

Dr. sc. Dejan Kružić

Docent

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

PODUZETNIŠTVO I EKONOMSKI RAST: REAKTUALIZIRANJE ULOGE PODUZETNIŠTVA U GLOBALNOJ EKONOMIJI

UDK / UDC: 65.012:330.34

JEL klasifikacija / JEL classification: M13

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 14. rujna 2007. / September 14, 2007

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 07. siječnja 2008. / January 07, 2008

Sažetak

U radu se istražuje proces reaktualiziranja uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. Pod utjecajem promjena u globalnoj ekonomiji pozicija se poduzetništva drastično mijenja - ono se sve više doživljava generatorom ekonomskog rasta. Iscrpljenost većine oblika ekonomske i socijalne zaštite koje su pružale ekonomije država blagostanja, upozorava da nastupa razdoblje traženja novih rješenja, najčešće fokusiranih na poduzetništvo i njegovu ulogu u ekonomskom rastu i razvoju društava. Iz tog je razloga rad usmjeren i na konceptualizaciju modela poduzetništva i ekonomskog rasta. Uviđajući značenje poduzetništva za ekonomski rast svojih ekonomija, najveći broj država prihvatio je poduzetništvo kao vitalnu komponentu svojega razvoja. U radu je tangirana i povezanost ljudske kreativnosti i poduzetništva, koja je prijeko potrebna da se inputi kombiniraju na profitabilan načini. Uz tu vezu, upućuje se i na značenje institucionalne okoline u poticanju i ohrabrenju poduzetnika. Postajući jedan od ključnih čimbenika napretka, poduzetnici generiraju nove proizvode, implementiraju nove tehnologije, razvijaju i inoviraju nove usluge, pridonose ekonomskom rastu i razvoju, pa time i porastu općega blagostanja društava u kojima djeluju.

Ključne riječi: poduzetništvo, ekonomski rast, stvaralačko uništenje, poduzetnička ekonomija.

1. UVOD

Ekonomska je misao bogata različitim pristupima određenju pojma poduzetništva, njegove biti, uloge, dimenzija, doprinosa generiranju ekonomskog rasta i slično. Uz to što je jedna od glavnih političkih, ekonomskih, medijskih i općedruštvenih tema, poduzetništvo je predmetom interesa mnogobrojnih znanosti, najčešće društvenih, a posebno: ekonomije, psihologije, sociologije, prava, antropologije, svake iz svojega specifičnog diskursa. Njihov interes za poduzetništvo proizlazi kako iz spoznaje da je povijest civilizacije na određen način proizvod djelovanja poduzetništva i rezultat pojedinačnih i grupnih aktivnosti na mijenjanju svijeta i kreiranju promjena, tako i iz očekivanja da će ovo stoljeće biti era daljnje ekspanzije pa i eksplozije poduzetništva.

U svijetu, u kojemu ideje pokreću ekonomije, nije čudno da se inovacije i poduzetništvo najčešće doživljavaju kao nerazdvojna cjelina - uz smanjenje značenja komparativnih prednosti materijalnih resursa (zemljište, sirovine, energija) sve se više povećava uloga znanja pri postizanju konkurentskih prednosti i generiranju ekonomskog rasta. U tom kontekstu bitnim se postavlja istraživanje razloga koji dovode do pojave reaktualiziranja uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, dakle istraživanje povezanosti poduzetništva i ekonomskoga rasta.

2. PODUZETNIK I PODUZETNIŠTVO - KREATORI PROMJENA I POKRETAČI RAZVITKA

Prilično je teško odgovoriti na relativno jednostavno pitanje: tko su poduzetnici i što je zapravo poduzetništvo Etimološki promatrano¹, poduzetništvo je sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenoga cilja, pritom predmnijevajući spremnost na borbu protiv prepreka, uključivo spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik.

