

Utjecaji na poduzetništvo Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na učinke globalizacije

Škeljo, Lorina

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:876971>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment

LORINA ŠKELJO

UTJECAJI NA PODUZETNIŠTVO REPUBLIKE HRVATSKE S
POSEBNIM OSVRTOM NA UČINKE GLOBALIZACIJE

STRUČNI DIPLOMSKI RAD

Zaprešić, 2021. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment

STRUČNI DIPLOMSKI RAD

UTJECAJI NA PODUZETNIŠTVO REPUBLIKE HRVATSKE S
POSEBNIM OSVRTOM NA UČINKE GLOBALIZACIJE
IMPACTS ON ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF
CROATIA WITH SPECIAL REFERENCE ON THE IMPACTS
OF GLOBALIZATION

Mentor:

Zlatko Rešetar, univ. spec. oec.

Naziv kolegija:

PODUZETNIŠTVO I POSLOVNI PLANOVI

Studentica:

Lorina Škeljo

JMBAG studentice:

0663014144

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
SUMMARY	II
1. UVOD	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Ciljevi istraživanja	1
1.3. Istraživačka pitanja	1
1.4. Metode istraživanja.....	2
1.5. Struktura rada	2
2. PODUZETNIŠTVO	3
2.1. Teoretsko određenje pojma	3
2.2. Povijest poduzetništva	5
2.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj	7
3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE	12
3.1. Teoretsko određenje pojma	12
3.2. Političko okruženje	13
3.3. Ekonomsko okruženje	14
3.4. Socio-kulturno okruženje	16
3.5. Tehnološko okruženje.....	17
3.6. Legalno okruženje	18
3.7. Informatičko i internetsko okruženje.....	19
4. GLOBALIZACIJA	21
4.1. Teoretsko određenje pojma	21
4.2. Povijest i trendovi globalizacije	22
4.3. Pozitivni i negativni učinci globalizacije.....	25
5. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA PODUZETNIČKO OKRUŽENJE U REPUBLICI HRVATSKOJ	28
6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE ANKETNIM UPITNIKOM S PODUZETNICIMA 32	
6.1. Metoda istraživanja.....	32
6.2. Rezultati istraživanja	33
6.3. Rasprava rezultata.....	45
7. ZAKLJUČAK	47
POPIS LITERATURE	49
POPIS SLIKA I TABLICA	53
PRILOG	54
Prilog 1: anketni upitnik za poduzetnike.....	54

SAŽETAK

Poduzetničko okruženje sastoji se od nekoliko čimbenika od kojih svaki utječe na poslovanje u određenoj dimenziji. Pri tome neki čimbenici izravno utječu na uspjeh poduzeća, dok je utjecaj nekih drugih čimbenika neizravan. Međutim, utjecaj nekih čimbenika je globalizacija dodatno naglasila, potičući razne trendove u svjetskoj ekonomiji, stanovništvu i kulturi. Globalizacije je tako, odvijajući se više stoljeća, rezultirala povećanom međunarodnom trgovinom, stvarajući veću ovisnost o globalnoj ekonomiji, ali i omogućujući slobodnije kretanje kapitala, robe i usluga. Sve navedeno je uvelike utjecalo na poduzeća, njihovo poslovanje te na opću poslovnu okolinu. Shodno tome, diplomski rad se bavi utjecajem globalizacije na poduzeća, odnosno njihovu poslovnu okolinu. U skladu s time, kao predmet istraživanja, postavlja se definiranje utjecaja globalizacije na poslovnu okolinu, ali i na cjelokupno poslovanje hrvatskih poduzeća. Teorijski dio diplomskog rada zasnovan je na stručnoj i znanstvenoj literaturi i ostalim sekundarnim izvorima iz područja poduzetništva i globalnih procesa. Empirijski dio rada se temelji na statističkim metodama obuhvaćajući prikupljanje anketiranjem, obradu i prezentaciju dobivenih podataka. Rad je stoga postavio tri hipoteze, vezane uz pretpostavku da je vodstvo temelj za uspješnost organizacije, da je globalizacija u velikoj mjeri izmijenila utjecaj poduzetničkog okruženja i tako snažno utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća te da je hrvatski poduzetnici smatraju pozitivnim procesom. Rad je potvrdio prve dvije hipoteze, dok je treća napola potvrđena, ustanovivši kako ispitanici nisu sigurni u njen pozitivan utjecaj na svijet, no sigurni su u pozitivan utjecaj na svoje poslovanje.

Ključne riječi: okolina poduzeća, globalizacija, Republika Hrvatska

SUMMARY

The entrepreneurial environment consists of several factors, each of which affects business in a certain dimension. In doing so, some factors directly affect the success of the company, while the influence of some other factors is indirect. However, the influence of some factors has been further emphasized by globalization, encouraging various trends in the world economy, population and culture. Globalization has thus, taking place over several centuries, resulted in increased international trade, creating greater dependence on the global economy, but also allowing freer movement of capital, goods and services. All of the above greatly affected companies, their business and the general business environment. Consequently, the thesis deals with the impact of globalization on companies and their business environment. Accordingly, the subject of the research is to define the impact of globalization on the business environment, but also on the overall business of Croatian companies. The theoretical part of the thesis is based on professional and scientific literature and other secondary sources in the field of entrepreneurship and global processes. The empirical part of the paper is based on statistical methods, including data collection, processing and presentation of the obtained data. The paper therefore set three hypotheses, related to the assumption that leadership is the foundation for the success of the organization, that globalization has greatly changed the impact of the entrepreneurial environment and thus strongly affected the business of Croatian companies and that Croatian entrepreneurs consider it a positive process. The paper confirmed the first two hypotheses, while the third was half-confirmed, finding that respondents were unsure of its positive impact on the world, but were confident of a positive impact on their business.

Key words: company environment, globalization, Republic of Croatia

1. UVOD

Globalizacija je, uzevši u obzir njene učinke, donijela određene koristi razvijenim zemljama, poglavito vezane uz obrazovanje, trgovinu, tehnologiju, veću konkurenciju, investicije i protoke kapitala pa samim time i zaposlenost. Međutim, kao jedan od najvažnijih globalizacijskih učinaka postavlja se nastanak globalnog tržišta, a koje je potpomognuto činjenicom da najuspješnija tržišta u razvijenim zemljama rezultat su privatizacije državnih industrija. Stoga, da bi te industrije povećale potražnju potrošača, mnoge od njih pokušavaju proširiti svoj lanac vrijednosti na međunarodnu razinu. Shodno tome, učinak globalizacije na poslovno upravljanje, odnosno poslovnu okolinu vidi se u naglom porastu broja prekograničnih transakcija, a u pogledu održavanja konkurentnosti, poduzeća nastavljaju razvijati širok spektar svog poslovanja jer navedeno smanjuje troškove i jača ekonomiju razmjera

1.1. Problem i predmet istraživanja

Shodno prethodnom odlomku, diplomski rad se bavi utjecajem globalizacije na poduzeća, odnosno njihovu poslovnu okolinu. U skladu s time, kao predmet istraživanja, postavlja se definiranje utjecaja globalizacije na poslovnu okolinu, ali i na cjelokupno poslovanje hrvatskih poduzeća.

1.2. Ciljevi istraživanja

Kada se sve navedeno rezimira, kao cilj rada postavlja se analiziranje utjecaja globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća, na primjeru hrvatskih poduzeća. Kao jedan od podciljeva rada, odnosno istraživanja, uzima se i definiranje utjecaja globalizacije na samo poslovanje hrvatskih poduzeća.

1.3. Istraživačka pitanja

Diplomskim radom, odnosno istraživanjem se želi odgovoriti na tri unaprijed postavljena istraživačka pitanja:

- Kako globalizacija utječe na poduzetničko okruženje?

- Kakvo je mišljenje hrvatskih poduzetnika o globalizaciji?
- Kako je globalizacija utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća?

Shodno istraživačkim pitanjima, formirane su sljedeće hipoteze:

- H1: Globalizacija je u velikoj mjeri izmijenila utjecaj poduzetničkog okruženja.
- H2: Hrvatski poduzetnici globalizaciju smatraju kao pozitivan proces.
- H3: Globalizacija je snažno utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća, pružajući im nove mogućnosti i izlase na nova tržišta.

1.4. Metode istraživanja

Rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela istraživanja. Teorijski dio se zasniva na stručnoj i znanstvenoj literaturi, dostupnoj u tiskanom i digitalnom obliku. Tijekom izrade teorijskog dijela koristile su se metode sinteze i analize, komparacije, klasifikacije, indukcije i dedukcije te deskriptivna metoda. Za potrebe izrade diplomskog rada analizirana je znanstvena i stručna literatura te ostali sekundarni izvori iz područja poduzetništva i globalnih procesa. Empirijski dio rada se temelji na statističkim metodama obuhvaćajući prikupljanje, obradu i prezentaciju dobivenih podataka. Primarni podaci prikupili su se anketiranjem.

1.5. Struktura rada

Diplomski rad se sastoji od sedam poglavlja. Nakon prvog, uvodnog poglavlja, u drugom poglavlju analiziran je pojam poduzetništva, u čijem kontekstu je predstavljena povijest poduzetništva, odnosno stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Treće poglavlje se odnosi na poduzetničko okruženje, gdje je nakon teoretskog određenja tog pojma, ponaosob predstavljeno i analizirano svako od okruženja. Četvrto poglavlje se bavi analizom pojma globalizacije, ali i njenim pozitivnim, odnosno negativnim učincima. U petom poglavlju, autorica analizira utjecaj globalizacije na poduzetničko okruženje u Republici Hrvatskoj pa, shodno tome, u petom poglavlju donosi empirijsko istraživanje anketnim upitnikom s poduzetnicima. U posljednjem poglavlju autorica donosi svoj zaključak na temu diplomskog rada.

2. PODUZETNIŠTVO

U narednom poglavlju predstavljeno je teoretsko određenje pojma poduzetništva, odnosno njegova povijest, naglašavajući utjecaje koji su formirali samo definiranje poduzetništva, odnosno poduzetnika. Također, predstavljeno je stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

2.1. Teoretsko određenje pojma

Poduzetništvo se odnosi na koncept razvoja i upravljanja poslovnim pothvatom radi ostvarivanja dobiti preuzimajući niz rizika. Sukladno tome, Kolaković (2006) navodi kako poduzetništvo predstavlja svojevrsnu spremnost za pokretanje novog posla te ističe njegovu vitalnu ulogu u ekonomskom razvoju globalnog tržišta. Škrtić (2006) s druge strane navodi kako se poduzetnika obično gleda i doživljava kao inovatora pa se iz toga izvodi mišljenje da su vještine potrebne za uspješno poduzetništvo upravo inovativnost i sposobnost generiranja novih ideja za poslovni pothvat.

Međutim, u povijesti ekonomija nije striktno definirala pojmove poduzetnika, odnosno poduzetništva. Naime, Škrtić i Mikić (2011) navode kako usprkos činjenici da je pojam poduzetništva bio prisutan stoljećima, ekonomisti nisu veliku pažnju pridavali teoretiziranju spomenutih pojmova. Isti autori dodaju da je tek u 20. stoljeću došlo do uključivanja poduzetništva u ekonomske modele, a samim time se počela uviđati i važnost poduzetništva za gospodarstvo države. Shodno tome, izvedene su sljedeće definicije poduzetništva koje se mogu naći u raznim literaturama:

- „...niz aktivnosti učenja koje su usredotočene na središnje funkcije upravljanja poduzećem“
- "...traženje poslovnih prilika i njihovo realiziranje bez obzira na trenutno kontrolirane resurse“
- "čin formiranja nove organizacije vrijednosti."
- proces kombiniranja resursa za proizvodnju dobara ili usluga."
- „... stvaranje inovativne gospodarske organizacije ili mreže organizacije radi stjecanja dobiti u uvjetima rizika i neizvjesnosti“.

Međutim, Hunjet i sur. (2012) tvrde kako suvremeno poduzetništvo kombinira sposobnost i spremnost poduzetnika za daljnji razvoj, odnosno organiziranje i vođenje poduzeća uz pripadajuće rizike, a sve u vidu ostvarenja dobiti.

Shodno svemu navedenom, da se uočiti kako se u većini definicija nalazi poduzetnik, a koji organizira, upravlja i preuzima rizike poslovanja ili poduzeća. Iz toga se da izvesti činjenica da poduzetništvo predstavlja postupak otkrivanja novih načina kombiniranja resursa. Stoga, kada je tržišna vrijednost generirana ovom novom kombinacijom resursa veća od tržišne vrijednosti koju ti resursi mogu generirati negdje drugdje, pojedinačno ili u nekoj drugoj kombinaciji, poduzetnik ostvaruje dobit.

Prema Buble i Kružić (2006), modernija definicija poduzetništva odnosi se na preobrazbu svijeta rješavanjem glavnih problema s kojima se svijet trenutno suočava. „Značenje poduzetništva obuhvaća poduzetnika koji poduzima mjere za promjenu određenih problema, bez obzira rješavaju li neiskusni poduzetnici problem s kojim se mnogi svakodnevno bore, okupljaju li ljude na način koji još nitko nije koristio, ili grade nešto revolucionarno što će poboljšati društvo“ (Buble i Kružić, 2006, str. 31). Shodno tome, pojam poduzetništva čini 4 aspekta:

- „Gospodarska aktivnost – poduzetništvo predstavlja gospodarsku djelatnost jer uključuje dizajniranje, pokretanje i vođenje novog posla kako bi se stvorila dobit i osigurala najbolja moguća upotreba resursa“ (Buble i Kružić, 2006, str. 36).
- Kreativnost i inovacije - predstavlja otkrivanje i primjenu novih ideja u poduzećima, a poduzetnik kontinuirano procjenjuje postojeće poslovne metode i identificira nove metode i tehnike za učinkovitije i djelotvornije poslovanje
- Profit - poduzetnička se djelatnost obavlja isključivo s ciljem stvaranja dobiti, a predstavlja i svojevrsnu nagradu za poduzetnikov trud i rizik.
- Preuzimanje rizika – predstavlja ključni čimbenik poduzetništva bez kojeg ono ne može biti uspješno.

Nadalje, važan aspekt poduzetništva je taj što svi poduzetnici uživaju prednost iznošenja različitih ideja koje mogu biti jedinstvene na globalnom tržištu. Imajući širok raspon ideja koje poduzetnik odabire prema svojoj poduzetničkoj viziji, može ostvariti maksimalnu korist, Tkalec (2011) tome dodaje kako je dolaskom društvenih medija i naprednih tehnologija, odnosno globalizacije općenito, poduzetništvo postalo složenije. Naime, prema Ivančević

(2005), globalizacija je počela uklanjati barijere koje su tradicionalno razdvajale lokalne poslovne prilike i lokalna poduzeća od onih na međunarodnom tržištu. Time su upravo lokalna tržišta postala sastavni dijelovi šireg, globalnog tržišta, a slijedom toga, međunarodno orijentirani poduzetnici dobili su uvid u širi spektar mogućnosti, neograničeni nacionalnim granicama.

Shodno navedenom, u narednom pod poglavlju predstavljena je povijest poduzetništva, od njegovih izvornih početaka, sve do poduzetništva kakvo je danas poznato.

2.2. Povijest poduzetništva

Pojam poduzetništva prvi put je zabilježen u francuskom rječniku pod nazivom *Dictionnaire Universel de Commerce* koji je sastavio Jacques des Bruslons i objavio 1723.¹ Bobera (2015) navodi kako studija poduzetništva seže s kraja 17. i početka 18. stoljeća irsko-francuskog ekonomista Richarda Cantillona, kao utemeljitelja klasične ekonomije. Cantillon je taj pojam prvo definirao u svojoj knjizi *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, navodeći kako ono označava osobu koja plaća određenu cijenu proizvoda i preprodaje ga po drugoj cijeni, istovremeno donoseći odluke o pribavljanju i korištenju resursa. Cantillon je poduzetnika smatrao svojevrsnim „preuzimačem“ rizika koji namjerno raspoređuje resurse kako bi iskoristio mogućnosti za maksimaliziranje financijskog povrata. Bobera (2015) dalje navodi kako je Cantillon naglasio spremnost poduzetnika da preuzme rizik i suoči se s neizvjesnošću pa je tako skrenuo pozornost na funkciju poduzetnika i razlikovao funkciju poduzetnika i vlasnika koji je osigurao novac. Škrtić i Mikić (2011) izvornim poduzetnicima navode trgovce, no dodaju i kako poduzetništvo svoje razne oblike vidi još u doba robovlasništva. Ipak, jedan od ključnih događaja u povijesti poduzetništva bio je izum novca, a Arambašić i sur. (2014) navode kako je valuta poduzetnicima osigurala:

- trgovinu na daljinu,
- sredstvo razmjene, i
- čuvanje vrijednosti poduzetnicima.

¹ Allis, R. (2018). The early entrepreneurs. *Hive.org*. Dostupno na: <https://www.hive.org/world/the-history-of-entrepreneurship/>. (26.04.2021.)

Sukladno pojavom novca, odnosno valute, mjesta za trgovanja (tržnice, trgovi...) postajali su sve popularniji, a time je omogućena kupovina hrane, odjeće, raznih drugih usluga i sl. Međutim, nagli porast stanovništva, započet oko 1470. godine, učvrstio je povezanost tržišta s poduzetništvom, a sustav bankarstva postao je složen i izuzetno važan. Pri tome, Bobera (2015) dodaje kako se sustav cehova proširio, dajući vještim obrtnicima i drugim poduzetnicima način da zajednički organiziraju svoje poslovanje, reguliraju kvalitetu proizvedene robe i razviju reputaciju određene robe u gradovima širom srednjovjekovne Europe. Navedeno je rezultiralo pojavom da su poduzetnici mogli kupiti robu iz inozemstva, pretvoriti je u gotove proizvode, a zatim je prodati kako bi ostvarili profit.

Prema Jovančević (2005), industrijalizacija je u 18. stoljeću oblikovala koncept poduzetništva koji je bio dostupan gotovo svima, realizirajući tako poslovne modele koji su poduzetnicima omogućili prikupljanje sredstava za rad iz cijelog svijeta. Naime, Industrijska revolucija rezultirala je s dvjema važnim prekretnicama, odnosno dostupnošću proizvodnje energije, ali i dostupnosti široke radne snage. Naime, poduzeća više nisu ograničavali vremenski uvjeti u smislu dobivanja energije te su se počeli oslanjati na tehnologije poput električne energije, motore s unutarnjim izgaranjem i sl. Što se stanovništva tiče, Bobera (2015) navodi kako se velik dio stanovništva počeo seliti u velike gradove, što je poduzetnicima dalo veliki „bazen“ jeftine radne snage.

Tijekom svjetskih ratova poduzetništvo se počelo mijenjati iz nekoliko razloga, a Bobera (2015) navodi kako je gospodarstvo postalo globalnije, a bolji radni i komunikacijski alati olakšali su poduzetnicima prodaju proizvoda i usluga, a taj se trend nastavio i u moderno doba. Pri tome, gospodarstvo je postajalo sve globalnije, a bolja sredstva proizvodnje, odnosno komunikacije olakšala su poduzetnicima prodaju proizvoda i usluga.

