

Poduzetništvo kao generator konkurentnosti u zemljama Europske unije

Papić, Klara

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:678510>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet**

Specijalistički diplomski stručni studij – Ekonomika poduzetništva

**PODUZETNIŠTVO KAO GENERATOR KONKURENTNOSTI U
ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE**

Diplomski rad

Klara Papić

Zagreb, 2022.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Specijalistički diplomski stručni studij – Ekonomika poduzetništva

**PODUZETNIŠTVO KAO GENERATOR KONKURENTNOSTI U
ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE
ENTREPRENEURSHIP AS AN INCENTIVE FOR
COMPETITIVENESS IN THE EUROPEAN UNION**

Diplomski rad

Student: Klara Papić

JMBAG: 0067573909

Mentor: Izv. prof.dr.sc. Valentina Vučković

Zagreb, rujan, 2022.

SAŽETAK

Poduzetnici imaju veliku, gotovo neizmjernu ulogu u pokretanju gospodarskog rasta i razvoja cjelokupnog društva. Oni utječu na proces ekonomskog razvoja kroz učinkovito korištenje resursa, radne snage i financija. Danas, kao i kroz povijest, poduzetništvom vladaju tržišne sile poznate kao ponuda i potražnja, dok konkurentnost poduzeća podrazumijeva pronalazak načina kako biti ispred drugih poduzeća na tržištu. Ona je osnovni preduvjet opstanka poduzeća dok izgradnja i stalno podizanje konkurentnosti postaje ključna zadaća njegovih menadžera. U svrhu generiranja konkurentnosti u zemljama Europske unije, valja biti upoznat s raznim pojedinostima makroekonomskog okruženja (primjerice, stope preživljavanja novih tvrtki, institucionalne i kulturne postavke, motivacije i kvalifikacije poduzetnika). Takav strukturirani pogled, nije bitan samo za poduzetničku zajednicu, već i za političare diljem svijeta koji trebaju detaljne informacije o utjecaju poduzetništva u svrhu promoviranja prave vrste poduzetništva u pravim situacijama te unaprijeđenja proizvodnje i zaposlenosti, a time i povećanja gospodarskog rasta.

Ključne riječi: poduzetništvo; konkurentnost; ekonomska efikasnost; Europska unija.

ABSTRACT

Entrepreneurs have a large, almost immeasurable role in initiating economic growth and development of the entire society. They influence the process of economic development through the efficient use of resources, manpower and finance. Today, as throughout history, entrepreneurship is ruled by market forces known as supply and demand, while the competitiveness of a company means finding ways to be ahead of other companies on the market. It is the basic prerequisite for the survival of the company, while building and constantly raising competitiveness becomes the key task of its managers. In order to generate competitiveness in the countries of the European Union, it is necessary to be familiar with various details of the macroeconomic environment (for example, survival rates of new companies, institutional and cultural settings, motivations and qualifications of entrepreneurs). Such a structured view is important not only for the entrepreneurial community, but also for politicians around the world who need detailed information about the impact of entrepreneurship in order to promote the right type of entrepreneurship in the right situations and improve production and employment, and thus increase economic growth.

Key words: entrepreneurship, competitiveness, economic efficiency, European Union.

Klara Papić

Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____ **diplomski rad**
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuje korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 14. rujna 2022. godine



(potpis)

SADRŽAJ:

SAŽETAK.....	I
ABSTRACT	I
1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja.....	2
1.3. Struktura rada	2
2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA	3
2.1. Definiranje poduzetništva.....	4
2.2. Razvoj i vrste poduzetništva	5
2.3. Mjerenje poduzetništva	7
2.4. Ekonomski i društveni značaj poduzetništva	10
3. UTJECAJ PODUZETNIŠTVA NA KONKURENTNOST ZEMALJA.....	13
3.1. Pojmovno određenje konkurentnosti.....	13
3.2. Mjerenje konkurentnosti na nacionalnoj, regionalnoj i na razini poduzeća.....	16
3.3. Odrednice konkurentnosti	18
3.4. Pregled postojećih istraživanja o povezanosti poduzetništva i konkurentnosti zemalja.....	21
4. ANALIZA UTJECAJA PODUZETNIŠTVA NA KONKURENTNOST U ODABRANIM ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE.....	25
4.1. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Slovenije	25
4.2. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Njemačke	30
4.3. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Španjolske.....	34
4.4. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Bugarske	37
4.5. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Republike Hrvatske.....	40
5. ZAKLJUČAK.....	45
POPIS LITERATURE	47
POPIS TABLICA.....	51
POPIS GRAFIKONA	52
ŽIVOTOPIS	53

1. UVOD

Poduzetništvo se odnosi na traženje prilika izvan kontroliranih resursa. Poduzetništvo postaje sve više društveno svjesno, uzimajući u obzir utjecaj poduzetničke aktivnosti na društvena pitanja i nastojeći promatrati mogućnost rješavanja tih pitanja kao važnu funkciju poduzetništva. Utjecaj poduzetnika na gospodarski rast općenito je pozitivan, iako može biti više mješovit nego što njegovi zagovornici shvaćaju s dokazima koji upućuju na vrlo različite rezultate unutar različitih sektora gospodarstva. Dokazi o tome koliko su društveno svjesne inovacije bile učinkovite u rješavanju pitanja kojima se povijesno bave, bili su pomiješani.

Iako postoje razni čimbenici u odnosu između poduzetništva, gospodarskog rasta, razvoja i blagostanja, doprinos poduzetništva gospodarskom rastu je značajan. Poduzetnički napori doveli su do novih društvenih, političkih i gospodarskih promjena, generirajući inovacije koje će se baviti kontinuiranim društvenim problemima kao što su klimatske promjene i strukturni rasizam. Primjerice, strukturni rasizam može biti izrazito naglašen u području zapošljavanja. Iako je općenito pozitivna, veza između poduzetništva i poboljšanja blagostanja je složena, te pod utjecajem brojnih čimbenika kao što su regionalno stanovništvo, gustoća poduzetništva i specifična industrija u kojoj se poduzetnička aktivnost odvija.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je poduzetništvo kao generator konkurentnosti u zemljama Europske unije. Naime, uz inovacije, poduzetništvo predstavlja najveću priliku, ali i izazov u procesu poticanja rasta konkurentnosti na razini Europske unije.

Poduzetništvo, putem otvaranja novih radnih mjesta, zapošljavanja ljudi i korištenja njihovih znanja i vještina za stvaranje inovativnih proizvoda i usluga, utječe ne samo na nacionalnu, već i na svjetsku ekonomiju. Glavni cilj ovog rada je objasniti i analizirati koncepte vezane za poduzetništvo, njegove značajke i razvoj te glavne funkcije. Prikazuje se na koji način se ono mjeri te se kroz pregled postojećih istraživanja prikazuje njegov ekonomski i društveni značaj. Nadalje, kroz pojmovno određenje pojma konkurentnosti kao višedimenzionalnog koncepta, te kroz analizu glavnih odrednica konkurentnosti na svim razinama, dat će se poseban naglasak na poticanje poduzetničke aktivnosti kao sastavnog elementa u procesu rasta konkurentnosti zemalja.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

U radu se koriste sekundarni izvori podataka koji obuhvaćaju literaturu iz područja poduzetništva kao temelja ekonomskog razvoja (*Global Entrepreneurship Monitor*) i konkurentnosti (*Global Competitiveness Index*) te se analizira veza između poduzetništva i konkurentnosti odabranih zemalja.

Kroz rad se analizira utjecaj poduzetništva na konkurentnost pet država članica Europske unije: Slovenije, Njemačke, Španjolske, Bugarske i Hrvatske. Nadalje, prikazuje se i objašnjava na koji način nove poduzetničke inicijative povećavaju produktivnost i utječu na konkurentnost navedenih zemalja. Metode istraživanja koje se koriste su metoda zaključivanja, metoda komparacije i deskripcije, te deduktivna i statistička metoda.

1.3. Struktura rada

Diplomski rad je obrađen kroz pet međusobno povezanih cjelina koje obrađuju temu „Poduzetništvo kao generator konkurentnosti u zemljama Europske unije“.

Nakon uvoda, u drugom dijelu pod naslovom „Pojmovno određenje poduzetništva“, obrađuje se pojam poduzetništva, razvoj i vrste poduzetništva, mjerenje poduzetništva te ekonomski i društveni značaj poduzetništva.

U trećem dijelu, pod naslovom "Utjecaj poduzetništva na konkurentnost zemalja" analizira se pojam određenje konkurentnosti, mjerenje konkurentnosti na nacionalnoj, regionalnoj i na razini poduzeća, odrednice konkurentnosti te pregled postojećih istraživanja o povezanosti poduzetništva i konkurentnosti zemalja.

"Analiza utjecaja poduzetništva na konkurentnost u odabranim zemljama Europske unije" naslov je četvrtog dijela, a u kojem se analizira utjecaj poduzetništva na konkurentnost Slovenije, Njemačke, Španjolske, Bugarske te utjecaj poduzetništva na konkurentnost Republike Hrvatske.

U zadnjem poglavlju izložena je sinteza cjelokupnog rada i istraživanja te su navedene najvažnije spoznaje do kojih se došlo prilikom izrade ovog diplomskog rada.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA

Pojam poduzetništva može imati širok raspon poimanja. Slobodnom formom rečeno, poduzetništvom se smatra aktivnost pojedinca (poduzetnika), da sam ili uz pomoć drugih poduzetnika, poduzme određenu inicijativu ili ulaganje u poslovni pothvat, u svrhu ostvarivanja određene gospodarske (ili čak i društvene) koristi.

Dakle, poduzetnikom se smatra osoba koja stvara novi poslovni subjekt i prihvaća izazov za njegov razvoj i djelovanje. Poduzeće je, u bitnom, zapravo drugi naziv za trgovačko društvo koje je osnovao poduzetnik (član društva odnosno osnivač). Pojam poduzeće je bilo definirano člankom 1. Zakona o poduzećima, Narodne novine, br. Službeni list SFRJ br. 77/88., 40/89., 46/90., 61/90., Narodne novine br. 53/91., 71/91., 26/93., 58/93., 111/93. (1988.), kao pravna osoba koja obavlja privrednu djelatnost radi stjecanja dohotka odnosno dobiti.

Međutim, nakon stupanja na snagu Zakona o trgovačkim društvima, Narodne novine, br. 111/93., 34/99., 121/99., 52/00., 118/03., 107/07., 146/08., 137/09., 125/11., 152/11., 111/12., 68/13., 110/15., 40/19., 34/22 (1993.) taj pojam se više ne koristi, već se koristi pojam trgovačko društvo. Trgovačkih društava ima više odnosno to su javno trgovačko društvo, komanditno društvo, dioničko društvo, društvo s ograničenom odgovornošću i gospodarsko interesno udruženje. Iako, valja spomenuti da se u Zakonu o trgovačkim društvima i dalje koristi pojam poduzeće ali samo u smislu organizacijske jedinice trgovačkog društva.

Prema navedenom, poduzeće je arhaični izraz za gospodarsku pravnu osobu koja se i danas uobičajno koristi kao uvriježeni pojam, a u smislu ovog rada koji se bavi poduzetništvom, u nastavku ovog rada koristi se pojam poduzeće za trgovačka društva.

Nadalje, poduzetništvo djeluje u okviru ekosustava koji se naziva poduzetnički ekosustav. Ekosustav se sastoji od vladinih programa i shema koje potiču poduzetništvo, nevladinih organizacija koje pružaju savjetodavne usluge poduzetnicima i drugih organizacija koje promiču i podupiru poduzetništvo izravno ili neizravno.

Poduzetništvo nije ograničeno na pokretanje novog posla, već suočavanje s izazovima na svakom koraku. To je važan alat za premošćivanje jaza između znanosti i tržišta, pri čemu se formira novo poduzeće i novi proizvodi i usluge iznose na tržište (Business Jargons, 2022.).

U nastavku se pojašnjava pojam poduzetništva, razvoj i vrste poduzetništva, mjerenje poduzetništva te ekonomski i društveni značaj poduzetništva.

2.1. Definiranje poduzetništva

Poduzetništvo predstavlja akcelerator za cjelokupno gospodarstvo pojedinih država odnosno ekonomija. To je ključni čimbenik koji se odnosi na povećanje konkurentnosti na način da se ostvari generiranje rada kao i poticanje otvaranja novih radnih mjesta.

Nadalje, važnost i kompleksnost poduzetništva se odnosi na brojne elemente koji imaju utjecaj na poduzetništvo. Stoga se tu mogu izdvojiti ekonomski, tehnološki, društveni i sociološki elementi. Oni se odnose i na proces zapošljavanja, razvijanja, održavanja stabilnosti društva kao i stupnja obrazovanja (Kutnjak, 2010: 79).

Poduzetništvo se odnosi i na proces ulaganja resursa prema određenim poslovnim aktivnostima s ciljem ostvarenja pojedinih ekonomskih učinaka. Nadalje, na temelju suvremene teorije poduzetništvo predstavlja novog činitelja reprodukcije. Glavni cilj poduzetništva odnosi se na ostvarivanje profita. Iako se današnje vrijeme nastoji ostvariti održivo, etičko i moralno unapređenje poslovnog rasta nastoji se većinski ostvariti rast (Bartoluci i Budimski, 2010: 179). Glavni cilj poduzetništva je kreiranje novih vrijednosti kroz pokretanje i razvoj novih poduzeća. Slijedom navedenog, poduzetništvo predstavlja temeljni faktor za proizvodnju, međutim, teško je zamisliti razvijeno društvo koje nema vođe odnosno mogućnost organiziranja ekonomskog života.

Poduzetništvo se odnosi na velik broj djelatnosti koje se usmjeravaju prema ulaganju i kombiniranju potrebnih resursa, širenju prema novim tržištima, kreiranju novih proizvoda, novih tehnologija te odgovarajućih rješenja. Nadalje, poduzetništvo je direktno povezano sa dostupnim resursima jer upravo o resursima ovisi razina proizvodnje za određene proizvode te usluge kao i razina zadovoljenja bitnih ljudskih potreba (Vajić, 1994: 43).

Poduzetništvo se u ekonomiji može definirati na brojne, različite načine. Poduzetništvo se stoga odnosi na proces donošenja odluka u uvjetima nesigurnosti. Ipak, ovaj pristup ne pojašnjava poduzetništvo u potpunosti te propušta njegovu bit za ekonomski proces, posebno određenim djelatnostima poput ugostiteljstva.

S ekonomskog aspekta, poduzetništvo se odnosi na proces ulaganja resursa prema određenim poslovnim aktivnostima s ciljem ostvarenja konačnih, odgovarajućih ekonomskih učinaka (Bartoluci i Škorić, 2009: 155).

Specifičnost određenih djelatnosti ima utjecaj prema strukturama i vrijednostima pojedinih resursa na temelju kojih se temelji proces poduzetništva. Vrste i značajke djelatnosti su određene kroz uvjete te veličine ulaganja na temelju kojih ovise te ostvaruju korist. Nadalje, može se razlikovati poduzetništvo u okviru proizvodnih djelatnosti od poduzetništva u sklopu uslužnih djelatnosti (Kružić, 2007: 155).

2.2. Razvoj i vrste poduzetništva

Kroz povijest, poduzetništvom su uvijek vladale tržišne sile poznate kao ponuda i potražnja. Rani poduzetnici zadovoljili su potrebe poljoprivrednika dajući im alate i sklonište. U zamjenu su dobivali hranu kojom su mogli prehraniti svoje obitelji. Kako su godine prolazile, načini poduzetništva dramatično su se mijenjali, ali temeljni razlozi za poduzetništvo ostali su isti. Posvuda u svijetu poduzetnici su se pojavili kako bi odgovorili na potražnju. Inovirali su i razvijali nove tehnologije za rješavanje problema koje nitko nikada prije nije riješio. U isto vrijeme, konkurencija je osigurala da osobni interes poduzetnika ne uzrokuje sveukupni negativan utjecaj na društvo. Konkurencija sprječava poduzetnike da, na primjer, pretjerano naplaćuju robu ili prenisko plaćaju zaposlenike (Bebusinessed, 2022.).

Prvobitni poduzetnici bili su trgovci. Prvi poznati primjer trgovine dolazi iz Nove Gvineje oko 17.000 godina prije Krista, gdje su lokalni stanovnici razmjenjivali opsidijan, crno vulkansko staklo koje se koristilo za izradu lovačkih vrhova strijela za drugu potrebnu robu. Ti rani poduzetnici mijenjali su jednu robu za drugu. Oko 15.000 pr.n.e. počelo se odvijati prvo pripitomljavanje životinja, a oko 10.000 pr.n.e., prvo pripitomljavanje biljaka. Ovaj korak je bio ključan za napredak ljudske vrste. Sada, umjesto da se stalno kreću kao nomadska plemena, tražeći nova mjesta za lov i okupljanje, mogli su ostati na jednom mjestu. Poljoprivreda je omogućila da se počnu formirati veće stacionarne zajednice i gradovi, koji su doprinijeli razvoju i širenju ljudskog znanja (Allis, 2022.). Poljoprivreda je omogućila formiranje stabilnih, a ne migracijskih populacija i postavila temelje za rast stanovništva. S obzirom na to da se sve više ljudi useljavalo u ove stabilne zajednice, jedan od najvažnijih napredaka bio je početak specijalizacije. Umjesto da svako pleme lovi i skuplja hranu, različiti pojedinci unutar svakog

plemena postali bi stručnjaci za određene zadatke, kao što su poljoprivreda, lov, sakupljanje, ribolov, kuhanje, izrada alata, izgradnja skloništa ili izrada odjeće.