Ideje koje tumače život suvremene ekonomije i modernoga poduzetništva formirale su se dugo i postupno, a različitost pristupa objašnjavanju fenomena poduzetništva proizvod su povijesnih epoha u kojima su ljudi djelovali. Poduzetništvo nije nov fenomen - ono je egzistiralo tijekom povijesti u svim epohama, samo uz različita "pravila igre" koje je diktirala određena povijesna formacija.

¹ Naziv *poduzetništvo* moguće je povezati s glagolom *poduzeti* (*poduzimati*) kojim se najčešće koristi u značenjima: pristupiti postizanju određenog cilja, početi nešto raditi, pokretanja određenih akcija, djelovanja, iz čega je pak moguće izvesti i niz imenica: poduzetništvo, poduzetnik, poduzeće i slično.

2.1. Poduzetništvo - ekonomska funkcija u statičkom okruženju

Dubrovčanin Benedikt Kotruljević, sredinom 15. stoljeća u djelu: *O trgovini i o savršenom trgovcu*, pokušava definirati savršenog trgovca u uvjetima kada je trgovina najčešće bila povezana s rizičnim poslovnim pothvatima, avanturom povezanom s procjenom prilika za zaradu, nesigurnošću pomorskih i kopnenih putova i neizvjesnosti prodaje. Njegova slika "savršenog trgovca" (kojeg Kotruljević ne imenuje poduzetnikom) u potpunosti odgovara pojmu modernog poduzetnika u smislu suvremenih teorija poduzetništva.²

Ekonomska doktrina relativno je kasno odredila poduzetništvo kao posebnu ekonomsku funkciju i djelatnost. Riječ poduzetništvo (*entrepreneurship*) izvedena je iz francuske riječi *entreprendre*, kojom se definirala osoba koja preuzima rizik novoga.³ Richard Cantillon (1697.-1734.), francuski ekonomist irskog podrijetla, u svojoj *Općoj raspravi o prirodi trgovine* uvodi u ekonomsku teoriju pojam poduzetnika (*entrepreneur*) kao osobe koja kupuje po poznatim cijenama, a prodaje po nepoznatim cijenama dakle onima što će se tek formirati. Takvim pristupom poduzetnik se oslikava kao specijalist - osoba koja nosi rizik poslovnog pothvata i neizvjesnost u pogledu budućih poslovnih prilika.

Škotlanđanin Adam Smith (1723.-1790.) predstavlja jednoga od najvažnijih predstavnika britanske klasične političke ekonomije i pristalicu liberalističkog koncepta ekonomske politike. Zalažući se za potpune ekonomske slobode, slobodnu konkurenciju i nesmetan razvoj ekonomskih aktivnosti prema imanentnim zakonitostima tržišta, Smith u poduzetništvu vidi najboljeg pokretača ekonomskog razvitka i blagostanja društva, i eksplicira nužnost raspodjele profita i za poduzetnika (*undertaker*) kao naknadu za njegov hazard.⁴ Smith upozorava da se kruh ne proizvodi benevolentnošću pekara, već njegovim interesom i motiviranošću da ljudima omogući kupnju kruha, iz čega slijedi da su poduzetnici ekonomski agenti koji poradi ostvarenja profita transformiraju potražnju u ponudu.

Francuski ekonomist i poduzetnik (vlasnik tvornice pamuka) Jean - Baptiste Say (1767.-1832.) ističe tri čimbenika proizvodnje: rad, kapital i zemlju, koji svojim vlasnicima daju dohotke - najamninu (rad), kamate (kapital) i rentu (zemlja). Say uočava dvojni ulogu poduzetništva po kojoj se poduzetnik

² B. Kotruljević, *O trgovini i o savršenom trgovcu*. Djelo je napisano 1458., a prvi je put tiskano 1573. Suvremeno izdanje JAZU, Zagreb, 1985. Cit. prema: Baletić, Z., Poduzetništvo, u: Đ. Njavro, V. Franičević, (urednici): *Poduzetništvo - Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990., str. 32.