Danas su poduzetnici žila kucavica gospodarstava diljem svijeta pa čak i u zapovjednim ekonomijama poput Kine, poduzetnike cijene zbog njihovog doprinosa gospodarstvu i potiču ih na inovacije kako bi se natjecali s poduzećima širom svijeta. Jašarević i Kuka (2015) pak zamjećuju kako je globalna ekonomija, u kombinaciji s modernom infrastrukturom i komunikacijama, uvela novo doba konkurencije u svijet poduzetništva. Stoga, od početaka povijesti poduzetništvom su uvijek vladale tržišne snage poznate kao ponuda i potražnja. Primjerice, rani poduzetnici u poljoprivrednoj revoluciji zadovoljavali su potrebe poljoprivrednika pružajući im alate i sklonište, dok su u zamjenu dobili hranu kojom su mogli prehraniti svoje obitelji.

Naposljetku, da se zaključiti kako su poduzetnici pokretači gospodarskog razvoja, a ističe se i njihova uloga i alociranju resursa s manje produktivnih „polja“, na ona koja su produktivnija. K tome, vidljivo je kako je poduzetništvo prolazilo kroz svoje razne oblike i shvaćanja sve do 20. stoljeća, kada se ustalila njegova definicija s tek ponekim izmjenama kao produktom globalizacije.

2.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Prema Grgić i sur. (2010), uzevši u obzir način, odnosno vrstu poslovanja, poduzetništvo u Republici Hrvatskoj se dijeli na:

- tradicionalno,
- korporativno i
- društveno poduzetništvo.

Tradicionalno poduzetništvo povezano je s malim i srednjim poduzećima, a autori ukazuju da se to odnosi na tradicionalni način pokretanja posla, u koji poduzetnik ulaže kapital, nabavlja i koristi resurse za proizvodnju proizvoda ili pružanje usluga. Kako bi udovoljio potrebama tržišta i ostvario profit, poduzetnik je dužan preuzeti određeni rizik, a Buble (2003) tom konceptu dodaje da je korporativno poduzetništvo karakteristično za velika poduzeća ili korporacije i kao takvo složenije od tradicionalnog poduzetništva. Autor navodi da je tome tako jer korporativno poduzetništvo podrazumijeva organizaciju većeg broja ljudskih resursa, tj. sirovina.

Socijalno poduzetništvo pristup je koji koriste pojedinci, grupe, novoosnovana poduzeća ili poduzetnici u kojem razvijaju, financiraju i provode rješenja za socijalne, kulturne ili ekološke probleme. „Ovaj se koncept može primijeniti na širok spektar organizacija koje se razlikuju u veličini, ciljevima ili uvjerenjima“ (Grgić i sur., 2010, str. 58). Dalje, autori ukazuju na to da su socijalni poduzetnici neprofitni ili kombiniraju profitne ciljeve stvarajući "pozitivno" okruženje. Tako socijalno poduzetništvo obično ima za cilj postizanje širih socijalnih, kulturnih i okolišnih ciljeva koji su često povezani s dobrovoljnim sektorom u područjima poput smanjenja siromaštva, zdravstvene zaštite i razvoja zajednice.

Međutim, poduzetništvo je u Europskoj Uniji pa tako i u Republici Hrvatskoj uređeno prema Zakonu o računovodstvu (NN 47/2020), a isti ga Zakon dijeli na:²

- mikro,
- mala,
- srednja i
- velika poduzeća.

Pri tome, mikro poduzeća su ona poduzeća koja „ne prelaze ukupnu aktivu od 2.600.000,00 kuna, koja nemaju prihod veći od 5.200.000,00 kuna i više od 10 radnika.“ S druge strane, mala poduzeća su ona koja nisu mikro poduzeća te koja „koja ne prelaze ukupnu aktivu od 30 milijuna kuna, prihod od 60 milijuna kuna te imaju manje od 50 radnika“. Srednja poduzeća su poduzeća koja ne spadaju pod klasifikaciju mikro i malih poduzeća te „ne prelaze ukupnu aktivu od sto pedeset milijuna kuna, prihod od 300 milijuna kuna te nemaju više od 250 radnika. Naposljetku, velika poduzeća su ona poduzeća koja broje ukupnu aktivu višu od 150 milijuna kuna, prihod od 300 milijuna kuna te broje više od 250 radnika. Shodno svemu navedenome Zakon o računovodstvu (47/20) poduzetnicima smatra trgovačka društva i trgovce pojedince, odnosno poslovne jedinice poduzetnika sa sjedištem u drugim državama, odnosno poslovne jedinice poduzetnika iz države članice ili treće države koji su obveznici poreza na dobit u Republici Hrvatskoj.

U daljnjem dijelu pod poglavlja, analizirano je stanje hrvatskog poduzetništva. Sukladno tome, Tablica 2.1. prikazuje strukturu poduzeća s obzirom na veličinu, od 2015. do 2019. godine.

² Zakon o računovodstvu NN (47/20). Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu>. (29.04.2021.)

Tablica 2.1. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2015. do 2019. godine

	2015.		2016.		2017.		2018.		2019.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	106.221		114.156		119.752		130.757		135.890	
Mikro i mala poduzeća	105.029	99,7	112.809	99,7	118.352	99,7	129.259	99,7	134.365	99,7
Srednja poduzeća	1.192		1.347		1.400		1.498		1.525	
Velika poduzeća	348	0,3	327	0,3	329	0,3	360	0,3	370	0,3
Ukupno	106.569	100	114.483	100	120.081	100	131.117	100	136.260	100

Izvor: Alpeza, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak, T., Mezulić Jurić, P., Oberman, M., Perić, J. i Šimić Banović, R. (2020). *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu*. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Preuzeto s: www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf. (10.04.2021.)

Iz prethodne tablice vidljivo je kako sektor mikro, malih i srednjih poduzeća zauzima 99,7% od ukupnog sektora poduzetništva u Republici Hrvatskoj kroz promatrano petogodišnje razdoblje. Pri tome, broj subjekata u mikro, malom i srednjem poduzetništvu bilježi porast kroz spomenuto razdoblje te u 2019. godini broji 135.890 poduzeća. S druge strane, broj velikih poduzeća varira u promatranom razdoblju no zamjećuje se porast od 2016. godine te u 2019. godini iznosi 370. Shodno navedenim podacima, bilježi se i ukupan rast broja poduzeća kroz promatrano razdoblje pa je Republika Hrvatska u 2019. godini brojala 136.260 poduzeća.

Naredna Tablica 2.2. prikazuje veličinu poduzeća, zaposlenost, odnosno ukupan prihod i izvoz u dvogodišnjem razdoblju (2018. i 2019. godini).

Tablica 2.2. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2018. i 2019. godini

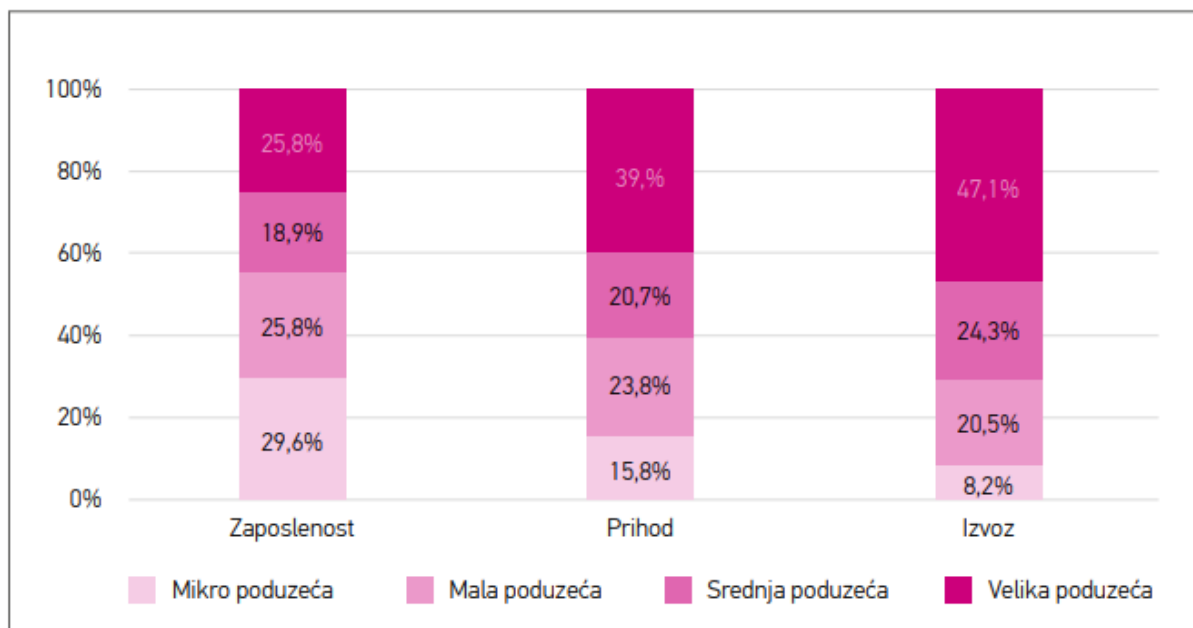
Ekonomski kriterij valorizacije sektora	Veličina poduzeća							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.
Broj zaposlenih	255.819	286.603	238.392	249.826	184.278	183.189	261.465	250.158
Zaposlenost (udio) ^a	27,2%	29,6%	25,4%	25,8%	19,6%	18,9%	27,8%	25,8%
Ukupan prihod (mil. kn)	102.094	126.003	172.766	189.187	161.166	165.172	315.134	315.765
Ukupan prihod (udio)	13,6%	15,8%	23,0%	23,8%	21,4%	20,7%	42,0%	39,7%
Izvoz (mil. kn)	10.432	12.379	29.671	31.064	37.874	36.739	69.205	71.273
Izvoz (udio)	7,1%	8,2%	20,2%	20,5%	25,7%	24,3%	47,0%	47,1%

Izvor: Alpeza, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak, T., Mezulić Jurić, P., Oberman, M., Perić, J. i Šimić Banović, R. (2020). *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu*. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Preuzeto s: www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvesce-2020-HR-web.pdf. (10.04.2021.)

Vidljivo je kako je u 2019. godini broj zaposlenih najprisutniji bio u mikro poduzećima, a brojao je više od 286 tisuća ljudi. Pri tome, najmanje je zaposlenika bilo u srednjim poduzećima (183.189). Također, bilježi se pad zaposlenih osoba u srednjim i velikim poduzećima u 2019. godini, u odnosu na 2018. S druge strane, mikro i mala poduzeća bilježila su rast u tom segmentu.

Naredna Slika 2.1. prikazuje ukupnu zaposlenost, prihod i izvoz prema veličini poduzeća u 2019. godini.

Slika 2.1. Ukupna zaposlenost, prihod i izvoz prema veličini poduzeća u 2019. godini.



Izvor: Alpeza, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak, T., Mezulić Jurić, P., Oberman, M., Perić, J. i Šimić Banović, R. (2020). *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu*. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Preuzeto s: www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf. (10.04.2021.)

Prema Slici 2.1., uz spomenutu najveću zaposlenost u mikro poduzećima, vidljivo je kako prema prihodima, velika poduzeća generiraju najviše u tom segmentu, a slijede ih mala, srednja te mikro poduzeća. Što se izvoza tiče, s 47,1% velika poduzeća su najveći izvoznici, a slijede ih redom srednja, mala i mikro poduzeća.

3. PODUZETNIČKO OKRUŽENJE

U narednom poglavlju predstavljeno je teoretsko određenje pojma poduzetničkog okruženja, a predstavljena su i analizirana okruženja koja imaju utjecaja na poduzeće.

3.1. Teoretsko određenje pojma

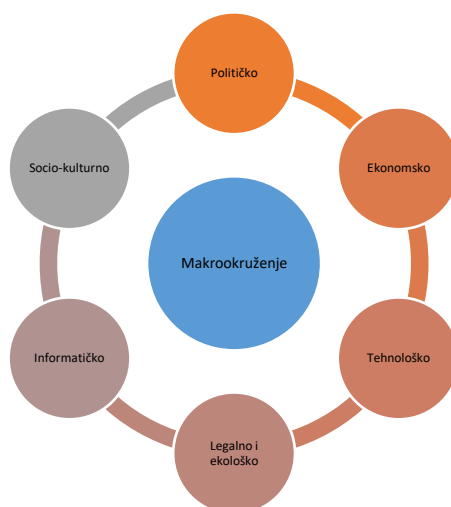
“Poduzetničko okruženje predstavlja splet utjecaja koji u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnost te aktivnost poduzetnika“ (Škrtić, 2006, str. 19).

Poduzetničko okruženje sastoji se od nekoliko čimbenika od kojih svaki utječe na poslovanje u određenoj dimenziji. Pri tome, Škrtić (2006) navodi kako neki čimbenici izravno utječu na uspjeh poduzeća, dok je utjecaj nekih drugih čimbenika neizravan. Okruženje poduzeća, autorica dijeli na:

- interno okruženje
- okruženje zadatka (mikrookruženje)
- opće okruženje (makrookruženje).

U nastavku je naglasak stavljen na vanjsko, odnosno opće okruženje (makrookruženje), koje čine sastavnice prikazane na Slici 2.2. u nastavku.

Slika 3.1. Makroekonomsko okruženje poduzeća



Izvor: rad autorice prema: Škrtić, M. (2006). Poduzetništvo. Zagreb: KnjižaraUM., str. 19.

Suprotno unutarnjim čimbenicima, vanjski elementi utječu na čimbenike van nadzora poduzeća, a uzimanje u obzir vanjskog okruženja omogućuje poduzetnicima da poduzmu odgovarajuće prilagodbe svog poslovanja kako bi ga učinili prilagodljivijim vanjskom okruženju.

3.2. Političko okruženje

U suvremenom društvu političko okruženje se može definirati kao „skup aktivnosti i sustava koji imaju izravan utjecaj na način na koji se moć i autoritet raspodjeljuju i koriste“ (Jovančević, 2005, str, 61). Iz poslovne perspektive, promjene u tom segmentu mogu utjecati na način poslovanja poduzeća, bez obzira na njegovu veličinu i snagu.

Shodno tome, kao jedan od najvažnijih političkih faktora, Jovančević (2005) navodi oporezivanje, odnosno porezni sustav. Pri tome, najočitiji utjecaj je u obliku promjena zakona i propisa koji utječu na poslovanje pa porezni sustav uvelike utječe na troškove poduzeća i njegove profitne marže. Morrison (2017) dodaje i da u većini demokratskih država promjene u vladi često donose značajne regulatorne promjene povezane s oporezivanjem, pri čemu se te promjene često oslanjaju na političke ideologije stranke na vlasti.

Osim poreza, vlade također mogu mijenjati zakone povezane s drugim aspektima poslovnog poslovanja, poput održivosti okoliša, društvene odgovornosti, zakona o radu i ostalih segmenata. Prema Ivanović-Đukić i sur. (2019), povećanje propisa o usklađenosti može utjecati na uspješan kontinuitet poslovanja, a vlade često pokreću ove promjene kao odgovor na izazove koji se javljaju u drugim segmentima. Primjerice, globalno zagrijavanje postalo je ključno socijalno i političko pitanje posljednjih godina pa vlade širom svijeta provode strože norme emisija koje utječu na način na koji proizvođači automobila dizajniraju i proizvode svoja vozila. Navedeno pak može imati utjecaja na opskrbne lance i druga poduzeća u lancu.

Nadalje, iako promjene u oporezivanju i zakonima mogu imati pozitivan utjecaj, odstupanja u ukupnoj političkoj klimi obično su negativna. Lončar (2005) navodi da politička reforma može na više načina utjecati na poduzeća, posebno u regijama koje trpe značajne socijalne nemire. Kao primjer za spomenuto može uzeti Venezuela, gdje se sve veći otpor prema vladajućem režimu pretvorio u građanske nemire, raspad gospodarstva i masovne migracije stanovništva.

Stoga, kada se sagledaju spomenuti faktori koji čine političko okruženje, da se zaključiti kako ih karakterizira nepredvidljivost. Međutim, sve većim utjecajem globalizacije, postavlja se pitanje globalne prirode suvremenog poslovanja. Pri tome, današnje poduzetništvo funkcionira u sve više međusobno povezanom svijetu u kojem čak i mala i srednja poduzeća imaju globalne opskrbe lance, navodeći kako su se u prošlosti poduzetnici morali boriti samo s promjenama u domaćoj politici. Stoga, ako rat ili naftna kriza nisu bili na pomolu, međunarodni sporovi imali su relativno mali utjecaj na manja poduzeća, posebno u usporedbi sa suvremenim poslovanjem.

Shodno navedenome, Hirst i Thompson (2001) navode određene elemente povezane s političkim okruženjem:

- Stabilnost – kao jedan od najvažnijih čimbenika jer stabilnost političkog okruženja vrlo pogoduje gospodarstvu i poslovanju općenito.
- Oporezivanje – sistem oporezivanja vrlo je važan kada je u pitanju političko okruženje jer ako je vlada uravnotežena u pogledu poreza i proračuna, poduzeća su motivirana da proizvode više i rastu.
- Vanjske politike - političko okruženje također bi trebalo uravnotežiti strana ulaganja i rast u određenoj zemlji jer ako nema stranih ulaganja, rast i tehničko znanje su upitni.

3.3. Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje većinski se odnosi na gospodarsko stanje u državi. Prema Jovančević (2005), ekonomsko okruženje uključuje trendove u bruto domaćem proizvodu (BDP), inflaciji, zaposlenosti, potrošnji te monetarnoj i fiskalnoj politici. Takvo okruženje usko je povezano s općim poslovnim ciklusom za razliku od uspješnosti pojedinog poslovnog sektora.

Ekonomsko okruženje, kako navodi Jovančević (2005), odnosi se na to kako makroekonomski uvjeti u kojima poduzeće ili sektor djeluju utječu na njegovu uspješnost. Takav koncept se bavi agregatnom proizvodnjom, potrošnjom i razinom cijena u gospodarstvu, za razliku od pojedinih industrija i tržišta, dok količina utjecaja ekonomskog okruženja ovisi o tome koliko poslovanje tvrtke ovisi o zdravlju cjelokupnog gospodarstva.

Nadalje, ekonomsko okruženje je pod velikim utjecajem na cikličke industrije, dok su osnovne industrije manje pod utjecajem.³ Promjene u kamatnim stopama i globalnim financijskim tržištima pod snažnim su utjecajem na industrije koje su vrlo ovisne o kreditu za financiranje kupnji i poslovnih ulaganja. Ekonomsko okruženje, kako dalje navodi Jovančević (2005), također može izravno utjecati na sposobnost i spremnost potrošača. Naime, „kolebanja potrošačke snage mogu jako utjecati na industriju luksuzne robe i široku potrošnu robu pa reakcije potrošača na široko ekonomsko okruženje poduzeća prate kao svojevrсно mjerilo zdravlja gospodarstva“ (Delić, 2009, str. 41).

