siječnja 2002. euro je postao službena gotovinska valuta u 12 zemalja članica eurozone. To znači da su ljudi u tim zemljama prestali koristiti svoje nacionalne valute za svakodnevne transakcije i umjesto toga počeli koristiti euro kao jedinstvenu valutu.

Širenje eurozone: Tijekom godina, euro je postupno uveden u nekoliko država članica EU koje su ispunile kriterije konvergencije. Svaka zemlja koja je željela uvesti euro morala je proći rigorozne procjene kako bi dokazala svoju sposobnost održavanja stabilnosti eura. Danas 19 od 27 država članica EU koristi euro.

Uvođenje eura bilo je značajno postignuće u procesu europskih integracija i olakšalo je trgovinsku i financijsku stabilnost u eurozoni. Euro je također postao važna međunarodna pričuvna valuta, čime je dodatno ojačan ekonomski utjecaj eurozone u svijetu.³⁰

3. 1. Uvođenje eura i euro zona

Kao što je spomenuto u uvodu ovog poglavlja, uvođenje eura je zahtijevalo ispunjavanje mnogih propisa, uvjeta i kriterija, no stvaranje takve valute bilo je od iznimnog značenja kako bi države članice, odnosno poduzeća država članica imala lakšu prekograničnu trgovinu, potrošači bi imali veći izbor i mogućnosti.

U lipnju 1988., Europsko vijeće potvrdilo je cilj postupnog ostvarivanja ekonomske i monetarne unije (EMU) te ovlastilo Vijeće na čelu s Jacquesom Delorsom, tadašnjim predsjednikom Europske komisije, da prouči ovu ideju i predloži konkretne faze za ostvarivanje EMU.

Faze EMU su:

³⁰ Kersan – Škabić I. „Ekonomija Europske Unije“, Sveučilište Juraj Dobrile u Puli, Pula, 2015. str. 217.

- Prva faza (1. srpnja 1990.): Uključivala je slobodu kapitalnih transakcija, jaču suradnju među središnjim bankama, korištenje europske valutne jedinice (ECU) i poboljšanje ekonomske konvergencije.
- Druga faza (1. siječnja 1994.): Označila je osnivanje Europskog monetarnog instituta (EMI), zabranu kreditiranja javnog sektora od strane središnjih banaka, jačanje usuglašavanja monetarnih politika i ekonomske konvergencije.
- Treća faza (1. siječnja 1999.): Uključivala je neopozivo utvrđivanje konverzijskih tečajeva, uvođenje eura kao službene valute, jedinstvenu monetarnu politiku putem Europskog sustava središnjih banaka, te stupanje na snagu tečajnog mehanizma (ERM II) i Pakta o stabilnosti i rastu.

Ovaj proces priprema i implementacije EMU-a bio je ključan za stvaranje eura i ostvarivanje cilja ekonomske i monetarne unije u Europskoj uniji.

Euro zonu, osnovanu 1. siječnja 1999., inicijalno je činilo 11 država članica, članice su bile (Austrija, Belgija, Finska, Francuska, Njemačka, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Portugal i Španjolska)

Prvo proširenje eurozone, dogodilo se 1. siječnja 2001., a to je bila Grčka, koja se pridružila godinu dana prije nego što je euro fizički ušao u opticaj.

Nakon toga su se dogodila sljedeća proširenja:

Tablica 8. Europske valute koje su se zamjenile eurom, iznos tečaja i godina prelaska

Valuta	Kratica	Tečaj	Datum postavljanja fiksnog tečaja	Datum izmjene službene valute
austrijski šiling	ATS	137.603	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
belgijski franak	BEF	403.399	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
nizozemski gulden	NLG	220.371	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
finska marka	FIM	5,94573	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
francuski franak	FRF	655.957	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
njemačka marka	DEM	1,95583	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
irska funta	IEP	0,787564	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
talijanska lira	ITL	1.936,27	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
luksemburški franak	LUF	403.399	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
portugalski eskudo	PTE	200.482	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
španjolska pezeta	ESP	166.386	31. prosinca 1998	1. siječnja 1999
grčka drahma	GRD	340.750	19. lipnja 2000	1. siječnja 2001
slovenski tolar	SJEDITI	239.640	11. srpnja 2006	1. siječnja 2007
Ciparska funta	CYP	0,585274	10. srpnja 2007	1. siječnja 2008
malteška lira	MTL	0,4293	10. srpnja 2007	1. siječnja 2008

slovačka kruna	SKK	301.260	8. srpnja 2008	1. siječnja 2009
estonska kruna	EEK	156.466	13. srpnja 2010	1. siječnja 2011
latvijski lat	LVL	0,702804	9. srpnja 2013	1. siječnja 2014
litavski litas	LTL	3,4528	23. srpnja 2014	1. siječnja 2015
hrvatska kuna	HRK	7,5345	12. srpnja 2022	1. siječnja 2023

Izvor: https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/countries-using-euro_en

Svaka država koja uđe u EU bi trebala uzeti euro kao službeni novac, nakon najmanje dvije godine članstva u ERM II (European Exchange Rate Mechanism).

Hrvatska je ušla u mehanizam ERM II 2020. godine, a euro je prihvatila „zakonom o uvođenju eura kao službene valute u Republiku Hrvatsku“ koji je sabor izglasao 13. svibanja 2022. godine sa 117 glasova za, 13 protiv te jednim suzdržanim glasom iako prethodnog referenduma o uvođenju eura u RH nije bilo. Već od ulaska u članstvo Europske unije, prema riječima Borisa Vujčića, guvernera HNB, "želimo pristupiti eurozoni što prije bude moguće.“ Hrvatska je 5. srpnja 2019. uputila zemljama članicama euro područja, Danskoj i institucijama Europske unije, pismo namjere o ulasku u Europski tečajni mehanizam (ERM II) čime je učinila prvi formalni korak prema sudjelovanju u ERM II, koje prethodi uvođenju eura kao službene valute. Pismo namjere potpisali su tadašnji ministar financija Zdravko Marić i guverner HNB-a Boris Vujčić. Dana 10. srpnja 2020. Hrvatska je primljena u članstvo ERM II, hrvatska kuna je vezana uz euro u omjeru 1 EUR = 7,53450 HRK.

Koraci koji su prethodili samom uvođenju eura bila je mjera obligatornog iskazivanja dvojnih cijena za sve poslovne subjekte od 05. rujna 2022. godine te je ta mjera do 31. prosinca 2023. godine. Uvođenjem eura od 01. siječnja 2023. godine provela se mjera dvojnog optjecaja, odnosno plaćanja su mogla provesti i u euru i u kuni te je ta mjera trajala 2 tjedna, odnosno do 15. siječnja 2023. godine. Važno je naglasiti kako su 01. siječnja 2023 sva sredstva na računima banaka konvertirana iz kune u euro. Također provedene su mjere kojima je moguća zamjena kuna za eure te je ona izvediva u poštama, poslovnim bankama te poslovnica fine gdje je moguće zamijeniti do 100 jedinica bilo to kovanica ili papirnatog novca bez naknade kako je i doktor Paparella još zagovarao od 2001. godine u „Uvođenju eura – početci i očekivanja“³¹ dok kod većih konvertiranja postoji mogućnost naplate naknade. Postojala je mogućnost mijenjanja

³¹ Paparella I., (2001.) *Uvođenje eura – početci i očekivanja*, Dubrovnik, preuzeto na dan: 27.06.2023, [e-publikacije] Dostupno: <https://hrcak.srce.hr/file/324812>

novčanica kune i u drugim nacionalnim središnjim bankama od 01. siječnja do 28. veljače 2023. godine te je najveći dnevni iznos koji se mogao zamijeniti bio 8000 HRK³²

Dana 10. srpnja 2020., Bugarska je postala članicom ERM II, dok je bugarski lev već od 1999. godine fiksiran za euro po tečaju 1 EUR = 1,95583 BGN.

Rumunjska je planirala uvođenje eura u 2022. godini, no trenutačno ne ispunjava uvjete za ulazak u članstvo ERM II.

Danska je članica ERM II od 1999. godine, a danska kruna je vezana uz euro po tečaju 1 EUR = 7,46038 DKK $\pm 2,25\%$. Međutim, u referendumu održanom 2000. godine, danski građani su odbili uvođenje eura.

Švedska je također putem referenduma 2003. godine odbila pridruživanje ERM II i uvođenje eura.

Poljska je donijela izvješće 2004. koje je sugeriralo da bi koristi od uvođenja eura nadmašile troškove, te je postavila ciljnu godinu 2012. za ulazak u eurozonu. Međutim, globalna financijska kriza i kriza u eurozoni promijenile su percepciju javnosti i političkih lidera, a i ispunjavanje kriterija konvergencije postalo je izazovno.

Mađarska je također donijela analizu 2002. koja je podržavala uvođenje eura, ali je kriza dovela do odgode i promjene političkih okolnosti. U trenutnom političkom ozračju, pitanje uvođenja eura u Mađarskoj čini se da nije visoko na dnevnom redu.

Češka je također planirala uvesti euro, no kriza je utjecala na ispunjenje kriterija i promijenila percepciju eura. Tečaj češke krune također je postao važno sredstvo monetarne politike.

Niti jedna od triju država prema trenutnoj situaciji nema u planu skoro pridruživanje ERM II, kao niti uvođenje eura kao nacionalne valute.

3. 2. Indeks potrošačkih cijena država članica

U razvijenim zemljama, često se koristi indeks potrošačkih cijena kao glavna mjera inflacije. Osim praćenja inflacije, indeks potrošačkih cijena ima različite druge svrhe:

³² <https://www.ecb.europa.eu/euro/changeover/croatia/html/index.hr.html>

Ekonomске analize: Služi za analizu inflacije, istraživanje izvora inflacije u zemlji, usporedbu inflacije s drugim zemljama te usporedbu cijena u različitim sektorima gospodarstva. Također se koristi za deflacioniranje nominalnih ekonomskih podataka kako bi se dobio uvid u promet.

Potrebe državne administracije: Koristi se za indeksiranje poreznih olakšica, poreznih pragova i stopa, mirovina, socijalnih transfera, regulaciju minimalnih plaća te određivanje cijena javnih poduzeća.³³

Potrebe privatnog sektora: Služi za reguliranje naknada u kolektivnim ugovorima, kao referentnu točku za pregovore o plaćama te indeksiranje u različitim vrstama ugovora.

Svaka od ovih namjena indeksa potrošačkih cijena zahtijeva specifičan pristup, uključujući odabir obuhvata dobara i usluga, teritorijalnog obuhvata, ciljane skupine potrošača te primijenjenog koncepta osobne potrošnje i cijena. Na primjer, za indeksiranje mirovina koristio bi se indeks koji se temelji na strukturi potrošnje umirovljeničkih kućanstava.

Važno je napomenuti da se primjena ovih koncepata razlikuje od zemlje do zemlje, i stoga ne postoji jedinstvena metodologija za izračun indeksa potrošačkih cijena koju bi svi nacionalni statistički uredi primjenjivali.

U okviru Europske unije postoji nastojanje za harmonizacijom zajedničkih elemenata iz nacionalnih metodologija i formiranje jedinstvenih indeksa potrošačkih cijena.³⁴

Harmonizirani indeks potrošačkih cijena

Harmonizirani indeks potrošačkih cijena (HICP) je mjera inflacije u Europskoj uniji (EU) i eurozoni. On prati promjene tijekom vremena u cijenama koje kućanstva plaćaju za reprezentativnu košaricu dobara i usluga. HICP se koristi kako bi se analizirala inflacija u različitim zemljama EU-a i kako bi se omogućila usporedba inflacijskih stopa.

Ključne informacije o HICP-u uključuju:

³³ Botrić, V. (2001). HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA: KONCEPT I IMPLIKACIJE ZA HRVATSKU. Privredna kretanja i ekonomska politika, 11 (86), 37-63. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/18803>

³⁴ Botrić, V. (2001). HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA: KONCEPT I IMPLIKACIJE ZA HRVATSKU. Privredna kretanja i ekonomska politika, 11 (86), 37-63. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/18803>

- Svaka država članica EU-a ima svoj nacionalni HICP, koji se sastavlja prema zajedničkoj metodologiji.
- Eurostat, odjel Europske komisije, koristi ove nacionalne HICP-ove za izračun Indeksa potrošačkih cijena monetarne unije (MUICP). MUICP je agregatni HICP za eurozonu, koja obuhvaća 20 zemalja koje koriste euro kao zajedničku valutu.
- Također se izračunava Europski indeks potrošačkih cijena (EICP) koji pokriva cijelu EU, te Indeks potrošačkih cijena Europskog gospodarskog prostora koji uključuje podatke trgovinskih partnera izvan EU-a, kao što su Norveška, Island i Lihtenštajn.
- Mjesečna brza procjena MUICP-a za eurozonu, koju objavljuje Eurostat zadnjeg radnog dana svakog mjeseca, ključna je ekonomska objava za financijska tržišta.
- HICP uključuje cijene različitih proizvoda i usluga, poput hrane, duhana, automobila, energije i drugih potrošačkih dobara i usluga. Troškovi stanovanja u vlasništvu vlasnika nisu uključeni u HICP, iako je preporučeno njihovo uključivanje od strane Upravnog vijeća ECB-a.