³ Značenje riječi *entreprendre*, po Alvin Chanu, u početku njenog korištenja, predstavljalo je poduzimanje (akcije) bez usmjerenja prema ekonomskim profitima - potpuno suprotno onom što poduzetništvo danas predstavlja. Prema: A. Chan, *Entrepreneurship: What does it really mean?*, Entrepreneur News, i Entry Inc. Publications, Lexington, 2005., str. 1-2.

⁴ A. Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Djelo je prvi put publicirano 1776. Citirano prema izdanju: Methuen and Co., Ltd., ed. Edwin Cannan, London 1904, knjiga I., glava 6, članak I.6.5.

Dostupno sa: <http://www.econlib.org/library/Smith/smWN1.html>.

pojavljuje kako na tržištu proizvodnih dobara i usluga u funkciji kupca rada, kapitala i zemlje, tako i na tržištu potrošnih dobara u funkciji ponuđača i prodavatelja. Sayov je poduzetnik katalizator razvoja i ekonomskih promjena, koje nastaju sjedinjavanjem različitih proizvodnih faktora u uvjetima preuzimanja poduzetničkoga rizika. Profit, to jest, po njemu, poduzetnička dobit također je dohodak od rada, neka vrsta najamnine za visokorizičan i visokokvalificiran rad poduzetnika. To je nagrada za poduzetnost, rizik i talent, to jest nagrada za rijetkost takve vrste rada koja zahtijeva postojanje mnogobrojnih kvaliteta koje nisu tako često zastupljene i sjedinjene u jednoj osobi.⁵ Sayova klasifikacija triju čimbenika proizvodnje kao izvora odgovarajućih dohodaka vlasnika, prihvatila je većina ekonomista sve do današnjih dana, kad se poduzetništvo (kao izvor poduzetničke dobiti) počinje izdvajati kao četvrti faktor proizvodnje.

Škotlanđanin John Stuard Mill (1806.-1873.), koji se za poduzetnika koristi terminom *undertaker* umjesto u to vrijeme već prihvaćenoga francuskog naziva *entrepreneur*, uočava da profitna stopa najčešće premašuje visinu kamatne stope i zaključuje da je ukupan profit naknada za rizik i nagrada za upravljanje i poduzetništvo.⁶ J. S. Mill zaslužan je za uvođenje termina poduzetništvo (*entrepreneurship*) u širu akademsku upotrebu nakon 1848., osobito na engleskomu govornom području.

2.2. Poduzetništvo i dinamizam: inovacija i prosudba

Jedan od osnivača tzv. čikaške škole u ekonomiji - Frank Hyneman Knight (1885.-1972.), na temeljima učenja francuskih ekonomista pokušava poduzetnika definirati kao osobu koja spremno preuzima rizik i ostvaruje profit: kao nagradu za rizik (slučajevi s predvidivom vjerojatnošću i mogućnošću osiguranja) i kao nagradu za neizvjesnost (slučajevi s nepredvidivom vjerojatnošću i nemogućnošću osiguranja).⁷ Za razliku od rizika koji se odnosi na događaje (slučajeve) kojih su frekvencije pojavljivanja poznate iz iskustva prošlosti (npr. smrtnost pojedinih kategorija ljudi, vjerojatnost doživljenja određene starosne dobi i sl.), neizvjesnost se odnosi na slučajeve kojih se vjerojatnost nastanka, to jest izglednost pojavljivanja, može samo subjektivno procjenjivati (npr. tržišne promjene u ponašanjima potrošača, njihovim ukusima i

⁵ J. B. Say, *A Treatise on Political Economy*. Prvo izdanje u Francuskoj datirano je 1803. Citirano iz izdanja: Lippincott, Grambo & Co., 1855, trans. C. R. Prinsep, ed. Clement C. Biddle, Philadelphia 1855. Izvorni Sayov termin za poduzetnika - *entrepreneur* - u američkom je prijevodu zamijenjen terminom - *adventurer*. Usp.: knjiga I (glava V. članak I.V.9., glava VI. članak I.VI.19., glava XI članak I.XI.14) i knjiga II (glava V. članak II.V.18 i glava VII. članak II.VII.23). Dostupno sa: <http://www.econlib.org/library/Say/sayT1.html>.