Gallagher (2009) spominje jedne od najvažnijih elemenata, odnosno pokazatelja ekonomskog okruženja:

- bruto domaći proizvod (BDP),
- stopa inflacije,
- razina zaposlenosti,
- moć potrošača,
- monetarna politika i
- fiskalna politika.

Pri tome, monetarna politika i fiskalna politika usko su povezane s političkim faktorima, odnosno podložne su promjenama od strane vlade. Jovančević (2005) u tom smislu navodi kako u Republici Hrvatskoj Hrvatska narodna banka za svoj glavni cilj ima održavati stabilnost cijena, a što se naposljetku ogleda u podupiranju niske i stabilne inflacije. Stoga, da se zaključiti kako HNB provodi monetarnu politiku određivanjem i primjenom instrumenata i mjera koji su joj potrebni za ostvarivanje njezinih ciljeva i zadaća.

S druge strane, fiskalna politika odnosi se na vladinu politiku oko oporezivanja, zaduživanja i potrošnje. Naime, visoke porezne stope mogu smanjiti pojedinačne i poslovne poticaje za rad, ulaganje i štednju. Veličina godišnjeg deficita vlade i ukupnog duga mogu utjecati na tržišna očekivanja u pogledu budućih poreznih stopa, inflacije i ukupne makroekonomske stabilnosti. Jovančević (2005) tome dodaje kako državna potrošnja potiče zaduživanje i oporezivanje, a

³ Kuepper, J. (2020). *The impact of globalization on economic growth*. Dostupno na: <https://www.thebalance.com/globalization-and-its-impact-on-economic-growth-1978843> (09.02.2021.)

navedeno se koristi kao alat politike za pokušaj poticanja ekonomske aktivnosti tijekom vremena pa time nadoknađuje potrošnju i poslovna ulaganja tijekom recesije.

3.4. Socio-kulturno okruženje

Socio-kulturno okruženje utječe na više aspekata poslovanja, usprkos činjenici da nisu izravno uključeni u njega. Shodno tome, Cepel (2019) navodi kako se elementi tog okruženja pojavljuju kao ključni u oblikovanju načina upravljanja poslovanjem, primjerice, od toga koja se roba proizvodi, za koga i kada.

Shodno prethodno navedenom, prema Cepel (2019), socio-kulturno okruženje sastoji se od ukupnog zbroja vjerovanja, običaja, praksi i ponašanja društva. Pri tome, Cepel (2019) dodaje kako svako društvo konstruira svoje društveno okruženje, a neki su običaji, vjerovanja, prakse i ponašanja slični u različitim kulturama. Takvo socijalno okruženje stvoreno od šireg društva u kojem poduzeće funkcionira može se nazvati njegovim vanjskim društvenim okruženjem, no ako poduzeće djeluje u multikulturalnom društvu, tada je socio-kulturno vanjsko društveno okruženje još složenije jer će se okruženje sastojati od različitih podskupina sa svojim jedinstvenim vrijednostima, vjerovanjima i običajima.

Međutim, Cepel (2019) navodi kako poduzeća često pokušavaju utjecati na društvene vrijednosti korištenjem marketinga, oglašavanja i ciljanih strategija odnosa s javnošću. Pri tome, marketinške kampanje koriste se u pokušaju stvaranja trendova, a modna industrija je sjajan primjer i u suvremeno doba pokretač velikih promjena. Nadalje, da se zaključiti kako razlike u stavovima i vrijednostima čine socio-kulturno okruženje važno za poduzeće, a to okruženje, sastoji se od sljedećih elemenata:⁴

- kulture,
- jezika,
- religije,
- razine obrazovanja,
- preferencija kupaca,
- odnosa društva prema inozemnim proizvodima.

⁴ Pologeorgis, A., N. (2019). *How globalization affects developed countries*. Dostupno na: <https://www.investopedia.com/articles/economics/10/globalization-developed-countries.asp> (09.02.2021.)

Naposljetku, kada se pogleda socio-kulturno okruženje u aspektu globalizacije, vidljivo je kako promjena vjerovanja i vrijednosti prema uštedi energije i globalnim klimatskim promjenama može stvoriti drugačije preferencije, primjerice, vozača automobila. Oni će, prema Cepel (2019), odabrati električni automobil ili neki drugi oblik vozila koji ne zagađuje okoliš u onoj mjeri u kojoj to rade dizelski motori. Stoga, ako se poduzeće odbije prilagoditi promjeni društvenih preferencija, njegov će poslovni uspjeh biti doveden u pitanje.

3.5. Tehnološko okruženje

Razvoj tehnologije kao jednog od produkta globalizacije, revolucionirao je način na koji manja poduzeća posluju omogućavajući im izjednačavanje uvjeta s većim organizacijama koje posluju multinacionalno. Mala poduzeća koriste niz tehnologija za razvoj konkurentskih prednosti na ekonomskom tržištu, a pri tome razmatraju primjenu tehnologije u svom procesu planiranja radi pojednostavljene integracije i stvaranja prostora za buduće širenje.⁵

Manja poduzeća mogu koristiti tehnologiju za smanjenje poslovnih troškova, a tehnološko okruženje koje, primjerice, nudi određeni poslovni softver, omogućava poduzeću da automatizira dio svog poslovanja. U skladu s time, mobilna tehnologija omogućuje kućnim uredima i predstavnicima na terenu interakciju u stvarnom vremenu pa tako terenski predstavnici mogu pomoću mobilnih aplikacija bilježiti svoje dnevne troškove dok ih stvaraju i automatski ih sinkronizirati s računovodstvenim softverom poduzeća.

Nadalje, poduzeća mogu koristiti tehnologiju za stvaranje sigurnog okruženja za održavanje povjerljivih podataka o poslovanju ili potrošačima. Prema Ivanović-Đukić i sur. (2019), mnoge vrste poslovne tehnologije ili softverski programi prilagođeni su korisnicima i omogućavaju vlasnicima poduzeća da maksimalno iskoriste svoje alate i *know-how*. Također, poboljšani komunikacijski procesi, kao element tehnološkog okruženja, a istovremeno i produkta globalizacijskog procesa, pomažu poduzećima da poboljšaju svoje komunikacijske procese putem komunikacijskih metoda informacijske tehnologije.

Prema Ivanović-Đukić i sur. (2019), poduzeća mogu povećati produktivnost svojih zaposlenika korištenjem tehnologije, gdje računalni programi i poslovni softver obično omogućuju

⁵ UNEC. *The impact of globalization on national accounts*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/UNECE_Impact_of_globalization_on_NA_2011_EN_.pdf (10.02.2021.)

zaposlenicima da obrade više informacija odjednom. Poduzeća tako mogu implementirati poslovnu tehnologiju kako bi smanjili količinu ljudskog rada u poslovnim funkcijama, što naposljetku manjim poduzećima omogućuje izbjegavanje plaćanja suvislih troškova rada.

Tehnološko okruženje dalje omogućuje manjim poduzećima da dođu do novih ekonomskih tržišta, a Lončar (2005) u tom smislu navodi da, umjesto da samo prodaju potrošačku robu ili usluge na lokalnom tržištu, manja poduzeća mogu doseći regionalna, nacionalna i međunarodna tržišta. Pri tome, autor navodi primjer maloprodajnih internetskih stranica kao čest način na koji poduzeća prodaju proizvode na nekoliko različitih ekonomskih tržišta.

Naposljetku, poslovna tehnologija kao element tehnološkog okruženja omogućuje poduzećima da prenose poslovne funkcije drugim tvrtkama u nacionalnom i međunarodnom poslovnom okruženju. U tom smislu, *outsourcing* može pomoći poduzećima da smanje troškove i usredotoče se na izvršavanje poslovne funkcije koju smatraju najsvrsishodnijom.

Naposljetku, tehnološke promjene predstavljaju značajne mogućnosti i prijetnje za poduzeća, a Lončar (2005) spominje prevladavanje pozitivnih utjecaja, a koji se ogledaju u povećanju pristupa, pohrane i korištenja podataka, povećanju brzine i volumenu komunikacije, odnosno smanjenim troškovima proizvodnje, kao i administrativnim troškovima.

3.6. Legalno okruženje

Poslovno pravno okruženje igra vrlo važnu ulogu u određivanju uspjeha bilo kojeg poduzeća širom svijeta. Državni porezi koji se uvode među ostalim regulatornim mjerama pomažu u promicanju gospodarskog rasta i zaštiti potrošača, odnosno drugih legalnih čimbenika. Sukladno tome, prije osnivanja ili u postupku vođenja posla, nužno je razumjeti ulogu pravnih čimbenika koji utječu na poslovanje i regulatornih mjera u određivanju utjecaja na poslovanje.

Legalno okruženje, nadalje, predstavlja skup pravnih aspekata:

- „zakoni i propisi koji utječu na poslovnu aktivnost na tržištu (npr. Zakon o trgovačkim društvima, zakon o tržišnom natjecanju) i unutar organizacije (npr. Radno pravo, računovodstvo i porezno pravo)
- odredbe Ustava (opća pravila i načela u ime cijelog društva)
- pravosudna djelatnost“ (Hisrich i sur., 2011, str. 112).

Iz navedenog se da zaključiti kako u Republici Hrvatskoj, svako poslovanje koje je organizirano kao pravna osoba podliježe državnom zakonu koji uređuje njegovo poslovanje i ponašanje. Shodno tome, postoje različite vrste poslovnih subjekata, poput društva s ograničenom odgovornošću, dioničkih društava i sl., a koja imaju različit pravni status i samim time zakone koji ih uređuju.

3.7. Informatičko i internetsko okruženje

Internet kao jedan od najvećih produkata globalizacije, stvorio je određene mogućnosti i izazove za poduzeća. Primjerice, što se tiče lanca opskrbe, pojavili su se neki posrednici, dok su drugi zamijenjeni, a poduzeća su uvelike promijenila način nabave i prodaje robe.⁶ Jovančević (2005) dodaje i da su se pojavili novi poslovni modeli koji su poduzećima pokazali kako koristiti tehnologiju za postizanje konkurentske prednosti i većeg profita. Stoga, da bi bilo konkurentno, poduzeće mora usvojiti nove tehnologije kako bi razvilo politiku niskih troškova, ali i uspostavilo bliske odnose sa svojim potrošačima i razvila lojalnost. Ivanović-Đukić i sur. (2019) u tom kontekstu naglašavaju da se ne radi o tek novim vrstama proizvoda ili načina proizvodnje, već o inovativnosti, kreativnosti, ali i stavljanju naglaska na odnose s potrošačima.

Prisutnost na Internetu, poduzeću nudi prestiž, poboljšava vidljivost marke i povećava povjerenje potencijalnih kupaca.⁷ Stoga, Morrison (2017) navodi da moderno poduzeće, bez obzira na veličinu, bez internetske prisutnosti dobiva opseg tek lokalnog poduzeća, bez praktične primjene u budućnosti, odnosno perspektive. Prisutnost informatičkih tehnologija, odnosno Interneta, omogućio je poduzećima jednostavniju i kvalitetniju potražnju za novom radnom snagom. Međutim, sama radna snaga je putem spomenutih tehnologija mogla dobiti uvid u poslovanje poduzeća, odnosno njihovu politiku i pravila.

Nadalje, korištenje novih tehnologija kao glavne metode inovacija i aktivnosti poduzeća, bez obzira na veličinu, tržište i ostale elemente, dobilo je novu dimenziju posljednjih godina. Morrison (2017) navodi kako se okruženje u kojem poduzeća rastu radikalno promijenilo u sljedećim segmentima:

⁶ Geo Project. *Who benefits most from globalization?* Dostupno na: <https://ged-project.de/globalization/globalization-report-2018-who-benefits-most-from-globalization/> (14.02.2021.)

⁷ UNEC. *The impact of globalization on national accounts.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/UNECE_Impact_of_globalization_on_NA_2011_EN_.pdf (10.02.2021.)

- promjene u stavovima kupaca prema proizvodima i uslugama koje trebaju,
- globalizacija tržišta gdje klijent često želi imati proizvode/usluge na svjetskoj razini,
- javnost gotovo svih aspekata poslovanja,
- višestruko povećana briga o zaposlenicima i potrošačima (sadašnjim i potencijalnim),
- ubrzan napredak korištenja tehnologije u poslovanju.

Isti autor dalje navodi kako suvremeno poslovanje obilježava korištenje mreža za komunikaciju s partnerima, konkurentima, potencijalnim i postojećim kupcima, ali i povezivanje poduzeća sa svojim sustavima i bazama podataka u cilju obavljanja transakcija. S druge strane, Gallager (2009) navodi kako digitalna revolucija ne predstavlja tek suhoparno korištenje Interneta kao platforme elektroničku trgovinu, već predstavlja način izvedbe poslovnih procesa kako bi se povećala produktivnost te najvažnije; omogućila prisutnost na globalnom tržištu.

„Informacijska tehnologija više nije produžetak poslovanja, već je postala glavna pokretačka snaga promjena“ (Morrison, 2017, str. 41). Autor stoga dodaje da je tradicionalni pristup, čiji je glavni aspekt smatrao informacijsku tehnologiju kao onu koja se koristi za pomoć, odnosno automatizaciju trenutnih aktivnosti u poduzeću, zastario zbog:

- duboke strukturne promjene u proizvodnji dobara i usluga;
- primjena novog koncepta reinženjeringa poslovnih procesa;
- razvoja informacijske tehnologije i internetskih aplikacija koje pružaju nove mogućnosti za inovacije i podršku poslovnim procesima.

Naposljetku, kada se sagledaju analizirana okruženja, da se uočiti kako utjecaji tih okruženja utječu u većoj ili manjoj mjeri na poduzeća. Pri tome, kod nekih se utjecaja da zamijetiti kako postoje dugi niz vremena, dok su neka „nova“. Upravo ti novi utjecaji, nastali su dijelom radi globalizacije, kao jedne od najvećih procesa širenja proizvoda, tehnologija i informacija preko nacionalnih granica i kultura. Kako bi se bolje predstavio i analizirao utjecaj globalizacije na okruženja poduzeća, u narednom poglavlju analiziran je pojam globalizacije.

4. GLOBALIZACIJA

U narednom poglavlju predstavljeno je teoretsko određenje pojma globalizacije, njena povijest i trendovi s kojima se suočavala, a naposljetku su predstavljeni pozitivni, odnosno negativni aspekti globalizacije.

4.1. Teoretsko određenje pojma

„Pojam globalizacija izveden je od riječi "global" što znači ukupnost, a globalizam je način gledanja na zbivanja u globalu, stoga bi globalizacija tako podrazumijevala socijalni proces koji teži sveobuhvatnosti i jedinstvenosti svijeta“ (Čalić, 1992, str. 158).

Pojam globalizacija opisuje rastuće trendove u svjetskoj ekonomiji, stanovništvu i kulturi koji su rezultat međunarodne trgovine, odnosno trgovine, ali i tehnološkog razvoja i ulaganja. Mnoga stoljeća države su gradile ekonomska partnerstva kako bi olakšale protok robe. Međutim, nakon hladnog rata u ranim 1990-ima, pojam je stekao popularnost, rađajući tip modernog globalizacijskog dizajna kakav je danas poznat.

Usprkos nedefiniranom terminu koji bi striktno opisao globalizaciju, u literaturi se spominju sljedeće definicije:

- „... predstavlja proces ekonomskog, društvenog kulturnog i političkog djelovanja koji nadilazi granice nacionalnih država, a očituje se u svim sferama života kao npr. u prijenosu znanja i informacija, povećanom opsegu svjetske razmjene dobara, kapitala, usluga, energije i zaštite okoliša“ (Hirst i Thompson, 2001, str. 21).
- „... predstavlja proces potpomognut razvojem tehnologije, a ujedno, pridonosi smanjenju zemljopisne udaljenosti prilikom uspostavljanja i održavanja ekonomskih, političkih i sociokulturnih odnosa“ (Lončar, 2015, str. 19).
- „... proces koji obuhvaća razne pojave, poput rasta gospodarske dominacije Zapada, odnosno SAD-a, u ekonomskoj, političkoj i kulturnoj sferi, a obuhvaća i ekspanziju liberalne ideologije i stvaranje slobodnog svjetskog tržišta“ (Engle i Kossakowski, 2004, str. 64).

Prema Lončar (2005), globalizacija predstavlja širenje proizvoda, tehnologija, informacija i radnih mjesta preko nacionalnih granica i kultura. S druge strane, Hirst i Thompson (2001)

primjećuju da, u ekonomskom smislu, globalizacija opisuje međuovisnost zemalja širom svijeta koje pokreće slobodna trgovina. Međutim, s jedne strane, globalizacija je stvorila nova radna mjesta i gospodarski rast prekograničnim protokom robe, kapitala i radne snage. S druge strane, spomenuti rast i otvaranje novih radnih mjesta nisu ravnomjerno raspoređeni po industrijama ili zemljama, pa su industrije u određenim zemljama, poput proizvodnje tekstila ili kukuruza u Južnoj Americi, prošle kroz određene probleme zbog sve veće međunarodne konkurencije. Globalizacija tako predstavlja završnu fazu u stalnom procesu društvenih promjena, a Islam i sur. (2019) navode da se taj izraz koristio prije dvadeset i više godina da bi se objasnio novi val promjena u gospodarstvima.

Sukladno tome, Islam i sur. (2019) dodaju da su globalizacija ili njezini učinci u osnovi sve prisutniji u modernom svijetu. Naime, današnja su gospodarstva izrazito povezana, upravo zbog zračnog prijevoza, pomorskog prometa, međunarodnih trgovinskih sporazuma i, u konačnici, Interneta i ostalih tehnologija.

4.2. Povijest i trendovi globalizacije

Svjetska ekonomija bilježi međunarodne ekonomske integracije od 1950. godine, no spomenuti proces globalizacije znatno se ubrzao u posljednjoj četvrtini 20. stoljeća. Također, da se zamijetiti i široko rasprostranjeno vjerovanje da globalizacija predstavlja temelj svjetske ekonomije. Prema Čalić (1992), globalizacija nije u tolikoj mjeri suvremen pojam i navodi kako je postojala još u 19. stoljeću industrijskom revolucijom, odnosno brodovima koji su vršili robnu i trgovinsku razmjenu preko oceana. Dakle, u tom slučaju se zamjećuje sličnost svjetske ekonomije 21. stoljeća s onom u 19. stoljeću pa sukladno tome, Lončar (2005) dijeli razvoj globalizacije na dva perioda, odnosno dvije epizode. Naime, prva epizoda započela je sredinom 19. stoljeća a završila s početkom Prvog svjetskog rata. Druga epizoda započela je nakon Drugog svjetskog rata, a većina ekonomista i politologa se slaže da traje i danas. U obje ove epizode globalizacije, razvoj trgovine i rast proizvodnje pratio je velike promjene u gospodarstvima svih zemalja.

Na sljedećoj stranici, u Tablici 4.1. prikazana su razdoblja u razvoju globalizacije.