Europska središnja banka (ECB) koristi MUICP kako bi kalibrirala svoju monetarnu politiku i težila održavanju stabilnosti cijena. Cilj ECB-a je postizanje godišnje inflacije od otprilike 2% u srednjem roku. HICP i srodni indeksi omogućuju ECB-u praćenje inflacije u eurozoni i prilagodbu svojih politika kako bi se ostvarila ta ciljana inflacijska stopa.³⁵

Prema Uredbi EU Komisije 2015/2010, počevši od veljače 2016. godine na dalje, indeksi HIPC i HIPC-SP proizvode se i objavljuju u odnosu na referentnu, odnosno baznu 2015. godinu (2015 = 100).³⁶

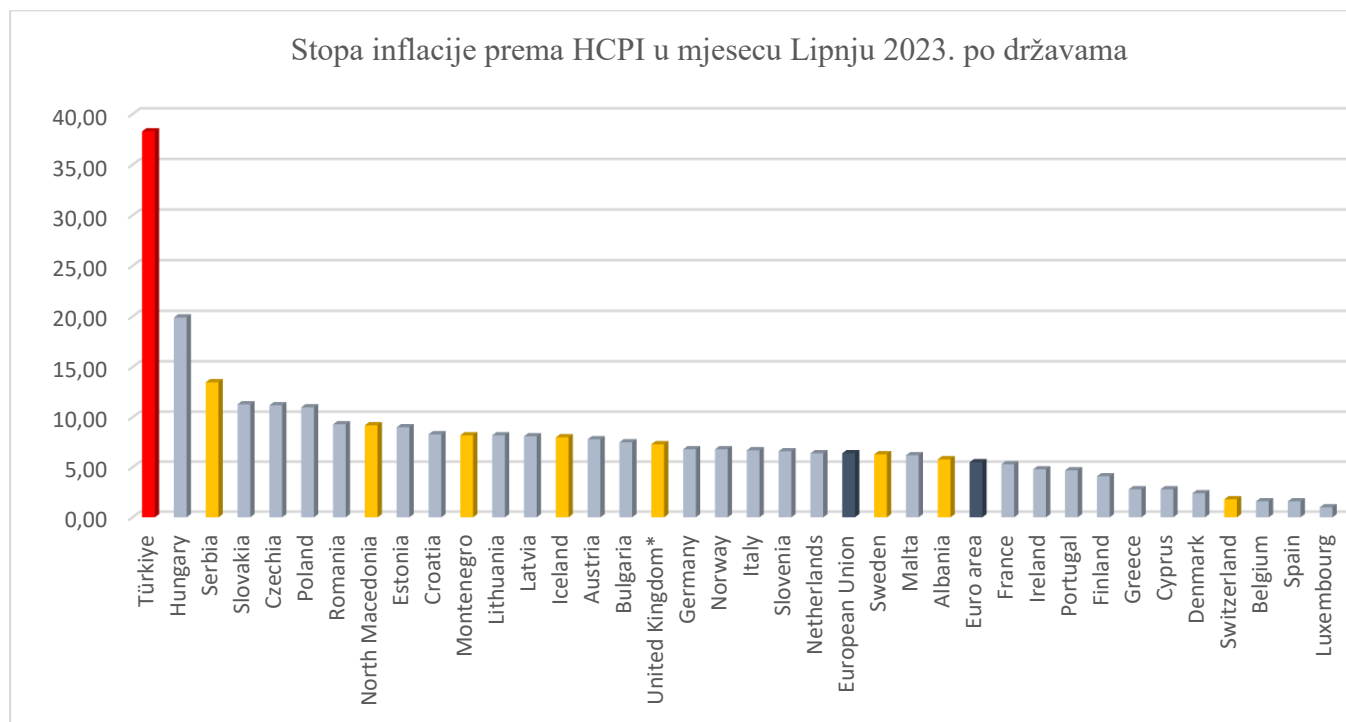
Preliminarno će se prikazati kakva je situacije bila u mjesecu Lipnju u raznim državama u Europi. Na grafikonu 14. prikazane su države u Europi te Turska i njihova stopa inflacije u lipnju 2023. godine. Država sa najvećom stopom inflacije je Turska gdje stopa inflacije iznosi visokih 38,30 postotnih bodova te još od početka krize koja je počela 2018. godine. Turskoj se, prema mišljenju ekonomskih stručnjaka, predviđa hiperinflacija. Druga po redu se nalazi država koja je članica Europske Unije te kao takva ima znatno veću razinu inflacije od prosjeka Europske Unije, ali i znatno veću ostalih država članice Europske Unije, a to je Mađarska. U

³⁵ <https://www.investopedia.com/terms/h/hicp.asp>

³⁶ <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/odabrane-nefinancijske-statistike/indeksi-cijena>

grafikonu 14. crvenom bojom označena je Turska, žutom bojom označene su države koje nisu članice Europske Unije te tamnoplavom Europska Unija i Eurozona.

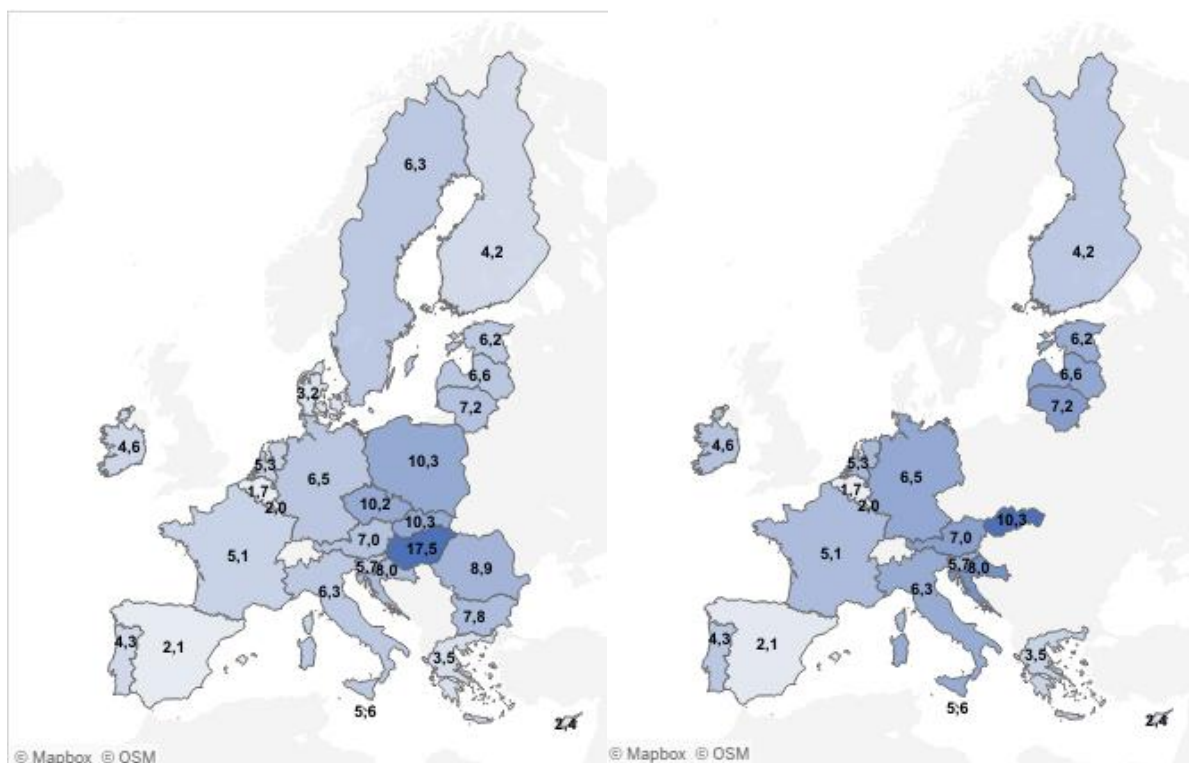
Graf 14. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena u mjesecu Lipnju 2023. po državama



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/225698/monthly-inflation-rate-in-eu-countries/>

Na slici 2. i 3. vidljive su države u Europi sa njegovom razinom trenutne inflacije. Slika 3 prikazuje države članice eurozone te u usporedbi sa državama koje nisu članice eurozone imaju relativno manju razinu inflacije. Dok gledajući eurozonu, država sa najvećom razinom inflacije je Slovačka sa razinom od 10,3 postotnih bodova, dok država članica europske unije koja ne koristi euro kao valutu ima raznu od 17,5 postotnih bodova.

Slika 2. Stope inflacije po državama Europe



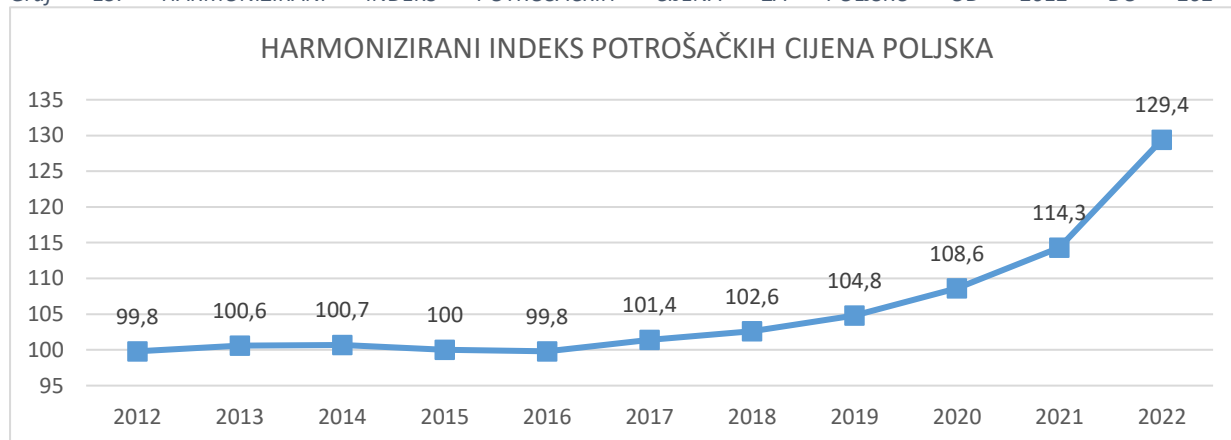
Slika 3. Stope inflacije države Eurozone

Izvor: https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html

U nastavku teksta prikazat će se harmonizirani indeks potrošačkih cijena od početka 2012. do 7. ili 8. mjeseca 2023. godine, ovisno o dostupnosti informacija, za državu sa najvećom razinom inflacije u Europskoj Uniji u ovoj godini te u još nekim državama Europe. Iskazat će se indeks iz mjeseca u mjesec te izračunati na osnovu tih informacija godišnja razina HPCI-a.

Poljska

Graf 15. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA POLJSKU OD 2012 DO 202



Izvor: <https://stat.gov.pl/en/topics/prices-trade/price-indices/harmonized-indices-of-consumer-prices-hicp,15,1.html>

U grafu 14. iskazana je kretanja harmoniziranog indeksa prosječnih cijena kojem je baza prosjek HCPI 2015. godina. Vidljivo je kako je u 2012. godini prosječni indeks manji te varira do 2015 koji se postavlja kao baza, od 2016. godine počinje faza inflacije koja iz godine u godinu raste te je npr 2017. veća od 2016 za 1,6 postotnih bodova, 2018 je u odnosu na 2017. veća za 1,4, 2019 se povećava već za 2,2 postotnih bodova te tada počinje pandemija Covid-19 virusa koja je jedan od glavnih razloga povećanja HCPI-a 2020. godine za 3,8 postotnih bodova, 2021. na 2020 za 5,6 postotnih bodova dok se taj broj gotovo utrostručava ukoliko se gleda odnos 2022. godine na 2021. te iznosi povećanje od preko 15 postotnih bodova. Pošto trenutno nema podataka o cijeloj 2023. godini već o samo prvih 7 mjeseci te je teško projicirati buduću kretnju zbog nadprosječnih povećanja, no od dostupnih 7 mjeseci koji su prikazani u tablici 10 izračunat će se prosjek. Indeks za 7 mjeseci 2023. godine iznosi 142,74 te je povećanje na prethodnu godinu od 13,33 postotnih bodova i to je povećanje manje nego prethodno, no preoptimistično bi bilo na osnovu toga zaključiti kako će doći do stabilne razine inflacije.