⁶ J. S. Mill, *Principles of Political Economy (with some of their Applications to Social Philosophy)*. Prvo izdanje je iz 1848. godine. London: Longmans, Green and Co., ed. William James Ashley, 1909., knjiga II, glava XV, članak 15.4. i fus nota aa 93. Dostupno sa: <http://www.econlib.org/library/Mill/mlP28.html>.

⁷ F. H. Knight, *Risk, Uncertainty and Profit*, First edition, Hart Schaffer & Mark, Boston, 1921. Dostupno sa: <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP1.html>.

preferencijama, i sl.). Takav pristup omogućava odvajanje i razlikovanje poduzetnika (vlasnika) i menadžera. Preuzimanje rizika i, osobito, neizvjesnosti poduhvata svakako je u domeni vlasnika, a ako on ovlasti menadžera da sam donosi odluke što i kako činiti u uvjetima rizika i neizvjesnosti, onda manager preuzima neke od funkcija poduzetnika.

Joseph Alois Schumpeter (1883.-1950.), poznati američki ekonomist austrijskoga podrijetla, posebna je figura u razvoju ekonomske misli sa značajnim doprinosom teoriji poduzetništva. Polazeći od dinamičke analize gospodarskih kretanja i neadekvatnosti statičkog pristupa općoj privrednoj ravnoteži, Schumpeter traži snagu koja izbacuje gospodarstvo iz stanja opće ravnoteže i omogućuje njegovu dinamizaciju. Po njemu, snage koje generiraju gospodarski razvoj nisu izvanekonomske prirode (prirodne nepogode, ratovi i slično), već su to inovacije - uvođenje novih kombinacija čimbenika proizvodnje. Ocjenjujući da je profit temeljni cilj i stimulans poduzetniku, Schumpeter⁸ polazi od teze da je poduzetnik, kako bi došao do profita, nužno upućen na uvođenje novih kombinacija faktora proizvodnje, koje se mogu iskazati sljedećim formama: uvođenje *novog*, dotad potrošaču nepoznatoga, proizvoda ili nove kvalitete, uvođenje *novog*, dotada neprimijenjenoga, načina proizvodnje (ili prodaje), otvaranje *novog* tržišta, prihvaćanje *novih* izvora sirovina (ili poluproizvoda), uvođenje *nove* organizacije (ili razbijanje postojeće). Uvođenje novih kombinacija čimbenika proizvodnje, po Schumpeteru, osnovna je funkcija poduzetnika, koji nemaju zadatak da sami dolaze do novih tehnologija ili nove organizacije, već da krše (svladavaju) otpor koji se pojavljuje protiv uvođenja pronalazaka i, uopće, inovacija, čime poduzetništvo postaje "stvaralačko uništenje" (*creative destruction*) osoba koje percipiraju i realiziraju povoljne poslovne prilike za realizaciju profita. Poduzetnik je inovator - osoba koja u poslovni svijet uvodi nove proizvodne kombinacije temeljene na novoj tehnologiji i novoj organizaciji - on je osoba motivirana željom i htijenjem za osnivanjem svoga privatnog „kraljevstva“, s razvijenim osjećajem za borbu i oduševljenjem koje proizlazi iz kreacije novoga. Schumpeterov je interes poduzetništvo "visoke razine" koje je usmjereno na kreaciju i razvoj cestogradnje, rođenje i ekspanziju kemijske industrije, komercijalnu eksploataciju kolonija, pojavljivanje multinacionalnih kompanija i slično.

2.3. Suvremeno poduzetništvo - radost kreacije novoga

Uz poduzetništvu "visoke razine", postoji i ne manje važno poduzetništvo - poduzetništvo "niske razine", kojega su nositelji inovativni pojedinci i inovativna mala poduzeća. Budući da korištenje terminom inovacije ima veoma široko značenje, neki od suvremenih teoretičara poduzetništva⁹

⁸ J. A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development - An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycles*, Harvard University Press, Cambridge, 1934, str. 70-74.