Važnost specijalizacije za različite poslove ne može se precijeniti. Kako su se neki pojedinci u zajednici usredotočili na jednu ili drugu aktivnost, postali su mnogo bolji u tome, ubrzavajući tempo inovacija. S obzirom na to da su se različiti ljudi usavršavali u različitim zadacima kroz specijalizaciju, mogli su međusobno razmjenjivati različite potrebne robe i usluge, povećavajući koristi za sve. Kako su se poljoprivredne metode poboljšale, pojavili su se prvi gradovi. Pouzdane zalihe hrane omogućile su ljudima da grade trajne kuće i nastane se na jednom području (Allis, 2022.). Naselja su se povećavala, i razvijale su se nove društvene institucije, primjerice, vjerski centri, sudovi i tržnice. Pojava gradova dovela je do daljnje specijalizacije, i generiranja radnih mjesta

Tradicionalno, poduzetništvo je kategorizirano u četiri glavne vrste: mala poduzeća, start-upi, velike tvrtke i društveni poduzetnici. Ovi modeli pokrivaju osnove pokretanja posla i više se fokusiraju na samo poduzeće, a ne na kvalitete poduzetnika. Međutim, kao što se svijet nastavlja mijenjati, mijenjaju se i tvrtke. To znači nove prilike za preuzimanje rizika i inovativne igrače koji mijenjaju igru kako bi utirali put na različite poduzetničke načine. Imajući to na umu, iako postoji dosta sličnosti kada su u pitanju izazovi s kojima će se susresti svi vlasnici poduzeća, postoje određene vrste poduzetništva definirane vještinama, karakteristikama i crtama osobnosti poduzetnika.

Nadalje, poduzetništvo se može odnositi prema pojedincima koji imaju ideje te ih namjeravaju provesti. Sva poduzetništva započinju u obliku malih poduzeća no vizija se odnosi na ostvarenje visoke dobiti te osvajanje tržišnog udjela s inovativnim novim idejama.

Bez obzira na područja u koja se današnji poduzetnici upuštaju, njihov cilj se neće toliko razlikovati od onih ranih plemena koja su razmjenjivala vulkansko kamenje, Henryja Forda koji je napravio svoje prve automobile ili Billa Gatesa koji je stvorio operativni sustav koji je revolucionirao osobno računalstvo. Radi se o rješavanju problema kupca, ili poput Stevea Jobsa, ponuditi im nešto za što nisu ni znali da žele (Jooris, 2021.). Četvrta industrijska revolucija tek treba biti u potpunosti napisana, a na poduzetnicima je da ispune stranice svojim idejama.

2.3. Mjerenje poduzetništva

Analitičari i ekonomski teoretičari već odavno shvaćaju da su poduzetništvo i poduzetnici važni pokretači gospodarskog rasta, zapošljavanja, inovacija i produktivnosti (Ahmad i Hoffman, 2007:2).

Iako se u literaturi koristi mnogo različitih mjera, pet mjera posebno je rasprostranjeno u istraživanju i predstavlja različite dimenzije poduzetništva. To su: samozapošljavanje, osnivanje nove tvrtke, poduzetništvo u ranoj fazi, poduzetništvo iz nužnosti i poduzetništvo iz mogućnosti. Osim ovih pet, mjere rasta poduzeća također su relevantne (Desai, 2022.).

Osim mjera koje obuhvaćaju kako i zašto nastaje poduzetništvo, određivanje onoga što se događa u smislu ishoda također postaje sve značajnije. To je zato što kreatori politike možda žele ciljati na određene vrste poduzetništva koje donose određene dobitke. Kada je riječ o procjeni dobitaka kao što je otvaranje novih radnih mjesta, poznavanje ukupnog obujma novih tvrtki i motivacije u poduzetništvu nisu dovoljne, jer ni jedno ni drugo ne obuhvaća stvarni ishod poduzetničke aktivnosti (Desai, 2022.).

Nadalje, nedostaci i rastuća važnost poduzetništva u domeni politike povećali su potrebu za međunarodno usporedive pokazatelje poduzetništva i, doista, za međunarodno prihvaćenu mjeru poduzetništva. No, mjere moraju moći pružiti informacije ne samo o tome koliko poduzetnika ima, nego također moraju biti u mogućnosti pružiti informacije o pokazateljima utjecaja na postizanje specifičnih ciljeva politike (Ahmad i Hoffman, 2007:3).

Mjerenje rasta u poduzetničkim tvrtkama može se provesti na nekoliko načina, a opet, kontekst je vrlo važan. Jedan značajan izazov je da se rast treba mjeriti na razini poduzeća. Mjere koje se temelje na zapošljavanju, kao što su promjene u broju plaćenih zaposlenika s punim radnim vremenom, mogu se lako izračunati i ne zahtijevaju visoku razinu tehničke stručnosti ili pristup menadžeru unutar tvrtke.

Međutim, definicija plaćenih ili zaposlenih s punim radnim vremenom može varirati od zemlje do zemlje. Na primjer, u zemlji u kojoj se radnicima mogu neformalno osigurati egzistencija i stanovanje, ali ne i plaće (tj. ono što predstavlja plaćeni rad s punim radnim vremenom može se razlikovati), ova mjera ne bi obuhvatila rast.

Osim toga, mjere temeljene na zapošljavanju možda nisu prikladne u nekim industrijama. Na primjer, u poduzetničkim tvrtkama koje automatiziraju svoju proizvodnju, moglo bi se pretpostaviti da pad zaposlenosti ne odražava rast, dok zapravo može biti suprotno.

Drugi pristup mjerenju poduzetništva rasta je korištenje tradicionalnih računovodstvenih mjera uspješnosti, kao što su prodaja, prihodi ili profiti (Desai, 2022.). To može biti problematično jer se računovodstveni standardi razlikuju od zemlje do zemlje i jer bi ovaj pristup izostavio veliki broj neregistriranih poduzetnika.

U zemljama koje imaju značajnu korupciju, poduzetnici mogu prijaviti manje ili ne prijaviti uopće ove informacije. U bogatijim zemljama, gdje se regulatorni zahtjevi bolje provode, mjere temeljene na učinku mogu biti pouzdanije. Posebno zanimljiva podskupina poduzetničkih tvrtki uključuje one koje se mogu baviti izvozom, pa je rast izvoza još jedna opcija za mjerenje rasta poduzetništva.

Kreatori politike mogu mnogo naučiti iz istraživanja poduzetništva temeljenog na podacima. Međutim, značajan izazov je taj što su pokrivenost, dostupnost i usporedivost podataka ograničeni. Glavno ograničenje je poteškoća u prikupljanju podataka zbog tehničkih zahtjeva, koordinacije i usklađivanja, te troškova.

Napori prikupljanja podataka koji imaju za cilj sastaviti i integrirati postojeće podatke suočavaju se s izazovom nestandardiziranih definicija, što ograničava usporedivost. Napori usmjereni na stvaranje potpuno novih informacija korištenjem standardiziranih protokola mogu maksimizirati usporedivost podataka, ali oni su skupi i mogli bi na kraju ograničiti pokrivenost jer sve zemlje ili industrije neće moći ili htjeti usvojiti nove protokole (Desai, 2022.).

Izazovi s podacima posebno su problematični u zemljama s niskim dohotkom, koje se suočavaju s većim izazovima financiranja i kapaciteta u prikupljanju podataka i izvješćivanju. O tome svjedoči rasprostranjenost podataka koji nedostaju među zemljama s niskim dohotkom. Ova pitanja su dodatno pogoršana u zemljama sukoba, gdje su pristup, sigurnost i sredstva za prikupljanje podataka poseban izazov. Ovi problemi nerazmjerno utječu na zemlje koje bi imale značajnu korist od povećanog poduzetništva, osobito one na Bliskom istoku i podsaharskoj Africi.

Također postoji nepovezanost između podataka na razini tvrtke i na razini zemlje. Podaci na razini države korisni su za razumijevanje cjelokupnog trenda i praćenje velikih promjena

tijekom vremena. Podaci na razini su korisni kada je fokus na određene vrste poduzetništva, kao što je žensko poduzetništvo, ili za ciljanje određenih ishoda poput otvaranja radnih mjesta ili rasta izvoza (Desai, 2022.).

Nacionalna istraživanja o regionalnom gospodarskom razvoju i poduzetništvu također mogu imati koristi od više podataka na razini poduzeća, koji se mogu usporediti među regijama. Na primjer, kreatori politike na regionalnoj razini trebaju podatke na razini poduzeća kako bi razumjeli koji faktoripotiču rast poduzetništva u gradovima (Desai, 2022.).

Posljednjih godina poduzetništvo je postalo popularna riječ u poslovnom svijetu. Političari kontinuirano ističu njegovu važnost i potrebu za stvaranjem više poduzetničkih društava, a novine i televizijski programi često stvaraju teme oko uspješnih poduzetnika. No, provođenje politika povezanih s poduzetništvom često je ograničeno nedostatnim empirijskim informacijama koje se odnose na poduzetništvo (njegovu veličinu, čimbenike i koristi). Stoga, u nedostatku definicija koje obuhvaćaju bit poduzetništva i pokazatelja poduzetništva koji su međunarodno usporedivi, kreatori politika ostaju bez *kormila* kada je u pitanju razvoj politika, osobito kada se one odnose na učenje iz najbolje međunarodne prakse (Ollivaud et al, 2016:15). Ovi nedostaci i sve veća važnost poduzetništva u domeni politike povećali su potrebu za čvršćom osnovom za međunarodno usporedive pokazatelje poduzetništva.

Također je bitno spomenuti istraživački program Global Entrepreneurship Monitor (GEM) koji predstavlja godišnju procjenu nacionalne razine poduzetničke aktivnosti. Pokrenut 1999. godine s 10 zemalja, progresivno je proširio svoju pokrivenost. GEM se fokusira na tri glavna cilja (Strath, 2022.):

- za mjerenje razlika u poduzetničkim stavovima, aktivnostima i aspiracijama među gospodarstvima,
- otkriti čimbenike koji određuju prirodu i razinu nacionalne poduzetničke aktivnosti,
- identificirati implikacije politike za jačanje poduzetništva u gospodarstvu.

GEM je jedinstven jer, za razliku od većine skupova podataka o poduzetništvu koji mjere novije i manje tvrtke, GEM proučava ponašanje pojedinaca s obzirom na pokretanje i upravljanje poslom. Kao takav, GEM prati stope poduzetništva u više faza poslovanja i procjenjuje karakteristike, motivaciju i ambicije poduzetnika, kao i stavove društva. Timovi GEM konzorcija članovi su istraživačkog projekta koji omogućuje pristup kolektivnom znanju nekih od najpoznatijih svjetskih istraživača i institucija koje se bave istraživanjem poduzetništva. U

trenutku kada individualna poduzetnička aktivnost može biti ključna za transformaciju globalne ekonomije i smanjenje ekonomskih nejednakosti, GEM podaci utjecali su na nacionalne ekonomske politike i nastavljaju širiti svoj utjecaj (Babson College, 2022.).

2.4. Ekonomski i društveni značaj poduzetništva

Poduzetnici igraju veliku ulogu u pokretanju gospodarskog rasta i razvoja društva. Oni stvaraju radna mjesta i bogatstvo kroz učinkovito korištenje resursa, radne snage i kapitala. Njihova je uloga značajna u svim vrstama gospodarstva – nerazvijenim, u razvoju i razvijenim.

Poduzetnici su po prirodi kreatori poslova. koji osiguravaju zaposlenje, a generiranje zaposlenosti jedan je od temeljnih ciljeva gospodarskog razvoja. Poduzetništvo je ključno za podizanje životnog standarda budući da poduzetnici ne osiguravaju samo sredstva za život kroz zaposlenje, već također zadovoljavaju potrebe i želje ljudi.

Razvijaju i usvajaju inovacije koje dovode do poboljšanja kvalitete života. Procvat visokotehnološke elektronike, osobnih iskustava u kupnji, luksuznih automobila i drugih proizvoda koji su olakšali život rezultat su ovog porasta životnog standarda, a zahvaljujući inovatorima i poduzetnicima (APAC, 2022.).

Prilikom osnivanja poslovnog subjekta, poduzetnici ulažu vlastita sredstva i privlače kapital od investitora što mobilizira javno bogatstvo i omogućuje ljudima da profitiraju od uspjeha poduzetnika i rastućih poduzeća. Poduzetnik općenito traži mjesta koja su jeftina za pokretanje poslovanja, a koja su obično najmanje razvijene regije.

To u konačnici dovodi i do regionalnog razvoja - do poboljšanja infrastrukture uključujući bolje cestovne i željezničke veze, zračne luke, stabilnu opskrbu električnom energijom i vodom, škole, bolnice, trgovačke centre i druge javne i privatne usluge koje inače ne bi bile dostupne.

Kako poduzeća rastu, na kraju žele početi izvoziti kako bi proširili svoje poslovanje na strana tržišta. To se smatra važnim ključnim čimbenikom gospodarskog razvoja jer omogućuje pristup većim tržištima što u konačnici dovodi do pristupa najsuvremenijim tehnologijama i procesima koji se koriste na razvijenijim inozemnim tržištima.

Poduzetnici ne samo da ulažu vlastiti kapital nego i privlače kapital s tržišta. Konačno, poduzetnici igraju vrlo važnu ulogu u razvoju društva pokretanjem novih poslova, otvaranjem

radnih mjesta i doprinosom razvoju u različitim ključnim područjima kao što su rast BDP,-a izvoza, povećanje životnog standarda, razvoja vještina i razvoja zajednice (APAC, 2022.).

Bitno je istaknuti da poduzeće koje pokreće i održava poduzetnik u osnovi uživa prednosti dviju strana - zaposlenika i poslodavca. Treća i četvrta strana su potrošač i društvo. Štoviše, tvrtka proizvodi proizvod ili uslugu i otvara radna mjesta u proizvodnji, a proizvođač ih prodaje i ostvaruje prihod.

Poduzetništvo dovodi do nastanka poduzeća, a poduzetnička uloga takvih poduzeća ispunjava sljedeće točke (APAC, 2022.):

- stvaranje prilika za zapošljavanje
- održavanje sustava slobodnog kretanja
- promicanje dobre konkurencije
- stvaranje bogatstva
- širenje blagostanja
- poticanje razvoja društvenih slojeva
- društveni napredak
- ekonomski rast.

Važno je identificirati karakteristike poduzetnika. Naravno, njihovo tržište proizvoda određuje raspoloživi prostor, a jedinstvene karakteristike koje posjeduju omogućuju im da razviju svoje vještine i kompetencije. Također, osvajaju tržište predstavljajući mu jedinstven proizvod.

U poduzetništvu, postojeći prihod ostaje ograničen na postojeća tržišta. Poduzetnici uvijek imaju problema s upravljanjem svojim financijama. Stoga, u početnoj fazi izbjegavaju strane investicije i povrate.

Sve što zarade ili ulože u svoj posao, ostaje samo unutar njihove zemlje. Otvaraju vrata za nove i poboljšane proizvode, usluge, tehnologije i tako omogućuju nove tržišne prilike. Štoviše, povećana zaposlenost i veća primanja znače više državnih poreza i veće prihode. Sve to doprinosi nacionalnom dohotku. Taj novac država zatim može upotrijebiti za ulaganje u druge sektore u sponu, pomažući tako većem broju poduzetnika da dobiju više prilika (Ali, 2020.).

Poduzetništvo i njegov mogući utjecaj na gospodarstvo opširno su proučavani tijekom posljednja dva desetljeća, no područje istraživanja i dalje se razvija i raste. Većina studija iz različitih znanstvenih disciplina pronašla je empirijske dokaze za značajan pozitivan

makroekonomski učinak poduzetništva. Međutim, nekoliko empirijskih studija pokazuje da makroekonomski učinak poduzetništva također može biti negativan pod određenim uvjetima. Potencijalna objašnjenja za ove kontradiktorne rezultate mogu se pronaći u složenom odnosu između poduzetništva i gospodarskog rasta.

Već neke od prvih empirijskih studija o makroekonomskom utjecaju poduzetništva pokazale su da čimbenici kao što su industrijska pripadnost, razina razvijenosti zemlje i lokalna gustoća vlasnika poduzeća značajno određuju utjecaj poduzetništvo.

S obzirom na to da je sve više skupova podataka o poduzetništvu dostupno, istraživači su pronašli dokaze da samo mali broj novih tvrtki, kao što su posebno inovativne nove tvrtke i tvrtke s visokim očekivanjima rasta, stvaraju ekonomsku vrijednost i pokreću Schumpeterijanski proces kreativne destrukcije (Neumann, 2021: 553).

3. UTJECAJ PODUZETNIŠTVA NA KONKURENTNOST ZEMALJA

Tijekom proteklog desetljeća, autori su identificirali mnoštvo relevantnih odrednica (npr. stope preživljavanja novih tvrtki, institucionalne i kulturne postavke, motivacije i kvalifikacije poduzetnika) iza makroekonomskog učinka poduzetništva. Ova složenost, u kombinaciji s činjenicom da su istraživanja determinanti temeljena na analizama pojedinačnih determinanti, dovodi do niza do sada neidentificiranih istraživačkih mogućnosti.