Tablica 9. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Poljske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima

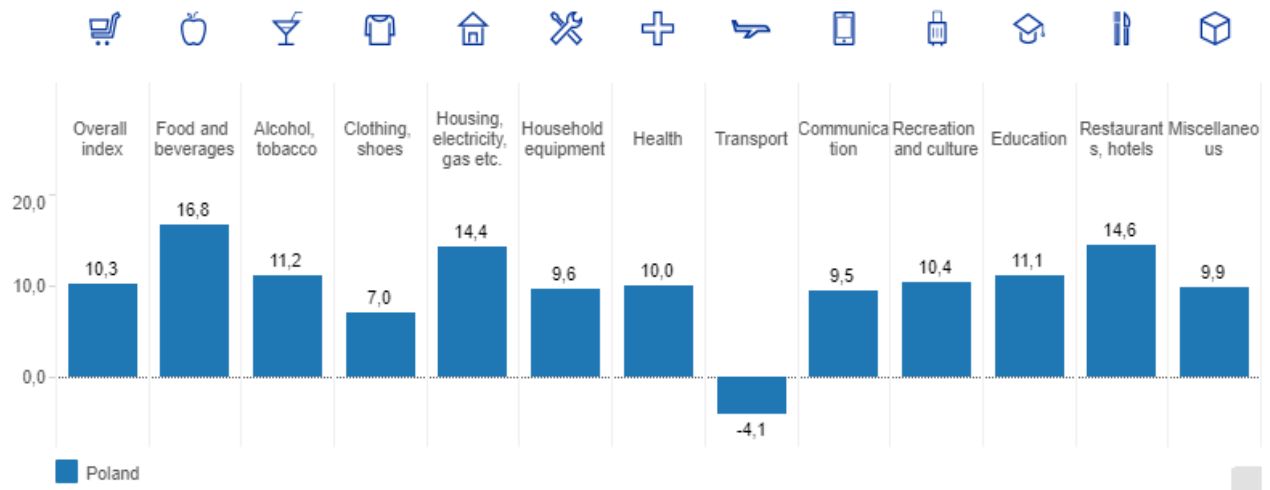
GODINA 2015=100	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	GODIŠNJI PROSJEK
2012	98,6	99	99,5	100	100,2	100,4	100	99,8	99,8	100,1	100,1	100,1	99,80
2013	100,2	100,2	100,5	100,8	100,7	100,7	100,9	100,6	100,7	100,8	100,6	100,7	100,62
2014	100,8	100,9	101,1	101,1	101	101	100,8	100,5	100,4	100,5	100,3	100	100,70
2015	99,7	99,6	99,9	100,3	100,4	100,5	100,4	100,1	99,8	99,9	99,8	99,6	100,00
2016	99,4	99,4	99,5	99,8	100	100,1	99,8	99,6	99,6	100	100	100,5	99,81
2017	100,8	101,3	101,3	101,6	101,5	101,4	101,2	101	101,2	101,6	102	102,2	101,43
2018	102,4	102	102	102,5	102,7	102,8	102,6	102,4	102,7	103,1	103,1	103,1	102,62
2019	103	103,3	103,7	104,7	105	105,2	105,2	105,1	105,2	105,5	105,6	106,2	104,81
2020	106,9	107,5	107,7	107,7	108,6	109,2	109,1	109	109,2	109,5	109,5	109,8	108,64
2021	110,8	111,4	112,4	113,2	113,6	113,7	114,2	114,5	115,3	116,5	117,6	118,6	114,32
2022	120,4	120,4	123,9	126,1	128,1	129,9	130,4	131,4	133,4	135,6	136,5	136,8	129,41
2023	139,5	141,1	142,7	143,8	144,1	144,2	143,8						142,74

Izvor: <https://stat.gov.pl/en/topics/prices-trade/price-indices/harmonized-indices-of-consumer-prices-hicp,15,1.html>

U tablici 9., vidljivo je kretanje harmoniziranog indeksa na bazni prosječni 2015. te prosječne godišnje indekse dobivene na način da smo zbrojili indekse po mjesecima te ih na kraju podijelili sa brojem mjeseci u godini. Najveći prosječni bazni indeks je za sada u 2023. godine koji smo dobili na način da se podijelio kumulativni broj prvih sedam mjeseci za koje je

dostupan indeks te se podijeli sa brojem 7. Na slici 4. segmentiran je HCPI prema skupinama te se može vidjeti u kojim skupinama je inflacija bila na najvećoj razini, a na kojima na najmanjoj. Vidljivo je kako inflacija u skupini hrane i pića iznosi 16,8 postotnih bodova, prate je skupina restorana i hotela sa 14,6 postotnih bodova. U poljskoj je prema podacima Europske centralne banke u sektoru prijevoza cijena se smanjila za 4,1 postotnih bodova.

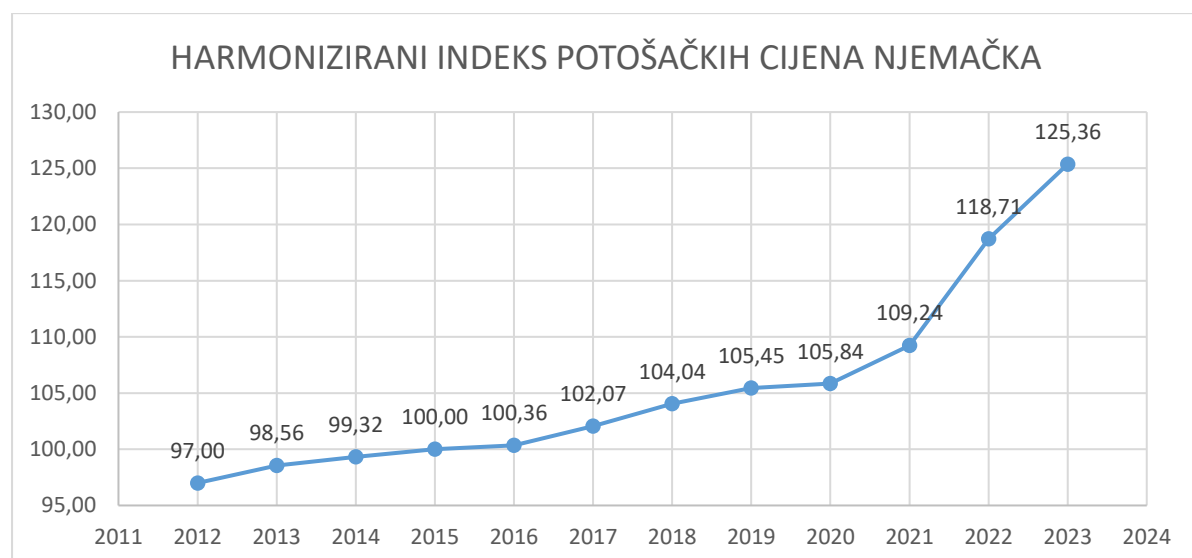
Slika 4. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Poljska



Izvor: https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html

Njemačka

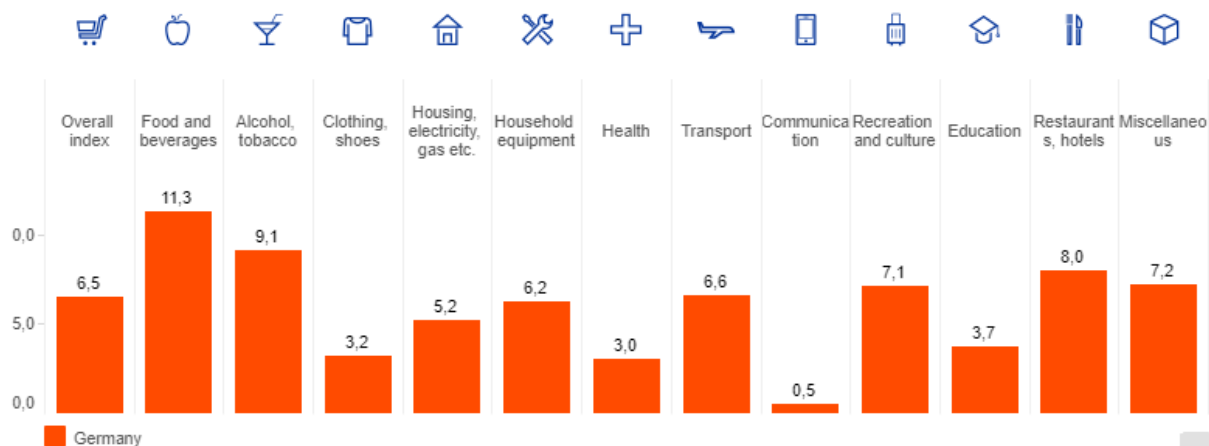
Graf 16 .HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA NJEMAČKU OD 2012 DO 2023



Izvor: https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/Prices/Consumer-Price-Index/_node.html

Na grafikonu je prikazana kretnja prosječna godišnja razina harmoniziranog indeksa. Kao i kod prethodnog grafikona bazni indeks je prosječni harmonizirani indeks 2015. godine. Također i kod Njemačke je situacija da prema trenutnom stanju, najveća razina HCPI-a će biti u 2023. godini prema podacima koji su dostupni za osam mjeseci 2023. godine.

Slika 5. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Njemačka



Izvor: https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html

Tablica 10. prikazuje kretanje HCPI-a iz mjeseca u mjesec, dok slika 5. prikazuje u kojim je to skupinama inflacija bila najizraženija. Kao i kod Poljske najveća inflacija je u skupini hrane i pića te iznosi 11.3 postotnih bodova. Za razliku od Poljske na drugoj poziciji nisu hoteli i restorani već alkohol i duhanski proizvodi. Također u Njemačkoj niti u jednoj skupini nije bilo smanjenja cijena, no najmanje povećanje je u skupini telekomunikacije.

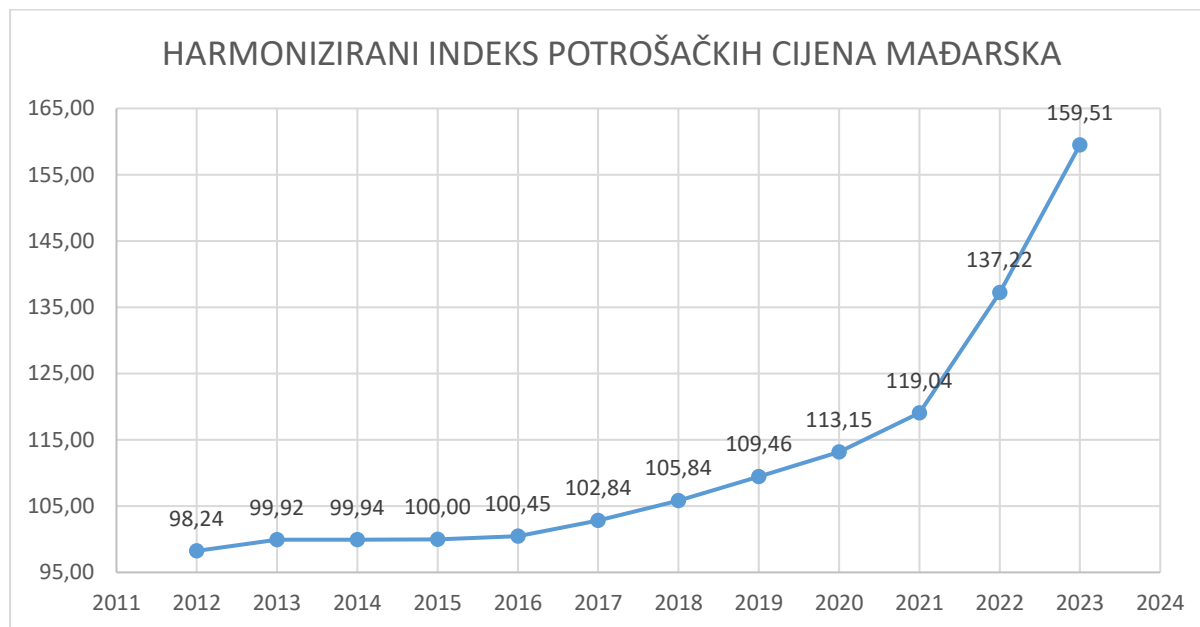
Tablica 10. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Njemačke za razdoblje 2012-kolovoz 2023 po mjesecima

GODINA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	GODIŠNJI PROSJEK
2012	95,7	96,5	96,9	97	96,8	96,6	97	97,4	97,4	97,4	97,2	98,1	97,00
2013	97,5	98,2	98,7	98,1	98,3	98,5	98,9	98,9	98,9	98,6	98,8	99,3	98,56
2014	98,6	99,2	99,4	99,2	99	99,4	99,6	99,7	99,7	99,3	99,3	99,4	99,32
2015	98,1	99	99,7	100,2	100,6	100,5	100,9	100,8	100,5	100,5	99,5	99,6	99,99
2016	98,5	98,9	99,8	99,9	100,5	100,6	101,2	101,1	101,1	101,2	100,3	101,2	100,00
2017	100,2	101	101,3	101,9	101,8	102,3	102,9	103	103	102,7	102	102,7	102,07
2018	101,7	102,2	103	103,2	104,3	104,4	105,2	105,2	105,3	105,4	104,2	104,4	104,04
2019	103,4	103,9	104,4	105,4	105,7	106	106,4	106,3	106,2	106,3	105,4	106	105,45
2020	105,1	105,7	105,8	106,2	106,2	106,9	106,4	106,2	105,8	105,8	104,7	105,3	105,84
2021	106,8	107,4	107,9	108,4	108,7	109,1	109,7	109,8	110,1	110,7	111	111,3	109,24
2022	112,3	113,3	116,1	116,9	118,2	118,1	119	119,5	122,1	123,5	123,5	122	118,71
2023	122,6	123,8	125,1	125,8	125,6	126,1	126,7	127,2					125,36

Izvor: https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/Prices/Consumer-Price-Index/_node.html

Mađarska

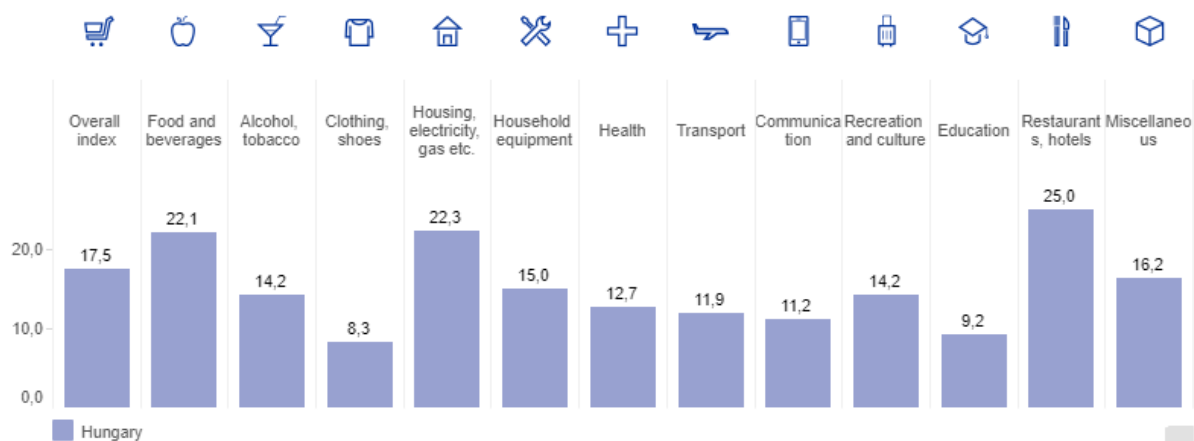
Graf 17. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA MAĐARSKU OD 2012 DO 2023



Izvor: <https://www.ksh.hu/?lang=en>

Na grafikonu 17. prikazano je kretanje prosječnog godišnjeg harmoniziranog indeksa. Prema podacima je koji su sada navedeni može se vidjeti kako je Mađarska država u Europi sa najvećom razinom inflacije. Ako pogledamo sliku 6. vidljivo je kako gotovo u svim sektorima osim obrazovanja te odjeće i obuće inflacija je preko 10 postotnih bodova. Najveće povećanje je u skupini restorana i hotela gdje je visokih 25 postotnih bodova, tu skupinu slijedi skupina „režija“ odnosno troškova stanovanja tj. struje, plina i sl. sa 22.3 postotnih bodova te na trećem mjestu hrane i pića sa visokih 22.1 postotnih bodova.