⁹ W. D. Bygrave, A. Zacharakis, *Portable MBA in Entrepreneurship*, Third edition, John Wiley & Sons, Inc., 2003, str. 3-4.

pristupaju inovaciji kao formi u kojoj se manifestira poduzetništvo ne isključivo samo uz nužnu fundamentalnu promjenu već i u unošenju djelomične promjene koja rezultira pokretanjem novoga poslovanja ili pružanja novog proizvoda ili usluge.

Na teškoće konceptualnog određenja poduzetništva i presimplificiranost pristupa koji poduzetništvo upotrebljava kao sinonim za poduzeće i menadžment - upozorava William J. Baumol. Poduzetništvo je¹⁰ konceptualno povezano s: poštovanjem poduzetničkih prilika i poticanjem poduzetničkih inicijativa (rizik upravljanja, orijentiranost na akciju, kratkoročno odlučivanje, fleksibilnost poslovanja), strateškom orijentacijom poduzeća ili strateškim planiranjem (promjene u tehnologiji, organizaciji, prilagođavanju tržištu i konkurenciji, isticanju socijalnih vrijednosti), afirmacijom menadžerskih struktura (koordinacija ključnih poslovnih djelatnosti i funkcija, promjene u sustavu vlasničke kontrole, veća nezavisnost i samostalnost zaposlenih), promjenom kontrolnih mehanizama proizvodnih faktora (zamjena dugoročnih mehanizama kontrole povećanom specijalizacijom i profesionalizacijom, polazeći od konkurentskih pritisaka na efikasnu uporabu resursa i snižavanje rizika).

Zanimljiv pristup poduzetništvu pruža George Gilder, zagovornik neograničenoga poduzetništva (*unrestricted entrepreneurship*).¹¹ Po njemu, poduzetnik nije oruđe tržišnih sila, već je njihov oblikovatelj, producent i razvojni činilac - poduzetništvo je svrhovita aktivnost usmjerena k iniciranju i razvijanju profitno orijentiranih poslova. Mark C. Casson u poduzetništvu vidi proces prosudbe i donošenja odluka o uporabi ograničenih resursa.¹² Pokušavajući sintetizirati različite pristupe objašnjavanju poduzetničkoga fenomena, Casson drži da su poduzetnici specijalisti koji se uz pomoć prosuđivanja nose s novim i sve kompleksnijim problemima. Upravo je prosuđivanje u donošenju odluka ključ koji povezuje sve dosadašnje teorije o poduzetništvu - poduzetničko prosuđivanje je sposobnost donošenja uspješnih odluka u uvjetima kad ne postoji odgovarajući model ili pravilo odlučivanja, ili pak kad su potrebni podaci nepotpuni ili nedostupni.¹³

Po mišljenju Petera Druckera, bit poduzetništva sadržana je u kreaciji nove organizacije sposobne za profitno poslovanje i s mogućnosti samoodržanja. Poduzetništvo predmnijeva "raditi nešto na drugačiji način, a ne raditi nešto bolje od onoga što već postoji"¹⁴, čime se ono odvaja od rutine upravljanja zadacima alociranja resursa u poduzećima. U tom se kontekstu manifestiraju i osnovne

¹⁰ W. J. Baumol, *Toward Operational Models of Entrepreneurship*, Lexington books, Lexington, 1983, str. 73 - 74.

¹¹ G. Gilder, *Recapturing the Spirit of Enterprise*, ICS Press, San Francisco, 1992, str. 8-10.

¹² M. Casson, *The Entrepreneur*, Totowa, New York, 1982. Citira se u: J. M. Dollinger, *Entrepreneurship - Strategies and Resources*, op. cit., str. 7.