Kako bi se ove mogućnosti otkrile i ciljano ih iskoristile, potreban je strukturirani pregled aktualnog znanja o determinantama makroekonomskog učinka poduzetništva. U tom kontekstu, strukturirani pregled nije bitan samo za znanstvenu poduzetničku zajednicu, već i za političare diljem svijeta koji trebaju detaljne informacije o utjecaju poduzetništva kako bi promovirali prave vrste poduzetništva u pravim situacijama.

U nastavku će se analizirati pojmovno određenje konkurentnosti, mjerenje konkurentnosti na nacionalnoj, regionalnoj i na razini poduzeća, odrednice konkurentnosti te pregled postojećih istraživanja o povezanosti poduzetništva i konkurentnosti zemalja.

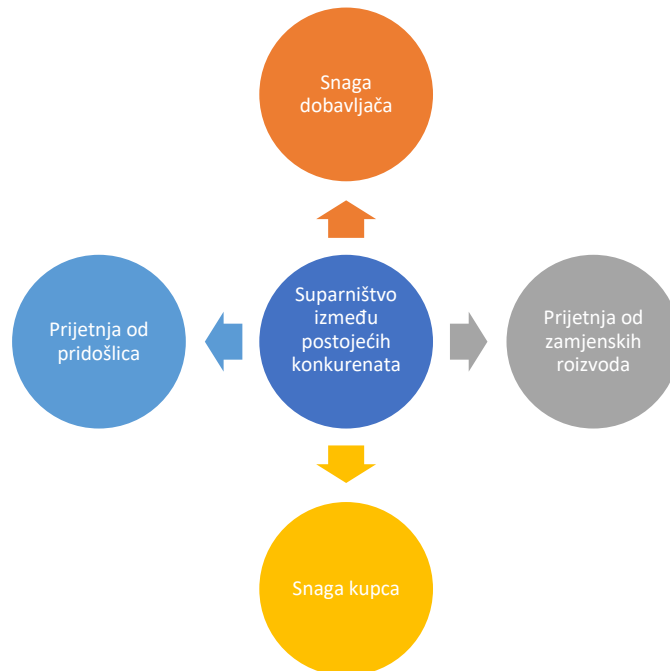
3.1. Pojmovno određenje konkurentnosti

Razlikujemo brojne definicije konkurentnosti. Tako Svjetski ekonomski forum definira konkurentnost kao skup institucija i politika, kao i čimbenika kroz koje se određuje razina produktivnosti zemalja. Najveći broj definicija, međutim, u sebi sadrži produktivnost koja je glavna veza sa rastom (Cann, 2016.).

Konkurentnost poduzeća podrazumijeva pronalazak načina kako biti ispred drugih poduzeća na tržištu. Ona je osnovni preduvjet opstanka poduzeća dok izgradnja i stalno podizanje konkurentnosti postaje ključna zadaća njegovih menadžera. Poduzeća moraju biti fleksibilna, inovativna i kontinuirano usavršavati svoje poslovanje putem postavljanja različitih strategija u svrhu uspješnijeg pozicioniranja u odnosu prema konkurenciji te u svrhu ostvarivanja i/ili zadržavanja konkurentske prednosti (Daraboš, 2015: 16). Konkretnije, poduzeće ima konkurentsku prednost kada je u mogućnosti stvoriti više ekonomske vrijednosti od svojih suparnika (Daraboš, 2015: 16).

Za mjerenje konkurentnosti posljednjih godina od iznimnog je značaja M. E. Porterov dijamant konkurentnosti, oblikovan prvotno 1979. godine (Grafikon 1).

Grafikon 1. Porterov model pet konkurentskih snaga



Izvor: obrada studentice prema Porter, M.E. (2008.): „Konkurentna prednost- postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja“, Zagreb: Masmedia, str. 125.

Na grafikonu 1. je prikazan Porterov model pet konkurentskih snaga. Vidljivo je da se suparništvo odnosi na prijetnju od pridošlica, snagu kupca, prijetnju od zamjenskih proizvoda, snagu dobavljača. Suparnička sila među konkurentima iziskuje dodatna sredstva za marketing ili pak snižavanje cijena u odnosu na cijene konkurencije. Intenzivnost suparništva ovisit će o broju konkurenata u industriji, sličnosti u veličini konkurenata, sveukupnoj stopi rasta industrije, stupnju diferencijacije proizvoda te o izlaznim troškovima iz industrije. Osim toga, pregovaračka moć kupaca ovisi ponajprije o broju i veličini kupca. Što je veći broj jačih kupaca, veći je njihov utjecaj na proizvođače, distributere, maloprodajni i veleprodajni lanac.

Idealna pozicija za svakog dobavljača jest da što je moguće više gradi ili ima monopolističku poziciju iako zakon u mnogim državama, kao i Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja to izrijekom zabranjuju.

Pojam konkurentnosti postao je jedan od najčešće analiziranih i najsnažnijih pojmova moderne ekonomske misli čija se definicija neprestano mijenja. Unatoč velikom broju međunarodnih i

domaćih studija, još uvijek ne postoji općeprihvaćen teorijski okvir za analizu konkurentnost. Točnije, riječ je o višedimenzionalnom i složenom fenomenu čija se interpretacija mijenja ovisno o specifičnim dimenzijama i razinama na kojima se analizira. Pojam razmatra u kojoj mjeri vladine politike, zakoni i propisi definiraju pravila igre za poduzeća i neposredno utječu (pozitivno ili negativno) na poslovanje kroz izravne i neizravne troškove usklađivanja. Budući da je višedimenzionalan, u literaturi se koriste različiti pojmovi, kao što su investicijska klima, poduzetnička klima, poslovno okruženje, regulatorno poslovno okruženje itd., a svi se često koriste kao sinonimi (Klapper i Love, 2010: 215).

Pokazalo se da konkurentnost poduzeća, regija i država sve više ovisi o namjernom djelovanju ključnih aktera (tzv. konkurentske prednosti koje je stvorio čovjek), interakciji između velikog broja privatnih i javnih agenata te postojanju visoko specijaliziranih i raznolikih institucija. Dakle, uz značaj tradicionalnih čimbenika, odnosno uloge makroekonomskih politika, raste konsenzus da su poslovni propisi ti koji potiču poslovnu aktivnost (Vučković, 2018: 74).

Valja istaknuti da je najčešće korišteni indeks za ocjenu međunarodne konkurentnosti zemalja *Global Competitiveness Index (GCI)* koji je razvio Svjetski ekonomski forum (WEF). Institucionalni pokazatelji kao što su indeks ljudskog razvoja, indeks percepcije korupcije, *European Innovation Scoreboard* i Svjetski pokazatelji upravljanja također su postali posebno relevantni nakon što je koncept konkurentnosti postao političko pitanje 1980-ih (Vučković, 2018: 76). Skreće se pažnja i na to da se svi gore navedeni pokazatelji suočavaju s istim prednostima i nedostacima koji su istaknuti za kompozitne indekse općenito. No, unatoč kritikama, kompozitni indeksi često se koriste u istraživanjima kada se mjere pojmovi koji se ne mogu opisati samo jednim pokazateljem. Nacionalna konkurentnost samo je primjer takvog koncepta.

Global Competitiveness Index je prvi put objavljen davne 1989. godine, a sadržan je u Izvješćima o konkurentnosti zemalja WEF-a. Uzevši u obzir da se konkurentnost gospodarstva ne može temeljiti samo na ostvarenom bruto domaćem proizvodu i na produktivnosti poduzeća, temeljem Izvješća o globalnoj konkurentnosti nastoji se proširiti poglede kreatora politike, poduzeća i javnosti izvan samog rasta kako bi se povećala ekonomska produktivnost. Do vremena pandemije uzrokovane korona virusom, Izvješće o globalnoj konkurentnosti temeljilo se na usporednim ljestvicama zemalja na Indeksu globalne konkurentnosti. Danas, Izvješće proučava koja gospodarstva bi trebala razmišljati o transformaciji i redizajniranju svojih ekonomskih stavova (Schwab et al., 2022).

Nadalje, GCI je sveobuhvatan indeks koji obuhvaća mikroekonomske i makroekonomske temelje nacionalne konkurentnosti. Konkurentnost kao skup institucija, politika i čimbenika određuju razinu produktivnosti zemlje.

3.2. Mjerenje konkurentnosti na nacionalnoj, regionalnoj i na razini poduzeća

Konkurentnost se razlikuje od komparativnih prednosti. Konkurentska prednost se ne nasljeđuje, ali se može steći putem konkurentske, tehničke, organizacijske i menadžerske inovacije, koje se smatraju izvorima gospodarskog rasta.

Konkurentnost na nacionalnoj razini Svjetski ekonomski forum (2015.) definira kao skup institucija, politika i čimbenika koji određuju produktivnost gospodarstva. Na nacionalnoj razini sljedeći čimbenici čine makroekonomske i političke temelje konkurentnosti (van Dijk, 2017.):

- stabilno političko okruženje
- ekonomsko okruženje
- političke institucije
- pravne institucije.

Gospodarski razvoj gradova pod utjecajem je njihove konkurentnosti, a izravna strana ulaganja (FDI) koja grad privlači dobar su pokazatelj konkurentnosti grada.

Konkurentnost na nacionalnoj razini odnosi se, između ostalog, i na sljedeće (van Dijk, 2017.):

- „stabilno političko okruženje
- *zdrave* političke i pravne institucije
- BDP po glavi stanovnika ili rast BDP-a
- prisutnost jednog ili više klastera
- udio izvoza u BDP-u
- makroekonomske pokazatelje (kamate, inflaciju, stopu nezaposlenosti...)
- zdravstvene pokazatelji
- kvalitetu obrazovanja
- infrastrukturne pokazatelje

- indeks poslovanja
- indeks zaštite okoliša
- indeks inovativnosti
- razvoj financijskog sektora

Konkurentnost na regionalnoj razini odnosi se na sljedeće (van Dijk, 2017.):

- regionalni BDP po stanovniku, odnosno rast BDP-a
- prisutnost jednog ili više regionalnih klastera i regionalnih ulaganja
- udio regionalnog izvoza u regionalnom BDP-u
- regionalne ekonomski pokazatelji (visina poreza, cijena transporta, udaljenost od obale poticaji itd.)
- stopau nezaposlenosti u regiji
- regionalne zdravstveni pokazatelji
- regionalne pokazatelje obrazovanja
- pokazatelje regionalne infrastrukture
- indeks poslovanja (ako je dostupan na regionalnoj razini)
- indeks zaštite okoliša (ako je dostupan na regionalnoj razini)
- indeks inovativnosti (ako je dostupan na regionalnoj razini)
- razvoj financijskog sektora (ako je dostupan na regionalnoj razini).

Najveći gospodarski potencijal često je u manjim i srednjim gradovima, a ne u velikim ili mega gradovima. Konkurentnost gradova može se mjeriti njihovim povećanim kapacitetom za privlačenje ulaganja privatnog sektora i promicanje zapošljavanja.

Potrebno je ispitati načine za povećanje konkurentnosti gradova, uključujući učinkovitije upravljanje urbanom infrastrukturom u razvijenim zemljama te čimbenike koji utječu na konkurentnost na urbanoj razini koje je moguće razdvojiti na ekonomske i strateške odrednice.

Tvrtke preferiraju lokaciju koja može uštedjeti troškove i ima lak pristup tržištima. To navodi poduzeća i industrijske aktivnosti da se prostorno koncentriraju u određenim, obično urbanim područjima. Dotična regija ili područje moglo bi povećati prosperitet od poslovnih aktivnosti poduzeća i imati maksimalnu korist od urbanizacije i lokalizacije gospodarstva. Poduzeća u klasteru zajedno bolje posluju od onih koja nisu dio klastera.

Konkurentnost klastera povezana je sa sljedećim značajkama (van Dijk, 2017.):

- razvijenosti klastera
- putanjom (u kojem se smjeru kreće)
- ulogom poslovnih organizacija
- ulogom lokalne samouprave
- mogućnosti izvoza
- međunarodno stanje tržišnih prilika.

Konkurentna prednost na razini poduzeća je sposobnost poduzeća da stekne, održi i proširi svoj udio na tržištima finalnih proizvoda. Konkurentnost na razini poduzeća ovisi o (van Dijk, 2017.):

- operativnim praksama
- strategijama
- poslovnim inputima
- infrastrukturi
- politikama koje konstituiraju okruženje u kojem se natječu nacionalne tvrtke.

Jedan od kriterija koji se koristi za ocjenu konkurentnosti poduzeća na tržištu je njegov promet u usporedbi s drugim poduzećima iz iste djelatnosti. Ova usporedba omogućuje da se analizira tržišni udio tvrtke, ako je tvrtka tržišni lider.

3.3. Odrednice konkurentnosti

Konkurentnost se može konceptualizirati pod različitim perspektivama ili dimenzijama. Konkurentnost se, kao što je pokazano, može mjeriti prema njihovoj razini analize - država, sektor, tvrtka. Konkurentnost poduzeća ovisi o povezanosti konkurentnosti na razini zemlje i sektora, kao i o vlastitoj razini konkurentnosti. Prva razina, konkurentnost zemlje, uključuje varijable kao što su makroekonomska stabilnost, pristup međunarodnim tržištima ili složenost regulative za poslovni sektor. Druga razina, sektorska konkurentnost, odnosi se na regionalnu infrastrukturu, a treća razina objašnjava konkurentnost poduzeća, pri čemu se mora okrenuti internoj analizi organizacije (Dresch, et al, 2018: 69).

Slijedom navedenog konkurentno poduzeće je ono koje ima sposobnost ostvarivanja dobiti i ima značajan tržišni udio. Međutim, da bi se smatralo konkurentnim, poduzeće mora koristiti svoje resurse i svoje kapacitete za proizvodnju pravih proizvoda i usluga, s kvalitetom, odgovarajućom cijenom i u ispravnom broju, tako da može učinkovito komercijalizirati svoje proizvode na potrošačkom tržištu. Kako bi bilo konkurentno, svaka tvrtka mora ponuditi proizvode i usluge koje su kupci spremni platiti.

Dugoročno, u sustavu slobodne trgovine, konkurentnost se mjeri sposobnošću poduzeća da nastavi poslovanje i zaštiti svoja ulaganja, generirajući povrat na ulaganja i jamčeći buduća zaposlenja.

Neposredna i buduća sposobnost generiranja prilika za poduzetnike jedan je od aspekata konkurentnosti, a također naglašava da tvrtka mora projektirati, proizvoditi i plasirati proizvode širom svijeta, čija cijena i kvaliteta čine privlačniji paket od konkurencije. Siudek i Zawojska potvrđuju da konkurentnost poduzeća ovisi o kombinaciji materijalne i nematerijalne imovine. Ta imovina uključuje ljudske resurse, materijalne inpute, segmentnu infrastrukturu, tehnologiju, reputaciju, robne marke i procese unutar organizacije. Ovi elementi, zajedno, nude konkurentne prednosti i mogu se nazvati izvorima konkurentnosti (Siudek i Zawojska, 2014: 91).

Za bolje razumijevanje konkurentnosti poduzeća bitno je odrediti njegove endogene i dinamičke karakteristike, budući da su oba pojma usmjerena na povećanje produktivnosti i razvoj tehnologije, smanjenje troškova ili amortizacije. Na razini poduzeća povećanje produktivnosti odražava se na poboljšanje konkurentnosti, stoga produktivnost izravno utječe na konkurentnost (Siudek i Zawojska, 2014: 92).

Postoje radikalnije vizije koje naglašavaju da ako konkurentnost ima ikakvo značenje, to je samo još jedan način izražavanja produktivnosti. O konkurentnosti zemlje, sektora i poduzeća odlučuje njihova produktivnost, pa se produktivnost smatra jednom od glavnih odrednica konkurentnosti. pa čak i izjednačen s ovim. Međutim, iako je produktivnost ključni faktor za konkurentnost poduzeća, drugi elementi također se slažu s konkurentnošću. Na taj način poslovna konkurentnost ovisi, osim o produktivnosti, o profitabilnosti, o konkurentskoj poziciji, o sudjelovanju na unutarnjem i vanjskom tržištu, o odnosima između poduzeća, o sektoru i regionalnoj infrastrukturi u cjelini. Naime, produktivnost je element koji značajno

utječe na konkurentnost na razini poduzeća, a smatra se jednom od mjera uspješnosti konkurentnosti.

Produktivnost je jedino relevantno mjerilo konkurentnosti. Dakle, povećanje produktivnosti implicira poboljšanje konkurentnosti. Produktivnost je jedan od elemenata konkurentnosti. Parametar produktivnosti služi kao ekvivalent za konkurentnost i može se primijeniti na razini zemlje, sektora i poduzeća. U području poslovanja, produktivnost uspostavlja koherentnost između organizacijskih ciljeva i težnji društva kroz ulazne i izlazne odnose.

Produktivnost je rezultat interakcija sustava organizacijskog upravljanja s čimbenicima vanjske okoline i, u osnovi, ovi koncepti imaju za cilj ubrzati akcije u smisao poboljšanja izvedbe u više dimenzija (Siudek i Zawojska, 2014: 92).