Slika 6. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Mađarska



Izvor: https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html

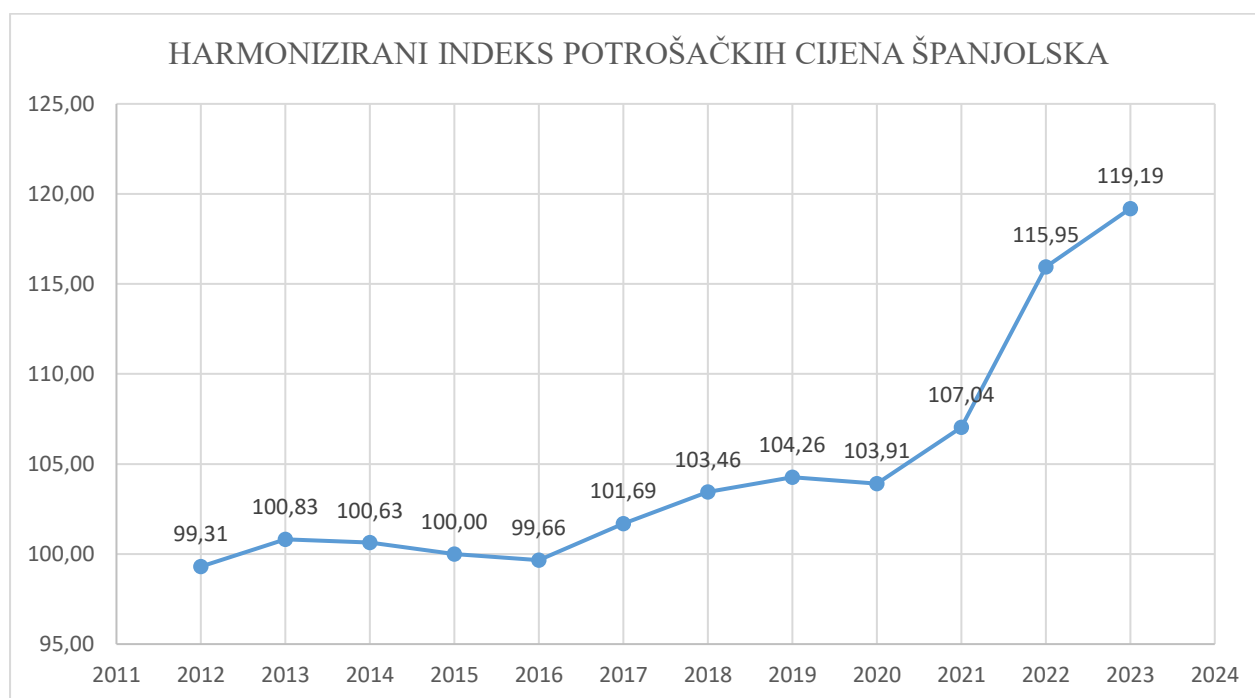
U tablici 11. vidljivo je kretanje mjesečno kretanje indeksa te na osnovu njih, kao i do sada, izračunana je prosječna godišnja razina indeksa. Također vidljivo je kako od siječnja 2021. godine niti jedan mjesec razina indeksa nije bila manja u odnosu na prošli te u srpnju 2023. godine je na 161.52 postotnih bodova čime je došla na najveću raznu u posljednjih 15 godina.

Tablica 11. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Mađarske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima

GODINA													GODIŠNJI PROSJEK
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2012	96,41	96,96	97,73	98,51	98,44	98,45	98,27	98,39	98,84	99,00	98,93	98,97	98,24
2013	99,12	99,74	100,01	100,29	100,17	100,41	99,99	99,93	100,40	100,08	99,32	99,56	99,92
2014	99,93	100,01	100,23	100,12	100,19	100,29	100,45	100,22	99,87	99,79	99,40	98,72	99,94
2015	98,56	99,06	99,70	100,10	100,81	100,99	100,97	100,35	99,76	100,02	100,00	99,66	100,00
2016	99,52	99,38	99,53	100,37	100,66	100,87	100,69	100,28	100,45	101,10	101,06	101,46	100,45
2017	101,87	102,22	102,21	102,63	102,79	102,85	102,92	102,95	103,01	103,34	103,66	103,68	102,84
2018	104,01	104,18	104,29	105,06	105,75	106,11	106,44	106,49	106,82	107,35	106,98	106,58	105,84
2019	106,88	107,47	108,23	109,20	110,00	109,75	109,98	109,89	109,91	110,58	110,66	110,96	109,46
2020	111,92	112,22	112,48	111,95	112,45	112,92	114,25	114,24	113,70	113,91	113,72	114,08	113,15
2021	115,12	115,94	116,83	117,75	118,40	118,93	119,59	119,86	120,01	121,38	122,20	122,51	119,04
2022	124,26	125,64	126,90	129,03	131,24	133,90	137,14	142,19	144,82	147,91	150,48	153,14	137,22
2023	156,81	158,08	159,42	160,57	159,99	160,55	161,12						159,51

Izvor: <https://www.ksh.hu/?lang=en>

Graf 18. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA ŠPANJOLSKU OD 2012 DO 2023



Izvor: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23706#!tabs-tabla>

Španjolska je jedna od država sa najmanjom stopom inflacije u ovoj godini. Također najmanjom stopom inflacije od država koje su navedene do sada, kao i za prethodne države prikazana je kretanja prosječne godišnje razine harmoniziranog indeksa, kretanja indeksa po mjesecima od siječnja 2012. do najrecentnijih podataka te razina inflacije po skupinama.

Tablica 12. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Španjolske za razdoblje 2012-kolovoz 2023 po mjesecima

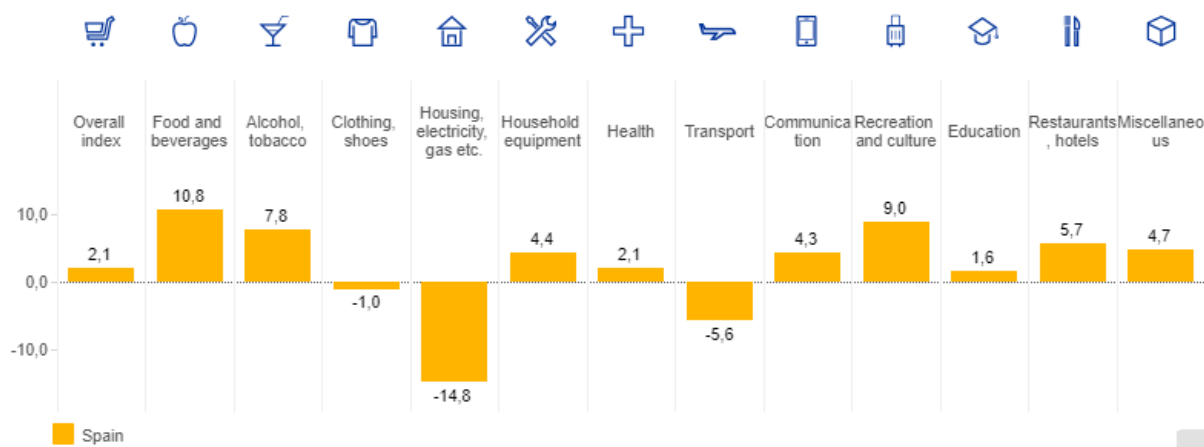
GODINA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	GODIŠNJI PROSJEK
2012	101,06	101,05	101,29	100,83	98,92	98,42	99,26	99,50	99,71	98,64	96,51	96,48	99,31
2013	101,37	101,35	101,34	101,32	100,54	100,29	101,44	101,33	101,23	101,16	99,31	99,22	100,83
2014	100,22	100,88	101,12	101,04	100,02	99,93	101,49	101,54	101,57	100,94	99,36	99,49	100,63
2015	100,09	100,47	100,21	99,90	99,50	99,90	101,46	101,27	100,83	100,15	98,18	98,04	100,00
2016	101,50	100,95	100,71	99,93	99,21	99,25	100,59	100,17	99,65	99,16	97,21	97,63	99,66
2017	102,74	102,73	102,40	101,77	101,15	100,98	102,22	102,16	102,21	101,29	100,16	100,50	101,69
2018	104,00	104,52	104,77	104,06	103,41	103,31	104,56	104,32	103,36	102,59	101,37	101,22	103,46
2019	104,88	105,01	104,97	104,28	103,87	103,98	105,18	105,31	105,06	103,90	102,47	102,26	104,26
2020	104,28	104,12	104,01	103,69	103,23	103,23	104,87	104,41	104,35	103,98	103,36	103,42	103,91
2021	111,13	109,87	109,60	107,87	106,65	106,18	107,46	106,95	106,39	105,22	103,27	103,87	107,04
2022	117,22	117,22	117,61	117,55	117,84	117,54	118,22	116,03	115,21	115,51	111,15	110,26	115,95

2023	120,68	120,03	120,13	119,44	119,61	119,06	117,82	116,72	119,19
-------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------------

Izvor: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23706#!tabs-tabla>

Ukoliko bi se gledalo prema skupinama, najveće povećanje dogodilo se u skupini hrane i pića gdje iznosi 10.8 postotnih bodova. Zanimljivo je kako Španjolska ima čak 3 skupine gdje se cijena smanjila, u sektoru odjeće i obuće cijena se smanjila za 1 postotni bod, prijevoza 5,6 postotnih bodova, a cijena življenja odnosno troškova električne energije, plina i ostalih smanjila se za čak 14.8 postotnih bodova.

Slika 7. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Španjolska



Izvor: https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html

3. 3. Indeks potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj

U daljnjem tekstu će se prikazati indeks potrošačkih cijena prema mjesecima od siječnja 2012. godine do srpnja 2023. godine i koliko iznosi godišnji prosjek ukoliko se uzme kao baza prosječni indeks 2015. godine. Nastavno na to, detaljnije će se prikazati koje su komponente koje prema europskoj klasifikaciji osobne potrošnje prema namjeni (eng. ECOICOP) sačinjavaju Harmonizirani indeks u RH te koliko je koja komponenta narasla.

Tablica 13. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Republike Hrvatske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima

GODINA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	GODIŠNJI PROSJEK
2012	95,2	95,8	97,2	98,0	99,6	99,0	98,1	98,6	99,9	100,4	100,2	100,0	98,5
2013	100,2	100,5	100,8	101,2	101,2	101,0	100,3	100,5	101,1	100,6	100,5	100,3	100,7
2014	100,3	99,9	100,4	100,7	100,9	100,6	100,2	100,2	100,9	101,0	100,7	99,8	100,5

2015	99,3	99,5	100,5	100,6	101,0	100,6	99,8	99,6	100,0	100,1	99,8	99,2	100,0
2016	98,5	98,2	98,8	98,9	99,1	99,0	98,3	98,1	99,1	99,5	99,6	99,4	98,9
2017	99,3	99,5	99,9	100,3	100,2	99,7	99,0	99,0	100,5	100,9	101,0	100,6	100,0
2018	100,4	100,3	100,9	101,7	102,1	102,1	101,1	101,1	101,9	102,5	102,3	101,5	101,5
2019	100,6	100,8	101,9	102,4	103,0	102,7	102,2	101,9	102,7	103,2	103,0	102,9	102,3
2020	102,6	102,3	102,5	102,3	102,4	102,5	102,0	101,8	102,7	103,1	102,8	102,2	102,4
2021	102,3	102,6	103,7	104,4	104,6	104,6	104,8	105,0	106,0	107,0	107,8	107,8	105,1
2022	108,1	109,1	111,3	114,3	115,9	117,2	117,7	117,9	119,6	121,2	122,3	121,9	116,4
2023	121,9	122,1	123,2	124,4	125,0	126,1	126,4						124,2

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58285>

U tablici 13. prikazana je mjesečna kretanja HCPI-a, kao i kod prethodnih slučajeva, baza je bila prosjek ukupne 2015. godine podijeljen sa brojem mjeseci u godini. Kao i kod prethodnih primjera, podaci su bili dostupni do mjeseca srpnja te se na osnovu tih sedam mjeseci izračunao prosjek. U 2022. godini, vidljivo je najveće povećanje iz 2021. godine na 2022. godinu sa razinom inflacije od preko 11%, dok će razina indeksa prema projekcijama proteklih 7 mjeseci biti na najvećoj razini u 2023. godini. U tablici 14. prikazana je komparacija mjeseca srpnja sa uobičajenom bazom od prosjeka 2015. godine, usporedba mjeseca srpnja 2023. godine sa mjesecom srpnjem u 2022. godini, usporedba sa prethodnim mjesecom.