Tablica 4.1. Razdoblja razvoja globalizacije

	< 1914. god.	>1945. god.
Kultura	<ul style="list-style-type: none"> • Spoj religije i znanosti • Racionalizacija • Individualizacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj zabavne industrije • Amerikanizacija kulture i ekonomije
Politika	<ul style="list-style-type: none"> • Formiranje država u Europi • Razvoj međunarodnog prava • Mirovini i trgovački sporazumi 	<ul style="list-style-type: none"> • Prihvatanje neoliberalizma • Prilagodljivost pravnih struktura • Regionalizacija i dekolonizacija • Liberalizacija • Globalna interakcija
Ekonomija	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomija novca • Knjigovodstvo i računovodstvo • Trgovački gradovi, države i savezi • Industrijska revolucija 	<ul style="list-style-type: none"> • Dematerijalizacija • Svemirska tehnologija • Informatička i informacijska revolucija • Razvoj tržišta • Turizam • Pomoć zemljama u razvoju
Tehnologija	<ul style="list-style-type: none"> • Pojava automobila, željeznica, zrakoplova, telegrafa, telefona i sl. • Industrijalizacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Povećana ulaganja • Digitalizacija
Demografija/inovacija	<ul style="list-style-type: none"> • Velika otkrića • Kolonizacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Migracije • Porast svjetskog stanovništva

Izvor: rad autora prema: Rodnik, D. (2012), *Industrijska politika za 21.stoljeće: globalizacija, institucije i gospodarski rast*, Zagreb, Hrvatska gospodarska komora, str. 39

Sukladno Tablici 4.1. vidljivo je kako je globalizacija kroz svoj razvoj poprimala razne oblike. Naime, vidljivo je kako je po pitanju kulture, prva epizoda globalizacije obuhvaćala spoj religije i znanosti te određene filozofske pravce, dok se druga temeljila na industriji zabave i tzv. „amerikanizaciji“. Što se politike pak tiče, prva epizoda je obuhvaćala stvaranje novih država, ali i mirovne, odnosno trgovačke sporazume s obzirom na rast standarda i povezivanja svijeta. S druge strane, drugu epizodu je obilježila liberalizacija i globalna interakcija kao jedan od rezultata povezivanja gospodarstava u svijetu.

U ekonomskom smislu, zamjećuje se napredak u dematerijalizaciji i razvoju tržišta, odnosno turizma, dok je tehnologiju obilježila digitalizacija, nasuprot prijašnje pojave prijevoznih sredstava. Što se demografije pak tiče, prvu epizodu su obilježile kolonizacije, dok se druga odnosila na migracije i općeniti porast svjetskog stanovništva.

Rodnik (2012), navodi određene trendove globalizacije i prikazane u Tablici 4.2.

Tablica 4.2. Suvremena i protekla kretanja globalizacije

GLOBALIZACIJA DO SADA	KRETANJA PROMJENE GLOBALIZACIJE
<ul style="list-style-type: none"> • Materijalni tokovi fizičke robe 	<ul style="list-style-type: none"> • Nematerijalni tokovi usluga i podataka
<ul style="list-style-type: none"> • Potražnja za što raznolikijom robom i uslugama 	<ul style="list-style-type: none"> • Veća potražnja za <i>Fairtrade</i> proizvodima, održivim i lokalnim proizvodima
<ul style="list-style-type: none"> • Globalni opskrbeni lanci 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalni vrijednosni lanci
<ul style="list-style-type: none"> • Protok uglavnom među razvijenim gospodarstvima 	<ul style="list-style-type: none"> • Veća uključenost gospodarstva u usponu i „megagradova“
<ul style="list-style-type: none"> • Države i velika multinacionalna poduzeća kao pokretači protoka 	<ul style="list-style-type: none"> • Sve važnija uloga malih poduzeća, nedržavnih subjekata i pojedinaca
<ul style="list-style-type: none"> • Jednostavna monetizacija transakcija 	<ul style="list-style-type: none"> • Širenje besplatnih i zajedničkih sadržaja
<ul style="list-style-type: none"> • Tehnološki transferi iz razvijenih gospodarstava prema gospodarstvima u usponu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tehnološki transferi u oba smjera

Izvor: rad autora prema: Izvor: rad autora prema: Rodnik, D. (2012), *Industrijska politika za 21.stoljeće: globalizacija, institucije i gospodarski rast*, Zagreb, Hrvatska gospodarska komora, str. 39

Uzevši u obzir prikazanu tablicu, da se uočiti kako globalizacija u svom kretanju mijenja podatkovne i uslužne tokove, a što zapravo predstavlja rezultat sveopće digitalizacije. Pri tome, da se uočiti i prisutnost globalnih vrijednosnih lanaca, kao i uloga MSP u gospodarstvu, uz ranije navedenu važnost velikih multinacionalnih organizacija. Međutim, glavne snage koje su pokretale globalnu integraciju bile su tehnološke inovacije, šire političke promjene i ekonomske politike. Rodnik (2012) dodaje kako, u slučaju tehnoloških inovacija, glavni među tim pokretačkim snagama globalizacije bili su izumi koji su poboljšali brzinu prijevoza i komunikacija i smanjili svoje troškove. To je uključivalo razvoj mlaznog motora i njegovu univerzalnu upotrebu u zrakoplovstvu za prijevoz ljudi i robe te usvajanje brodskog prijevoza u međunarodnom brodarstvu. Ekspanzija cestovne infrastrukture s druge strane, omogućila je velik udio trgovine teretnim kamionima u zapadnoj Europi i Sjevernoj Americi, a druga dramatična promjena bila je revolucija u informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji. Novi proizvodi poput mikroprocesora, osobnog računala i mobitela pridonijeli su dubokoj društveno-političkoj i ekonomskoj transformaciji.

Pri tome, nerazvijene zemlje postupno su se modernizirale od početka industrijalizacije, a što prema Engle i Kossakowski (2004) pokazuje da su industrijalizacija i modernizacija od početka globalni proces. Kao rezultat, koncept globalizacije od velike je važnosti za postindustrijsko društvo i povezan je s najrazvijenijim društvima koja su prešla u novu fazu razvoja nakon industrijalizacije i modernizacije. Ovu novu fazu karakteriziraju značajne promjene u strukturi proizvodnje, odnosno prijelaz s industrijskog razvoja na tercijarni sektor (sektor usluga).

4.3. Pozitivni i negativni učinci globalizacije

Shodno analizi globalizacije u prethodnom pod poglavlju, da se zaključiti kako se globalizacija odvijala stotinama godina, no i da se izuzetno ubrzala tijekom posljednjih pola stoljeća. Stoga, kada se pogledaju njeni učinci, daju se uočiti sljedeći:

- povećana međunarodna trgovina,
- veća ovisnost o globalnoj ekonomiji,
- slobodnije kretanje kapitala, robe i usluga,
- razvoj franšiznog poslovanja.

U skladu s time, u nastavku je prikazano nekoliko ključnih čimbenika koji su utjecali na proces globalizacije:⁸

- Poboljšanja u prijevozu - veći teretni brodovi omogućili su smanjenje troškova prijevoza robe između zemalja.
- Sloboda trgovine - organizacije poput Svjetske trgovinske organizacije (WTO) promiču slobodnu trgovinu između zemalja, što pomaže u uklanjanju raznih birokratskih prepreka između zemalja.
- Poboljšanja komunikacija - internet i mobilna tehnologija omogućili su veću komunikaciju između ljudi u različitim zemljama svijeta.
- Dostupnost radne snage - zemlje Trećeg svijeta imaju niže troškove rada i visoku razinu vještina pa radno intenzivne industrije mogu iskoristiti jeftinije troškove rada i smanjena zakonska ograničenja.

⁸ Josephson, A. (2021). The pros and cons of globalization. *Smartasset.com*. Dostupno na: <https://smartasset.com/mortgage/the-pros-and-cons-of-globalization>. (20.04.2021.)

Nadalje, prema Ivančević (2005), globalizacija je rezultirala time da mnoga poduzeća osnivaju ili kupuju druga poduzeća u drugim zemljama. Navedeno je rezultiralo stvaranjem multinacionalnih poduzeća, a koji prema autoru svoju svrhu vide u:

- jeftinijim sirovinama,
- jeftinijoj ponudi radne snage,
- drugim pristupima tržištu i
- drugačijim vladinim politikama.

U skladu s time, Ivančević (2005) navodi pozitivne utjecaje globalizacije:

- ulaganja multinacionalnih poduzeća pomažu zemljama pružajući nova radna mjesta i vještine za lokalno stanovništvo,
- multinacionalna poduzeća donose bogatstvo i devize lokalnim gospodarstvima pri kupovini lokalnih resursa, proizvoda i usluga. pri tome, dodatni novac stvoren investicijom može se potrošiti na važne javne usluge (primjerice školstvo, zdravstvo i sl.),
- dijeljenje ideja, iskustava i stilova života ljudi i kultura,
- povećava svijest o događajima u svim dijelovima svijeta,
- ukazuje na probleme s kojima se svjetsko stanovništvo suočava.

Shodno prethodno navedenom, globalizacija je, uzevši u obzir njene učinke, zasigurno donijela određene koristi razvijenim zemljama, poglavito vezane uz obrazovanje, trgovinu, tehnologiju, veću konkurenciju, investicije i protoke kapitala pa samim time i zaposlenost. Gallagher (2009) kao glavnu pozitivnu stranu globalizacijskih učinaka navodi globalno tržište. Naime, najuspješnija tržišta u razvoju u razvijenim zemljama rezultat su privatizacije državnih industrija, a da bi ove industrije povećale potražnju potrošača, mnoge od njih pokušavaju proširiti svoj lanac vrijednosti na međunarodnu razinu. „Učinak globalizacije na poslovno upravljanje vidi se naglim porastom broja prekograničnih transakcija, a u pogledu održavanja konkurentnosti, organizacije nastavljaju razvijati širok spektar svog poslovanja jer navedeno smanjuje troškove i jača ekonomiju razmjera“ (Lončar, 2005, str. 60)

Također, jedan od najvidljivijih pozitivnih učinaka globalizacije upravo poboljšana kvaliteta proizvoda. Naime, „korisnička usluga i pristupi proizvodnji i prodaji doveli su do poboljšane kvalitete proizvoda i usluga, a kako se sve organizacije moraju boriti protiv inozemne

konkurencije, prisiljene su povisiti svoje standarde i razinu zadovoljstva kupaca kako bi opstale na tržištu“ (Lončar, 2005, str. 64)

Međutim, s druge strane, globalizacije je rezultirala i određenim negativnim učincima. Gallagher (2009) u tom segmentu naglašava sljedeće:

- nesigurnost radnih mjesta,
- fluktuacije cijena,
- porast terorizma,
- fluktuacije valute te
- jaz između velikih protoka kapitala usmjerenih međunarodnom tržištu te malih i srednjih poduzeća usmjerenih domaćem tržištu.

Kako bi povećale konkurenciju, razvijene su zemlje prisiljene sniziti cijene svojih proizvoda jer druge zemlje poput Kine proizvode robu po nižim troškovima, što robu čini jeftinijom od one u razvijenim zemljama. Shodno tome, „kako bi razvijene zemlje zadržale svoje kupce, moraju sniziti cijene svoje robe, što dovodi do smanjenja mogućnosti održavanja socijalne skrbi u njihovim zemljama“ (Rodnik, 2012, str. 94).

Pri tome, zamjećuju se i situacije u kojima poduzeća u procesu globalizacije nameću svoje poslovanje u zemljama koje imaju nizak standard ili nedovoljno razrađen sustav radničkih prava. Kao rezultat toga Rodnik (2012) primjećuje da je globalizacija pridonijela povećanom protoku usluga i roba, ali i kapitala, ali velik dio dodane vrijednosti poduzeća ne koristi se niti preraspodjeljuje. Uz to, globalizacija je multinacionalnim poduzećima dala više moći, što utječe na neovisnost same države pa kao rezultat toga, multinacionalna poduzeća također mogu zagovarati povoljne odredbe u trgovinskim ugovorima.

Naposljetku, teoretskim pregledom se da zamijetiti snažan utjecaj globalizacije na poduzetničko okruženje, u gotovo svim segmentima utjecaja, a posebno u ekonomskom i socio-kulturnom. Nastavno na to, u narednom poglavlju analiziran je utjecaj globalizacije na poduzetničko okruženje u Republici Hrvatskoj.

5. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA PODUZETNIČKO OKRUŽENJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Uzevši u obzir već spomenuti rezultat globalizacije koji se ogleda u sve većoj integraciji ekonomija širom svijeta, posebno kroz kretanje roba, usluga i kapitala preko granica, da se uvidjeti i promjena u kretanju radne snage i tehnologije preko međunarodnih granica. Shodno tome, važnost poduzetništva ogleda se u činjenici da ono predstavlja temelj razvijenih zemalja, no za zemlje u razvoju ono predstavlja svojevrsan put ka budućem prosperitetu. U tom smislu, Rodnik (2012) navodi da je zbog nedostatka akumulacije kapitala, kvalificiranih ljudskih resursa i socijalne i političke podstrukture, globalizacija igrala slabiju ulogu u zemljama u razvoju, nego li je to bio slučaj u razvijenim zemljama. Međutim, isti autor napominje kako se značaj globalizacije ipak više uvidio u zemljama u razvoju, postavljajući ih ispred njihovih dotadašnjih tekovina ograničenim „nedemokratičnošću“ te osiguravajući im priliku za uspješnu budućnost. U tom smislu, globalizacija je zemljama poput Republike Hrvatske, posebno nastankom njene neovisnosti dala priliku za uvođenje naprednih tehnologija, stranog kapitala i unaprijeđenog upravljanja od strane inozemnih investitora. U tom segmentu, Rodnik (2012) navodi i da je globalizacija u Republici Hrvatskoj povoljan značaj imala i u uklanjanju monopola i jačanju tržišnog natjecanja.

Razvoj poduzetništva u skladu s razvojem globalizacije se često pripisuje mnogim pozitivnim promjenama u zemljama u razvoju. Kutnjak i Adžić Kušt (2017) u tom kontekstu povezuju globalizaciju i stvaranje radnih mjesta, ali i stvaranje bogatstva, povećanje inovacija i ostale dobrobiti. Isti autor dodaje kako su zemlje u razvoju započele fokus na svoje poslovno okruženje i stvaranje ekonomskog prostora pogodnog za privatno poduzetništvo, gotovo u isto vrijeme kada su zahvaćene procesima globalizacije.

Prema Kutnjak i Adžić Kušt (2017), globalizacija kao vrlo složen proces utjecao je na sva područja društvenog života i posebno je uzročno-posljedično povezan s ekonomskim trendovima pojedinih gospodarstava. Globalizacija svojim djelovanjem nudi nebrojene mogućnosti, a istodobno uzrokuje niz problema u željenom funkcioniranju svih čimbenika društvenog života u pojedinim zemljama. „Razvijene zemlje, koje su uspostavile vlastite razvojne mehanizme i razvile ekonomske politike i mjere unutar svojih granica te na realnim osnovama prognozirale gospodarski rast i razvoj, uspješno se suočavaju s izazovima globalizacije, što je dovelo do brojnih prednosti koje imaju pozitivan utjecaj na kvalitetu i standard života njenih građana“ (Kutnjak i Adžić Kušt, 2017, str. 89).

Međutim, učinci globalizacije vrlo su negativni u hrvatskom gospodarskom okruženju, što pokazuje da institucije hrvatske države, ali i sama poduzeća, nisu na odgovarajući način uključene u pripremu, razvoj prikladnih strategija i provedbu sistemskih rješenja za hrvatsko gospodarstvo. Glede gospodarskog okruženja, Kutnjak i Adžić Kušt (2017) napominje da u Hrvatskoj vlada loša poslovna klima, izražena pasivizacija, kao i izostanak provedbe reformi.

Autorica spominje u tom kontekstu i svjetsku financijsku krizu iz 2008. godine, a koje je u Republici Hrvatskoj izazvala niz društvenih i ekonomskih problema. Shodno tome, u tom je periodu hrvatski BDP pao za više od 7%, a takav trend je nastavljen sve do 2015. godine. Također, 2009. godine je industrijska proizvodnja pala za više od 9% a negativan trend je bilježila narednih pet godina. Pri tome, zamjećuje se i rast nezaposlenosti od 2009. godine, koji je trajao dugi niz godina.⁹

Nadalje, World Economic Forum u svom istraživanju Republiku Hrvatsku karakterizira kao zemlju u tranziciju i smješta je na 77. mjestu po konkurentnosti. Međutim, po pitanju tehnološke pripremljenosti, obrazovanju ili osposobljavanju, Republika Hrvatska bilježi poziciju u gornjoj polovici promatranih zemalja. Također, Republika Hrvatska je ostvarila pozitivan rezultat u segmentu zdravstva i osnovnog obrazovanja, dok u ostalim kategorijama pripada zemljama u razvoju, odnosno ispod prosjeka.¹⁰

Kutnjak i Adžić Kušt (2017) dalje navode kako je globalizacija na Hrvatsku, u ekonomskom smislu, utjecala industrijalizacijom i ekonomijom razmjera u određenoj mjeri, ali i prisustvom vladavine velikih poduzeća na domaćem tržištu. Međutim, kada se ti podaci usporede s ostalim zemljama, vidi se kako Republika Hrvatska zaostaje u tom segmentu i smješta se prema navodima autorice „na pola puta između zemalja koje svoje gospodarstvo temelje na temeljnim čimbenicima i zemalja koje svoje ekonomije temelje na čimbenicima inovacija, čija je glavna karakteristika povećano inovativno poduzetništvo“ (Kutnjak i Adžić Kušt, 2017, str. 91).

S druge strane, što se političkih faktora unutar aspekta globalizacije tiče, Kutnjak i Adžić Kušt (2017) navod kako politički sustav u Republici Hrvatskoj utječe na poduzeća kroz raspodjelu resursa u cilju povećanja ekonomske efikasnosti društva, prateći raspodjelu resursa. Pri tome, raspodjela resursa, odnosno dohotka za svoj cilj ima osiguranje određene razine socijalne

⁹ DZS (2021). Bruto domaći proizvod. *Dzs.hr*. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html. (09.05.2021.)

¹⁰ World economic forum (2017). The Global Competitiveness Report 2015–2016. *weforum.org*. Dostupno na: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf. (07.04.2021.)

sigurnosti, ali i financiranje društvenih potreba te stabilizaciju fiskalne, odnosno monetarne politike. Potonje za svoj cilj ima umanjiti stopu nezaposlenosti, inflaciju te spriječiti ekonomsku stagnaciju, odnosno potaknuti gospodarski rast.

Nadalje, Kutnjak i Adžić Kušt (2017) navode kako elementi političkog okruženja za svoj temelj imaju održavanje stabilnosti vlade, ali i utjecaj na njene ekonomske politike i političke rizike koji prijete poduzećima. Usprkos prisutnom političkom riziku u tom segmentu, revolucije, pučevi i nagle promjene u političkom sustavu ipak nisu česte i nenadane, no da se zamijetiti određena promjenjivost na izborima. Međutim, Kutnjak i Adžić Kušt (2017) naglašavaju kako postoji snažna povezanost menadžmenta velikih poduzeća i političkih ambicija, odnosno stranačkih kadrova. U tom segmentu, autori navode kao glavni problem lobiranje, no ističu kako globalizacija nema velik utjecaj u političkim silama, izuzevši bilateralne odnose Republike Hrvatske s određenim zemljama. Upravo takvi odnosi, kao i pristupanje EU, otvorili su hrvatskim poduzećima određena olakšanja po pitanju poslovanja, odnosno izvoza i uvoza robe.