¹³ M. C. Casson, ed., *Entrepreneurship*, Vol. 13, International Library of Critical Writings in Economics, 1990. Navedeno prema: M. Casson, *Entrepreneurship, The Concise Encyclopedia of Economics*, str. 3. Dostupno sa <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>.

¹⁴ P. F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, 1986. Hrvatsko izdanje: *Inovacije i poduzetništvo*, Globus, Zagreb, 1992, str. 33.

determinante poduzetničkoga ponašanja: traganje za promjenama, reagiranje na promjene i korištenje promjenama kao povoljnim prilikama. Inovacije su, po Druckeru, specifični alati koji poduzetnicima omogućuju korištenje razvojnim šansama kao pogodnošću za pokretanje različitih poslova. Poduzetnici su upućeni na istraživanje svrhovitosti takvih izvora promjena i njihovih simptoma, te procjenjivanje šansa za uspjeh što indiciraju mogućnost realizacije inovacije, uz posjedovanje znanja kako uspješno unijeti inovaciju u praksu.

U širokom spektru mogućih značenja poduzetništva, ono se može promatrati kao: posebna ekonomska funkcija kombiniranja proizvodnih čimbenik i uvećanja postojećih potencijala, kreativni proces i pretvaranje invencije u inovaciju, proces samozapošljavanja i započinjanja vlastitoga biznisa, nastajanja i razvoja malih poduzeća, vizionarska aktivnost i unošenje kreativnih promjena koje imaju krucijalnu ulogu u transformaciji i obnovi društva, specifično zanimanje, način materijaliziranja kreativnih proizvoda, preuzimanje poslovnog rizika, nalaženje i uporabu novih mogućnosti, jedna od uloga menadžmenta i specifični oblika ponašanja.¹⁵

U poduzetništvu je moguće uočiti elemente potrage za poslovnim prigodama, koje poduzetnici poduzimaju ne obazirući se na resurse što su im u tom trenutku dostupni i što ih kontroliraju, već na bilo koji resurs u kombinaciji kojega vide svoju šansu.¹⁶ Poduzetnici identificiraju mogućnosti realizacije pothvata, okupljaju i spajaju potrebne resurse, planiraju i akcijski djeluju na pravovremen i fleksibilan način. Na taj način, kako to pokazuju Wennekers i Thurik, poduzetništvo u fokus svojega interesa stavlja stalno nove poslovne prigode i mogućnosti, uključivši i implementaciju novih ideja na tržištu.¹⁷

Suvremeni pristupi poduzetništvu polaze od promatranja poduzetničkih aktivnosti na temelju analiziranja čimbenika koji određuju razinu poduzetništva i sintetiziraju determinante poduzetništva na makrorazini. Duboko svjesni multidimenzionalnosti poduzetničkog procesa (kojemu definicija najčešće ovisi o fokusu provođenoga istraživanja) i polazišta po kojem nema općeprihvaćene definicije poduzetništva¹⁸, Ingrid Verheul i suradnici upućuju na značajno izmijenjen društveni i ekonomski kontekst suvremenoga poduzetništva.

Nakon 70 tih godina protekloga stoljeća, uočljiv je trend ponovnog otkrivanja poduzetništva i poticanja njegova razvoja - napuštanjem koncepta iskorištavanja ekonomije obujma kao glavne pokretačke snage u ekonomskom razvoju, nastajanjem razdoblja sve veće neizvjesnosti na globalnom planu,

¹⁵ F. Bahtijarević-Šiber, „Poduzetništvo kao temeljna poluga ekonomskog razvoja“, Slobodno poduzetništvo, No.8, Zagreb, 1994., str.112.

¹⁶ H. H. Stevenson, J. M. Roberts, I. H. Grousbeck, *New Business Ventures and the Entrepreneur*, McGraw-Hill/Irwin Publishing co., Fifth edition, 1998., str. 2-3.

¹⁷ A.R.M. Wennekers, A. R. Thurik, „Linking Entrepreneurship and Economic Growth“, *Small Business Economics*, Vol. 13, No. 1, 1999, str. 27-28.