Koncept produktivnosti povezan je s postizanjem maksimalnih rezultata uz minimalno uloženi napor ili resursa, tako da možete definirati produktivnost, također, kao metriku, pokazatelj koji omogućuje bolje usmjeravanje, ali i upravljanje resursima. To je, dakle, mjera učinkovitosti ili načina na koji se proizvodna sredstva koriste da se stvari rade na pravi način. Za praćenje ponašanja odnosa između proizvodnje i resursa potrebno je analizirati performanse produktivnosti. Analiza produktivnosti je tehnika koja se koristi za ocjenu učinka i doprinosi traženju alternativa za poboljšanje. Učinkovita granica može se konstruirati kako bi se okarakterizirao stupanj učinkovitosti proizvodnih procesa koji koriste inpute za generiranje outputa, s obzirom na isti izvor inputa, neučinkovitost je naznačena nižim razinama izlaznog sustava.

Dakle, mjere produktivnosti poduzeća povezane su s proizvodnim procesima, budući da se na taj način propusti u proizvodnji, kada se isprave na vrijeme, izbjegavaju štete u produktivnosti. Dakle, povećanje produktivnosti poduzeća zahtijeva napor da se identificiraju i analiziraju neučinkoviti resursi, da se djeluje u smislu rezanja nepotrebnih rashoda i povećanja ekonomskog i financijskog rezultata poduzeća.

U visoko produktivnim organizacijama moguće je zaključiti da postoje je korelacija između produktivnosti i konkurentskih prednosti, a među njihovim snagama je visoka kvaliteta u procesu, kvaliteta zaliha, smanjene zalihe, brzina u proizvodnji, fleksibilnost za promjenu proizvoda. Mjere produktivnosti ukazuju na interakciju između proizvedenih proizvoda ili usluga i kapitala za korišteni radni resursi.

3.4. Pregled postojećih istraživanja o povezanosti poduzetništva i konkurentnosti zemalja

Nacionalni prosperitet se stvara, a ne nasljeđuje. Ona ne proizlazi iz prirodnih bogatstava zemlje, njezine radne snage, njezinih kamatnih stopa ili vrijednosti njezine valute, kao što inzistira klasična ekonomija. Konkurentnost nacije ovisi o sposobnosti njezine industrije za inovacije i nadogradnju. Poduzeća stječu prednost protiv najboljih svjetskih konkurenata zbog pritiska i izazova. Imaju koristi od jakih domaćih rivala, agresivnih domaćih dobavljača i zahtjevnih lokalnih kupaca (Porter, 2022.). U svijetu sve globalnije konkurencije, nacije su postale više, a ne manje, važne. Kako se osnova natjecanja sve više pomicala na stvaranje i asimilaciju znanja, uloga nacije je rasla. Konkurentna prednost se stvara i održava kroz visoko lokaliziran proces.

Razlike u nacionalnim vrijednostima, kulturi, ekonomskim strukturama, institucijama i povijesti doprinose natjecateljskom uspjehu. Postoje zapanjujuće razlike u obrascima konkurentnosti u svakoj zemlji; nijedna nacija ne može niti će biti konkurentna u svakoj ili čak većini industrija. U konačnici, nacije uspijevaju u određenim industrijama jer je njihovo domaće okruženje najnaprednije, dinamičnije i najizazovnije (Porter, 2022.).

Ovi zaključci, proizvod četverogodišnjeg proučavanja obrazaca konkurentskog uspjeha u deset vodećih trgovačkih nacija, proturječe konvencionalnoj mudrosti koja vodi razmišljanje mnogih kompanija i nacionalnih vlada - a koja je danas raširena u Sjedinjenim Državama. (Više o studiji potražite u umetku "Obrasci nacionalnog konkurentskog uspjeha".) Prema prevladavajućem mišljenju, troškovi rada, kamatne stope, devizni tečajevi i ekonomija razmjera najmoćnije su determinante konkurentnosti. U tvrtkama su aktualne riječi spajanja, savezništva, strateških partnerstava, suradnje i nadnacionalne globalizacije. Menadžeri zahtijevaju veću potporu vlade za određene industrije. Među vladama postoji rastuća tendencija eksperimentiranja s raznim politikama namijenjenim promicanju nacionalne konkurentnosti - od nastojanja da se upravlja tečajevima preko novih mjera za upravljanje trgovinom do politika za ublažavanje antimonopolske politike (Porter, 2022.).

Bitno je istaknuti kako poduzeća postižu konkurentsku prednost djelovanjem inovacija. Oni pristupaju inovacijama u najširem smislu, uključujući i nove tehnologije i nove načine obavljanja stvari. Oni vide novu osnovu za natjecanje ili pronalaze bolje načine za natjecanje na stare načine. Inovativnost se može očitovati u novom dizajnu proizvoda, novom

proizvodnom procesu, novom marketinškom pristupu ili novom načinu provođenja obuke. Mnoge su inovacije svakodnevne i postupne, više ovise o kumulaciji malih uvida i napretka nego o jednom, velikom tehnološkom prodoru. Često uključuje ideje koje čak nisu ni "nove" - ideje koje su već postojale, ali nikada nisu bile energično praćene. Uvijek uključuje ulaganja u vještine i znanje, kao i u fizičku imovinu i reputaciju marke.

Na inovacije utječu mnogi faktori koji se moraju uzeti u obzir u planiranju inovacija kako bi tvrtka mogla uspješno odgovoriti na njihove zahtjeve. Nije svaka inovacija pogodna za svaku tvrtku. Kako bi se poduzetnicima omogućilo da znaju kada, kako i u koje inovacije ulažu svoje financije, vrijeme i znanje, potrebno je razumjeti poslovanje poduzeća, njegove prednosti i nedostatke. Usto, postoje i brojni drugi uvjeti koji moraju biti ispunjeni kako bi se uspješna provedba inovacija mogla primijeniti i kako bi tvrtke mogle učinkovito iskoristiti rezultate donijete inovacijama.

Evidentno je da se najveći broj inovacija odnosi na proizvode i usluge u oba smjera, bilo da se radi o poboljšanju postojećih ili uvođenju potpuno novih (većina inovacija se implementira u većim tvrtkama ili hotelskim lancima koji imaju profesionalniji pristup upravljanju poslovanjem). Inovacije u proizvodima i uslugama, kao i iskustvo turista ističu se kao prioritetna područja inovacija, što je opet u skladu s općom hipotezom da su proizvodi i usluge među prioritetnim poljima za inovaciju. Među mekim upravljačkim vještinama treba njegovati novu: sposobnost prepoznavanja potrebe za inovacijama. Ostale upravljačke implikacije povezane su s vodstvom- jaku viziju i stvaranje organizacijske kulture koja je usmjerena na kreativnost, rješavanje problema i osnaživanje uz odgovarajuću potporu cjeloživotnog učenja i za menadžere i za zaposlenike

Abernathy i Clark (1985.) razvili su model i primijenili ga na inovacije u sektoru turizma. Prema njihovom modelu ukupno postoje četiri vrste inovacija, a to su redovite, revolucionarne, nišne i arhitektonske.

Nišne inovacije većinu vremena uzrokuju kolaborativne strukture, iako nemaju temeljno znanje i kompetenciju. Revolucionarne su inovacije sklone radikalnom utjecaju na kompetenciju, ali zadržavaju vanjske strukture nepromijenjene. Konačno, arhitektonske inovacije usredotočene su na promjenu cjelokupnih struktura, kao i na uspostavljanje novih pravila koja mogu preoblikovati koncept turizma. Iako je ovaj model kritiziran da je previše opisan i statičan, on

pruža okvir za bolje razumijevanje prirode specifičnih inovacija u turističkom sektoru (Genc i Aylin Genç, 2017: 53).

Arhitektonske inovacije baziraju se na promjenu cjelokupnih struktura, kao i na sklapanje novih pravila koja mogu promijeniti koncept turizma. Premda je ovaj model kritiziran da je previše opisan i statičan, on pruža okvir za bolje razumijevanje prirode specifičnih inovacija u turističkom sektoru (Genc i Aylin Genç, 2017: 53).

Neke inovacije stvaraju konkurentsku prednost uočavanjem potpuno nove tržišne prilike ili služenjem tržišnom segmentu koji su drugi ignorirali. Kada konkurenti sporo reaguju, takva inovacija donosi konkurentsku prednost. Na primjer, u industrijama kao što su automobili i kućna elektronika, japanske tvrtke stekle su svoju početnu prednost naglašavanjem manjih, kompaktnijih modela manjeg kapaciteta koje su strani konkurenti prezirali kao manje profitabilne, manje važne i manje privlačne.

Inovacija uključuje namjernu primjenu informacija, mašte i inicijative za dobivanje većih ili različitih vrijednosti iz resursa. Naravno da je zajednički nazivnik među svim ovim promjenama to što uključuju provođenje novih kombinacija, što je od ključne važnosti za rast i konkurentnost turističkih poduzeća. Organizacije su često usmjerene prema kreativnosti, ali ono što stvarno trebaju raditi su inovacije.

Ono što često nedostaje nije kreativnost u smislu stvaranja ideja, već inovacija u smislu pokretanja akcija. U današnje vrijeme inovacije se iskazuju putem novih proizvoda, novih usluga i novih procesa. Nadalje, konkurentne strategije predstavljaju potragu prema povoljnijim konkurentskim pozicijama u sklopu poduzeća, osnovnog okruženja pojavljivanja konkurencije. Konkurentne strategije su usmjerene prema uspostavljanje profitabilnih i održivih pozicija unatoč silama koje određuju cjelokupno natjecanje.

Poduzeće ima važnu ulogu u razvoju gospodarstva, a poslovno okruženje odražava kvalitetu gospodarskih uvjeta i gospodarsko usmjerenje zemlje. U sadašnjoj eri globalizacije vrlo je važno promatrati pitanje o kojem se ovdje govori u smislu gospodarskog rasta. Usporedba poslovnog okruženja država vrlo je važna u tom smislu ocjenjujući kvalitetu života i uvjete poslovanja u pojedinoj zemlji. Ovo istraživanje uspoređuje učinkovitost zemalja koje su ušle u EU u isto vrijeme i tako bile na istoj startnoj liniji u smislu održivog gospodarskog rasta. Na temelju provedene višekriterijske analize dobiveni su sljedeći zaključci (Hajduova, 2021: 43).

Najbolje uvjete za dobro poslovno okruženje pružila je Estonija, koja je u oba vremenska razdoblja zadržala prvo mjesto. Prva tri mjesta kompletirale su Malta i Slovenija, koje su zauzele drugo i treće mjesto i 2018. i 2020. Ove zemlje slijedila je Češka, koja je zadržala četvrto mjesto. Latvija i Cipar poboljšali su svoju poziciju za tri mjesta u usporedbi s 2018., Latvija se pomaknula s osmog na peto mjesto, a Cipar s devetog na šesto mjesto. Nasuprot tome, zemlje Litva, Slovačka i Poljska pale su svaka za 3 mjesta. Slovačka je sa šestog pala na osmo mjesto, Litva je završila na sedmom, a Poljska na devetom mjestu. Rezultati završavaju s Mađarskom koja je ostala na posljednjem (desetom) mjestu (Hajduova, 2021: 44).

Buduća istraživanja na ovu temu usredotočit će se na to kako su se zemlje nosile s pandemijom COVID-19 analizirajući posljedice mjera koje je svaka zemlja provela kako bi osigurala stabilnost zemlje, zaštitu zdravlja njezinih stanovnika i kvalitetu poslovanja. okoliš. Prikazana istraživačka studija poslužit će kao osnova za usporedbu postignutih rezultata.

Slijedom navedenog može se zaključiti kako je poduzetništvo dug proces pun neizvjesnosti i proces koncentriranja različitih jedinstvenih resursa za stvaranje vrijednosti. Osim toga, razna istraživanja prepoznaju poticajni učinak poduzetništva na gospodarski razvoj, inovativnost i konkurentnosti, koja se ogleda u snažnoj pojavi političkih mjera za poticanje poduzetničke aktivnosti.

4. ANALIZA UTJECAJA PODUZETNIŠTVA NA KONKURENTNOST U ODABRANIM ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

Poduzetništvo je temelj konkurentnosti, inovativnosti i nacionalnog gospodarstva. Da bi se stvorilo povoljno okruženje za jačanje poduzetništva, ono mora koristiti simetrične i odgovarajuće konkurentne uvjete s poduzetništvom, unaprijediti proizvodnju i zaposlenost, a time i povećati gospodarski rast (Mohammadi Khyareh i Rostami, 2018: 813).

U nastavku se analizira utjecaj poduzetništva na konkurentnost Slovenije, Njemačke, Španjolske, Bugarske te utjecaj poduzetništva na konkurentnost Republike Hrvatske.

4.1. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Slovenije

Proučavanjem brojnih izvora različitih podataka može se zaključiti da je Slovenija zemlja poduzetnih ljudi i nastoji stvoriti uvjete koji će poduzetnicima omogućiti rast, razvoj i prodor na različita tržišta. Prema nekim pokazateljima, gotovo polovica zaposlenih osoba radi u mikro i malim poduzećima, zbog čega se posebnu pozornost posvećuje gospodarskom, pravnom i tržišnom okruženju, poticajima i pomoći.

Sva nova slovenska zakonska regulativa mora proći tzv. SME test, što znači da se svaki propis i zakon testiraju prema utjecaju na mala i srednja poduzeća. Ako su ti utjecaji negativni, zakon ili propis se ne može donijeti. U tom kontekstu država blisko surađuje s gospodarstvom i gospodarskim komorama koje zastupaju interese gospodarstva. Time se osigurava da propisi koje se donosi nemaju negativnih posljedica za mala i srednja poduzeća (Republic of Slovenia, 2022.).

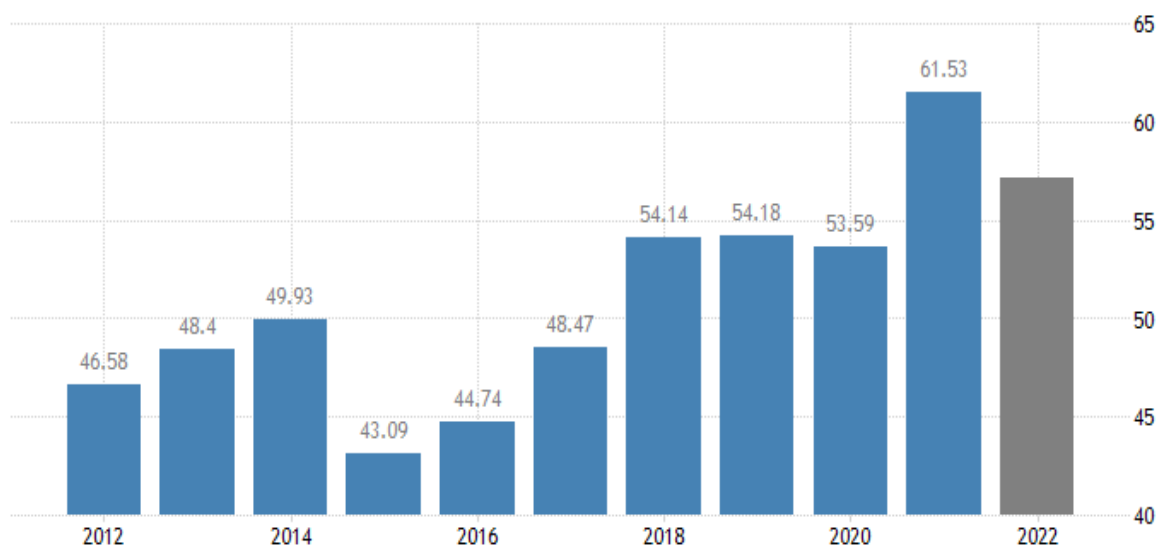
U posljednjih nekoliko godina interes za poduzetništvom u Sloveniji značajno je porastao. Većina poduzetnika uspješno je osnovala poduzeća i proširila poslovanje u drugim zemljama EU. Prema slovenskom statističkom uredu u 2019. bilo je aktivno 205.139 poduzeća, što je 2,5 % više u odnosu na 2018. Svi poslovni pokazatelji govore da je poduzetništvo u porastu: stvara se više poduzeća, niža je stopa zaposlenosti i veća dobit poduzeća (Dana, 2022.).

Slovenska mala i srednja poduzeća zapošljavaju 72 % radne snage u poslovnom gospodarstvu (436 000 zaposlenih osoba) i proizvode 64 % dodane vrijednosti (13 milijardi eura). Mikro poduzeća čine više od jedne trećine ukupnog broja zaposlenih u poslovnom gospodarstvu, dok su udjeli velikih poduzeća u zapošljavanju i dodanoj vrijednosti ispod prosjeka OECD-a, u skladu s malom veličinom gospodarstva. Tvrtke koje proizvode koks i naftu sastoje se samo od malih i srednjih poduzeća. Inače, mala i srednja poduzeća dominiraju uglavnom uslužnim sektorom u smislu zapošljavanja. U odnosu na prosjek OECD-a, udio malih i srednjih poduzeća značajno je veći u ICT sektoru i u proizvodnji strojeva. S druge strane, zaposlenost u tekstilu i odjeći te u djelatnostima proizvodnje električne opreme relativno je više koncentrirana u velikim poduzećima (OECD, 2022.).