Po pitanju tehnološkog okruženja, Ivanović-Đukić i sur. (2019) navode kako je u Hrvatskoj tehnologija i tehnološka pripremljenost iznad prosjeka, na respektabilnoj je razini, ali interes za inovacije je ispodprosječan. „Dobar dio hrvatskih poduzetnika ulaže u najnovije tehnologije, ali jednom kada je tehnologija instalirana, sadržana unutar poduzeća, ona postaje nedjelotvorna pa unatoč tehnologiji koju posjeduje, nastupa deficit inovacija“ (Kutnjak i Adžić Kušt, 2017, str. 94). Međutim isti autori navode da hrvatski poduzetnici u većini proizvode stereotipne i jednolične proizvode koji nisu konkurentni na svjetskim tržištima, a autor razlog takvom stanju vidi u manjku kreativne i inovativne strategije poduzetnika. Iz navedenog se da zaključiti kako je globalizacija u tehnološkom smislu hrvatskim poduzetnicima ponudila tehnologiju koja se koristi u razvijenim zemljama, no zamjećuje se manjak korištenja te iste tehnologije u svrhu izvoza.

Nadalje, što se tiče utjecaja na poduzetništvo od strane globalizacije u sprezi sa socio-kulturnim utjecajima, da se zamijetiti kako u tom segmentu postoji određena subjektivnost od strane samih poduzetnika. Naime, može se zaključiti kako je povezanost svjetskih kultura, navika i običaja postala vidljiva nastupom globalizacije, no postavlja se pitanje kako ono utječe na poduzetništvo, primjerice u Republici Hrvatskoj. U tom segmentu, da se pretpostaviti kako su hrvatski poduzetnici, uzevši u obzir nastale faktore kao produkt globalizacije, mogli pretpostaviti koji proizvod u koji dio svijeta mogu izvoziti i tako pridobiti tamošnje potrošače.

Također, zamjećuje se i kretanje mladog stanovništva među državama, također kao produkt globalizacije, što hrvatskim poduzetnicima može olakšati pitanje zaposlenja nove radne snage.

Naposljetku, da se zaključiti kako je globalizacija dovela do naglog povećanja svjetske trgovine i razmjene u sve otvorenijoj međunarodnoj ekonomiji. Pri tome, „zemlje u razvoju sporije su postigle ekonomski razvoj i rast, a proces globalizacije pružio im je priliku da iskoriste svoje komparativne prednosti, usvajajući napredne tehnologije, strani kapital i iskustvo upravljanja“ (Kutnjak i Adžić Kušt, 2017, str. 99).

Sukladno navedenome, sveopći zaključak se odnosi na to da je globalizacija uvelike utjecala na hrvatska poduzeća u više smjerova, posebice u ekonomskom i tehnološkom. Međutim, kako bi se detaljnije analizirali ti utjecaji, na primjeru hrvatskih poduzeća koja posluju duži niz godina i za koja se smatra da su prošli kroz određene promjene koje je donijela globalizacija, u narednom je poglavlju predstavljen anketni upitnik.

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE ANKETNIM UPITNIKOM S PODUZETNICIMA

Na današnje poslovanje utječe nalet poglavito ekonomskih, tehnoloških, ali u određenom dijelu i socio-kulturnih snaga. Međutim, kao jedan od najvažnijih aspekata globalizacije postavlja se Internet koji je na više načina i pokretačka snaga tog istog procesa globalizacije. Pri tome, ako se globalizaciju shvati kao globalni doseg komunikacijske tehnologije i kapitala, ali i društvenih odnosa, uvelike potpomognutih Internetom, kao polazišna točka u istraživanju u uzorak se uzimaju poduzeća koja su svoje poslovanje pokrenula prije 2000. godine, a koje je globalizacija potaknula na izvoz svojih proizvoda i usluga.

Stoga, istraživanjem se želi odgovoriti na tri unaprijed postavljena istraživačka pitanja:

- Kakvo je mišljenje hrvatskih poduzetnika o globalizaciji?
- Kako je globalizacija utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća?

U nastavku je prikazana metoda istraživanja, rezultati ankete i rasprava iste. Anketni upitnik se nalazi u Prilogu 1 diplomskog rada.

6.1. Metoda istraživanja

Istraživanje provedeno anketnim upitnikom s poduzetnicima, za cilj ima:

- Doznati mišljenje hrvatskih poduzetnika o globalizaciji.
- Analizirati na koje je načine globalizacija utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća.

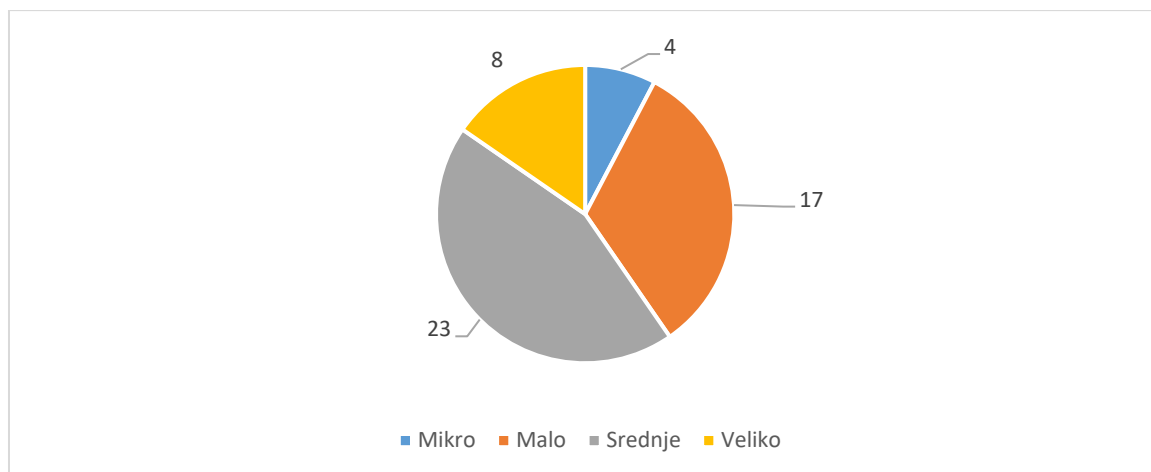
Istraživanje, anketnim upitnikom, provedeno je putem Google obrasca, a u istraživanju su sudjelovala 52 ispitanika. Istraživanje je trajalo 19 dana, odnosno od 21. ožujka, do 9. travnja 2021. godine.

U nastavku, prikazani su rezultati istraživanja.

6.2. Rezultati istraživanja

Prvo pitanje u anketnom upitniku odnosilo se na veličinu poduzeća ispitanika, a rezultati su prikazani na Slici 6.1.

Slika 6.1. Veličina poduzeća ispitanika

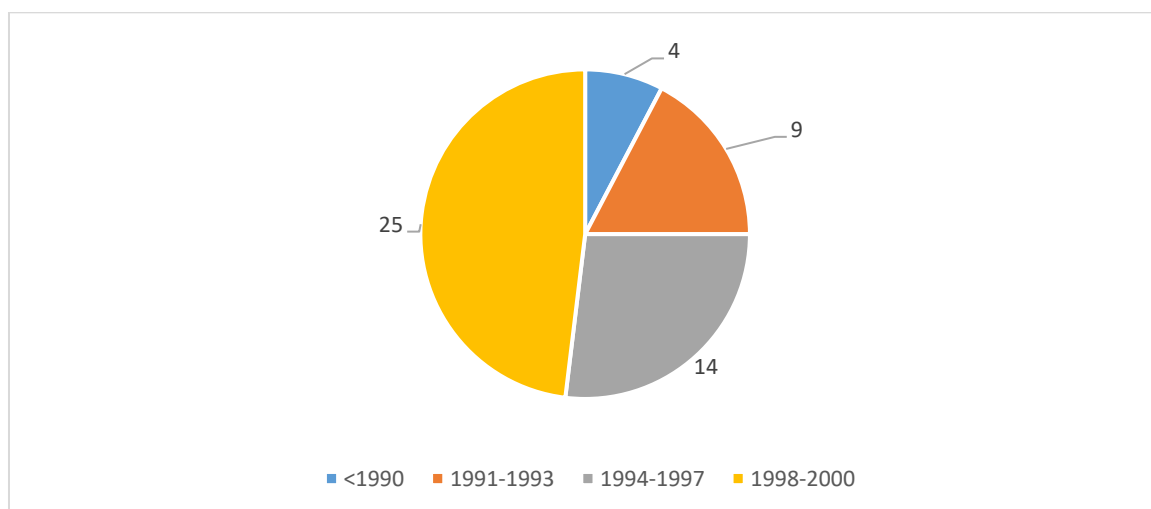


Izvor: rad autorice

Prema Slici 6.1., vidljivo je kako su u istraživanju sudjelovala 52 ispitanika, od čega su 23 (44%) vlasnici srednjih poduzeća, 17 (33%) vlasnici velikih, osmero (15%) vlasnici malih te četvero (8%) vlasnici mikro poduzeća.

U narednom pitanju, ispitanici su navodili godinu osnivanja svog poduzeća, a navedeno je prikazano na Slici 6.2.

Slika 6.2. Godina osnutka poduzeća

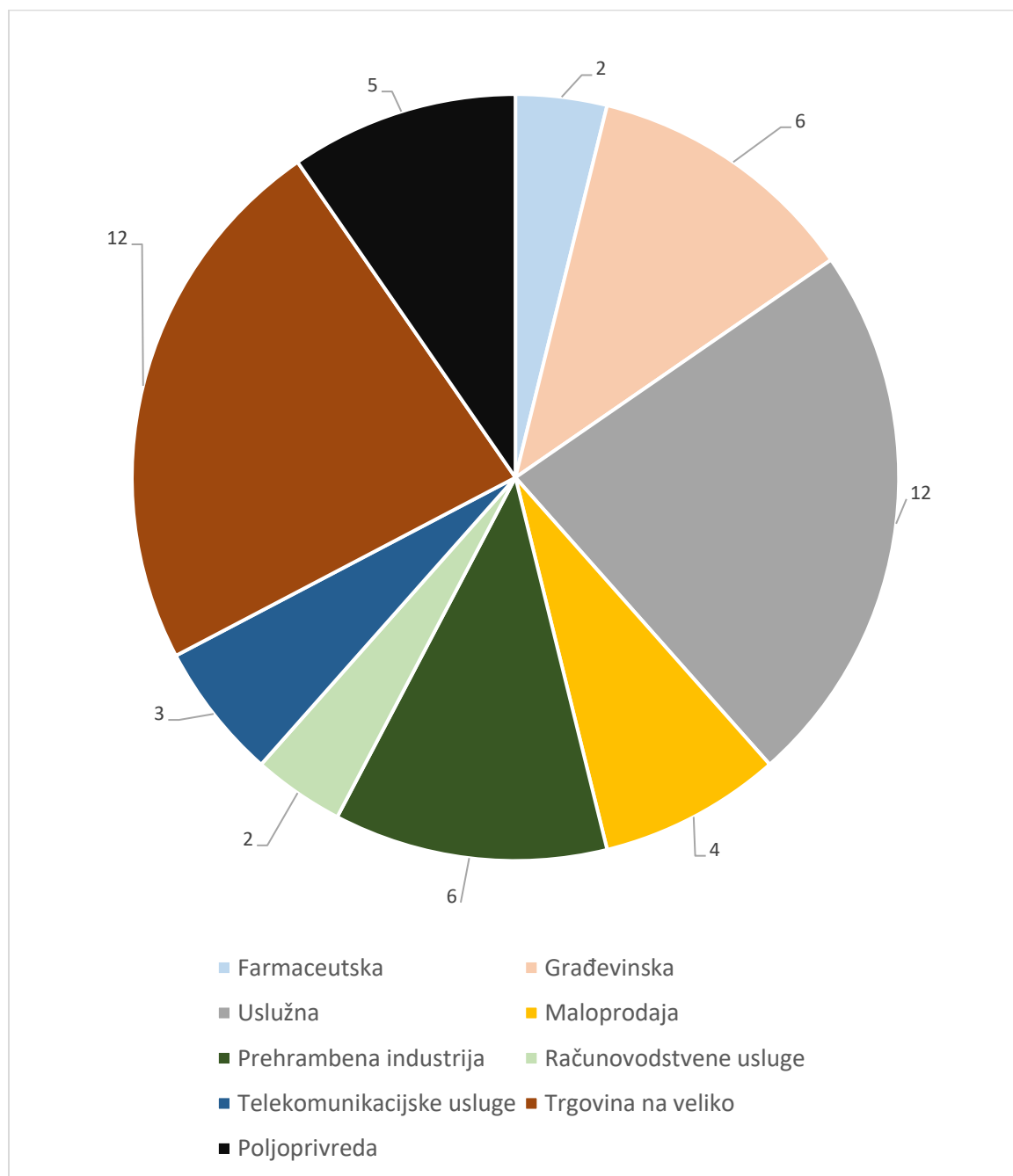


Izvor: rad autorice

Vidljivo je kako je najveći broj poduzeća osnovan u periodu od 1998-2000, odnosno njih 25 (48%). Zatim, 14 poduzeća (27%), osnovano je u periodu od 1994-1997, devet poduzeća (17%) u periodu od 1991-1993 te četiri (8%) prije 1991. godine.

Naredno pitanje odnosilo se na djelatnost u kojoj sama poduzeća djeluju, a što je prikazano na Slici 6.3.

Slika 6.3. Djelatnost poduzeća ispitanika



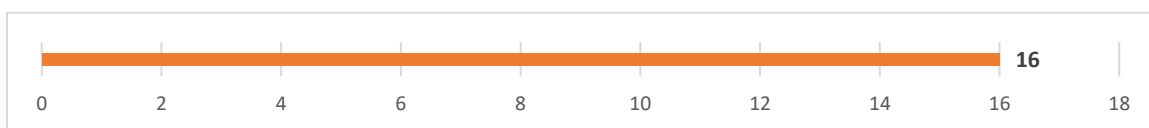
Izvor: rad autorice

Prema Slici 6.3., uočava se kako najviše ispitanika dolazi iz djelatnosti trgovine na veliko, odnosno njih 12 (23%), a isti broj ispitanika dolazi iz uslužnih djelatnosti. S druge strane, po šest ispitanika (12%) dolazi iz prehrambene industrije, odnosno građevinske djelatnosti.

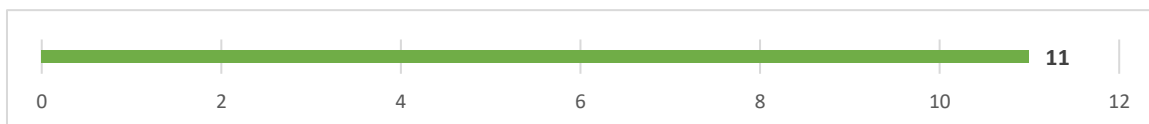
Nadalje, ispitanike se pitalo koje od navedenih definicija najbliže opisuju pojam globalizacije, a što je prikazano na Slici 6.4.

Slika 6.4. Mišljenja ispitanika o najtočnijoj definiciji globalizacije

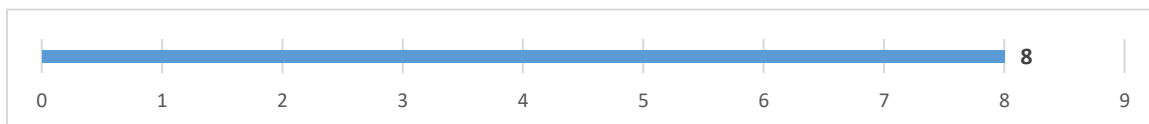
proces nadilazi granice nacionalnih država, a očituje se u svim sferama života kao npr. u prijenosu znanja i informacija, povećanom opsegu svjetske razmjene dobara, kapitala, usluga, energije i zaštite okoliša.



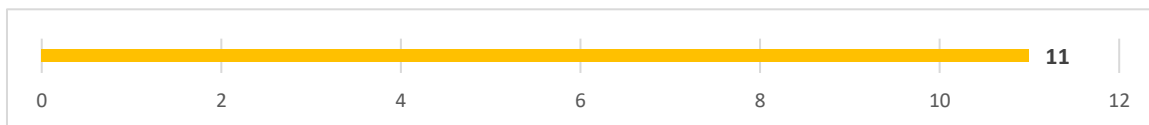
proces potpomognut razvojem tehnologije, a ujedno, pridonosi smanjenju zemljopisne udaljenosti prilikom uspostavljanja i održavanja ekonomskih, političkih i sociokulturnih odnosa.



proces koji obuhvaća razne pojave, poput rasta gospodarske dominacije Zapada, odnosno SAD-a, u ekonomskoj, političkoj i kulturnoj sferi, a obuhvaća i ekspanziju liberalne ideologije i stvaranje slobodnog svjetskog tržišta.



širenje proizvoda, tehnologija, informacija i radnih mjesta preko nacionalnih granica i kultura.



opisuje međuovisnost zemalja širom svijeta koje pokreće slobodna trgovina.