Tablica 14. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema komponentama

ECOICOP ³⁷		Ponderi	$\frac{\text{VII. 2023.}}{\text{Ø 2015.}}$	$\frac{\text{VII. 2023.}}{\text{VII. 2022.}}$	$\frac{\text{VII. 2023.}}{\text{VI. 2023.}}$	$\frac{\text{VIII. 2022.} - \text{VII. 2023.}}{\text{VIII. 2021.} - \text{VII. 2022.}}$
00	Harmonizirani indeks potrošačkih cijena – ukupno	1.000,00	129,36	8,0	1,1	10,9
01	Hrana i bezalkoholna pića	221,18	142,36	12,9	0,3	17,0
02	Alkoholna pića i duhan	69,94	134,23	8,6	1,0	7,1
03	Odjeća i obuća	45,99	103,76	11,9	-12,5	9,4
04	Stanovanje, voda, električna energija, plin i ostala goriva	123,62	118,23	1,0	0,3	10,1
05	Pokućstvo, oprema za kuću i redovito održavanje kućanstva	59,31	125,05	8,8	0,9	12,4
06	Zdravlje	54,45	118,06	7,2	0,2	5,3
07	Prijevoz	120,19	122,02	-2,1	2,1	5,1
08	Komunikacija	41,41	101,09	2,9	0,8	1,5
09	Rekreacija i kultura	73,33	122,07	6,6	2,8	8,3
10	Obrazovanje	9,40	105,97	3,3	0,2	2,3
11	Restorani i hoteli	113,99	164,69	17,2	7,4	17,7
12	Razna dobra i usluge	67,19	124,68	9,8	0,7	10,7

³⁷ European Classification of Individual Consumption according to Purpose (ECOICOP)

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58285>

Vidljivo je kako su cijene usluga u restoranima i hotelima najviše u usporedbi sa baznim indeksom prosjeka 2015. godine te iznose 164,69, također ukoliko se promatra mjesec srpanj 2023. godine uspoređuje sa istim mjesecom prethodne godine, inflacija u segmentu restorana i hotela je na 17,2 postotnih bodova. Gledajući povećanja u odnosu na bazni indeks iz 2015. godine, nakon restorana i hotela slijedi povećanje cijena, odnosno inflacija u segmentu hrane i bezalkoholnih pića. Najmanje povećanje je u segmentu komunikacije. Ako bi se promatrala razina ove godine sa prethodnom, povećanje u segmentu hrane i bezalkoholnih pića je 12,9 postotnih bodova, zatim slijedi odjeća i obuća sa razinom od 11,9 postotnih bodova. Najmanje povećanje je u sektoru stanovanja, vode, el. Energije, plina i ostalih goriva dok u sektoru prijevoza su cijene za 2,1 postotnih bodova manje nego prethodne. Ako se gleda promjena u tekućoj godini u mjesecu srpnju na mjesec lipanj, inflacija u restoranima je na visokoj razini od 7,4%.

Tablica 15. INDEKSI POTROŠAČKIH CIJENA, POSEBNI AGREGATI, SRPANJ 2023.

	Ponderi	VII. 2023. Ø 2015.	VII. 2023. VII. 2022.	VII. 2023. VI. 2023.	VIII. 2022. – VII. 2023. – VII. 2021. – VII. 2022.
Dobra	741	127,7	107,2	99,7	112
Hrana, piće i duhan	315,51	141,1	111,6	100,4	115,2
Neprerađeni prehrambeni proizvodi	84,74	133,6	114,7	99,4	114,5
Prerađeni prehrambeni proizvodi	230,77	144,3	110,5	100,7	115,4
Energija	161,89	122	98,2	101,7	109,3
Industrijski neprehrambeni proizvodi bez energije	263,6	116,1	108,1	97,6	109,9
Usluge	259	122,4	107,7	101,7	107,8
Ukupno	1 000,00	126,4	107,3	100,2	110,9
Ukupno bez energije	838,11	127,2	109,3	99,9	111,2
Ukupno bez energije i hrane	598,72	121,4	108,1	99,7	108,7
Ukupno bez energije, hrane, pića i duhana	522,6	119,3	107,9	99,6	108,8
Ukupno bez energije i neprerađenih prehrambenih proizvoda	753,37	126,6	108,7	100	110,8

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58285>

Slika 8. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (hrana)

1.2.1. HICP - Food	11.6	12.7
> 1.2.1.1. HICP - Bread and cereals	12.6	18.1
> 1.2.1.2. HICP - Meat	8.1	8.3
> 1.2.1.3. HICP - Fish	7.4	10.5
> 1.2.1.4. HICP - Milk, cheese and eggs	12.8	6.3
> 1.2.1.5. HICP - Oils and fats	6.8	-13.9
> 1.2.1.6. HICP - Fruit	11.0	17.6
> 1.2.1.7. HICP - Vegetables	15.5	25.4
> 1.2.1.8. HICP - Sugar, jam, honey, chocolate and confectionery	16.7	19.5
> 1.2.1.9. HICP - Food products n.e.c.	13.8	11.8

Izvor:

https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_statistics/escb/html/table.en.html?id=JDF_ICP_COICO_P_ANR

Ako bi se detaljnije razmotrila skupina hrane vidljivo je kako je cijena povrća se povećala za ¼ odnosno za 25.4 postotnih bodova. Na donjoj slici vidljivo je kako je od povrća najviše poskupio krumpir, a upravo je on jedan od elementarnih namjernica u svakom kućanstvu. Vidljivo je povećanje od 50,6 postotnih bodova. Ako bi se koristila induktivna metoda pa da na osnovu samo pojedine cijene možemo gledati povećanje, dogodilo se hiperpovećanje pojedinog proizvoda, pošto se povećanje cijena preko 50% klasificira hiperinflacijom, no pojam hiperpovećanja određenog proizvoda ne postoji. Uz povrće, na drugom mjestu, nalazi se šećer, med, čokolada gdje je vidljivo povećanje od 19.5 postotnih bodova. Na trećem mjestu nalazi se kruh i žitarice.

Slika 9. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (povrće)

1.2.1.7.1. HICP - Fresh or chilled vegetables other than potatoes and other tubers	14.1	24.9
1.2.1.7.2. HICP - Frozen vegetables other than potatoes and other tubers	15.7	24.2
1.2.1.7.3. HICP - Dried vegetables, other preserved or processed vegetables	14.5	14.8
1.2.1.7.4. HICP - Potatoes	22.4	50.6

Izvor:

https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_statistics/escb/html/table.en.html?id=JDF_ICP_COICO_P_ANR

Uz krumpir kojem je cijena rasla na visokih 50.6 postotnih bodova, svježem je povrću cijena rasla za 24.9 postotnih bodova, smrznutom povrću za 24.2 postotnih bodova te je cijena najmanje rasla sušenom voću sa također visokih 14.8 postotnih bodova.

Slika 10. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (kruh i žitarice)

1.2.1.1.1. HICP - Rice	20.7	12.7
1.2.1.1.2. HICP - Flours and other cereals	10.0	1.9
1.2.1.1.3. HICP - Bread	9.6	18.9
1.2.1.1.4. HICP - Other bakery products	15.7	21.7
1.2.1.1.5. HICP - Pizza and quiche	12.9	26.2
1.2.1.1.6. HICP - Pasta products and couscous	12.0	18.3
1.2.1.1.7. HICP - Breakfast cereals	13.6	16.8
1.2.1.1.8. HICP - Other cereal products	9.7	16.1

Izvor:

https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_statistics/escb/html/table.en.html?id=JDF_ICP_COICO_P_ANR

Skupina koju se još malo detaljnije razmotrilo je kruha i žitarica, ovdje je vidljivo kako je cijena pizze rasla za 26.2 postotnih bodova te općenito pekarskih proizvoda za 21.7 postotnih bodova. Najmanje je rasla cijena brašna i ostalih žitarica za samo 1.9% postotnih bodova pa je začuđujuća cijena rasta pekarskih proizvoda u toliko visokoj razini pošto je brašno elementarni sastojak u izradi pekarskih proizvoda.

4. Percepcija poduzetnika i građanstva na uvođenje eura u Republici Hrvatskoj

U posljednjem poglavlju prikazat će se proces uvođenja eura, koje mjere su se proklamirale kako bi se sačuvala kupovna moć i stabilna razina inflacije. Na samom kraju prikazat će se anketni upitnik kroz koji će se prikazati kako je javnost reagirala na uvođenje eura, kako se snašla sa novom valutom te na kraju koliko su sretni s promjenama te završiti s komentarom autora.

Kako je navedeno u samom uvodu rada, Hrvatska je ulaskom u Europsku uniju, prihvatila, štoviše se obvezala na uvođenje eura kao službene valute čim se zadovolje uvjeti koji su navedeni kroz rad.

4. 1. Proces uvođenja eura u Republici Hrvatskoj

Uvođenje eura kao službene valute u Republiku Hrvatsku predstavlja značajan korak u ekonomskoj i monetarnoj tranziciji zemlje. Evo detaljnijeg razmatranja ključnih aspekata ovog procesa:

1. Eurostrategija i analiza koristi: Eurostrategija, objavljena u travnju 2018., duboko je analizirala ekonomske koristi i troškove uvođenja eura. Ovaj dokument istaknuo je brojne prednosti, uključujući smanjenje valutnog rizika za građane, poduzeća i državu. Također je naglasio očekivano smanjenje kamatnih stopa i transakcijskih troškova te povećanje investicija u zemlji.
2. Kritike i nedostaci: Iako je Eurostrategija dobila podršku, neki ekonomski analitičari ukazali su na neke njene nedostatke. Jedan od njih odnosi se na nedovoljno jasno predstavljene koristi u smislu korištenja viška deviznih rezervi koje su prethodno služile za obranu tečaja kune. Nedostatak analize o upotrebi ovih rezervi u kontekstu uvođenja eura izazvao je potrebu za javnom raspravom i razmatranjem alternativa.
3. Kriteriji za ulazak u eurozonu: Za uvođenje eura, Hrvatska mora ispuniti određene kriterije definirane Ugovorom o funkcioniranju Europske unije. Ovi kriteriji uključuju stabilnost cijena, stabilnost deviznog tečaja, održive javne financije i konvergenciju dugoročnih kamatnih stopa.

4. Tečajni mehanizam ERM II: Kako bi uvela euro, Hrvatska je pristupila tečajnom mehanizmu ERM II, što je ključan korak u ovom procesu. Tijekom sudjelovanja u ERM II, Hrvatska mora ispunjavati niz kriterija, uključujući kontrolu fluktuacija nacionalne valute u odnosu na euro.

5. Pregovori i utvrđivanje središnjeg pariteta: U procesu ulaska u ERM II, država pregovara s članicama eurozone i institucijama Europske unije. Ključni dio ovih pregovora je utvrđivanje središnjeg pariteta i granica fluktuacija deviznog tečaja, što će kasnije postati fiksna stopa konverzije pri uvođenju eura³⁸.

6. Očekivane prednosti i rizici: Uvođenje eura donosi brojne prednosti, uključujući stabilnost i povoljnije uvjete za građane, poduzeća i državu. Međutim, važno je razmotriti i potencijalne rizike, uključujući one koji proizlaze iz mogućih promjena unutar eurozone.³⁹

Uvođenje eura u Hrvatskoj je sveobuhvatan proces koji zahtijeva precizno planiranje, ekonomske analize i političku volju. Ključno je osigurati da se tranzicija odvija glatko i da se ostvaruju koristi za sve građane i gospodarstvo zemlje.

4. 2. Mjere očuvanja cijena u Republici Hrvatskoj uvođenjem eura

1. Dvojno iskazivanje: Ova odredba zakona ima za cilj osigurati da građani jasno razumiju cijene i vrijednosti proizvoda i usluga tijekom tranzicije iz kune u euro. Dvojno iskazivanje omogućuje potrošačima da usporede cijene i shvate kako će se promjene tečaja odraziti na njihovu svakodnevnu potrošnju.
 - a. Dobrovoljno dvojno iskazivanje: Ovo je početno razdoblje gdje poslovni subjekti mogu početi dvojno iskazivati cijene nakon što je Vijeće EU donijelo odluku o usvajanju eura. To im daje vremena da se prilagode promjenama i omogućuje potrošačima postupno upoznavanje s novom valutom.
 - b. Obvezno dvojno iskazivanje: Nakon što protekne određeno razdoblje od objave odluke Vijeća EU, obvezno dvojno iskazivanje postaje norma. Poslovni subjekti moraju jasno prikazivati cijene i vrijednosti u kunama i eurima tijekom 12

³⁸ Mišćević. V: "Proces uvođenja eura u hrvatsko gospodarstvo"

³⁹ Mišćević. V: "Proces uvođenja eura u hrvatsko gospodarstvo"

mjeseci od uvođenja eura. Ovo razdoblje osigurava stabilnost i kontinuitet tijekom prijelaza.

2. Zabrana neopravdanog podizanja cijena: Ova odredba ima ključnu ulogu u sprječavanju iskorištavanja tranzicije na euro kako bi se nepošteno povećale cijene proizvoda i usluga. Zakon jasno definira da poslovni subjekti ne smiju nepošteno podizati cijene i moraju se pridržavati tržišnih načela ponude i potražnje.

- a. Smjernice za prilagodbu gospodarstva: Osim zakonskih odredbi, smjernice za prilagodbu gospodarstva objašnjavaju poslovnim subjektima kako se pravilno pripremiti i prilagoditi uvođenju eura. Ove smjernice pružaju dodatnu potporu za poštivanje zakona.

3. Iznimke od dvojnog iskazivanja: Zakon predviđa iznimke gdje dvojno iskazivanje nije praktično ili donosi prevelike troškove poslovnim subjektima. Ovo osigurava da se poslovni subjekti ne opterećuju nepotrebnim administrativnim i financijskim teretima.