Dok su se krediti malim i srednjim poduzećima povećali između 2007. i 2011., više su se nego prepolovili između 2011. i 2015., smanjivši se s 9,8 milijardi EUR 2011. na 4,1 milijardu EUR 2015. Tijekom tog razdoblja, kratkoročni krediti malim i srednjim poduzećima smanjili su se više od dugoročnih kredita malim i srednjim poduzećima; kratkoročni krediti malim i srednjim poduzećima činili su 32 % kredita malim i srednjim poduzećima u 2011., u usporedbi s 15 % u 2015. Udio novih kredita malim i srednjim poduzetnicima u ukupnim novim kreditima porastao je s 55 % u 2014. na 63,5% u 2017., što je također utjecalo na udio nepodmirenih zajmova malim i srednjim poduzećima koji s 4,6 milijardi EUR predstavlja 49,5 % ukupnih nepodmirenih zajmova nefinancijskih poduzeća u Sloveniji. Nepodmireni poslovni zajmovi porasli su između 2007. i 2010., ali su nakon toga pali, ali ne tako dramatično kao zajmovi malog i srednjeg poduzetništva, čime se smanjio udio nenaplaćenih zajmova malog i srednjeg poduzetništva. Unatoč ponovnom smanjenju poslovnih kredita od 2015. do 2017., krediti malom i srednjem poduzetništvu porasli su u tom razdoblju. Kao rezultat toga, udio nepodmirenih zajmova MSP-ova porastao je na 49,5 % u 2017. godini (OECD, 2022.).

Ovaj trend uslijedio je nakon dugotrajnog pada BDP-a u Sloveniji od 2008.; a procjenjuje se da se realni BDP smanjio za više od 9 % između 2008. i 2013. Taj se trend preokrenuo 2014., no unatoč rastu od 2014., kreditiranje je nastavilo padati, posebno za mala i srednja poduzeća. To je velikim dijelom zbog gubitaka koje je pretrpio slovenski bankarski sustav, posebice njegova velika državna banka.

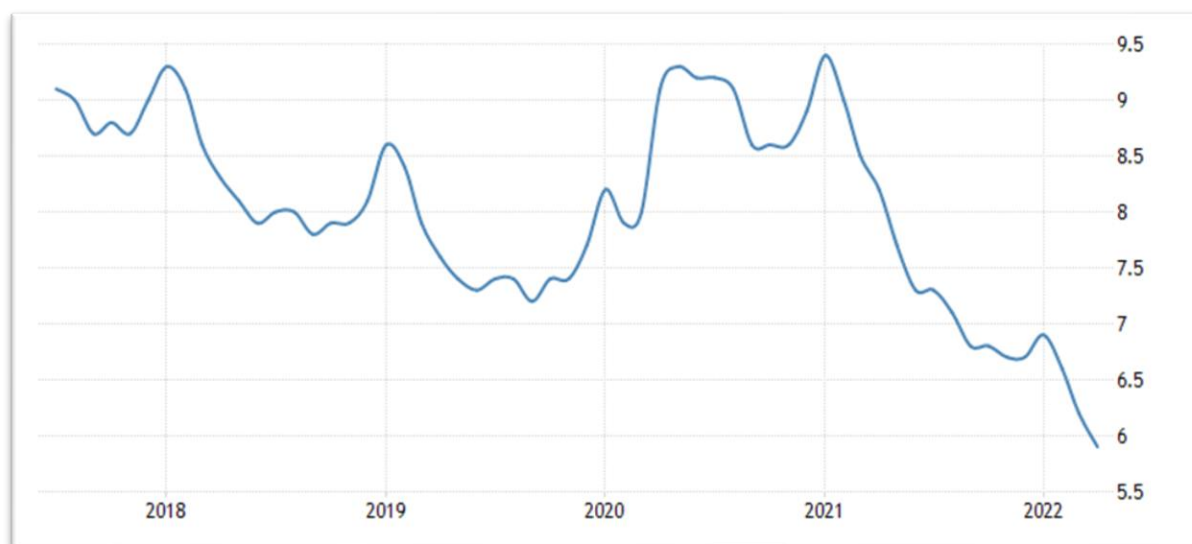
Grafikon 2. BDP Slovenije od 2012.-2022. godine (u mlrd. dolara)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/slovenia/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Kao što je vidljivo na grafikonu 2., bruto domaći proizvod (BDP) Slovenije je 2021. godine prema službenim podacima Svjetske banke iznosio 61,53 milijarde američkih dolara. Vrijednost BDP-a Slovenije predstavlja 0,01 posto svjetskog gospodarstva. U 2020. godini je, uslijed pandemije COVID 19, došlo do smanjenja BDP-a na 53,59 milijardi američkih dolara, dok se u 2021. godini zabilježio nagli oporavak.

Grafikon 3. Stopa nezaposlenosti u Sloveniji od 2018.-2022. godine (u %)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/slovenia/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Na grafikonu 3. je prikazana stopa nezaposlenosti u Sloveniji od 2018.-2022. godine (u %). Kao što je vidljivo na grafikonu 3., stopa nezaposlenosti u Sloveniji bila je 5,9 % u travnju 2022. godine, što je najniža zabilježena stopa ikada i pala je s 8,2 % u istom mjesecu prethodne godine.

Politike uključivog poduzetništva u Sloveniji imaju za cilj ponuditi svim ljudima jednaku priliku za stvaranje održivog poslovanja, bez obzira na njihovu društvenu skupinu. To je važan uvjet za postizanje cilja pametnog, održivog i uključivog rasta koji je postavljen u strategiji Europa 2020. To je također sredstvo za odgovor na nove gospodarske izazove, otvaranje radnih mjesta i borbu protiv socijalne i financijske isključenosti (OECD, 2018: 5).

Među ključnim ciljevima uključivih poduzetničkih politika i programa su žene, mladi, starije osobe, nezaposleni, migranti i osobe s invaliditetom, koji se svi i dalje suočavaju s izazovima na tržištu rada i nedovoljno su zastupljeni ili su u nepovoljnom položaju u poduzetničkim aktivnostima. To uključuje usavršavanje regulatornih i socijalnih institucija, olakšavanje pristupa financiranju, izgradnju poduzetničkih vještina kroz osposobljavanje, podučavanje i mentorstvo, jačanje poduzetničke kulture i mreža za ciljane skupine te spajanje strategija i akcija za uključivo poduzetništvo na koordiniran i ciljani način (OECD, 2018: 5). Vlade sve više prepoznaju izazov inkluzivnog poduzetništva, ali ima još puno toga za učiniti kako bi se širila dobra praksa.

Proučavajući podatke Global Entrepreneurship Monitora (GEM) može se zaključiti kako je Slovenija u 2021. godini doživjela potpuni oporavak gospodarstva od COVID-19, kako u općem gospodarstvu tako i na poduzetničkoj razini. Temeljem istraživanja provedenog od strane GEM-a vidljivo je kako su poboljšani uvjeti za život prosječnog Slovenca. Spremnost na suočavanje s problemom koji je zahvatio cijeli svijet, rezultiralo je porastom zarade poduzeća. Iako je proces osnivanja poduzeća bio nešto kompliciraniji u odnosu na prethodno razdoblje, pokretanje vlastitog poslovanja, u odnosu na druge članice EU, je i dalje relativno jednostavno. Iako je spremnost poduzetnika na suočavanje s nepredvidivim situacijama zadovoljavajuća, poduzeća oklijevaju s preusmjerenjem svojih resursa i strategija na nešto novo, malo zahtjevnije. Stanje poduzetničkih financija ocijenjeno je ocjenom 4,5, svrstavajući je na sedmo mjesto među gospodarstvima GEM razine B, dok je lakoća pristupa financiranju poduzetništva ocijenjeno je s 3,7, te je na 16. mjestu među tim gospodarstvima. Nerazmjer između kvalitete financiranja i sposobnosti da ga pojedino novoosnovano poduzeće dobije, negativno utječu na konkurentsku prednost poduzeća, ali i na samu odluku o pokretanju vlastitog poslovanja. Kao

jedna od glavnih prednosti poduzetništva u Sloveniji je jednostavnost ulaska na tržište. Market Dynamics povećao je svoju ocjenu na 6,0 u 2021. stavljajući je na četvrto mjesto među gospodarstvima GEM razine B, i s 5,6 u 2020. Zakonska regulacija je i dalje opširna, ali ne kao u susjednim državama. Spremnost kupaca da isprobaju nešto novo je jedna od prednosti Slovenskog gospodarstva (Stephen H. et. Al. 2022:170-171).

Tablica 1. Indeks globalne konkurentnosti Slovenije

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
EKONOMSKE PERFORMANSE	29	33	36	31	26
UČINKOVITOST VLADE	42	39	38	43	42
POSLOVNA UČINKOVITOST	47	40	39	45	43
INFRASTRUKTURA	28	27	29	33	33

Izvor: Obrada autorice prema podacima Global Competitiveness Index

Tablicom 1 prikazana je ekonomska izvedba, učinkovitost vlade, poslovna učinkovitost i infrastruktura Slovenije prema podacima Global Competitiveness Index-a. Kategorija Ekonomske performanse Slovenije ima druge najbolje pokazatelje (nakon Njemačke) u odnosu na ostale države prikazane u radu.

Prilikom izračuna navedenog kriterija obuhvaćeni su podaci o ekonomiji države, međunarodnim ulaganjima, zaposlenim osobama i cijenama. Kako bi učinkovitost Vlade bila što bolja potrebno je da se potaknu ulaganja u zemlji te poboljšaju javne financije uz smanjenje javnog duga i državnog deficita.

Valja skrenuti pažnju na to da je riječ o rangiranju koje se odnosi na preko stotinu zemalja te se ističe što je vrijednost manja to je bolji rang, a razumije se da je u tom smislu cilj biti što bolje rangiran.

4.2. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Njemačke

Njemačka je najmnogoljudnija država Europske unije i najveće gospodarstvo u Europi. Uz navedeno, njemačko poduzetničko okruženje također ima veliki utjecaj na europski poduzetnički ekosustav.

Ta odgovornost za održivi gospodarski razvoj regije, kao i demografski razvoj zemlje u proteklim godinama, između ostalog i starenje stanovništva, razlog je stalnog povećanja prioriteta teme poduzetništva i inovacija na dnevnom redu Vlade (Ruseva, 2022.).

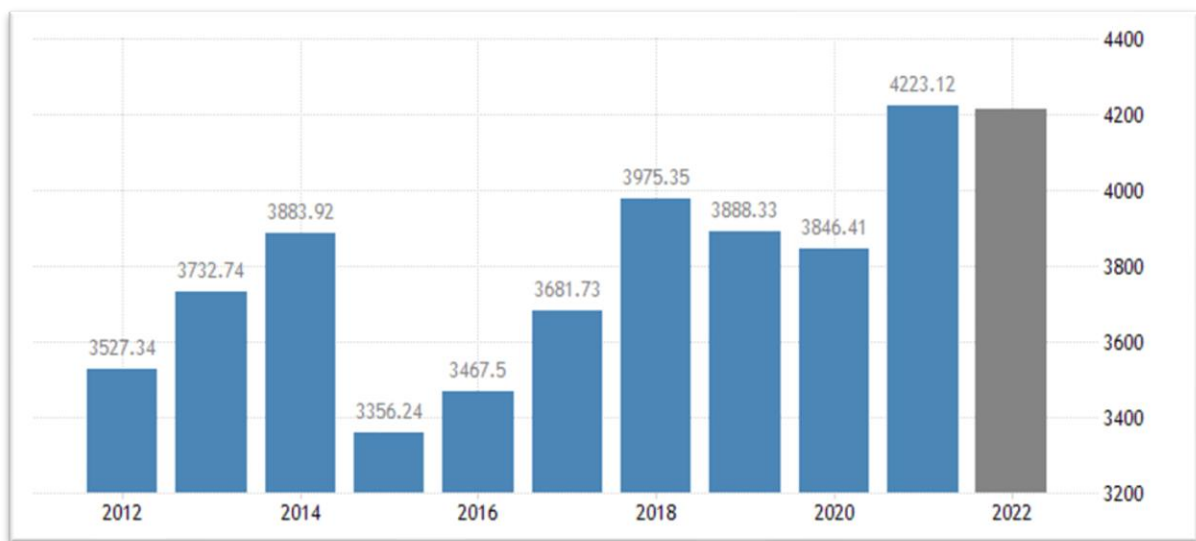
Novoosnovana poduzeća čine glavni stup trenutne javne politike promicanja tehnološkog poduzetništva. To su mlada poduzeća koja uglavnom namjeravaju unovčiti tehnologiju ili know-how stvorene u visokoškolskoj ili istraživačkoj ustanovi, kao što su rezultati sveučilišnog studija ili patent prijavljen na privatnom institutu.

Novoosnovana poduzeća koja se temelje na istraživanju mogu osnovati vanjski timovi "izvana prema unutra", dobivajući inovacije iz istraživanja uz naknade za licence, ali i "iznutra prema van" interni timovi koji pokreću podružnicu ili proaktivno traže nositelje licence, što se naziva "spin- isključenja".

Osim u Sjedinjenim Državama, njemačko poduzetništvo aktivno pokreću vlada – u smislu oboje – regulative i mogućnosti javne potpore. U proteklih dvadeset do trideset godina razvio se prema dobro definiranom poduzetničkom ekosustavu koji povezuje privatne i javne resurse i pojedince za motiviranje, podučavanje, financiranje i podršku novim poduzetnicima. Tijekom tog vremena sazrijevala je i vladina agenda u vezi s poduzetništvom – od smanjenja nezaposlenosti u prvim pokušajima, do podrške održivom gospodarskom razvoju i rastu kroz današnje visokotehnološke tvrtke. Stoga su u Njemačkoj novoosnovana poduzeća podupirana brojnim mjerama – na saveznoj, pokrajinskoj i općinskoj razini. Na saveznoj razini inicijative su koordinirane između Saveznog ministarstva obrazovanja i istraživanja (BMBF) i Saveznog ministarstva za ekonomska pitanja i energetiku (BMW i) s jasno definiranim mjestima. Dok BMBF financira istraživačke projekte, organizacije koje provode istraživanja i njihove napore da povećaju broj i kvalitetu spin-offa (npr. Fraunhoferovo društvo, Helmholtzovo društvo, Max Planckovo društvo i Leibnizovo udruženje), BMW i razvija programe i izravno financiranje ciljanje novoosnovanih poduzeća sa sveučilišta koja se temelje na istraživanju, npr. potpora EXIST Business Start-up za tehnološki orijentirane zaklade sa sveučilišta (Ruseva, 2022.).

Uz povećanje broja osnivanja novih poduzeća općenito, oba ministarstva kao ključni cilj imaju prijenos inovacija i usvajanje novih tehnologija na tržištu putem izdvajanja. Privatne organizacije igraju ključnu ulogu u podržavanju i pojačavanju učinka javne politike. U Njemačkoj je ekosustav privatnog poduzetništva dobro razvijen s više od 300 coworking prostora, raznolikom scenom događaja s vodećim događajima, poput godišnjeg Bits & Pretzels u Münchenu ili Techcrunch u Berlinu, privatnim, javnim i međunarodnim investitorima, kao i veliki izbor korporativnih akceleratora.

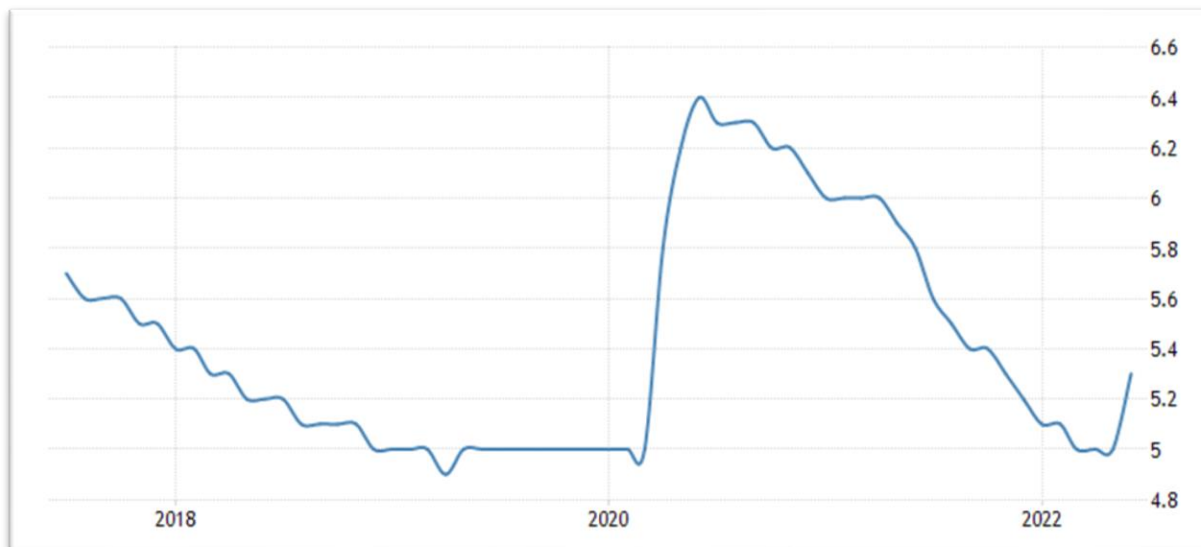
Grafikon 4. BDP Njemačke od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/germany/gdp> (pristupljeno 7. srpnja2022.)

Na grafikonu 4. je prikazan BDP Njemačke od 2012.-2022. godine (u bil. dolara). Kao što je vidljivo, bruto domaći proizvod (BDP) u Njemačkoj iznosio je 4223,12 milijardi američkih dolara u 2021. godini, prema službenim podacima Svjetske banke. Vrijednost BDP-a Njemačke predstavlja 0,25 % svjetskog gospodarstva. Kao i u Sloveniji u 2020. godini je zabilježen pad BDP-a uslijed pandemije COVID-19, no potom u 2021. godini dolazi do oporavka.