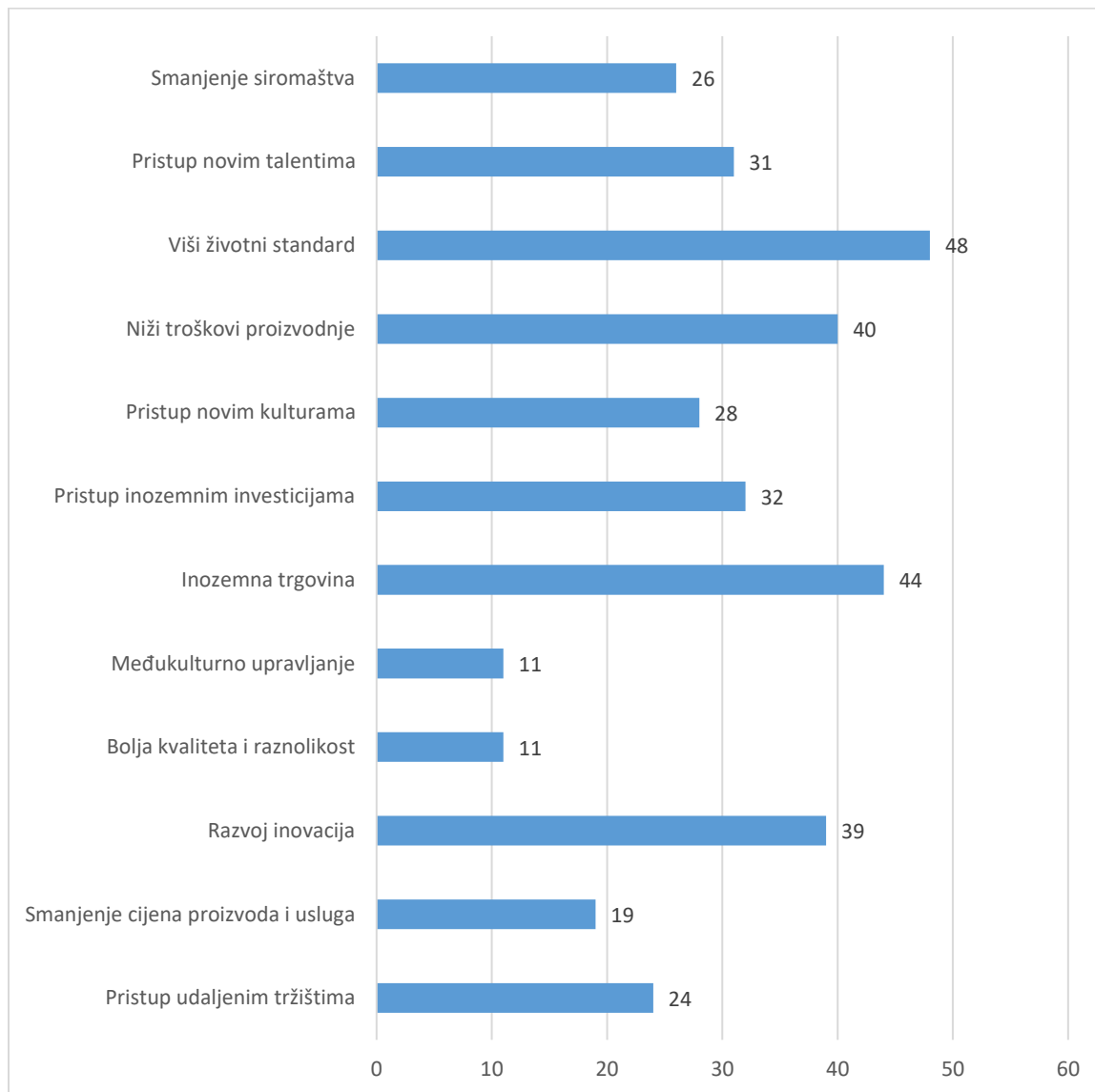


Izvor: rad autorice

Vidljivo je kako ispitanici najtočnijom definicijom smatraju onu koja globalizaciju opisuje kao proces nadilazi granice nacionalnih država, a očituje se u svim sferama života kao npr. u prijenosu znanja i informacija, povećanom opsegu svjetske razmjene dobara, kapitala, usluga, energije i zaštite okoliša.

Naredno pitanje se odnosilo na najpozitivnije produkte globalizacije prema mišljenju ispitanika, prikazano na Slici 6.5.

Slika 6.5. Pozitivni produkti globalizacije prema mišljenju ispitanika

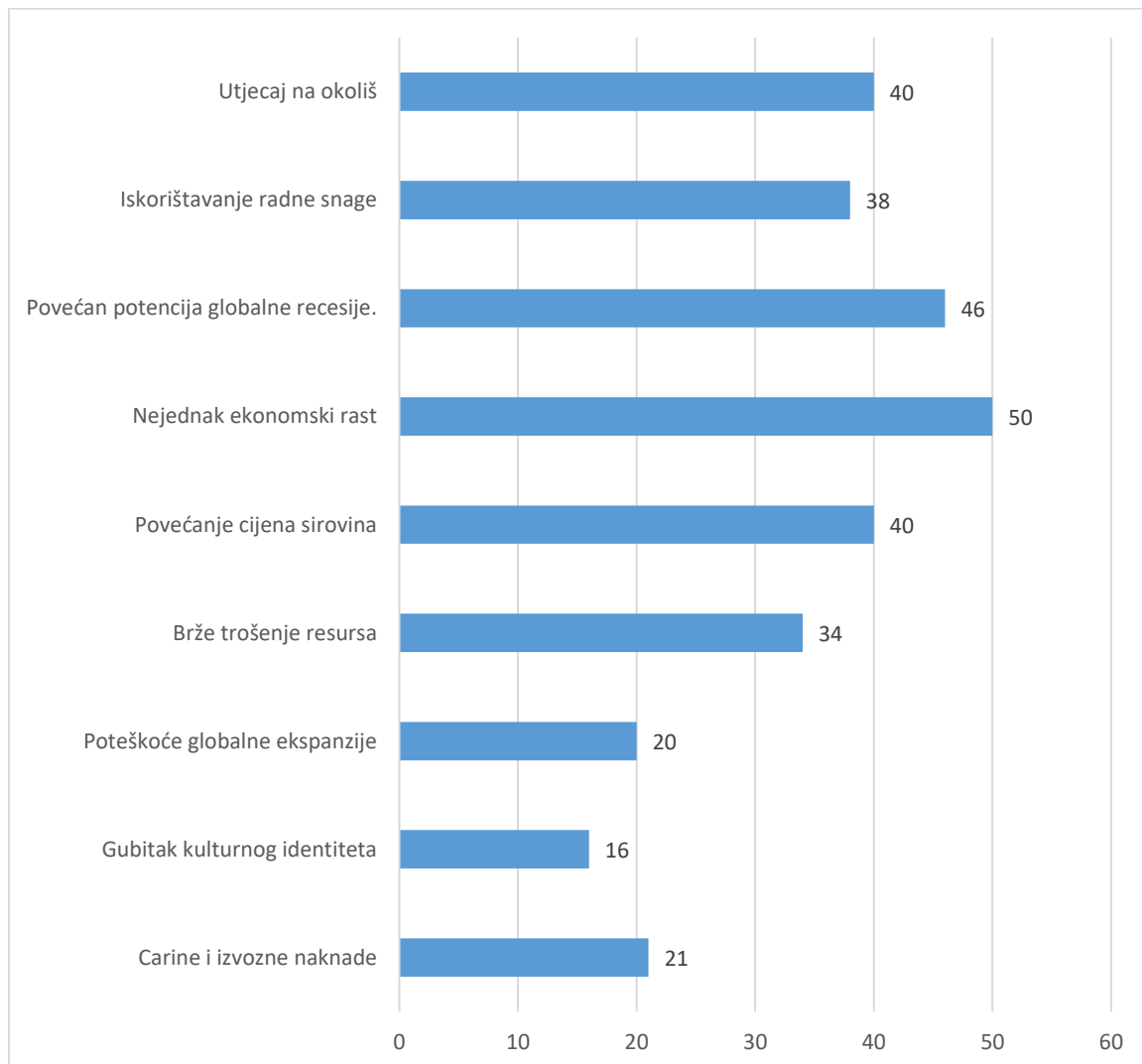


Izvor: rad autorice

Prema mišljenju ispitanika, njih 48 (92%) kao najpozitivniji, odnosno najutjecajniji produkt globalizacije vidi viši životni standard koji je samom globalizacijom i nastupio u svijetu. Slijede ga inozemna trgovina, koju su navela 44 ispitanika (85%) te niži troškovi proizvodnje koje je navelo 40 ispitanika (77%). Međukulturno upravljanje i bolja kvaliteta i raznolikost proizvoda su bili najmanje zastupljeni među odgovorima, a odabralo ih je 11 ispitanika (21%).

Naredno pitanje se odnosilo na negativne produkte globalizacije prema mišljenju ispitanika. (Slika 6.6.)

Slika 6.6. Negativni produkti globalizacije prema mišljenju ispitanika

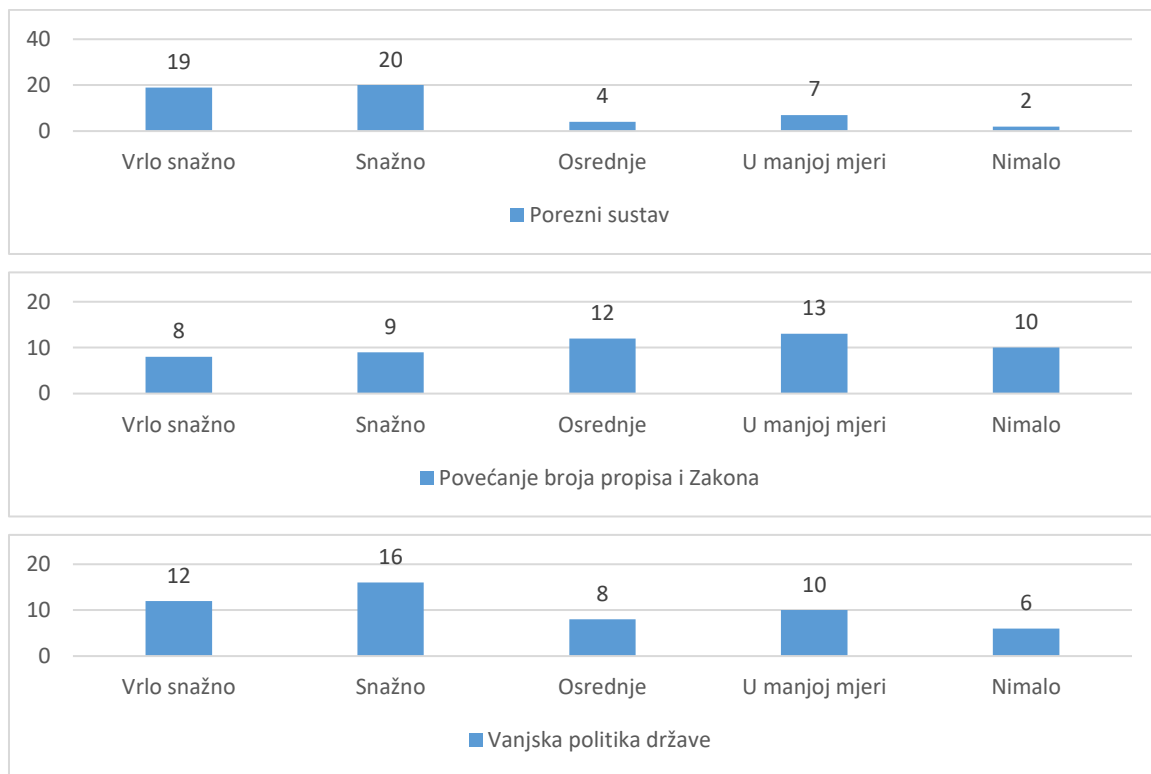


Izvor: rad autorice

Prema mišljenju ispitanika, njih čak 50 (96%) kao najnegativniji produkt globalizacije vidi nejednak ekonomski rast. Slijede ga povećan potencijal globalne recesije, kojeg je odabralo 46 ispitanika (88%) te utjecaj na okoliš i povećanje cijena sirovina, oba kao odabir 40 ispitanika (77%). Gubitak kulturnog identiteta utjecaj je koji je najmanje bio zastupljen među ispitanicima, a odabralo ga je njih 16 (31%).

U narednom spletu pitanja, ispitanike se pitalo u kojoj su mjeri navedeni činitelji, kao produkti globalizacije, utjecali na njihovu poslovnu okolinu. Najprije su prikazani politički faktori, što je i prikazano na Slici 6.7.

Slika 6.7. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (politički faktori)



Izvor: rad autorice

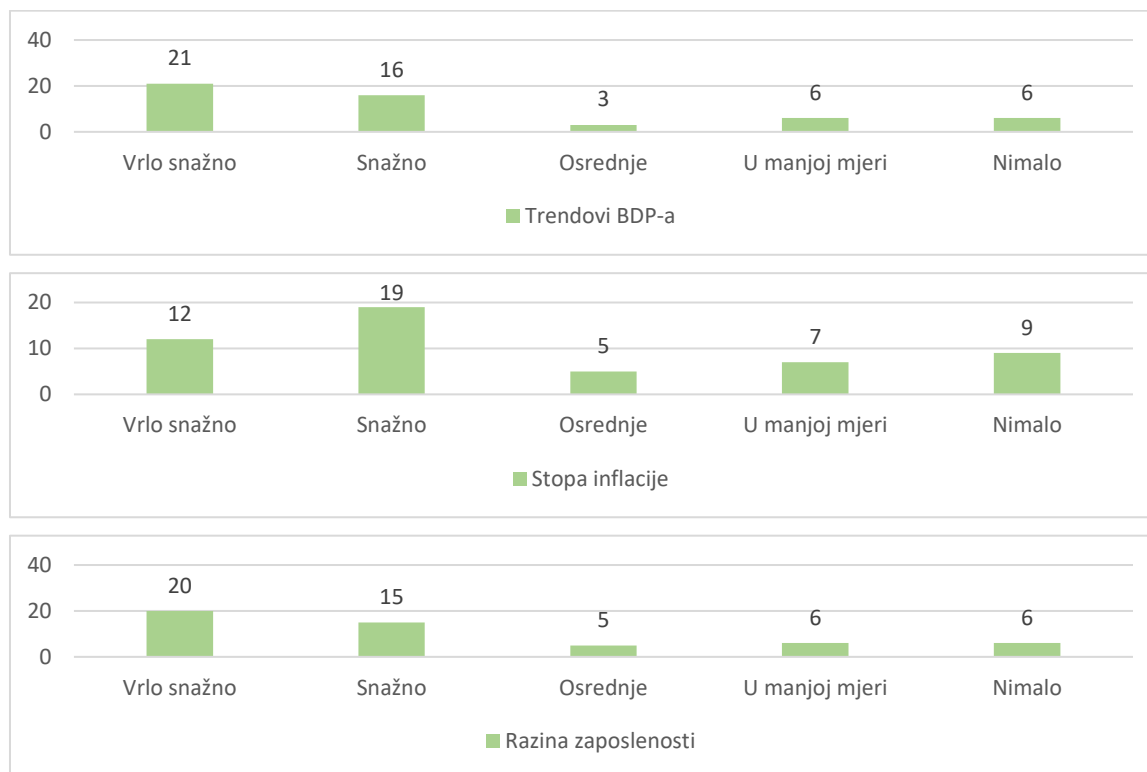
Što se utjecaja globalizacije na porezni sustav tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, ispitanici, njih čak 39 (75%) smatra kako je navedeno snažno ili vrlo snažno utjecalo na njih. Pri tome, 9 ispitanika (17%) navodi kako se to manifestiralo u manjoj mjeri ili nikako, dok ih četvero (8%) spominje osrednji utjecaj.

Što se utjecaja globalizacije na povećanje broja propisa i Zakona tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, 23 (44%) ispitanika navode kako se spomenuto manifestiralo u manjoj mjeri ili nikako, dok ih 17 (33%) spominje snažan ili vrlo snažan utjecaj. Naposljetku, njih 12 (23%) spominje osrednji utjecaj.

Vanjsku politiku pak, u kontekstu utjecaja globalizacije na istu, odnosno njihovo poslovanje, čak 28 ispitanika (54%) karakterizira kao snažan ili vrlo snažan vid utjecaja, dok ih 16 (31%) navodi kako je taj utjecaj bio u manjoj mjeri ili nikako. Osam ispitanika (15%) spominje osrednji intenzitet tog utjecaja.

U nastavku, prikazani su ekonomski faktori kao činitelji utjecaja na poslovanje poduzeća. (Slika 6.8.)

Slika 6.8. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (ekonomski faktori)



Izvor: rad autorice

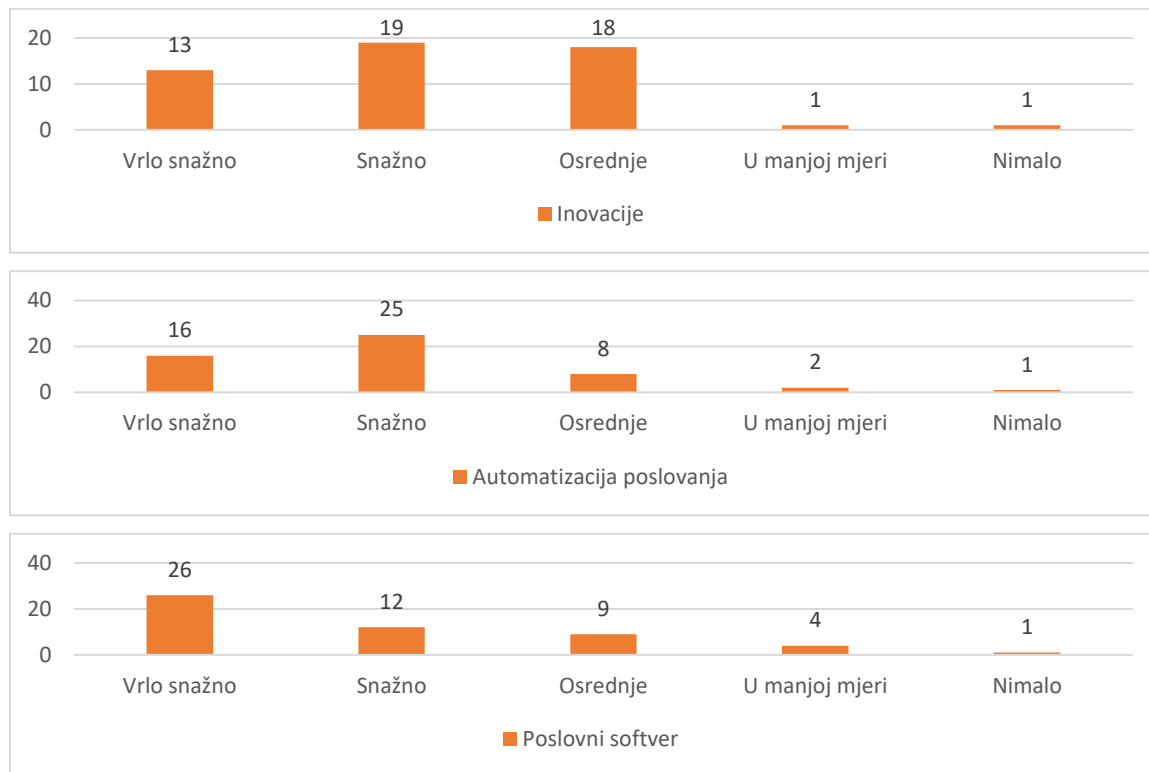
Što se utjecaja globalizacije na trendove BDP-a tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, ispitanici, njih čak 37 (71%) smatra kako je navedeno snažno ili vrlo snažno utjecalo na njih. Pri tome, 12 ispitanika (23%) navodi kako se to manifestiralo u manjoj mjeri ili nikako, dok ih troje (6%) spominje osrednji utjecaj.

Što se utjecaja globalizacije na stopu inflacije tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, 31 ispitanik (60%) navodi kako se spomenuto manifestiralo u vrlo snažnoj ili snažnoj mjeri, dok ih 16 (31%) spominje slab ili nikakav utjecaj. Naposljetku, njih petero (10%) spominje osrednji utjecaj.

Razinu zaposlenosti pak, u kontekstu utjecaja globalizacije na istu, odnosno njihovo poslovanje, čak 35 ispitanika (67%) karakterizira kao snažan ili vrlo snažan vid utjecaja, dok ih 12 (23%) navodi kako je taj utjecaj bio u manjoj mjeri ili nikako. Petero ispitanika (10%) spominje osrednji intenzitet tog utjecaja.

U nastavku, prikazani su tehnološki faktori kao činitelji utjecaja na poslovanje poduzeća. (Slika 6.9.)