To su:

- a. Automati: Prodavači putem automata često su izuzeti jer imaju ograničen prostor za prikazivanje cijena u dvije valute, što može biti tehnički izazovno i skupo.
 - b. Štandovi na tržnicama: Prodavači na otvorenim prostorima bez standardnog prikaza cijena također mogu biti izuzeti zbog ograničenja prostora i specifičnih uvjeta.
 - c. Pokretna prodaja: Trgovci na kioscima ili prikolicama često se izuzimaju zbog specifičnih uvjeta poslovanja.
 - d. Specifični proizvodni objekti: Ako poslovni subjekti imaju proizvodne objekte ili poljoprivredna gospodarstva, mogu biti izuzeti ako je primjena dvojnog iskazivanja teška.
 - e. Posebni oblici iskazivanja cijena: Tehnički složeni oblici prikaza cijena često se izuzimaju zbog visokih troškova prilagodbe.
 - f. Već istaknute cijene: Cijene koje su već navedene na proizvodima ili drugim dokumentima često se ne moraju ponovno iskazivati.
 - g. Iznimke za sektore: Određeni sektori mogu dobiti iznimke ako je dvojno iskazivanje nepotrebno ili nepraktično.
 - h. Iznimke se obično temelje na praktičnim razlozima i cilju očuvanja konkurentnosti tijekom tranzicije na novu valutu. Važno je napomenuti da

obvezu dvojnog iskazivanja često i dalje imaju poslovni subjekti na računima koje izdaju potrošačima kako bi osigurali transparentnost.

4. Obveza dvojnog iskazivanja za poslodavce i tijela javne vlasti: Uvođenje obveze dvojnog iskazivanja iznosa isplaćenih radnicima osigurava transparentnost u plaćama i financijskim transakcijama. Tijela javne vlasti također moraju biti transparentna u prikazivanju cijena i drugih novčanih iskaza.
5. Mjere praćenja i pritužbi potrošača: Projekt "tajnog kupca" omogućava udrugama za zaštitu potrošača da prate i prijavljuju nepravilnosti u poslovanju tijekom prijelaza na euro. Ovo je dodatni mehanizam kako bi se osiguralo da poslovni subjekti poštuju pravila.

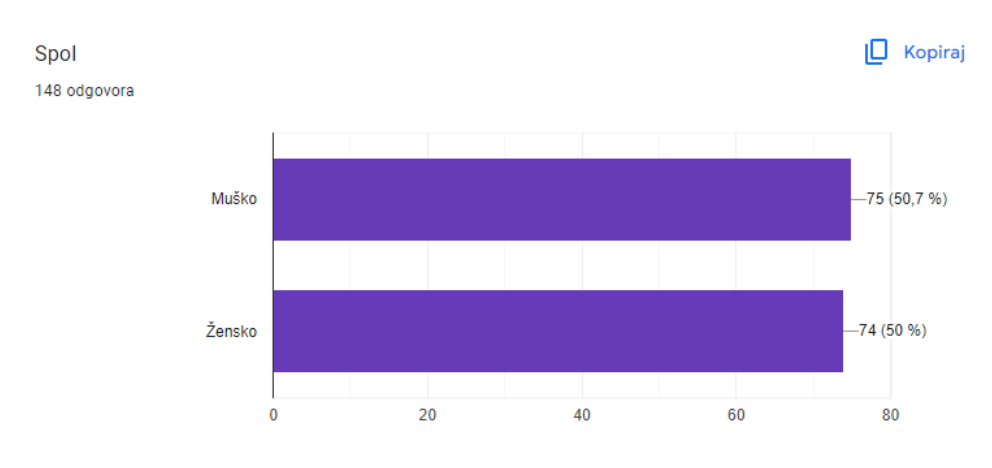
Osim toga, Etički kodeks koji se spominje kao dodatna mjera potiče poslovne subjekte na transparentno i etičko poslovanje tijekom prijelaza. Sve ove odredbe zajedno stvaraju okvir za zaštitu potrošača tijekom procesa uvođenja eura, osiguravajući da trgovci i poslovni subjekti poštuju pravila i pridonose stabilnosti tijekom tranzicije na novu valutu.

4. 3. Anketni upitnik

U posljednjem potpoglavlju ovog rada, prikazat će se anketni upitnik koji je proveden putem google obrazaca. Anketa je dostupna na <https://forms.gle/N1jA65Ajki2qLfjS9>.

Anketa je provedena na 148 ispitanika od čega je 75 osoba muškog spola i 74 osoba ženskog.

Anketno pitanje 1.



Izvor: <https://forms.gle/N1jA65Ajki2qLfjS9>.

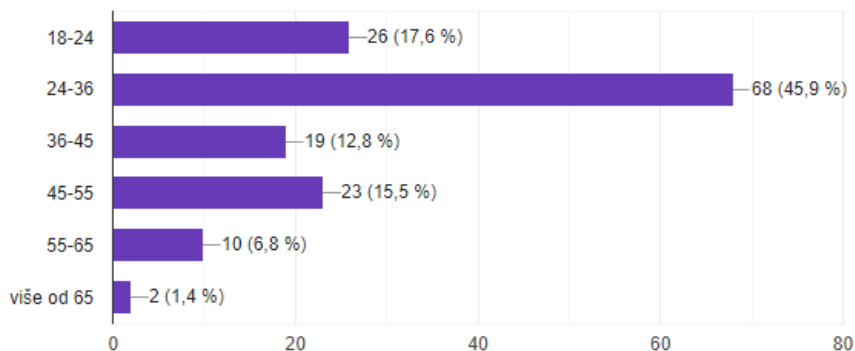
Od 148 ispitanika, njih 26 spadaju u starosnu granicu između 18 i 24 godine što iznosi 17,6% od ukupnog broja ispitanika. 68 ispitanika je između 24-36 godina, a to je 45,9%. 19 ispitanika

ima između 36 i 45 godina, 23 ispitanika je između 45 i 55 godina, 10 je između 55 i 65 te dvije više od 65

Anketno pitanje 2.

Godine

148 odgovora



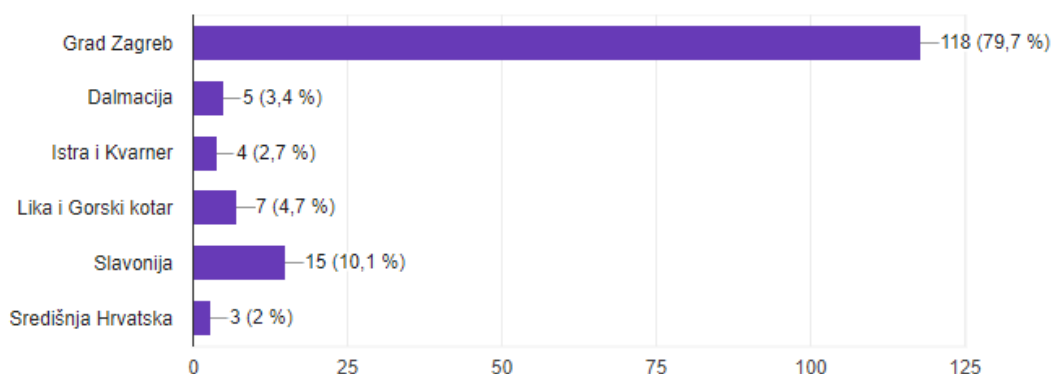
Slijedeće pitanje odnosilo se na regiju u kojoj ispitanici žive, najveći dio živi u Gradu Zagrebu sa brojkom od 118 ispitanika te je to gotovo 80% ukupnih ispitanika, slijedi Slavonija, Lika i Gorski kotar, Dalmacija, Istra i Kvarner te Središnja Hrvatska sa najmanjim brojem ispitanika.

Anketno pitanje 3.

U kojoj regiji živite?

148 odgovora


Kopiraj



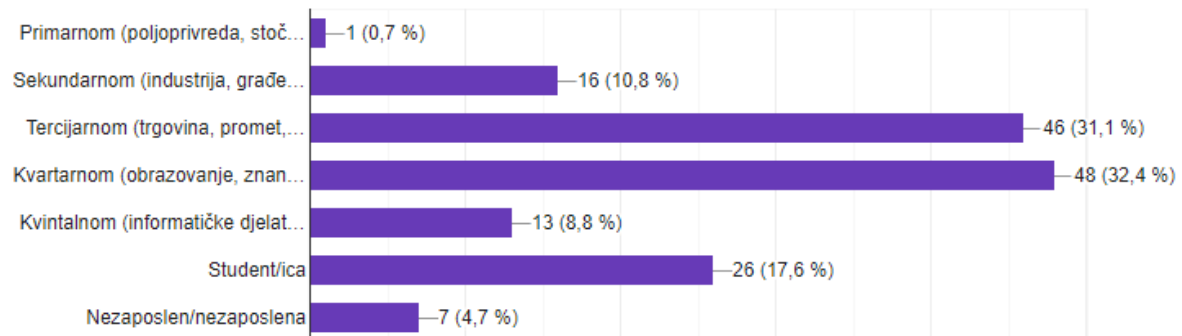
Gledajući prema sektorima najveći dio ispitanika radi u kvartarnom sektoru, malo zaostaje tercijarni sa 31.1% na trećem mjestu su studenti te najmanji broj ispitanika radi u primarnom pa zbog velikog značaja primarnog sektora će se malo detaljnije promotriti ispitanik koji radi u primarnom sektoru.

Anketno pitanje 4.

U kojem sektoru radite?

 Kopiraj

148 odgovora



Nakon osobnih pitanja prvo pitanje je slaganje sa tvrdnjom o uvođenju eura u RH. Najveći broj ispitanika se u potpunosti ne slaže s tvrdnjom da je uvođenje eura dobra odluka, pod rednim brojem 3 nalazi se 2. po redu broj glasova te bi se za tu vrstu odgovora moglo reći da su ispitanici nedefinirani. Najmanji broj ispitanika, njih 19, se u potpunosti slaže s tom tvrdnjom.

Anketno pitanje 5.

...

Smatram da uvođenje eura je dobra odluka za RH *

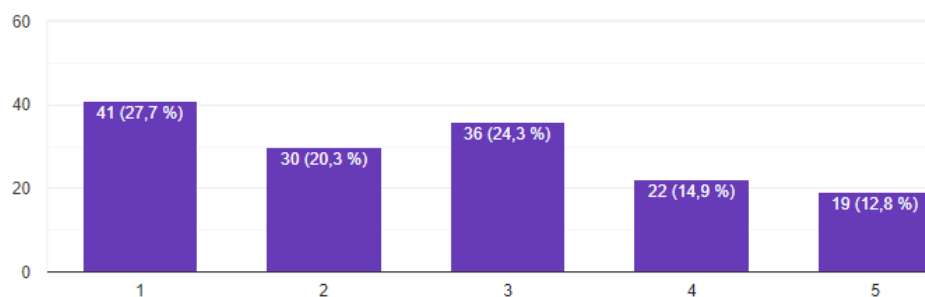
1 2 3 4 5

U potpunosti se ne slažem Slažem se u potpunosti

Smatram da uvođenje eura je dobra odluka za RH

 Kopiraj

148 odgovora



Slijedećim pitanjem željela se iskazati percepcija u vidu cijena proizvoda i usluga. Neznatan broj, odnosno samo dvije smatraju da je cijena manja nego prošlogodišnja, gotovo 99% je

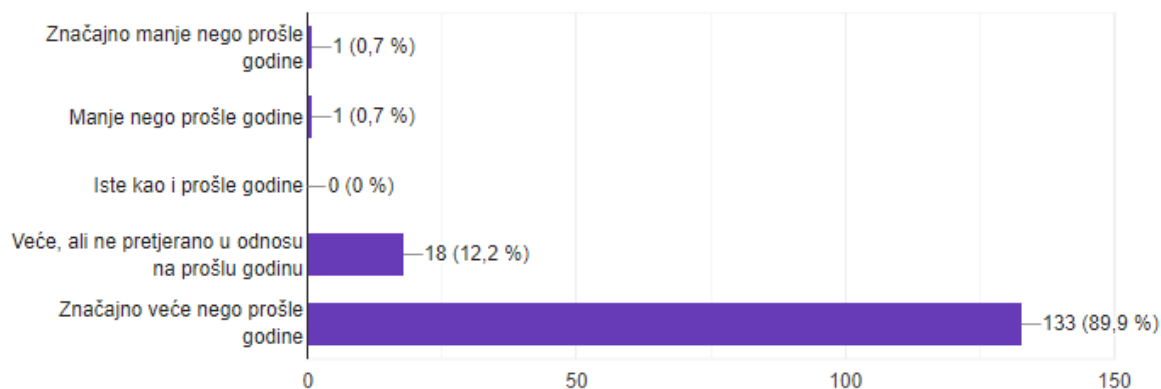
svjestan porasta cijene odnosno inflacije od kojih 133 ispitanika to podizanje smatra vrlo značajnim dok 18 njih smatra kako je cijena rasla, no ne toliko signifikantno.

Anketno pitanje 6.

Prema Vašem mišljenju cijene proizvoda i usluga u odnosu na prošlu godinu u isto vrijeme su:



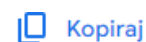
148 odgovora



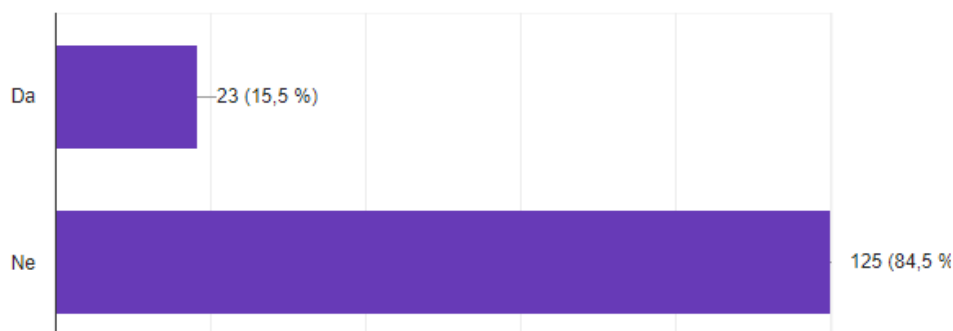
Kod pitanja broj 7, ispitanike se pitalo o potrošačkoj košarici te se htjeli vidjeti imaju li jednaku kao i prošle godine. Velika većina odnosno 84,5% ispitanika se izjasnilo kako im je potrošačka košarica drugačija

Anketno pitanje 7.