Grafikon 5. Stopa nezaposlenosti u Njemačkoj od 2018.-2022. godine (u %)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/germany/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Na grafikonu 5. je prikazana stopa nezaposlenosti u Njemačkoj od 2018.-2022. godine (u %). Kao što je vidljivo na grafikonu 5. sezonski prilagođena stopa nezaposlenosti u Njemačkoj porasla je na sedmomjesečnu najvišu razinu od 5,3 % u lipnju 2022. godini nakon što je ostala na razini od 5 % prije pandemije treći uzastopni mjesec u svibnju. Povećanje je potaknuto ukrajinskim izbjeglicama koje su se prijavile na biro rada u potrazi za poslom.

Snažno gospodarstvo Njemačke čini je popularnim odredištem za poduzetnike. Jedna od najvažnijih odluka koju poduzetnici donesu kada pokreću vlastiti posao u Njemačkoj je odabir pravnog oblika poslovanja. Struktura koju se odabere ima velike implikacije na osobne dugove, koliko poreza se plaća, treba li se registrirati u drugim organizacijama, pa čak i na naziv tvrtke. Svi samozaposleni radnici u Njemačkoj, kako vlasnici poduzeća tako i slobodni radnici, dužni su platiti porez na poslovanje. Vrsta i iznos poreza koji plaćate ovisi o prometu, dobiti i vrsti poslovanja kojim se poduzeće bavi (Iamexpat, 2022.).

Snaga njemačkog gospodarstva temelji se na spremnosti savezne vlade da uloži velika sredstva u nova poduzeća, istraživanje i inovacije. Trenutačno se oko 3 % BDP-a na ovaj način preusmjerava na promicanje gospodarskog rasta. Slobodni posao je oblik rada u Njemačkoj koji uključuje relativno malo birokracije u usporedbi s drugim oblicima samozapošljavanja.

Temeljem podataka Global Entrepreneurship Monitor vidljivo je kako njemačko gospodarstvo ima jako i razvijeno gospodarstvo. Dio poduzeća je usmjereno na izvoz. Za njemačko poduzetništvo je karakteristično kako ima višu stopu EBO u odnosu na TEA stopu. Iako, u 2021. godini ovaj podatak se obrnuo, odnosno zabilježeno je više ukupne poduzetničke aktivnosti postojećih poduzeća u odnosu na novoosnovana poduzeća. Iz navedenog se može zaključiti kako pandemija uzrokovana korona virusom nije jednako pogodila svaku gospodarsku granu.

Učinak njemačkog gospodarstva svakako sugerira da je 2021. bila nestabilnija nego što se očekivalo. U prvim mjesecima godine, rast se ubrzavao. Samim time je poslovno raspoloženje raslo. Svakim novim COVID valom nastala je kriza u prehrambenoj industriji. Smanjene su prognoze BDP-a te je povećana cijena energenata. U ovom okruženju lako je zaključiti kako se više Nijemaca okrenulo poduzetništvu u 2021. pokretanje novih poslova iz nužde. Stručnjaci su kritični prema uvjetima poduzetništva u Njemačkoj. Uzevši u obzir da Njemačka glasi kao jedna od država s naprednim i učinkovitim gospodarstvom, ovakav podatak je iznenađujući. Stoga, bodovi o financiranju poduzetništva (5.3, 11. među GEM gospodarstva razine A) i Vladina politika: Porezi i birokracija (4.7, 16. među GEM razine A ekonomije), smatraju se jedva ili ispod dovoljnim od strane stručnjaka za omogućavanje poduzetništva (Stephen H. et. Al. 2022:115-116).

Tablica 2. Indeksi globalne konkurentnosti Njemačke

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
EKONOMSKE PERFORMANSE	12	9	5	3	5
UČINKOVITOST VLADE	19	22	24	23	21
POSLOVNA UČINKOVITOST	19	26	25	23	21
INFRASTRUKTURA	11	10	11	10	9

Izvor: Obrada autorice prema podacima Global Competitiveness Indeksa

Tablicom 2 prikazana je ekonomska izvedba, učinkovitost vlade, poslovna učinkovitost i infrastruktura Njemačke prema podacima Global Competitiveness Indeksa. Njemačko gospodarstvo ima najbolje pokazatelje, odnosno najkonkurentnija je država u odnosu na ostale

koje se analiziraju u radu. Njemačka vlada jedna je od najučinkovitijih vlada. Također, Njemačka ima najveću poslovnu učinkovitost, kao i infrastrukturu. Valja skrenuti pažnju na to da je u konkretnom primjeru, riječ o rangiranju koje se odnosi na preko stotinu zemalja.

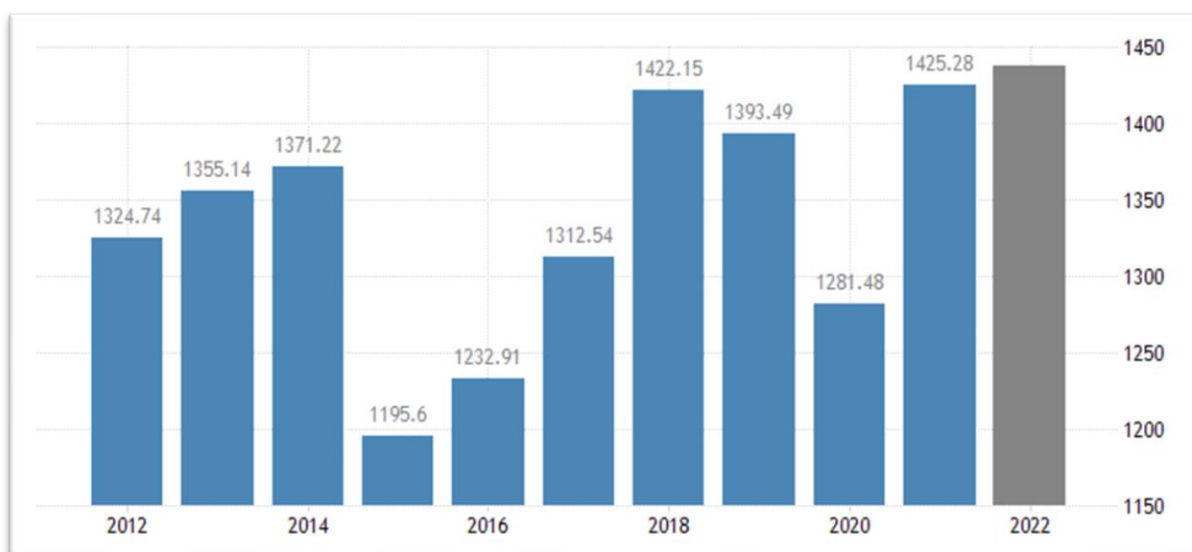
4.3. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Španjolske

Španjolska privlači obećavajuće start upe i oštromne poduzetnike iz cijelog svijeta. Španjolska nije samo jedna od najšarmantnijih mediteranskih zemalja, zahvaljujući suncu i svojoj kulturi, već nudi i obilje profesionalnih prilika koje se ne smiju zanemariti.

Nadalje, inovacije jačaju u španjolskom gospodarstvu u cjelini. Prema podacima Državnog instituta za statistiku (INE), Španjolska bilježi tri uzastopne godine rasta ulaganja u istraživanje i razvoj, te veću stopu rasta od nominalnog BDP-a. Španjolska se ističe u inicijativama otvorenih inovacija. Velike španjolske korporacije rade u širokom rasponu industrija. Od ICT-a do energetike, financija i maloprodaje, oni imaju mogućnost kombinirati obrazovne i znanstvene napore sveučilišta s poslovnim ekosustavom, budući da većina njih ima vlastite startup programe (ICEX, 2022.).

Španjolski javno-privatni program suradnje Otvorena inovacija 4.0 osvojio je nagradu Europske komisije za promicanje europskog poduzetništva (EEPA) za otvorenu inovaciju 2018. U 2018. španjolska tvrtka Acciona osvojila je nagradu 'Open Innovation Innovative Approach Award' koju dodjeljuje EC's Startup Europe Partnership (SEP), kojom se odaje priznanje naporima tvrtke da razvije inovacije u partnerstvu sa startupima u svom programu Innovation.

Grafikon 6. BDP Španjolske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/spain/gdp> (pristupljeno 7. srpnja2022.)

Na grafikonu 6. je prikazan BDP Španjolske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara). Kao što je vidljivo, u 2020. godini je također došlo do znatnog smanjenja BDP-a no u 2020. godini se bilježi znatan oporavak. Bruto domaći proizvod (BDP) u Španjolskoj iznosio je 1425,28 milijardi američkih dolara u 2021. godini, prema službenim podacima Svjetske banke. Vrijednost BDP-a Španjolske predstavlja 0,30 % svjetskog gospodarstva. Na grafikonu 7. je prikazana stopa nezaposlenosti u Španjolskoj od 2014.-2022. godine (u %).

Grafikon 7. Stopa nezaposlenosti u Španjolskoj od 2014.-2022. godine (u %)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/spain/gdp> (pristupljeno 7. srpnja2022.)

Kao što je vidljivo na grafikonu 7. stopa nezaposlenosti u Španjolskoj porasla je na 13,65 posto u prvom tromjesečju 2022. godine s najniže razine u više od trinaest godina od 13,33 posto u prethodnom tromjesečnom razdoblju, jer je gospodarski oporavak počeo posustajati usred jakih vjetrova zbog skokovitih troškova energije i sirovina te rat u Ukrajini. Broj nezaposlenih porastao je u odnosu na prethodno razdoblje za 70,9 tisuća na 3,175 milijuna, a zaposlenost je smanjena za 100,2 tisuće na 20,084 milijuna. Po sektorima, nezaposlenost je porasla u uslužnim djelatnostima (više za 96.300 osoba), industriji (više za 15.700 osoba) i građevinarstvu (više za 1.700 osoba). S druge strane, smanjena je nezaposlenost u poljoprivredi (manje za 6300 osoba). Stopa participacije radne snage pala je na 58,50 posto s 58,65 % u prethodnom razdoblju.

Prema podacima Global Entrepreneurship Monitor na samom početku 2021. španjolski predsjednik je predstavio španjolsku strategiju poduzetničke nacije, odnosno jedan od strateških ciljeva je učiniti Španjolsku glavnim središtem tehnoloških startupa do 2030. Stopa TEA u Španjolskoj 2021. bila je 5,5%, neznatno poboljšanje od 2020. Ovakva stopa je konstantna već neko vrijeme čime se stvaraju preduvjeti za prirodnu stopu rasta poduzetničkih aktivnosti, a samim time i rastom konkurentske prednosti. Slično tome, njegova EBO stopa od 7,2% u 2021. U odnosu na 2020. godinu zabilježen je blagi rast. U idealnom slučaju, Španjolska bi mogla imati koristi od veće stope TEA tako da ima novijih poduzeća kako bi zamijenila postojeća koja ne mogu zadovoljiti sve želje i potrebe pojedinaca. Kako bi navedeno bilo moguće, potrebno je provesti odgovarajuće mjere. Iako, prilikom poticanja razvoja novih poduzeća, potrebno je smanjiti rizik svjesnosti da samo, ukoliko se poduzeće prilagođuje tržišnim zahtjevima, može dugoročno pozitivno poslovati. Španjolska je jedna od rijetkih zemalja gdje ima više žena poduzetnica od muškaraca. Kada se gleda pregled okvirnih uvjeta za 2021. stanje poduzetničkih financija, Španjolska je dobila 4,9, dok za lakši pristup financiranju poduzetništva 4,8, što ga stavlja na drugo mjesto u obje GEM razine B gospodarstva. Ovo je napredak u odnosu na 2020. (Stephen H. et. Al. 2022:175-176).

Tablica 3. Indeksi globalne konkurentnosti Španjolske

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
EKONOMSKE PERFORMANSE	31	29	31	42	35
UČINKOVITOST VLADE	38	40	44	49	50
POSLOVNA UČINKOVITOST	42	39	42	39	40
INFRASTRUKTURA	27	26	26	26	25

Izvor: Obrada autorice prema podacima Global Competitiveness Indeksa

Tablicom 3 prikazana je ekonomska izvedba, učinkovitost vlade, poslovna učinkovitost i infrastruktura Španjolske prema podacima Global Competitiveness Indeksa. Može se vidjeti da se Španjolska učinkovitost vlade nalazi među lošijima, a prilikom izračuna navedenog kriterija obuhvaćeni su podaci o javnim financijama, poreznoj politici, institucionalnom okviru, zakonodavnom te društvenom okviru. Također, poslovna učinkovitost ne bilježi baš značajan pad. Valja skrenuti pažnju na to da je riječ o rangiranju koje se odnosi na preko stotinu zemalja te se ističe što je vrijednost manja to je bolji rang, a razumije se da je u tom smislu cilj biti što bolje rangiran.

4.4. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Bugarske

Bugarska se nalazi u jugoistočnoj Europi, unutar sjeveroistočnog dijela Balkana. Graniči s Grčkom, Makedonijom, Rumunjskom, Srbijom i Crnim morem. Bugarska se nalazi na raskrižju Europe, Bliskog istoka i Azije.

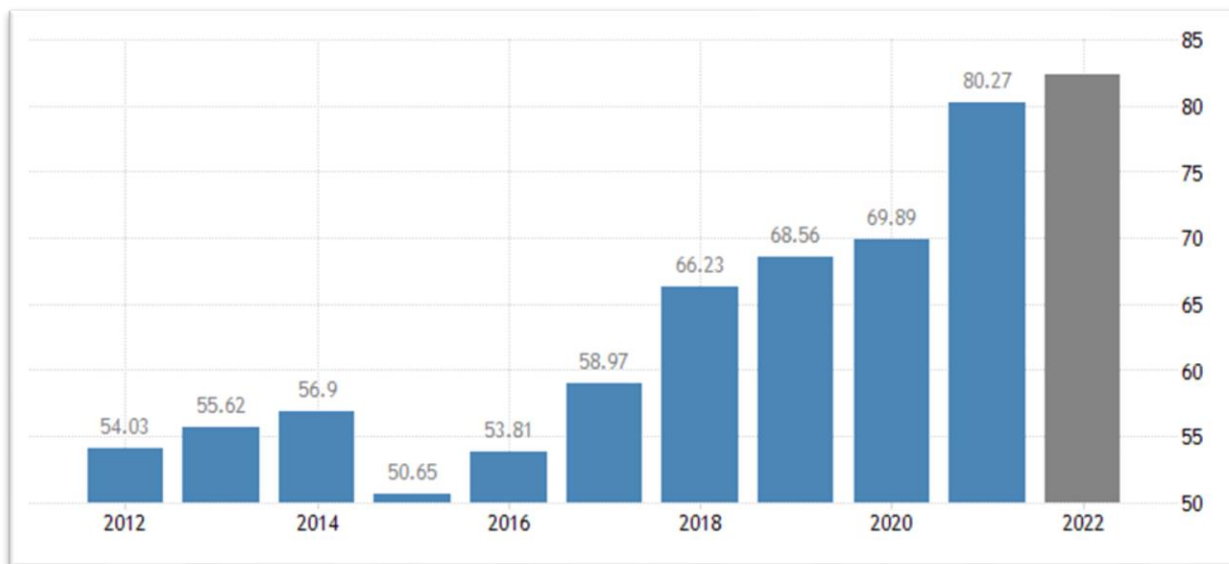
Bugarska je također članica Svjetske trgovinske organizacije (WTO), a njeni glavni trgovinski partneri su države članice Europske unije. Izvoz u Njemačku, Italiju, Grčku, Rumunjsku, Belgiju i Francusku čini dvije trećine ukupnog izvoza u EU. Glavni trgovinski partneri Bugarske izvan EU su Turska, Rusija, Srbija i Republika Makedonija. Ključni izvozni proizvodi uključuju odjeću, željezo i čelik, obuću, strojeve i opremu; dok se uvozi prvenstveno strojevi i oprema, goriva, minerali, sirovine, metali i rude, kemikalije i plastika.

Stope samozapošljavanja bile su ispod prosjeka Europske unije (EU) u posljednjem desetljeću. Ovaj jaz uočen je u svim ključnim ciljnim skupinama u 2018. godini - ženama (7,3 % u odnosu na 9,6 %), mladima (4,8 % u odnosu na 6,5 %) i starijim osobama (13,0 % u odnosu na 17,7%). Međutim, veća je vjerojatnost da će samozaposleni Bugari imati zaposlene posebno žene (28,1 % prema 23,3 %) i starije osobe (37,1% prema 31,0 %). Zaostatak za prosjekom EU najveći je među mladima, 4,9 % prema 7,7 % (OECD library, 2022.).

Pokrenuto je nekoliko akcija kako bi se što većem broju ljudi pružila prilika za bavljenje poduzetništvom, posebice ženama. Jedan od ciljeva nacionalne Strategije za promicanje rodne ravnopravnosti 2017.-23. je promicanje poduzetništva za žene, a Akcijski plan Strategije za promicanje ženskog poduzetništva u Bugarskoj 2017.-2023. razvijen je kako bi pružio okvir za inicijative potpore.