Slika 6.9. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (tehnološki faktori)



Izvor: rad autorice

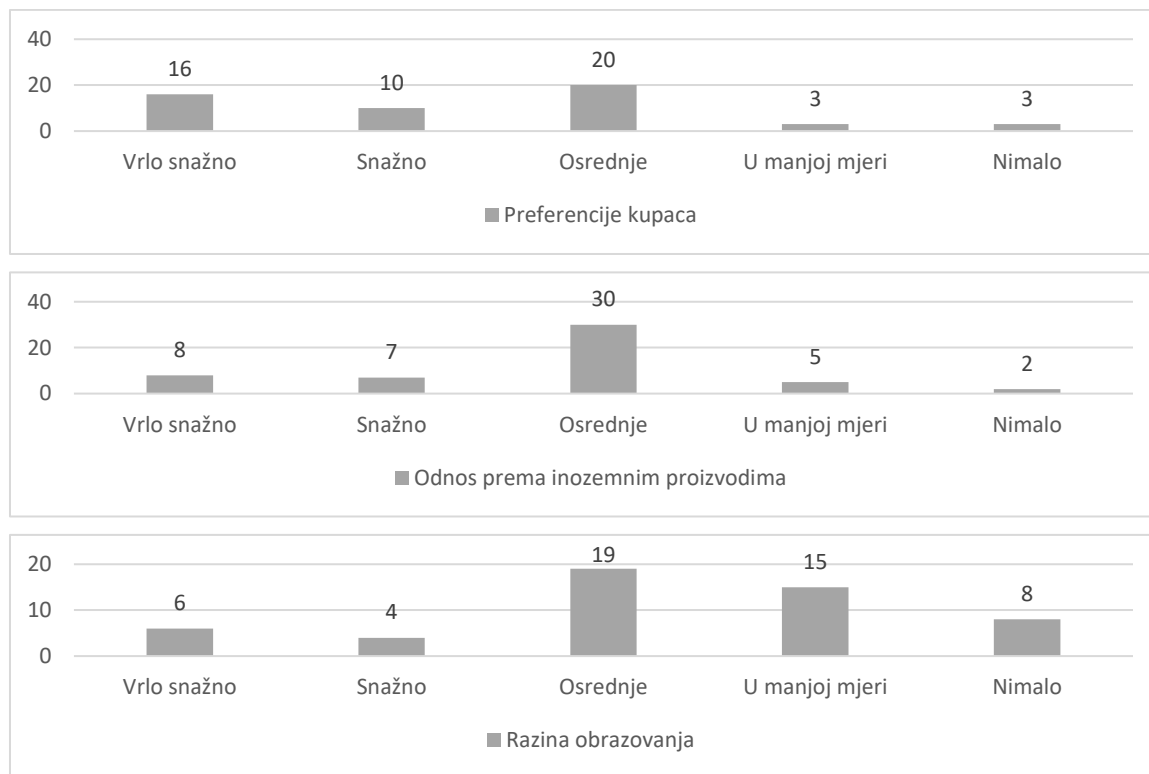
Što se utjecaja globalizacije na inovacije tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, ispitanici, njih 32 (62%) smatra kako je navedeno snažno ili vrlo snažno utjecalo na njih. Pri tome, tek dvoje ispitanika (4%) navodi kako se to manifestiralo u manjoj mjeri ili nikako, dok ih 18 (35%) spominje osrednji utjecaj.

Što se utjecaja globalizacije na automatizaciju poslovanja tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, 41 ispitanik (79%) navodi kako se spomenuto manifestiralo u vrlo snažnoj ili snažnoj mjeri, dok ih tek troje (6%) spominje slab ili nikakav utjecaj. Naposljetku, njih osmero (15%) spominje osrednji utjecaj.

Uvođenje poslovnog softvera pak, u kontekstu utjecaja globalizacije na isto, odnosno njihovo poslovanje, čak 38 ispitanika (73%) karakterizira kao snažan ili vrlo snažan vid utjecaja, dok ih petero (10%) navodi kako je taj utjecaj bio u manjoj mjeri ili nikako. Devet ispitanika (17%) spominje osrednji intenzitet tog utjecaja.

U nastavku, prikazani su socio-kulturni faktori kao činitelji utjecaja na poslovanje poduzeća. (Slika 6.10.)

Slika 6.10. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (socio-kulturni faktori)



Izvor: rad autorice

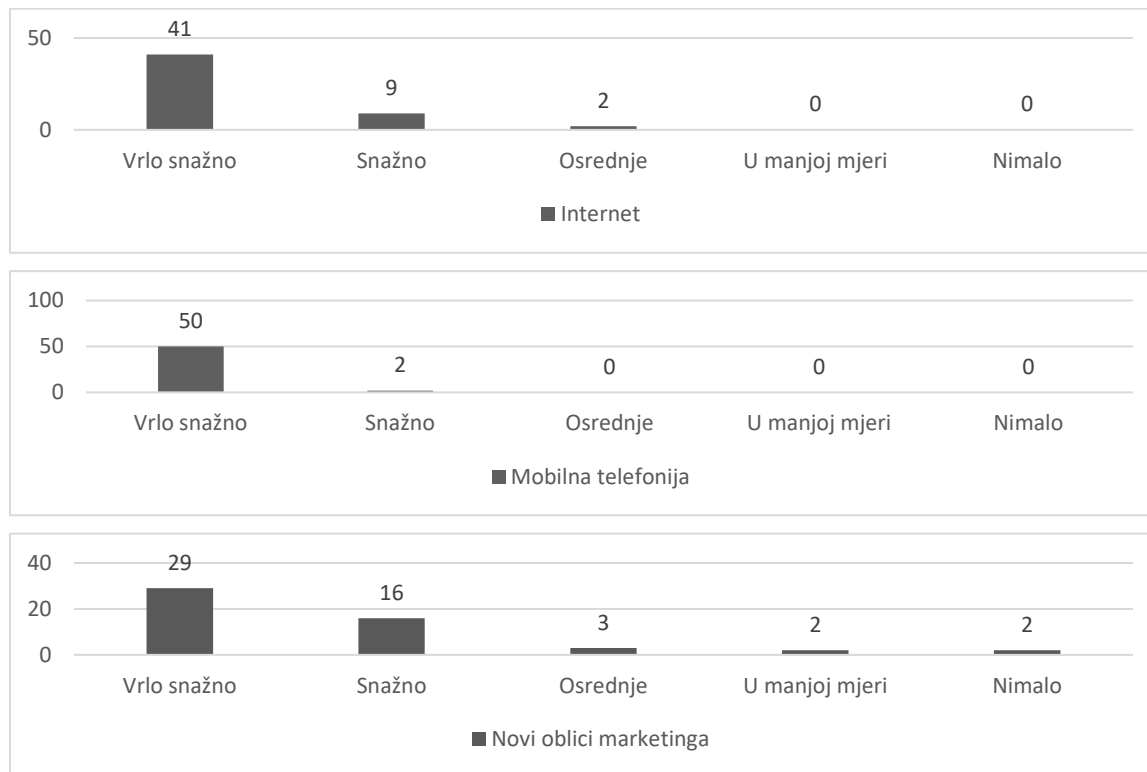
Što se utjecaja globalizacije na preferencije kupaca tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, ispitanici, njih 26 (50%) smatra kako je navedeno snažno ili vrlo snažno utjecalo na njih. Pri tome, tek šest ispitanika (12%) navodi kako se to manifestiralo u manjoj mjeri ili nikako, dok ih 20 (38%) spominje osrednji utjecaj.

Što se utjecaja globalizacije na odnos kupaca prema inozemnim proizvodima tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, 15 ispitanika (29%) navodi kako se spomenuto manifestiralo u vrlo snažnoj ili snažnoj mjeri, dok ih sedam (13%) spominje slab ili nikakav utjecaj. Naposljetku, njih čak 30 (58%) spominje osrednji utjecaj.

Povećanje razine obrazovanja pak, u kontekstu utjecaja globalizacije na njihovo poslovanje, deset ispitanika (10%) karakterizira kao snažan ili vrlo snažan vid utjecaja, dok ih 23 (44%) navodi kako je taj utjecaj bio u manjoj mjeri ili nikako. Devetnaest ispitanika (37%) spominje osrednji intenzitet tog utjecaja.

U nastavku, prikazani su informatički faktori kao činitelji utjecaja na poslovanje poduzeća. (Slika 6.11.)

Slika 6.11. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (informatički)



Izvor: rad autorice

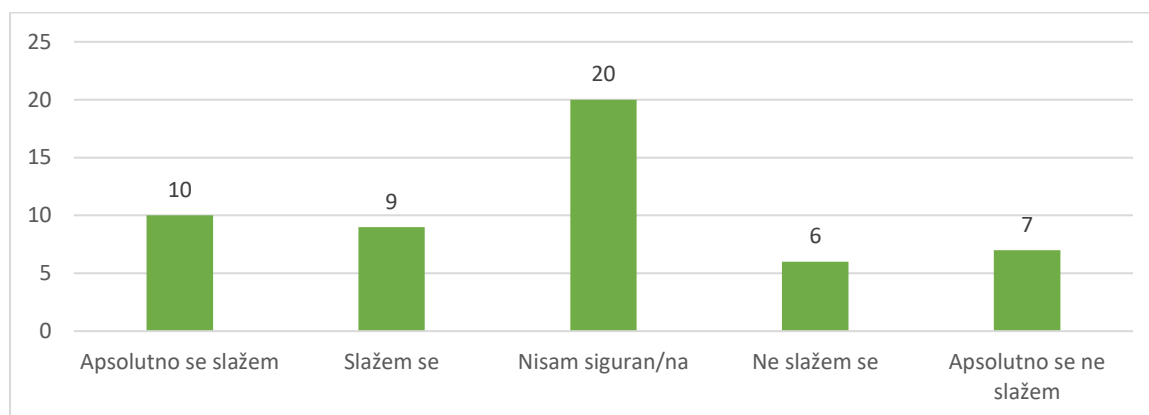
Utjecaj Interneta na poslovanje poduzeća, kao vrlo snažan ili snažan utjecaj vidi čak 50 ispitanika (96%). Dvoje ispitanika (4%) spominje srednji utjecaj, dok nijedan ispitanik nije naveo kako Internet nije utjecao na njegovo poslovanje ili u manjoj mjeri.

Što se utjecaja globalizacije na razvoj mobilne telefonije tiče, odnosno spomenutoga na poslovanje poduzeća, 45 ispitanika (87%) navodi kako se spomenuto manifestiralo u vrlo snažnoj ili snažnoj mjeri, dok ih četvero (8%) spominje slab ili nikakav utjecaj. Naposljetku, njih troje (6%) spominje osrednji utjecaj.

Novi oblici marketinga pak, u kontekstu utjecaja globalizacije na njihovo poslovanje, 45 ispitanika (87%) karakterizira kao snažan ili vrlo snažan vid utjecaja, dok ih četvero (8%) navodi kako je taj utjecaj bio u manjoj mjeri ili nikako. Troje ispitanika (6%) spominje osrednji intenzitet tog utjecaja.

Sljedeći splot pitanja odnosi se sa slaganjem ispitanika sa sljedećim tvrdnjama.

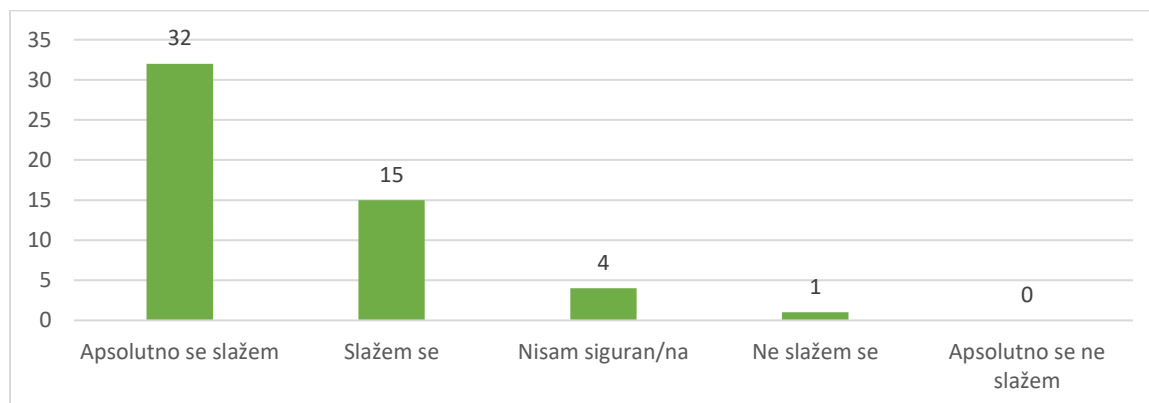
Slika 6.12. Slaganje ispitanika s tvrdnjom o globalizaciji kao pozitivnom utjecaju na svijet



Izvor: rad autorice

Kada se ispitanike pitalo slažu li se s tvrdnjom da je globalizacija pozitivno utjecala na svijet, zamjećuje se odgovor čak 20 ispitanika (38%) koji nisu sigurni u tu konstataciju. S druge strane, njih 19 (37%) izražava slaganje s tom tvrdnjom, dok ih 13 (25%) izražava ne slaganje s tom izjavom.

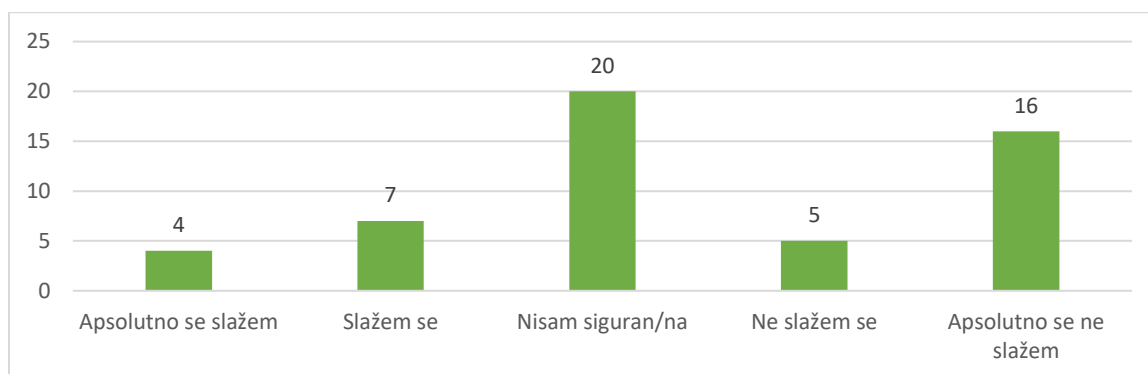
Slika 6.13. Slaganje ispitanika s tvrdnjom o globalizaciji kao pozitivnom utjecaju na njihovo poslovanje



Izvor: rad autorice

Nadalje, kada se ispitanike pitalo slažu li se s tvrdnjom da je globalizacija pozitivno utjecala na njihovo poslovanje, zamjećuje se odgovor čak 47 ispitanika (90%) koji se s tom tvrdnjom slažu, dok ih četvero (8%) nije bilo sigurno. S druge strane, tek jedan ispitanik (2%) navodi kako se s takvom tvrdnjom ne slaže konstatirajući kako je globalizacija negativno utjecala na njegovo poslovanje.

Slika 6.14. Slaganje ispitanika s tvrdnjom da je globalizacija dosegla svoj vrhunac

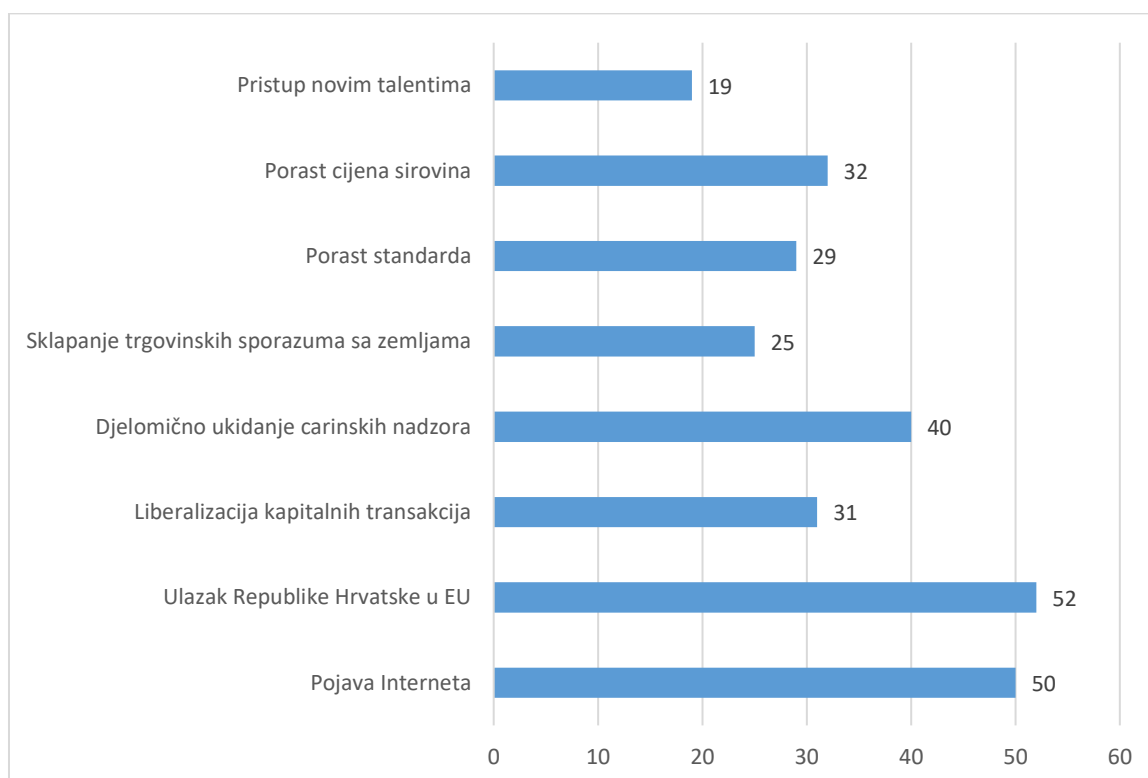


Izvor: rad autorice

Kada se ispitanike pitalo slažu li se s tvrdnjom da je globalizacija dosegla svoj vrhunac, zamjećuje se odgovor čak 20 ispitanika (38%) koji nisu sigurni u tu konstataciju. S druge strane, njih 11 (21%) izražava slaganje s tom tvrdnjom, dok 21 ispitanik (40%) izražava ne slaganje s tom izjavom.

Posljednje pitanje se odnosilo na određene pojave, u kontekstu globalizacije, koji su u određenoj mjeri utjecali na poslovanje ispitanika.

Slika 6.15. Utjecaj određenih pojava u kontekstu globalizacije na poslovanje ispitanika



Izvor: rad autorice

Promatrajući odgovore ispitanika, zamjećuje se kako su se svi ispitanici složili da je ulazak Republike Hrvatske u EU najviše utjecao na njihovo poslovanje. Nešto manji broj ispitanika, odnosno njih 50 (96%) vidi pojavu Interneta kao snažan utjecaj na njihovo poslovanje, dok 40 ispitanika (77%) navodi da je djelomično ukidanje carinskih nadzora ostvarilo snažan utjecaj na poslovanje njihovog poduzeća. Najmanje ispitanika, njih 19 (37%) navodi kako je pristup novim talentima snažno utjecao na njihovo poslovanje.