¹⁸ I. Verheul, S. Wennekers, D. Audretsch, R. Thurik, *An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*, u: D. Audretsch, (ed.): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2002, str.13.

ulaskom velikog broja država u procese društvene i ekonomske tranzicije, smanjenjem poslovnih aktivnosti i restrukturiranjem velikih svjetskih kompanija - poduzetništvo se ponovno prepoznaje kao akcelerator razvoja, prije svega ono realizirano brojnim malim poduzećima.

3. KONCEPTUALNI MODEL PODUZETNIŠTVA I EKONOMSKOGA RASTA

Iz prethodno prikazanih pristupa poduzetništvu, moguće je uočiti da je suvremeno poduzetništvo holistička kategorija u kojoj se pojedinci što ga određuju nužno trebaju promatrati u sklopu njegove cjeline. Uočavajući središnju poziciju poduzetništva u ekonomskim aktivnostima, moguće je uputiti na sljedeće bitne odrednice suvremenoga poduzetništva:

- profitno orijentiran pothvat,
- dinamičnost i inovativnost,
- neizvjesnost,
- rizik,
- anticipiranje promjena,
- prosuđivanje i odlučivanje,
- korištenje resursima,
- radost kreacije.

Prihvatajući prethodno navedene temeljne odrednice suvremenoga poduzetništva¹⁹, moguće ga je promatrati kao proces koji naglašava sposobnost i aktivnost (pojedinačnih aktera i društva u cjelini) da koristeći se promjenama, inovativnošću i prosudbom, sve u uvjetima novih kombinacija ograničenih proizvodnih čimbenika, kreira i izvede takav podthvat koji će rezultirati profitom (i ostalim društvenim koristima). U sklopu takva pristupa poduzetništvu, poduzetnik je osoba koja riskira: novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod ili uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost. Unatoč svim

¹⁹ Gornje odrednice suvremenoga poduzetništva (izuzevši profitnu orijentiranost) moguće je aplicirati na ukupnu poduzetničku aktivnost (ne samo u ekonomskoj sferi), koja pokriva puno šire područje nego što je to sfera konvencionalnog oblika poduzetničkog djelovanja u ekonomiji - poduzetništvo je rasprostranjeno i izvan biznisa i u područjima u kojima profit nema dominantno značenje: u politici (*political entrepreneurship*) stvaranjem klime koja će poticati inovativnost i kreativnost, u neprofitnim organizacijama (*social entrepreneurship*) poduzetničkim doprinosom postizanju socijalnih ciljeva, u lokalnom (gradskom) razvoju (*urban entrepreneurship*) doprinosom javnih i neprofitnih organizacija povećanju mogućnosti zapošljavanja, ekspanziji znanja i povećanju kvalitete življenja, u razvoju akademskih zajednica (*academic entrepreneurship*), zdravstvene skrbi (*medical entrepreneurship*) i slično.

rizicima, svjetsko je poduzetništvo u stalnom usponu, pridonoseći ekonomskom razvoju društava u kojemu djeluje i razvoju jedne nove - poduzetničke ere.