Je li Vaša potrošačka košarica je ostala jednaka kao i prošle godine



148 odgovora



Slijedećim pitanjem se tražilo od ispitanika da cjenovno procijene svoju uobičajenu potrošačku košaricu koju su konzumirali u protekloj godini gdje je ocjena 5 iskazivala ekvivalent prošlogodišnje cijene. Najveći broj odgovora, njih 45 je je odgovor pod rednim brojem 8. Uzmemo li u obzir da je cijena pod rednim brojem 5 cijena ista prošlogodišnjoj, broj 8 bi

predstavljao otprilike povećanje od 60%. Na drugom mjestu je odgovor pod rednim broje 7 koji broji 38 glasova te ga slijedi broj 10 koji ima 34 glasa. Ukupan broj koji je svjestan inflacije i povećanje opće razine cijena od ukupnog broja ispitanika koji je 148 je 136 odnosno gotovo 92%.

Anketno pitanje 8.

Ukoliko biste uzeli redovnu potrošačku košaricu koju ste uzimali tijekom prošle godine, koliko biste ju sada platili? *

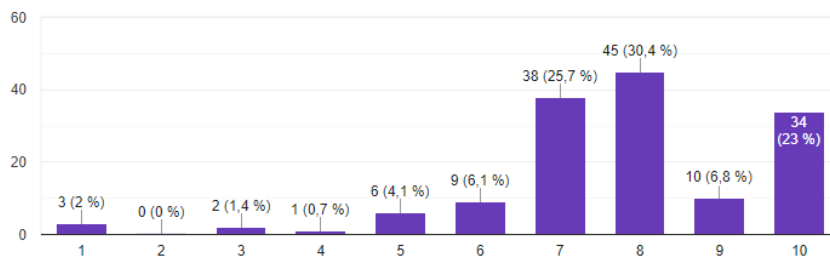
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Upola cijene Dvostruka cijena

Ukoliko biste uzeli redovnu potrošačku košaricu koju ste uzimali tijekom prošle godine, koliko biste ju sada platili?

[Kopiraj](#)

148 odgovora



Na slijedeće pitanje 141 ispitanik, odnosno 95,3% smatra da je uvođenje eura imalo učinak na inflaciju u RH, dok 7 (4,7%) smatra kako uvođenje eura nije imalo utjecaj na inflaciju.

Anketno pitanje 9.

Smatrate li da je uvođenje eura utjecalo na cijene proizvoda i usluga u RH

[Kopiraj](#)

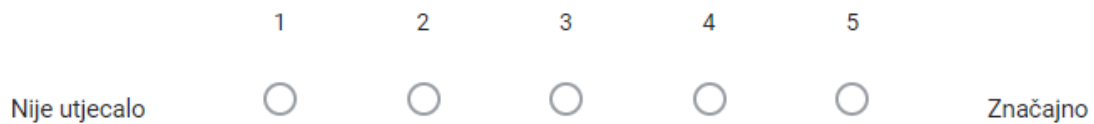
148 odgovora




Od ukupnog broja ispitanika najveći broj, odnosno 76 ispitanika (51,4%) izjavilo je kako je uvođenje eura vrlo značajno utjecalo na inflaciju u Republici Hrvatskoj. Evaluacija je napravljena prema skali od 1-5, gdje ocjena 1 izjašnjava mišljenje kako euro nije utjecao na inflaciju te nema niti jednog ispitanika koji je odgovorio tim odgovorom. Pod rednim brojem 2 bi značilo kako je uvođenje eura vrlo simbolično utjecalo na inflaciju u RH te je 7 ispitanika odgovorilo tim odgovorom. Brojkom 3 iskazuje kako je euro utjecao na inflaciju utjecao djelomično, a brojkom 4 poprilično. Brojkom 3 odgovorilo je 20 ispitanika dok brojkom 4 njih 45.

Anketno pitanje 10.

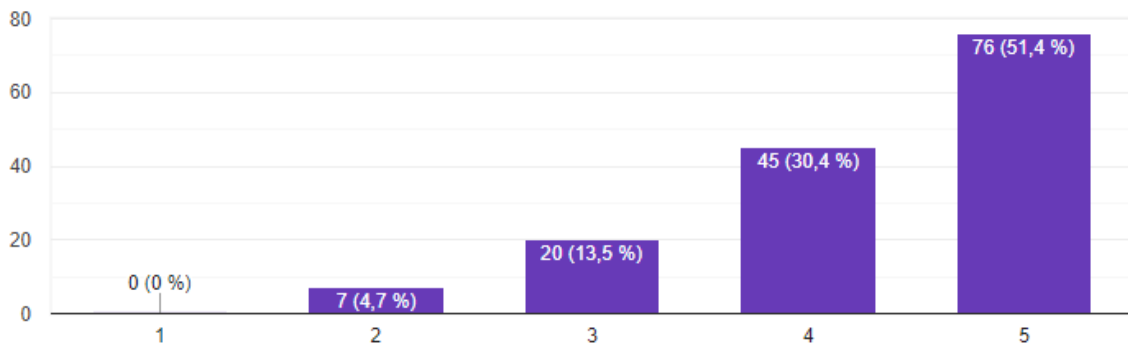
U kojoj mjeri smatrate da je euro utjecao na kretanje cijena u RH? *



U kojoj mjeri smatrate da je euro utjecao na kretanje cijena u RH?

 Kopiraj

148 odgovora



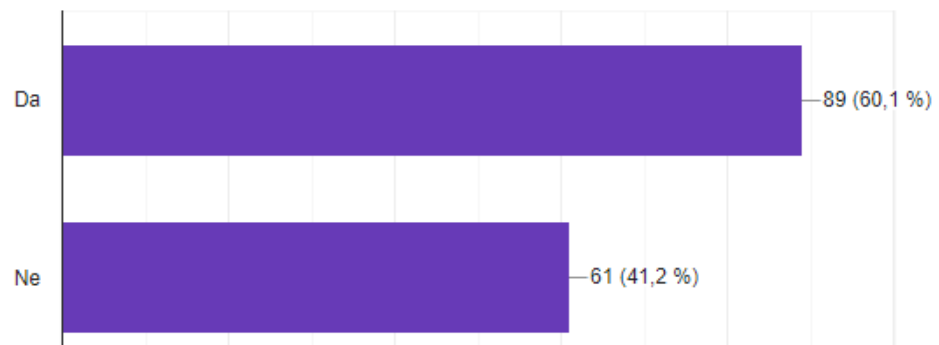
Pitanjem brojem 11 smo htjeli vidjeti koliki broj ispitanika bi sačuvao valutu, odnosno vratio kunu kao službenu valutu. Od ukupnog broja ispitanika njih 89 tj. 60,1% je za vraćanje kune dok bi njih 61, odnosno 41,2% bi zadržalo euro.

Anketno pitanje 11.

Da možete vratiti kunu, biste li to napravili?



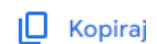
148 odgovora



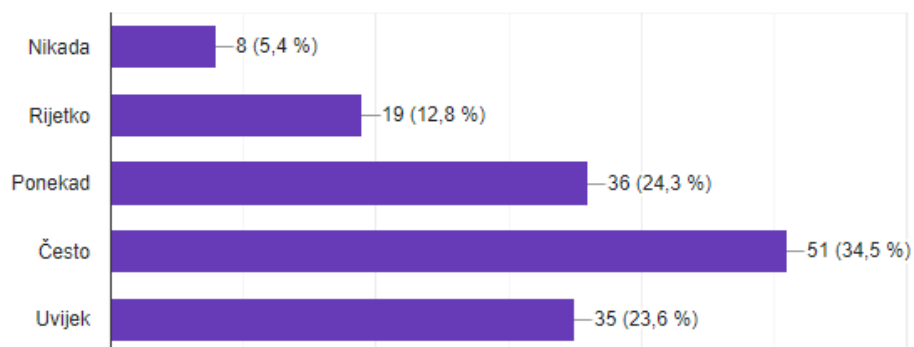
Samo 8 ispitanika je u potpunosti prestalo koristiti kunu te im nije u podsvijesti, odnosno svega 8 ispitanika ne konvertira euro u kune. Njih 140 i dan danas računa cijene konverzijom u euro od čega najveći broj njih 51 (34,5%) često, 36 (24,3%) ponekad, njih 35 uvijek te 19 rijetko.

Anketno pitanje 12.

Prilikom plaćanja i dalje konvertiram eure u kune



148 odgovora



Posljednje pitanje je otvorenog tipa kako bi se vidjelo u kratkim crtama jesu li u globalu zadovoljni

Anketno pitanje 13.

Uvođenje eura kao nacionalne valute na Vas osobno je utjecalo? (dobro/loše te kratko objašnjenje)

Ovdje će se navesti odabirom autora nekolicina najzanimljivijih odgovora.

zaradivala sam eure (jer sam radila za stranu firmi) tako da mi je bolje sto se toga tice, mislim da je lose za turizam, jer turisti bolje mogu vidit kolko smo skupi.

Dobro, ujednačili se sa ostatkom EU

Jako loše. Svi smo siromašni, plaće ni 1000 eura, a cijene veće

Gubitak nacionalnog identitet. Jako loše!

Uvođenje eura kao nacionalne valute je dobra stvar. Republika Hrvatska sada je valutno usklađena sa europskim tržištem i ima europsku (kontinentalnu) valutu. Problem RH je slab primaran sektor, tako reći nepostojeći sekundarni sektor i oslanjanje na turizam. RH mora raditi na privlačenju stranih investicija i revitalizaciji poljoprivrede i poljoprivrednih krajeva, kao i industrije da bi osjetila punu blagodati i privilegije eura kao valute.

5. Zaključak

U ovom radu vidjeli smo koliko je složeno poduzetništvo od same definicije koja ne postoji kao univerzalni pojam već nastaje međusobnom sinergijom i nadopunjavanjem raznih definicija. Prikazana je i povijest poduzetništva, koja je stara koliko ljudsko društvo. Povijest i nastajanje Europske unije i poduzetništva u EU, isto tako i u Republici Hrvatskoj. Prikazao se i proces pristupanja Hrvatske u Eurozonu. Prikazana je klasifikacija po veličini poduzeća u RH te koje su promjene nastala od osnivanja suverene i međunarodne priznate Republike Hrvatske do današnjeg dana tj. do trenutka uvođenja eura kao službene valute i ulaska u Schengen. Najvažniji dio bila je inflacija a mjerili smo je indeksom potrošačkih cijena, odnosno harmonizirani indeks potrošačkih cijena pojedinih država članica Europske Unije, ali i Republike Hrvatske. U radu je vidljivo kako u Europi najveća razina inflacije je u Mađarskoj sa preko 17 postotnih bodova te je u državama članicama Eurozone relativno na manjoj razini nego u državama koje još nisu uvele euro kao službenu valutu. U Hrvatskoj je prema podacima koji su dostupni na stranicama Hrvatske narodne banke i državnog zavoda za statistiku vidljiva razina inflacije u Hrvatskoj od 8 postotnih bodova. Gledajući prema harmoniziranom indeksu, u segmentu hotelijerstva i restorana najveća je razina povećanje cijena te uz navedeni segment cijena hrane i bezalkoholnog pića. Podaci koji su dostupni na internetu prikazuju povećanje koje je značajno manje od razine koja prikazana provedenom anketom, iako broj ispitanika koji je ispunio anketu nije dovoljno velik te ne iznosi reprezentativan uzorak koji bi se moglo donijeti pravovaljan zaključak. Kroz razgovore sa raznim sugovornicima, moglo se čuti kako se sugovornici uvelike žale na cijene, pogotovo hrane i pića. Ovdje ćemo se poslužiti cijenama koje su službeno dostupne. Cijene pekarskih proizvoda su se udvostručile. Gledajući službene podatke preuzete sa stranica Europske centralne banke, slika 10., cijena kruha, pekarskih proizvoda i žitarica narasla je za 18.1%.. Od čega pizza za 26.2%, ako usporedimo sa euro zonom gdje narasla za 12,9% čime se može zaključiti da je u RH cijena navedenog proizvoda narasla duplo više od prosjeka Eurozone. Kroz anketni može se vidjeti percepcija i opća razina prihvaćanja eura kao nove službene valute. Vidljivo je kako bi većina ispitanika vratila kunu, vidljivo je također da su i ispitanici svjesni inflacije koja je utvrđena no percipiraju je još većom od one koja je prikazana službenom brojkom. Najveći broj ispitanika su mlade osobe, odnosno osobe od 24-36 godina koje su sklonije promjenama i dinamici te rade u tercijarnom i kvartarnom sektoru, upravo u sektorima gdje je i nastalo najveće povećanje cijena kojeg mnogi smatraju neopravdanim, a po rezultatima može se vidjeti da od ukupnog broja ispitanika koji je 148 njih 141 odgovorilo je smatra uvođenje eura upravo glavnim krivcem tog povećanja pa

možemo reći kako je inflacija na toj razini i djelomično nastala pod krinkom uvođenja eura. Zanimljiv je odgovor bio je na posljednje pitanje u anketnom upitniku gdje je jedan ispitanik odgovorio „svi smo siromašnim plaće ni 1000 eura, a cijene veće“. Uzme li se u obzir do koje godine mladi ostaju živiti sa svojim roditeljima, medijan početnih plaća u bilo kojem sektoru, izraženiju inflaciju te još nekolicinu aspekata, smatram da konstataciju se nije tako lako demantirati.