6.3. Rasprava rezultata

U istraživanju su sudjelovala 52 ispitanika, od čega su nešto manje od polovice vlasnici srednjih poduzeća, dok su trećina vlasnici velikih poduzeća. Tek 12 ispitanika potječe iz malih ili mikro poduzeća. Takav rezultat svoj temelj može vidjeti u činjenici da su sva ispitana poduzeća nastala prije više od 20 godina, pa se logičnim postavlja da su u međuvremenu ostvarili svojevrsan rast i tako zapošljavali još ljudi. Kada se ostvari detaljan uvid u podatke o ispitanicima, mikro i mala poduzeća su ona poduzeća gdje je takva veličina karakteristična za djelatnost u kojoj djeluju (uslužna djelatnost, računovodstvene usluge i sl.) pa se shodno tome ne može primijeniti korelacija veličine i uspjeha.

Nadalje, ispitanici kao najpozitivniji, odnosno najutjecajniji produkt globalizacije vide viši životni standard koji je samom globalizacijom i nastupio u svijetu, dok kao najnegativniji navode nejednak ekonomski rast. Naime, činjenica je da je upravo ekonomski rast uvjetovao viši životni standard te se ovdje zamjećuje određena razina kontradiktornosti u odgovorima. Naime, prilikom navođenja najpozitivnijeg produkta, zamjećuje se kako ispitanici u obzir uzimaju sebe same, odnosno njihovo poslovanje, dok prilikom navođenja najnegativnijeg, u obzir uzimaju globalni aspekt globalizacije. Što se utjecaja globalizacije na određene segmente poslovne okoline tiče, prilikom navođenja političkih faktora, ispitanici su u najvećoj mjeri naveli kako porezni sustav na njihovo poslovanje utječe u najvećoj mjeri. Navedeno svoj temelj može imati u činjenici kako se u suvremeno doba, posebice u Republici Hrvatskoj, oštro protive svakojakim davanjima, nametima i sl., a koji, prema njima, guše poslovanje.

Prilikom navođenja ekonomskih faktora, ispitanici su u najvećoj mjeri naveli kako je rast ili pad BDP-a najviše utjecao na njihovo poslovanje. Navedeno svoj temelj ima u činjenici da je kretanje BDP-a jedan od najpoznatijih produkata globalizacije, potpomognut razinom vanjske trgovine i ostalih faktora, a čiji pad može umanjiti kupovnu moć stanovništva pa tako

naposljetku utjecati na poduzeće. S druge strane, prilikom navođenja tehnoloških faktora, ispitanici su automatizaciju poslovanja naveli kao pojavu koja je najsnažnije utjecala na njihovo poslovanje. Pri tome, može se zaključiti kako je globalizacija ubrzala njihove nabavne i proizvodne procese, pri čemu su poduzeća mogli ostvariti veći profit u manje vremena.

U pogledu socijalnih faktora, ispitanici su mišljenja kako je globalizacija najviše utjecala na preferencije kupaca. Takav rezultat se postavlja logičnim iz razloga što su kupci nastupom globalizacije mogli upoznati razne kulture i navike kupaca diljem svijeta te tako djelomično izmijeniti i svoje. Međutim, što se tiče informatičkih faktora, gotovo svi ispitanici naveli su utjecaj Interneta kao najveći i najkrucijalniji, što se postavlja i logičnim, uzevši u obzir da je Internet dodatno pospješio niz ostalih faktora, baš poput promjene preferencija kupaca (socijalni faktor), ali i automatizaciju poslovanja (tehnološki faktor).

Pokazalo se i kako ispitanici nisu sigurni je li globalizacija pozitivno utjecala na svijet, no velika većina ih se slaže kako je pozitivno utjecala na njihovo poslovanje. Također, ispitanici u većini smatraju kako globalizacija nije dosegla svoj vrhunac, a iz čega se može izvesti zaključak da ispitanici smatraju da će se i u budućnosti nastavljati razvijati i proizvesti niz drugih činidbi.

Naposljetku, promatrajući odgovore ispitanika, zamjećuje se kako su se svi ispitanici složili da je ulazak Republike Hrvatske u EU najviše utjecao na njihovo poslovanje. Pri tome, da se zaključiti kako je takav odgovor logičan, uzevši u obzir da je povukao sa sobom niz drugih činitelja, poglavito vezanih uz izvoz i ostale aspekte trgovine, a koji su rezultirali povećanim prihodom, odnosno profitom.

7. ZAKLJUČAK

Ovaj diplomski rad je odgovorio na istraživačka pitanja postavljena na početku rada.

- Kako globalizacija utječe na poduzetničko okruženje?

Diplomski rad je pokazao kako globalizacija posebice utječe na tehnološko, socio-kulturno i informatičko okruženje. Međutim, globalizacija skladno povezuje više okruženja odjednom pa tako globalizacija svojim djelovanjem nudi nebrojene mogućnosti, a istodobno uzrokuje niz problema u željenom funkcioniranju svih čimbenika društvenog života u pojedinim zemljama. Naime, razvijanjem raznih ekonomskih politika i mjera, a koje rezultiraju gospodarskim rastom, istovremeno se utječe i na kvalitetu i standard života građana.

- Kakvo je mišljenje hrvatskih poduzetnika o globalizaciji?

Rad je pokazao kako ispitanici nisu sigurni u pozitivan utjecaj globalizacije na svijet, no sigurni su u pozitivan utjecaj globalizacije na njihovo poslovanje. Međutim, prilikom navođenja pozitivnih i negativnih aspekata globalizacije, dala se zamijetiti kontradiktornost ispitanika u odgovorima. Naime, prilikom navođenja najpozitivnijeg produkta, zamjećuje se kako ispitanici u obzir uzimaju sebe same, odnosno njihovo poslovanje, dok prilikom navođenja najnegativnijeg, u obzir uzimaju globalni aspekt globalizacije.

- Kako je globalizacija utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća?

Pokazalo se kako je globalizacija primarno utjecala na životni standard stanovnika što je dalje rezultiralo porastom njihove kupovne moći koja bi donijela prihode poduzećima. Uz navedeno, zamjećuje se i kako je globalizacija ostvarila utjecaj na poduzeća u pogledu tehnoloških faktora, a koji su osim lakšeg poslovanja ili proizvodnje, poduzećima osigurali lakši pristup svojim potrošačima, ali i nove oblike promocije.

Shodno svemu navedenome, da se zaključiti kako je rad potvrdio prvu hipotezu, a koja se temeljila na pretpostavci da je globalizacija u velikoj mjeri izmijenila utjecaj poduzetničkog okruženja. Međutim, rad je napola potvrdio drugu hipotezu, a koja se temeljila na pretpostavci da hrvatski poduzetnici globalizaciju smatraju kao pozitivan proces. Naime, pokazalo se da ispitanici nisu sigurni u njen pozitivan utjecaj na svijet, no sigurni su u pozitivan utjecaj na svoje poslovanje.

Naposljetku, rad je potvrdio i treću hipotezu rada, a koja se temeljila na pretpostavci da je globalizacija snažno utjecala na poslovanje hrvatskih poduzeća, pružajući im nove mogućnosti i izlaske na nova tržišta.

POPIS LITERATURE

Knjige

1. Arambašić, S., Čalić, A. i Rupčić L. (2014). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
2. Bobera, D. (2015). *Poduzetništvo*. Koprivnica : Sveučilište Sjever.
3. Buble, M. i Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: Sinergija.
4. Grgić, M., Bilas, V. i Franc, S. (2010). *Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji*. Zagreb: Sinergija.
5. Hirst P. i Thompson G. (2001). *Globalizacija - međunarodno gospodarstvo i mogućnosti upravljanja*. Zagreb: Liberata.
6. Hisrich, R. D., Peters M. P. i Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
7. Ivančević T. (2005). *Utjecaj procesa globalizacije na gospodarstvo Hrvatske*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
8. Jovančević R. (2005). *Ekonomski učinci globalizacije i Europska unija*. Zagreb: Mekron promet d.o.o.
9. Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija.
10. Lončar J. (2005). *Globalizacija – pojam, nastanak i trendovi razvoja*. Zagreb: PMF Zagreb.
11. Rodnik, D. (2012), *Industrijska politika za 21.stoljeće: globalizacija, institucije i gospodarski rast*, Zagreb, Hrvatska gospodarska komora.
12. Škrtić, M. (2006). *Poduzetništvo*. Zagreb: KnjižaraUM.
13. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: KnjižaraUM.

Članci i publikacije

1. Cepel, M. (2019). Social and Cultural Factors and Their Impact On The Quality Of Business Environment In the SME Segment. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 7(1), str. 65-73. Dostupno na:
https://www.researchgate.net/publication/334326087_Social_and_Cultural_Factors_and_Their_Impact_On_The_Quality_Of_Business_Environment_In_the_SME_Segment
2. Čalić, D. (1992). Globalizacija kao vizija razvoja suvremenog svijeta. *Ekonomski vjesnik*, 5(2), 157-170. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/228133>

3. Delić, Z. (2009). Globalizacija, moć i politika znanja: jedanaest antiteza o globalizaciji. *Filozofska istraživanja*, 29(1), 31-50. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/41063>
4. Engle, R., Kossakowski, E. (2004). Awareness and Impact of Globalization on Everyday Business: Perceptions of International Corporation Business Executives in the United States. *International Journal of Knowledge, Culture and Change Management*, 4(1), str. 62-121. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/260797050_Awareness_and_Impact_of_Globalization_on_Everyday_Business_Perceptions_of_International_Corporation_Business_Executives_in_the_United_States.
5. Gallagher, K. (2009). Economic globalization and the environment. *Annual review of environment and resources*, 34(1), str. 14-50. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/228240447_Economic_Globalization_and_the_Environment
6. Hunjet, A., Kozina, G. i Milković, M. (2012). Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu. *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), str. 103-115. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/13025>.
7. Islam, R., Fakhrorazi, A. i Husin, H. (2019). Globalization and its impact on international business. *Humanities & social sciences reviews*, 7(1), str. 256-265. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/333801541_GLOBALIZATION_AND_ITS_IMPACT_ON_INTERNATIONAL_BUSINESS
8. Ivanović-Đukić, M., Stevanović, T. i Rađenović, T. (2019). Utječe li digitalizacija na doprinos poduzetništva gospodarskom rastu? *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci*, 37 (2), str. 653-679. Dostupno na: <https://doi.org/10.18045/zbefri.2019.2.653>.
9. Jašarević, F. i Kuka, E. (2015). Poduzetništvo i ekonomski razvoj države. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 6 (2), str. 73-79. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/151081>.
10. Kutnjak, G. i Adžić Kušt, I. (2017). Implikacije globalizacije na poduzetničko okruženje i društvene promjene u Republici Hrvatskoj. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 1(23), 84-103. Preuzeto s: <https://doi.org/10.46458/27121097.2017.23.84>
11. Morrison, J. (2017). Globalization and business environment. *The global business environment*, 5(2), str. 36-72. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/316733112_Globalization_and_the_Business_Environment.

12. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1 (1), str. 35-43. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130086>.

Web izvori

1. Geo Project. *Who benefits most from globalization?* Dostupno na: <https://ged-project.de/globalization/globalization-report-2018-who-benefits-most-from-globalization/> (14.02.2021.)
2. Allis, R. (2018). The early entrepreneurs. *Hive.org*. Dostupno na: <https://www.hive.org/world/the-history-of-entrepreneurship/>. (26.04.2021.)
3. DZS (2021). Bruto domaći proizvod. *Dzs.hr*. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html. (09.05.2021.)
4. Josephson, A. (2021). The pros and cons of globalization. *Smartasset.com*. Dostupno na: <https://smartasset.com/mortgage/the-pros-and-cons-of-globalization>. (20.04.2021.)
5. Kuepper, J. (2020). *The impact of globalization on economic growth*. Dostupno na: <https://www.thebalance.com/globalization-and-its-impact-on-economic-growth-1978843> (09.02.2021.)
6. Pologeorgis, A., N. (2019). *How globalization affects developed countries*. Dostupno na: <https://www.investopedia.com/articles/economics/10/globalization-developed-countries.asp> (09.02.2021.)
7. UNEC. *The impact of globalization on national accounts*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/UNECE_Impact_of_globalization_on_NA_2011_EN_.pdf (10.02.2021.)
8. World economic forum (2017). The Global Competitiveness Report 2015–2016. *weforum.org*. Dostupno na: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf. (07.04.2021.)
9. Zakon o računovodstvu NN (47/20). Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu>. (29.04.2021.)

Ostalo

1. Alpeza, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak, T., Mezulić Jurić, P., Oberman, M., Perić, J. i Šimić Banović, R. (2020). *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za*

Hrvatsku za 2019. godinu. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Preuzeto s: www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjesce-2020-HR-web.pdf. (02.03.2021.)

POPIS SLIKA I TABLICA

Tablice

Tablica 2.1. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu od 2015. do 2019. godine.....	9
Tablica 2.2. Veličina poduzeća i zaposlenost, ukupan prihod i izvoz u 2018. i 2019. godini .	10
Tablica 4.1. Razdoblja razvoja globalizacije.....	23
Tablica 4.2. Suвременa i protekla kretanja globalizacije	24

Slike

Slika 2.1. Ukupna zaposlenost, prihod i izvoz prema veličini poduzeća u 2019. godini.....	11
Slika 3.1. Makroekonomsko okruženje poduzeća.....	12
Slika 6.1. Veličina poduzeća ispitanika	33
Slika 6.2. Godina osnutka poduzeća	33
Slika 6.3. Djelatnost poduzeća ispitanika.....	34
Slika 6.4. Mišljenja ispitanika o najtočnijoj definiciji globalizacije	35
Slika 6.5. Pozitivni produkti globalizacije prema mišljenju ispitanika.....	36
Slika 6.6. Negativni produkti globalizacije prema mišljenju ispitanika.....	37
Slika 6.7. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (politički faktori) .	38
Slika 6.8. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (ekonomski faktori)	39
Slika 6.9. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (tehnološki faktori)	40
Slika 6.10. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (socio-kulturni faktori).....	41
Slika 6.11. Utjecaj produkata globalizacije na poslovnu okolinu poduzeća (informatički)	42
Slika 6.12. Slaganje ispitanika s tvrdnjom o globalizaciji kao pozitivnom utjecaju na svijet .	43
Slika 6.13. Slaganje ispitanika s tvrdnjom o globalizaciji kao pozitivnom utjecaju na njihovo poslovanje.....	43
Slika 6.14. Slaganje ispitanika s tvrdnjom da je globalizacija dosegla svoj vrhunac	44
Slika 6.15. Utjecaj određenih pojava u kontekstu globalizacije na poslovanje ispitanika.....	44

PRILOG

Prilog 1: anketni upitnik za poduzetnike

Poštovani, upitnik je anoniman, a njegovo ispunjavanje traje oko 15 minuta. Ukoliko ste zainteresirani za rezultate istraživanja, molim pošaljite mail na skeljo.lorina93@gmail.com

ANKETNI UPITNIK - PITANJA

1. Veličina poduzeća?

- Mikro (0-9)
- Mala (10-49)
- Srednja (50-249)
- Velika (<250)

2. Koje ste godine osnovali svoje poduzeće? _____ god. (dopisati)

3. U kojoj djelatnosti Vaše poduzeće djeluje? _____ (dopisati)

4. Koja od narednih definicija najbliže opisuje pojam globalizacije s kojim ste upoznati?

- „proces nadilazi granice nacionalnih država, a očituje se u svim sferama života kao npr. u prijenosu znanja i informacija, povećanom opsegu svjetske razmjene dobara, kapitala, usluga, energije i zaštite okoliša“
- „proces potpomognut razvojem tehnologije, a ujedno, pridonosi smanjenju zemljopisne udaljenosti prilikom uspostavljanja i održavanja ekonomskih, političkih i sociokulturnih odnosa“
- „proces koji obuhvaća razne pojave, poput rasta gospodarske dominacije Zapada, odnosno SAD-a, u ekonomskoj, političkoj i kulturnoj sferi, a obuhvaća i ekspanziju liberalne ideologije i stvaranje slobodnog svjetskog tržišta“
- „širenje proizvoda, tehnologija, informacija i radnih mjesta preko nacionalnih granica i kultura“.
- „opisuje međuovisnost zemalja širom svijeta koje pokreće slobodna trgovina“.

5. Što od navedenog smatrate najpozitivnijim produktima globalizacije? (više odgovora)

- Pristup udaljenim tržištima
- Smanjenje cijena proizvoda i usluga
- Razvoj inovacija
- Bolja kvaliteta i raznolikost
- Međukulturno upravljanje
- Inozemna trgovina
- Pristup inozemnim investicijama
- Pristup novim kulturama
- Niži troškovi proizvodnje
- Viši životni standard
- Pristup novim talentima
- Smanjenje siromaštva

6. Što od navedenog smatrate najnegativnijim produktima globalizacije? (više odgovora)

- Carine i izvozne naknade
- Gubitak kulturnog identiteta
- Poteškoće globalne ekspanzije
- Brže trošenje resursa
- Povećanje cijena sirovina
- Nejednak ekonomski rast
- Povećan potencija globalne recesije.
- Iskorištavanje radne snage
- Utjecaj na okoliš

7. U kojoj su mjeri navedeni činitelji, kao produkti globalizacije, utjecali na Vašu poslovnu okolinu?

	Vrlo snažno	snažno	Osrednje	U manjoj mjeri	Nimalo
Politički					
Porezni sustav	o	o	o	o	
Povećanje broja propisa i Zakona	o	o	o	o	
Vanjska politika države					
Ekonomski					
Trendovi BDP-a	o	o	o	o	
Stopa inflacije	o	o	o	o	
Razina zaposlenosti	o	o	o	o	
Tehnološki					
Inovacije					
Automatizacija poslovanja					
Poslovni softver					
Socio-kulturni					
Preferencije kupaca					
Odnos prema inozemnim proizvodima			o	o	
Razina obrazovanja			o	o	
Informatički					
Internet					
Mobilna telefonija					
Novi oblici marketinga					

8. Slažete li se sa sljedećim tvrdnjama?

Globalizacija je pozitivno utjecaja na svijet..				
Apsolutno se slažem	Slažem se	Nisam siguran/na	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
O	O	O	O	O
Zašto?				

Globalizacija je imala pozitivan utjecaj na moje poslovanje.				
Apsolutno se slažem O	Slažem se O	Nisam siguran/na O	Ne slažem se O	Apsolutno se ne slažem O
Zašto?				
Globalizacija je dosegla svoj vrhunac.				
Apsolutno se slažem O	Slažem se O	Nisam siguran/na O	Ne slažem se O	Apsolutno se ne slažem O
Zašto?				

9. Što je od navedenog, u kontekstu globalizacije, snažno utjecalo na Vaše poslovanje? (više odgovora)

- Pojava Interneta
- Ulazak Republike Hrvatske u EU
- Liberalizacija kapitalnih transakcija
- Djelomično ukidanje carinskih nadzora
- Sklapanje trgovinskih sporazuma sa zemljama
- Porast standarda
- Porast cijena sirovina
- Pristup novim talentima