Inicijative za poticanje i jačanje ženskog poduzetništva uključuju sudjelovanje u „The Women in Entrepreneurship Roadshow“, koji su 2019. pokrenuli Europska komisija, Misija Sjedinjenih Država pri Europskoj uniji i drugi. Riječ je o seriji od deset događanja diljem EU-a kojima je cilj povezati 300 poduzetnica s investitorima.

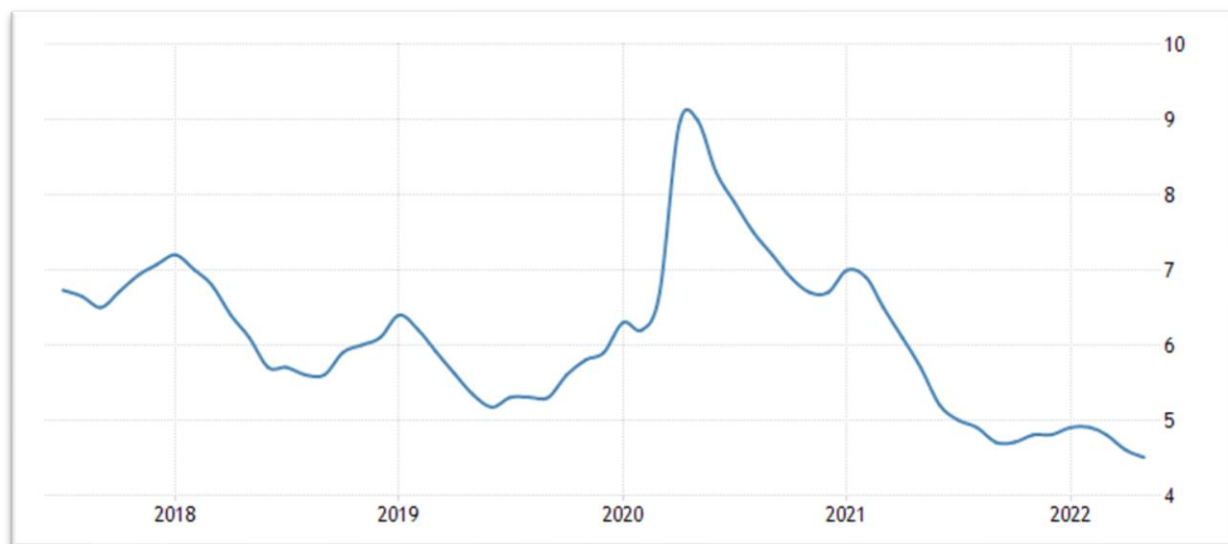
Grafikon 8. BDP Bugarske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/bulgaria/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Kao što je vidljivo na grafikonu 8. bruto domaći proizvod (BDP) u Bugarskoj je 2021. bio vrijedan 80,27 milijardi američkih dolara, prema službenim podacima Svjetske banke. Vrijednost BDP-a Bugarske predstavlja manje od 0,01 % svjetskog gospodarstva.

Grafikon 9. Stopa nezaposlenosti u Bugarskoj od 2018.-2022. godine (u %)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/bulgaria/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Na grafikonu 9. je prikazana stopa nezaposlenosti u Bugarskoj od 2018.-2022. godine (u %). Kao što je vidljivo, stopa nezaposlenosti u Bugarskoj smanjila se na 4,50 posto u svibnju sa 4,60 % u travnju 2022. godine.

Tablica 4. Indeksi globalne konkurentnosti Bugarske

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
EKONOMSKE PERFORMANSE	37	42	39	47	49
UČINKOVITOST VLADE	37	42	39	47	49
POSLOVNA UČINKOVITOST	57	54	53	59	59
INFRASTRUKTURA	51	50	50	54	51

Izvor: Obrada autorice prema podacima Global Competitiveness Indeksa

Tablicom 4 prikazana je ekonomska izvedba, učinkovitost vlade, poslovna učinkovitost i infrastruktura Bugarske prema podacima Global Competitiveness Indeksa. Uz RH, Bugarska ima najlošiju poslovnu učinkovitost. Prilikom izračuna indeksa u obzir su uzeti podaci o produktivnosti i učinkovitosti, tržištu rada, financijama, upravljanju te vrijednosti. Bugarska infrastruktura je među najslabijima te treba poraditi na njenom usavršavanju. Valja skrenuti pažnju na to da je riječ o rangiranju koje se odnosi na preko stotinu zemalja te se ističe što je vrijednost manja to je bolji rang, a razumije se da je u tom smislu cilj biti što bolje rangiran.

4.5. Utjecaj poduzetništva na konkurentnost Republike Hrvatske

Zbog rješavanja ratnih, tranzicijskih i privatizacijskih problema, Hrvatska je relativno dugo zanemarivala potrebe sektora maloga gospodarstva. Postavši svjesna njegova značenja u suvremenim, svjetskim okvirima, a time i u Hrvatskoj, tek je 2002. godine pristupila donošenju zakonske regulative u kojoj će mala i srednja poduzeća nalaziti svoje uporište (Kersan-Škabić i Banković, 2008: 57).

Značenje poduzetništva u razvoju hrvatskoga gospodarstva uključuje iste odrednice kao i u ostalim europskim zemljama ili bilo gdje drugdje u svijetu (Škrtić, Mikić, 2006: 195):

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

Poduzetničke zone su konstrukt Vlade Republike Hrvatske kojim se nastoji poticati razvoj malog i srednjeg poduzetništva u jedinicama lokalne i regionalne samouprave. Na taj se način ostvaruje ravnomjerniji razvoj Republike Hrvatske. One se odnose na različite prednosti pri izgradnji poslovnih prostora na već infrastrukturno opremljenom zemljištu. U Hrvatskoj je u 2020. godini poslovalo gotovo 140.000 poduzeća, a ukupan broj poduzeća u petogodišnjem razdoblju od 2016. do 2020. godine povećao se za 21 %. Kao i u velikom broju zemalja svijeta, sektor malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj ima značajno najveći udio u ukupnom broju poduzeća, 99,7 % (CEPOR, 2022: 13). Na tablici 1. je prikazana struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine.

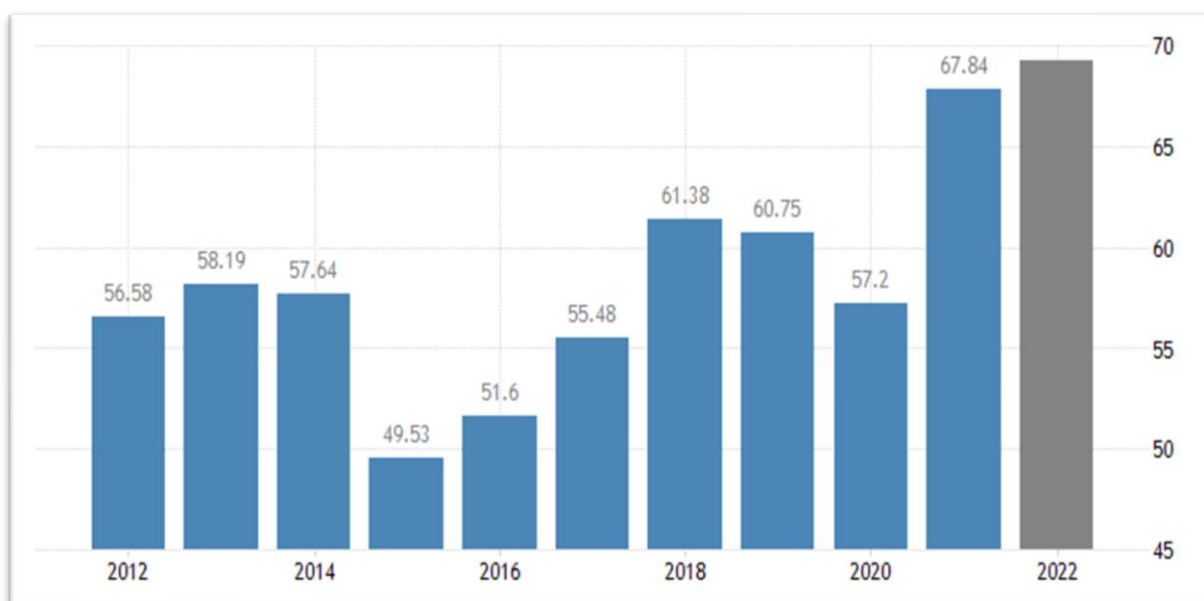
Tablica 5. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine

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

Izvor: CEPOR (2022.): „Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u uvjetima pandemije bolesti COVID-19“, Zagreb: CEPOR, str. 13.

Tablicom 5 prikazana je struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. Iz navedene tablice vidljivo je kako je u promatranom razdoblju zabilježen porast svih vrsta poduzeća.

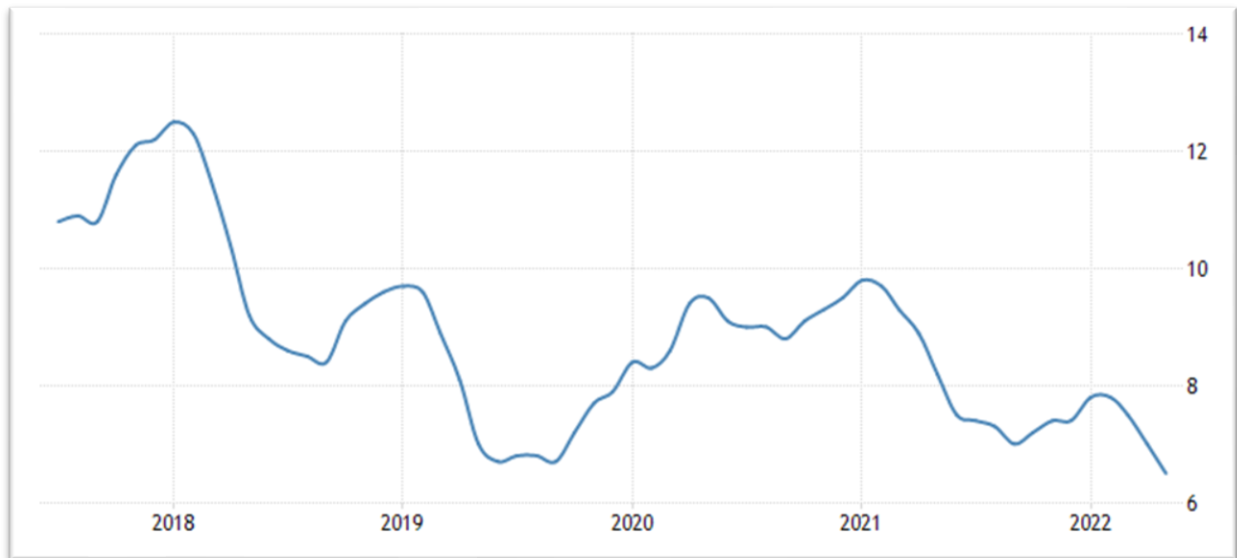
Grafikon 10. BDP Hrvatske od 2012.-2022. godine (u mlrd. dolara)



Izvor: Trading Economics, online: <https://tradingeconomics.com/croatia/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Na grafikonu 10. je prikazan BDP Hrvatske od 2012.-2022. godine. Kao što je vidljivo na grafikonu 10. bruto domaći proizvod (BDP) u Hrvatskoj u 2021. godini iznosio je 67,84 milijarde američkih dolara, prema službenim podacima Svjetske banke. Vrijednost BDP-a Hrvatske predstavlja manje od 0,01 % svjetskog gospodarstva.

Grafikon 11. Stopa nezaposlenosti u Hrvatskoj od 2018.-2022. godine (u %)



Izvor: Trading Economics- <https://tradingeconomics.com/croatia/gdp> (pristupljeno 7. srpnja 2022.)

Kao što je vidljivo na grafikonu 11. stopa nezaposlenosti u Hrvatskoj pala je u svibnju 2022. na 6,5 % s 8,2 % u istom mjesecu prethodne godine. Najniži je to rezultat od prosinca 1996., jer se broj nezaposlenih smanjio za 28 tisuća na 63 tisuće.

Slijedom navedenog, u cilju povećanja ekonomske efikasnosti i približavanja rezultatima poslovanja poduzećima Europske unije poduzeća moraju smanjiti svoje troškove poslovanja, povećati kvalitetu i poslovnost, ulagati u nove proizvode i usluge, pronalaziti nova tržišta i nove pravce distribucije. Zbog usitnjenosti, ekonomske neefikasnosti i nedostatka financijskih sredstava i potrebnog znanja, svaki za sebe to ne mogu. Moguće je samo zajedničkim snagama. Većina malih poduzetnika je svjesna postojećih problema, ali narušeno međusobno povjerenje nije moguće preko noći promijeniti. Započeti proces klasterizacije u Republici Hrvatskoj trebao bi doprinijeti povećanju ekonomske snage i konkurentne sposobnosti hrvatskoga malog gospodarstva na nacionalnom i globalnom planu.

Analizirajući podatke poduzetništva prema Global Entrepreneurship Monitor koji su temelj ekonomskog razvoja vidljivo je kako je razina poduzetničke aktivnosti u 2021. godini, unatoč pandemiji uzrokovana korona virusom, ostala stabilna. Pozitivni poslovni pokazatelji upućuju na snažniji rast u bliskoj budućnosti. Kada je riječ o hrvatskom gospodarstvu, može se reći da uvelike ovisi uspješnosti turističke sezone. U predpandemijskoj godini, udio ostvarenih prihoda u ukupnoj strukturi bruto domaćeg proizvoda iznosila je gotovo 25 posto. Pandemija uzrokovana korona virusom imala je značajan gospodarski utjecaj na RH. Dio stanovnika postalo je nezaposleno.

Kao odgovor na nezaposlenost, sve više pojedinaca nastoje pokrenuti vlastito poslovanje. Ulaganjem u opremu, shvaćanje potreba i želja potrošača, uspješnost poslovanja je neizostavna. Unatoč pozitivnim čimbenicima za razvoj poduzetništva, stručnjaci imaju različito mišljenje o zakonodavnim uvjetima zemlje. Nužno je poticanje razvoja poduzetništva od strane vlade. Kad bi država mogla generirati neke vrlo vidljive ciljane programe kod poduzetnika, uvjeti za ostvarenje poduzetničke aktivnosti bi se poboljšale, a samim time i razvila veća konkurentnost. Financiranje poduzetništva, od strane stručnjaka, ocijenjeno je ocjenom 3,7 što ga svrstava na 4. mjesto među GEM ekonomskoj razini. Ako poduzetnici ne mogu lako pristupiti financijama, neki od njihovih povjerenje će biti ograničeno te se neće odlučiti na pokretanje vlastitog poslovanja. Također, program cjeloživotnog obrazovanja ima snažni utjecaj na razvoj poduzetništva. Kako bi se postigla što veća konkurentna prednost, potrebno je kontinuirano ulagati u znanje zaposlenika (Stephen H. et. al. 2022:102-103).

Tablica 6. Indeksi globalne konkurentnosti Hrvatske

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
EKONOMSKE PERFORMANSE	56	55	45	50	32
UČINKOVITOST VLADE	56	58	59	47	46
POSLOVNA UČINKOVITOST	62	63	63	64	49
INFRASTRUKTURA	46	49	48	50	46

Izvor: Obrada autorice prema podacima Global Competitiveness Indeksa

Tablicom 6 prikazana je ekonomska izvedba, učinkovitost vlade, poslovna učinkovitost i infrastruktura Hrvatske prema podacima Global Competitiveness Indeksa. RH je, izuzev 2022. godine kada je zabilježeno poboljšanje ranga, najlošije rangirana među promatranim državama. Može se zaključiti kako RH mora dosta toga poduzeti kako bi ekonomska izvedba bila što učinkovitija, a o istom može učiti i od susjednih zemalja. Hrvatska je ove godine ostvarila najveći napredak, skočivši za 18 mjesta u gospodarskom učinku. „WCC navodi da je njegov snažan ekonomski oporavak od najakutnije faze pandemije COVID-19 odigrao ključnu ulogu, kao i oporavak njegovog turističkog sektora.

Mnogi pokazatelji utemeljeni na anketama koji ocjenjuju poslovne prakse i povjerenje u Hrvatskoj također su pokazali napredak, ističući opći porast poslovnog povjerenja u zemlji“ (imd.org 2022.). Naime, ankete pokazuju da je ekonomska izvedba gotovo u kontinuiranom padu od 2018., odnosno na najnižoj točki od 2018.

Također, unatoč svim pohvalnim intervencionističkim naporima Vlade RH i pozitivnom djelovanju na gospodarstvo, prema Global Competitiveness Indeksu učinkovitost je u opadajućem režimu, također na najnižoj točki od 2018., a navedeno je jednako i za poslovnu učinkovitost dok su pokazatelji koji se odnose na infrastrukturu jednaki kao 2018. Naravno, valja skrenuti pažnju na to da je riječ o rangiranju koje se odnosi na preko stotinu zemalja.

5. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je akcelerator cjelokupnog gospodarstva jedne države, odnosno ekonomije, ono je ključni element 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 socioloških i društvenih, a uključuju zapošljavanje, razvoj, stabilnost društva, i stupanj obrazovanja.

Konkurentnost poduzeća podrazumijeva pronalazak načina kako biti ispred drugih poduzeća na tržištu. Ona je osnovni preduvjet opstanka poduzeća dok izgradnja i stalno podizanje konkurentnosti postaje ključna zadaća njegovih menadžera. Poduzeća moraju biti fleksibilna, inovativna i kontinuirano usavršavati svoje poslovanje putem postavljanja različitih strategija u svrhu uspješnijeg pozicioniranja u odnosu prema konkurenciji te u svrhu ostvarivanja i/ili zadržavanja konkurentske prednosti.