Literatura:

1. Botrić, V. (2001). HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA: KONCEPT I IMPLIKACIJE ZA HRVATSKU. Privredna kretanja i ekonomska politika, 11 (86), 37-63. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/18803>
2. Deskar-Škrbić M., Kunovac D., (lipanj 2021.) Dvadeseta godišnjica eura: zašto se neke zemlje još ne žele pridružiti, Zagreb, , preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], Dostupno na: <https://www.hnb.hr/documents/20182/3050637/p-049.pdf/dabe9d48-34ba-d5f3-526c-22eae3a596d0>
3. Državni zavod za statistiku, Indeks potrošačkih cijena, preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/cijene/indeks-potrosackih-cijena/>
4. Europska središnja banka, Makroekonomski pokazatelji brutodomaćeg proizvoda, nezaposlenosti i zaduženosti, preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], dostupno na: <https://www.euro-area-statistics.org/>
5. Hisrich Robert D., Peters Michael P., Shepherd Dean A., (2011.) *Poduzetništvo*, Zagreb, McGraw-Hill, Irwin / Mate d.o.o.
6. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, Uvođenje eura, preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], dostupno na: <https://www.hanfa.hr/upozorenja-hanfe/uvo%C4%91enje-eura/>
7. Isengard B., Schneider T.,(May 2007.) *Attitudes towards the euro: an empirical study based on the german socio-economic panel (SOEP)*, Njemacka, preuzeto na dan: 27.06.2023, [e-publikacije], dostupno na: https://www.jstor.org/stable/pdf/20734445.pdf?refreqid=excelsior%3Afc1c9556666be1c77afd2d498257003d&ab_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1
8. Kersan-Šlabić I. (2015.), *Ekonomija Europske Unije*, Pula, Fakultet ekonomije i turizma Dr. Mijo Mirković Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli
9. Kolaković M. (2006.), *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Zagreb, Sinergijsko nakladništvo
10. Kolaković M., Mikić M., (2020.) *Poduzetništvo u 21. stoljeću*, Zagreb, Studentski poduzetnički inkubator sveučilišta u Zagrebu
11. Kolaković M., Morić Milanović B., (10.2006) *Poticaji u financiranju malih i srednjih poduzeća*, Računovodstvo, revizija i financije.
12. Lovrinović I., Ivanov M.(2009.), *Monetarna politika*, Zagreb, RRIF plus

13. Mihelja Žaja M., Anđelinović M. (2020.), *Premija rizika državih obveznica kao pokazatelj učinkovitosti fiskalne politike*, Zagreb, Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu.
14. Ministarstvo financija,(27. siječanj. 2022.,) Uvođenje eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj, Zagreb. preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], Dostupno na: <https://mfin.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Uvo%C4%91enje%20eura%20kao%20slu%C5%BEbene%20u%20rh.pdf>
15. Mishkin, F.S. (2010.), *Ekonomija novca, bankarstva i financijskih tržišta*, Zagreb, Mate d.o.o.
16. Noršić I., Šošić V., Bukovšak M., Korunić T., Šonje B (2003.), *Europska monetarna unija i Hrvatska*, Zagreb, Masmedia d.o.o.
17. Papadia F. (26 July 2017), *Italian economic growth and the euro*, Italija, preuzeto na dan: 27.06.2023, [e-publikacija], dostupno na <https://www.bruegel.org/blog-post/italian-economic-growth-and-euro>
18. Paparella I., (2001.) *Uvođenje eura – početci i očekivanja*, Dubrovnik, preuzeto na dan: 27.06.2023, [e-publikacije] Dostupno: <https://hrcak.srce.hr/file/324812>
19. Pufnik A., (2017.) Effects of the adoption of the Euro on consumer prices and inflation perceptions: An overview of experiences and assessment of the possible impact in Croatia, Zagreb, , preuzeto na dan: 27.06.2023, [podatkovni dokument], dostupno na <https://www.hnb.hr/repec/hnb/survey/pdf/s-027.pdf>
20. Vrabec, M. (2016). *MONETARNA POLITIKA REPUBLIKE HRVATSKE NAKON ULASKA U EUROPSKU UNIJU* (Završni rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:48153>
21. Vuković K., (2012), *Mala i srednja poduzeća u Europskoj Uniji*, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin,, preuzeto na dan: 27.06.2023, [e-publikacije] Dostupno na: http://library.foi.hr/m3/s/404/014741/Vukovic_Mala_i_srednja_poduzeca.pdf
22. Mišćević. V:“ Proces uvođenja eura u hrvatsko gospodarstvo
23. Paparella I., (2001.) *Uvođenje eura – početci i očekivanja*, Dubrovnik, preuzeto na dan:, [e-publikacije] Dostupno: <https://hrcak.srce.hr/file/324812>

POPIS TABLICA

Tablica 1. Faze razvoja Henryja Forda.....	6
Tablica 2. Pojmovno određivanje poduzetnika kroz povijest	7
Tablica 3. Definicija MSP iz 1996. godine.....	14
Tablica 4. Nova definicija MSP iz 2005. godine.....	15
Tablica 5. Izmjene u zakonu o računovodstvu glede veličine poduzeća.....	26
Tablica 6. Kretanje malih, srednjih i velikih poduzeća kroz godine	27
Tablica 7. Usporeba broja poduzeća, zaposlenih, prihoda i rashoda 2019 i 2022. godine,.....	28
Tablica 8. Europske valute koje su se zamjenile eurom, iznos tečaja i godina prelaska.....	32
Tablica 9. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Poljske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima	39
Tablica 10. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Njemačke za razdoblje 2012-kolovoz 2023 po mjesecima	41
Tablica 11. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Mađarske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima	43
Tablica 12. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Španjolske za razdoblje 2012-kolovoz 2023 po mjesecima	44
Tablica 13. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena Republike Hrvatske za razdoblje 2012-srpanj 2023 po mjesecima	45
Tablica 14. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema komponentama	46
Tablica 15. INDEKSI POTROŠAČKIH CIJENA, POSEBNI AGREGATI, SRPANJ 2023.	47

POPIS GRAFIKONA

Graf 1. Broj poduzeća u Europskoj Uniji 2008-2022	16
Graf 2. Broj mikro, malih i srednjih poduzeća u EU 2008-2022.....	17
Graf 3. Broj mikro poduzeća (do 10 zaposlenih) po državi članici u 2022.	17
Graf 4. Broj malih poduzeća (10-49 zaposlenih) po državi članici u 2022. godini	18
Graf 5. Broj srednjih poduzeća (od 50 do 249 zaposlenih) po državi članici u 2022.	19
Graf 6. Broj velikih poduzeća (više od 250 zaposlenih) po državama članicama u 2022.....	19
Graf 7. Udio poduzeća po veličini u ukupnom broju poduzeća po državi članici u 2022.	20
Graf 8. Udio broja zaposlenih u MSP u ukupnom broju zaposlenih	21
Graf 9. Broj zaposlenih u MSP i velikim poduzećima po državi članici u 2022.	21
Graf 10. Udio zaposlenih u MSP u ukupnom broju zaposlenih (u %) po državi članici u 2022.....	22
Graf 11. Distribucija dodane vrijednosti po državama članicama u 2021.	23
Graf 12. Ukupni prihodi poduzetnika u 2022. godini prema veličini (u milijunima kuna)	29
Graf 13. Ukupni prihodi poduzetnika u 2019. godini prema veličini (u milijunima kuna)	29
Graf 14. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena u mjesecu Lipnju 2023. po državama	37
Graf 15. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA POLJSKU OD 2012 DO 2022	38
Graf 16. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA NJEMAČKU OD 2012 DO 2023	40
Graf 17. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA MAĐARSKU OD 2012 DO 2023	42
Graf 18. HARMONIZIRANI INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA ZA ŠPANJOLSKU OD 2012 DO 2023	44

POPIS SLIKA

Slika 1. Povijest prilika zarade	8
Slika 2. Stope inflacije po državama Europe	38
Slika 3. Stope inflacije države Eurozone.....	38
Slika 4. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Poljska	40
Slika 5. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Njemačka.....	41
Slika 6. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Mađarska.....	43
Slika 7. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena prema skupinama Španjolska.....	45
Slika 8. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (hrana)	48
Slika 9. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (povrće).....	48
Slika 10. Inflacija u pojedinoj skupini proizvoda (kruh i žitarice)	49

ANKETA

Anketno pitanje 1.....	53
Anketno pitanje 2.....	54
Anketno pitanje 3.....	54
Anketno pitanje 4.....	55
Anketno pitanje 5.....	55
Anketno pitanje 6.....	56
Anketno pitanje 7.....	56
Anketno pitanje 8.....	57
Anketno pitanje 9.....	57
Anketno pitanje 10.....	58
Anketno pitanje 11.....	59
Anketno pitanje 12.....	59
Anketno pitanje 13.....	60

ŽIVOTOPIS

ŽIVOTOPIS

KONTAKT INFORMACIJE:



Ime i prezime: Nikola Tomašević

Datum i mjesto rođenja: 6. prosinac 1996., Zagreb,
Hrvatska

Adresa: Srednjaci 26, 10 000 Zagreb **Broj telefona:**

01/8890-952 **Broj mobitela:** 098/675-411 **e-mail:**

nikolatomasevic.nt@gmail.com

OBRAZOVANJE:

2020. – ... Diplomski stručni studija Poslovne ekonomije
Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet

2016. – 2019. Preddiplomski stručni studij Poslovne ekonomije
Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet

2011. – 2015. Srednja stručna sprema
Druga ekonomska škola, Zagreb

RADNO ISKUSTVO:

Studentski poslovi:

- Grant Thornton Croatia – posao u reviziji
- Grant Thornton Croatia – posao u računovodstvu (knjiženje ulaznih i izlaznih računa, izrada i knjiženje mjesečnih temeljnica plaće i ostalo, aktivna i pasivna vremenska razgraničenja, komunikacija sa klijentima, ispunjavanje PD obrazaca, pisanje obrazloženja na zaprimljeni porezni akta, predavanje PDV obrazaca, rad u SAOP programu)

- **Kulić&Sperk Savjetovanje – posao u računovodstvu (knjiženje ulaznih i izlaznih računa, izdavanje izlaznih računa, komunikacija sa klijentima, obračun i isplata plaća, knjiženje putnih naloga, glavne blagajne te kartičnog plaćanja, aktivno i pasivno vremensko razgraničavanje, komunikacija sa poreznom, FINOM, RRIF-om, izrada RAD 1G obrazaca, prebacivanje klijenata iz programa Domino u E-račune, amortizacija, asistiranje u izradi završnog računa)**
- **Schindler Hrvatska – posao u back officu NI prodaje te asistiranje u računovodstvu kroz aplikaciju google dynamics)**
- **Fond za obnovu od potresa Grada Zagreba, Krapinsko – zagorske županije i Zagrebačke županije – rad u call centru i na terenu**
- **MPG d.o.o. – promidžba Philip Morris asortimana**
- **OVB Allifanz Croatia d.o.o. – financijsko savjetovalište**

PROJEKTI I POSTIGNUĆA

- Certifikat iz osobnih financija na temu osobna potrošnja
- Summer Tax academy 2021 (Ersten Young & Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu)

OSOBNJE VJEŠTINE I KOMPETENCIJE:

- preciznost i točnost u radu
- marljivost i odgovornost
- komunikativnost i prezentacijske vještine
- proaktivnost i samostalnost u radu
- spremnost na timski rad
- analitičke vještine
- ambiciozan
- pozitivan

Strani jezici:

Engleski jezik: napredno znanje

Njemački jezik: osnovno znanje

Talijanski jezik: osnovno znanje

Rad na računalu:

Odlično poznavanje:

- Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook...)
- Internet
- Google dynamics
- Domino
- E-računi

Osnovno poznavanje:

- SAP
- SAOP
- Luceed

Ostale vještine i interesi:

- vozačka dozvola B kategorije
- veslanje, boks
- član DVD-a Trešnjevka
- Član Crvenog križa

ZAHVALA

Ovim putem se želim zahvaliti, prije svega, svojem mentoru Izv. prof. dr. sc. Mihovilu Anđelinoviću doajenu ekonomskog fakulteta, izvrtanom stručnjaku i jako dobrom prof. koji je svojim predavanjima u meni pobudio inicijativu za pisanje ovog rada kao i prethodnog završnog na kojem mi je također bio mentor te svojim mentoriranjem olakšao pisanje ovih radova. Nakon cijenjenog profesora, zahvalio bih se i stručnom vijeću koje mi je bilo na obrani i evaluaciji ovog diplomskog rada. Srdačno se zahvaljujem svojoj majci koja mi je uvijek bila potpora i podrška kako kroz ovaj rad tako kroz moje studiranje, ali i cijeli život. Zahvalio bih se i svojem najboljem prijatelju Leonu Buliću koji mi je omogućio neke podatke bez kojih izrada ovog rada ne bi bila moguća, rođakinji Katarini Milković koja mi je ustupila svoj ured te tima inicijalno pomogla oko strukturiranja ovoga rada te tetki Maji Živković koja je potpomogla u lektoriranju rada. Zahvalio bih se i ekonomskom fakultetu koji me je osposobio za daljnji život i posao te potaknuo u meni želju i volju za daljnjim cjeloživotnim učenjem i razvijanjem akademskom i profesionalnom.