Temelj svake strategije poduzeća je izgradnja i održavanje konkurentske prednosti i samo će ona poduzeća koja uspiju ostvariti konkurentsku prednost osigurati poslovnu uspješnost u budućnosti. Stoga se može zaključiti kako je konkurentska prednost bit strateškog djelovanja poduzeća. Konkurentnost se razlikuje od komparativnih prednosti. Konkurentska prednost se ne nasljeđuje, ali se može steći putem konkurentske, tehničke, organizacijske i menadžerske inovacije, koje se smatraju izvorima gospodarskog rasta.

Konkurentnost se može konceptualizirati pod različitim perspektivama ili dimenzijama. Konkurentnost se stoga može mjeriti prema njihovoj razini analize - država, sektor, tvrtka. Konkurentnost poduzeća ovisi o povezanosti konkurentnosti na razini zemlje i sektora, kao i o vlastitoj razini konkurentnosti. Prva razina, konkurentnost zemlje, uključuje varijable kao što su makroekonomska stabilnost, pristup međunarodnim tržištima ili složenost regulative za poslovni sektor. Druga razina, sektorska konkurentnost, odnosi se na regionalnu infrastrukturu, a treća razina objašnjava konkurentnost poduzeća, pri čemu se mora okrenuti internoj analizi organizacije.

Poduzetništvo je temelj konkurencije i inovativnosti među poduzećima, kao i nacionalnom gospodarstvu. Da bi se stvorilo povoljno okruženje za jačanje poduzetništva, ono mora koristiti simetrične i odgovarajuće konkurentske uvjete s poduzetništvom, unaprijediti proizvodnju i zaposlenost, a time i povećati gospodarski rast. Slovenija je zemlja poduzetnih ljudi i nastoji stvoriti uvjete koji će poduzetnicima omogućiti rast, razvoj i prodor na različita tržišta. Gotovo

polovica zaposlenih osoba radi u mikro i malim poduzećima, zbog čega se posebnu pozornost posvećuje gospodarskom, pravnom i tržišnom okruženju, poticajima i pomoći. Njemačka je najmnogoljudnija država Europske unije i najveće gospodarstvo u Europi. Uz navedeno, njemačko poduzetničko okruženje također ima veliki utjecaj na europski poduzetnički ekosustav. Ta odgovornost za održivi gospodarski razvoj regije, kao i demografski razvoj zemlje u proteklim godinama, između ostalog i starenje stanovništva, razlozi su stalnog povećanja prioriteta teme poduzetništva i inovacija na dnevnom redu Vlade.

Španjolska privlači obećavajuće start upe i oštromne poduzetnike iz cijelog svijeta. Španjolska nije samo jedna od najšarmantnijih mediteranskih zemalja, zahvaljujući suncu i svojoj kulturi, već nudi i obilje profesionalnih prilika koje se ne smiju zanemariti. Zbog rješavanja ratnih, tranzicijskih i privatizacijskih problema, Hrvatska je relativno dugo zanemarivala potrebe sektora maloga gospodarstva. Postavši svjesna njegova značenja u suvremenim, svjetskim okvirima, a time i u Hrvatskoj, tek je 2002. godine pristupila donošenju zakonske regulative u kojoj će mala i srednja poduzeća nalaziti svoje uporište.

U cilju povećanja ekonomske efikasnosti i približavanja rezultatima poslovanja poduzećima Europske unije poduzeća moraju smanjiti svoje troškove poslovanja, povećati kvalitetu i poslovnost, ulagati u nove proizvode i usluge, pronalaziti nova tržišta i nove pravce distribucije. Zbog usitnjenosti, ekonomske neefikasnosti i nedostatka financijskih sredstava i potrebnog znanja, svaki za sebe to ne mogu te je to moguće samo zajedničkim snagama.

Analizirajući podatke Global Entrepreneurship Monitor-a i Global Competitiveness Indeks-a može se zaključiti kako promatrane države moraju učiniti sve što je u njihovoj moći kako bi mogle biti konkurentne. Razvoj poduzetništva, prilagođavanje ponude potražnji, cjeloživotno obrazovanje, jednostavnije financiranje samo je jedan od način na koji promatrane države mogu biti još konkurentnije i uspješnije. Skreće se pažnja da prema Global Competitiveness Indeksu RH mora poduzeti snažne mjere da ekonomska izvedba bude učinkovitija, o čemu može učiti i od susjednih zemalja.

POPIS LITERATURE

1. Ahmad, N., Hoffman, A. (2007.): „A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship“, Paris: OECD
2. Ali, N. (2020.): „Know the Impact of Entrepreneurship on Economy and Society“, dostupno na: <https://www.opengrowth.com/resources/know-the-impact-of-entrepreneurship-on-economy-and-society> (pristupljeno 10.09.2022.)
3. Allis, R. (2022.): “The early entrepreneurs“, dostupno na: <https://www.hive.org/world/the-history-of-entrepreneurship/> (pristupljeno 06.06.2022.)
4. APAC- <https://apacentrepreneur.com/role-of-entrepreneurship-in-socio-economic-growth-of-a-country/> (pristupljeno 07.06.2022.)
5. Babson College- <https://www.babson.edu/entrepreneurship-center/thought-leadership/global-entrepreneurship-monitor/> (pristupljeno 14.09.2022.)
6. Bartoluci, M., i Budimski, V. (2010.): „Upravljanje poduzetničkim projektima u turizmu Republike Hrvatske“, Acta turistica, Vol.22., No.2., str. 179-200.
7. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009.): „Menadžment u sportu“, Zagreb: Kineziološki fakultet
8. Bebusinessed - <https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/> (pristupljeno 14.09.2022.)
9. Business Jargons- <https://businessjargons.com/entrepreneurship.html> (pristupljeno 05.06.2022.)
10. Cann, O. (2016.): “What is competitiveness?“, dostupno na: <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/what-is-competitiveness/> (pristupljeno 07.06.2022.)
11. CEPOR (2022.): „Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u uvjetima pandemije bolesti COVID-19“, Zagreb: CEPOR
12. Daraboš, M. (2015.): „Evolucija konkurentske prednosti- u potrazi za uspjehom u hiperkonkurentskim uvjetima“, Zagreb: Naklada Ljevak d.o.o.
13. Data- <https://data.si/en/blog/entrepreneur-in-slovenia-start-your-own-business/> (pristupljeno 07.07.2022.)
14. Desai, S. (2022.): “Measuring entrepreneurship: Type, motivation, and growth“, dostupno na: <https://wol.iza.org/articles/measurement-matters-entrepreneurship-type-motivation-and-growth/long> (pristupljeno 07.06.2022.)

15. Dresch, A., Collatto, D.C., Lacerda, D.P. (2018.): „Theoretical understanding between competitiveness and productivity: firm level“, *Ingeniería y competitividad*, Vol. 20., No. 2., str. 69-86.
16. Entrepreneur Book- <https://entrepreneurhandbook.co.uk/entrepreneurship/> (pristupljeno 05.06.2022.)
17. Genç, R., Aylin Genç, E. (2017.): „Market-oriented innovations in tourism“, *Research in Hospitality Management*, Vol. 7., No. 1., str. 53-67.
18. Hajduova, Z., et.al. (2021.): „Competitiveness of the Selected Countries of the EU with a Focus on the Quality of the Business Environment“, *Journal of Competitiveness*, Vol. 13., No. 4., str. 43–59.
19. Iamexpat- <https://www.iamexpat.de/career/entrepreneur-germany> (pristupljeno 05.09.2022.)
20. ICEX- <https://www.investinspain.org/en/innovation.html> (pristupljeno 08.07.2022.)
21. Imd.org <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/> (pristupljeno 20.09.2022)
22. Jooris, L. (2021.): „A brief history of entrepreneurship“, dostupno na: <https://gulfbusiness.com/a-brief-history-of-entrepreneurship/> (pristupljeno 14.09.2022.)
23. Kersan-Škabić, I., Banković, M. (2008.): „Malo gospodarstvo u Hrvatskoj i ulazak u Europsku uniju“, *Ekonomski misao i praksa*, No.1., str. 57-62.
24. Klapper, L. F. i Love, I. (2010.): „The Impact of Business Environment Reforms on New Firm Registration“, *World Bank Policy Research, Working Paper*, No. 5493., str. 200-222.
25. Kružić, D. (2007.): „Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji“, *Ekonomski misao i praksa*, No.2., str. 167-191.
26. Kutnjak, G. (2010.): „Europska unija u funkciji poticanja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva“, *Poslovna izvrsnost*, Vol. 4., No.2., str. 79-85.
27. Mohammadi Khyareh, M., Rostami, N. (2018.): „Competitiveness and Entrepreneurship, and their Effects on Economic Growth“, *International Journal of Management, Accounting and Economics*, Vol. 5., No. 10., str. 813-828.
28. Neumann, T. (2021.): “ The impact of entrepreneurship on economic, social and environmental welfare and its determinants: a systematic review“, *Management Review Quarterly*, Vol. 71., str. 553–584.
29. OECD library- <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9bed0dff-en/index.html?itemId=/content/component/9bed0dff-en> (pristupljeno 08.07.2022.)

30. OECD (2018.): „Inclusive Entrepreneurship Policies: Country Assessment Notes, Slovenia, 2018“, OECD
31. Ollivaud, P., Pionnier, P-A., Rusticelli, E., Schwellnus, C., Koh, S-E. (2016.): „Forecasting GDP during and after the Great Recession- A contest between small-scale bridge and large-scale dynamic factor models“, dostupno na: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/forecasting-gdp-during-and-after-the-great-recession_5jlv2jj4mw40-en (pristupljeno 14.09.2022.)
32. Pieter van Dijk, M. (2017.): „Stimulating competitiveness: actual issues for national, regional, urban and clusters administration“, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/316276968_STIMULATING_COMPETITIVENESS_ACTUAL_ISSUES_FOR_NATIONAL_REGIONAL_URBAN_AND_CLUSTER_S_ADMINISTRATION (pristupljeno 05.07.2022.)
33. Porter, M.E. (2022.): „The Competitive Advantage of Nations“, dostupno na: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> (pristupljeno 27.06.2022.)
34. Porter, M.E. (2008.): „Konkurentna prednost- postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja“, Zagreb: Masmedia
35. Republic of Slovenia- <https://www.gov.si/en/policies/business-and-economy/entrepreneurship/> (pristupljeno 06.07.2022.)
36. Ruseva, T. (2022.): “ An overview of the german entrepreneurial ecosystem for science-based start-ups“, dostupno na: <https://www.dwih-newdelhi.org/en/topics/science-based-start-ups-and-entrepreneurship/science-based-start-ups-and-entrepreneurship-in-germany/an-overview-of-the-german-entrepreneurial-ecosystem-for-science-based-start-ups/> (pristupljeno 07.07.2022.)
37. Schwab. K, Zahidi, S., (2020.): The Global Competitiveness Report, Special edition 2020., World economic forum
38. Siudek, T. i Zawajska, A. (2014.): „Competitiveness in the economic concepts, theories and empirical research.“, Acta Sci Pol., Vol. 13., No. 1., str. 91-108.
39. Strath - <https://www.strath.ac.uk/business/huntercentreforentrepreneurship/research/globalentrepreneurshipmonitor/> (pristupljeno 14.09.2022.)
40. Škrčić, M., Mikić, M. (2006.): „Gospodarsko značenje hrvatskoga poduzetništva- šanse i zamke“, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol.4., No.1., str. 191-204.
41. Trading Economics- <https://tradingeconomics.com/slovenia/gdp> (pristupljeno 07.07.2022.)
42. Vajić, I. (1994.): „Management i poduzetništvo“, Zagreb: Mladost d.o.o.

43. Vučković, V. (2018.): „Competitiveness of Croatia: the role of business environment“, InterEULawEast: journal for the international and european law, economics and market integrations, Vol. 5., No. 1., str. 73-90.
44. Zakon o poduzećima, Narodne novine, br. Službeni list SFRJ br. 77/88., 40/89., 46/90., 61/90., Narodne novine br. 53/91., 71/91., 26/93., 58/93., 111/93.
45. Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, br. 111/93., 34/99., 121/99., 52/00., 118/03., 107/07., 146/08., 137/09., 125/11., 152/11., 111/12., 68/13., 110/15., 40/19., 34/22 (1993.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Indeksi globalne konkurentnosti Slovenije	29
Tablica 2. Indeksi globalne konkurentnosti Njemačke	33
Tablica 3. Indeksi globalne konkurentnosti Španjolske	37
Tablica 4. Indeksi globalne konkurentnosti Bugarske	39
Tablica 5. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2016. do 2020. godine.....	41
Tablica 6. Indeksi globalne konkurentnosti Hrvatske	43

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Porterov model pet konkurentskih snaga.....	14
Grafikon 2. BDP Slovenije od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)	27
Grafikon 3. Stopa nezaposlenosti u Sloveniji od 2018.-2022. godine (u %)	27
Grafikon 4. BDP Njemačke od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)	31
Grafikon 5. Stopa nezaposlenosti u Njemačkoj od 2018.-2022. godine (u %)	32
Grafikon 6. BDP Španjolske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)	35
Grafikon 7. Stopa nezaposlenosti u Španjolskoj od 2014.-2022. godine (u %).....	35
Grafikon 8. BDP Bugarske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)	38
Grafikon 9. Stopa nezaposlenosti u Bugarskoj od 2018.-2022. godine (u %)	39
Grafikon 10. BDP Hrvatske od 2012.-2022. godine (u bil. dolara)	41
Grafikon 11. Stopa nezaposlenosti u Hrvatskoj od 2018.-2022. godine (u %).....	42

ŽIVOTOPIS

Klara Papić

Datum rođenja: 28/03/1999

Državljanstvo: hrvatsko

Spol: Žensko

KONTAKT

Badema , 8
10040 Zagreb, Hrvatska

papic.klara28@hotmail.com

(+385) 917691459



RADNO ISKUSTVO

01/2021 - TRENUTAČNO - Zagreb, Hrvatska

Administrativni poslovi

Wiener osiguranje

- administrativni poslovi u sektoru obrade šteta za životna osiguranja
- komunikacija putem maila
- zaprimanje, preuzimanje, sortiranje i arhiviranje dokumentacije
- unos i slanje pošte
- obrada i isplata šteta

10/2020 - 12/2020 - Zagreb, Hrvatska

Administrativni poslovi

Ministarstvo pravosuđa i uprave

- administrativni poslovi
- komunikacija putem emaila
- provjera i unos podataka
- rad u sustavu eKomunikacije

07/2020 - 09/2020 - Zagreb, Hrvatska

Administrativni poslovi

EOS Matrix d.o.o.

- provjera i unos podataka
- ažuriranje baze podataka iz javno dostupnih pretraživača
- unos pošte
- zaprimanje, preuzimanje, sortiranje i arhiviranje dokumentacije

11/2018 - 07/2020 - Zagreb, Hrvatska

Administrativni poslovi

B2 Kapital d.o.o.

- provjera i unos podataka
- ažuriranje baze podataka iz javno dostupnih pretraživača
- komunikacija s klijentima putem e-maila
- zaprimanje, preuzimanje, sortiranje i arhiviranje dokumentacije
- odlazak kod javnih bilježnika, odvjetničkih društava, banaka
- unos i slanje pošte
- povremeni poslovi na recepciji

07/2017 - 10/2018 - Zagreb

Blagajnica

SPAR Hrvatska

- rad na blagajni
- savjetovanje kupaca
- slaganje i razvrstavanje proizvoda
- izrada obračuna

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

07/2022 - TRENUTAČNO - Savska cesta 77, Zagreb

- **Preddiplomski sveučilišni studij Rani i predškolski odgoj i obrazovanje**
Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- **10/2020 – TRENUTAČNO**
- **Specijalistički diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva**
Ekonomski fakultet u Zagrebu
- **2017 – 2020 – Trg J.F. Kennedy, Zagreb, Hrvatska**
- **Stručna specijalistica ekonomije**
Ekonomski fakultet u Zagrebu
- **10/2016 – 12/2017**
- **Tečaj engleskog jezika**
Centar za strane jezike Vodnikova
- **2013 – 2017**
- **Klasična gimnazija**
Nadbiskupska klasična gimnazija s pravom javnosti, Zagreb

JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: hrvatski

DRUGI JEZICI:

engleski

Slušanje B1	Čitanje B1	Govorna produkcija B1	Govorna interakcija B1	Pisanje B1
----------------	---------------	-----------------------------	------------------------------	---------------

njemački

Slušanje A1	Čitanje A1	Govorna produkcija A1	Govorna interakcija A1	Pisanje A1
----------------	---------------	-----------------------------	------------------------------	---------------

DIGITALNE VJEŠTINE

Moje digitalne vještine

MS Office (Word Excel PowerPoint) / Internet

ORGANIZACIJSKE VJEŠTINE

● Organizacijske vještine

- fleksibilnost
- otvorenost
- odgovornost
- točnost u izvršavanju poslova
- izražene organizacijske sposobnosti
- samosvijest

KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE

● Komunikacijske i međuljudske vještine

- izražene komunikacijske sposobnosti stečene na fakultetu i dosadašnjim radnim iskustvom
- sklonost individualnom i timskom radu te motiviranja drugih