3.1. **Suvremeno poduzetništvo i ekonomski rast**

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

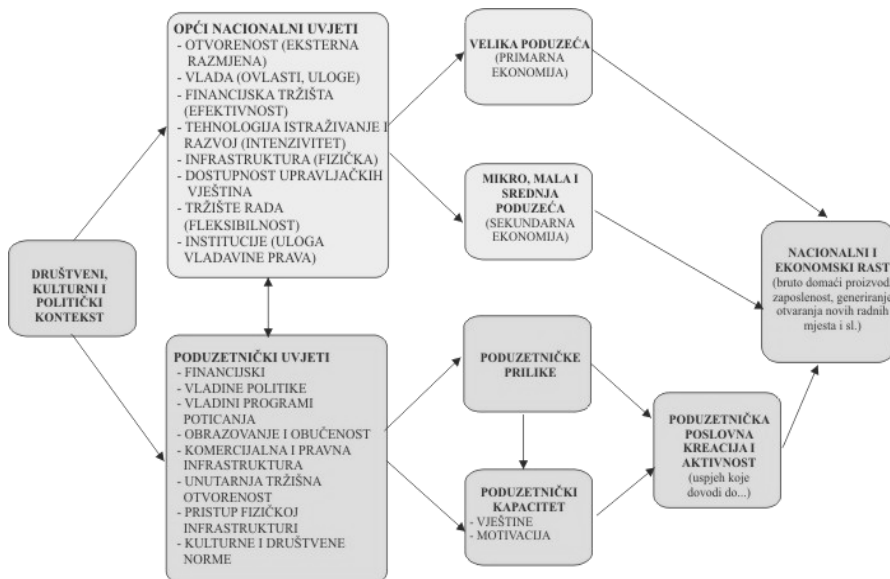
- pojavljivanje novih poslovnih pothvata,
- otvaranje brojnih novih radnih mjesta, i
- obnavljanje "svježom krvi" nacionalnih ekonomija,

pružajući im vitalnost, inovativne proizvode i usluge, i povećavajući time šanse za opći društveni, kulturni i socijalni napredak.

Procjenjuje se da je više od 460 milijuna ljudi diljem svijeta uključeno u aktivnosti pokretanja novih poslovnih pothvata ili su vlasnici - menadžeri novih poduzeća. Dinamizam poduzetništva ilustrira i podatak da se, samo u SAD-u, više od tisuću novih poslovnih pothvata rađa svakoga sata u svakome radnom danu.²⁰

Slika 1. omogućuje uvid u konceptualni model ekonomskog rasta i ključne međuodnose njegovih sastavnih dijelova, s posebnim osvrtom na ulogu poduzetništva.

²⁰ W. D. Bygrave, A. Zacharakis, *Portable MBA in Entrepreneurship*, Third edition, John Wiley & Sons, Inc., 2003, str. 2.



Izvor: Prilagođeno prema GEM Global 2003, Executive Report, by Paul D. Reynolds, William D. Bygrave, Erkkö Autio, et al, 15.03.2004, str.83-84.

Slika 1. Model nacionalnog ekonomskog rasta i uloga poduzetništva

Poznato je da društveni, kulturni i politički uvjeti imaju važnu ulogu u oblikovanju općih uvjeta života u nekoj zemlji (društvene norme i ponašanja, razina demokratizacije, stupanj obrazovanja, politička stabilnost, odnos prema poduzetništvu i percepcije poduzetnika, itd.), uključivo i uvjete za postizanje nacionalnoga ekonomskog rasta. Polazište prikazanoga modela je da ekonomski rast pojedinih nacionalnih ekonomija, koji je pod snažnim utjecajem kulturnih, političkih i društvenih čimbenika, predstavlja rezultat djelovanja dvaju različitih, ali komplementarnih mehanizama, s međusobno povezanim aktivnostima:

- I. *Mehanizma koji potiče ekonomski rast - a koji generiraju najznačajnija i već utemeljena i etablirana poduzeća* - bez obzira na to radi li se u velikim (primarna ekonomija) ili pak o mikro, malim ili srednjim poduzećima (sekundarna ekonomija). Velika se poduzeća razvijaju ne samo na nacionalnoj već, veoma često, na globalnoj sceni, značajno pridonoseći prosperitetu i rastu svojih nacionalnih ekonomija. Povećanje rasta tih poduzeća i ekspanzija njihova poslovanja povećat će potražnju za proizvodima i uslugama nacionalnih gospodarstava, uključujući povećane tržišne izgleda za brojna mikro, mala i srednja poduzeća. Uz opće uvjete poslovanja na svjetskoj pozornici, uspjeh ukupno promatranih kategorija nacionalnih poduzeća određen je nacionalnim kontekstom u kojemu djeluju, a to su:

- orijentiranost na svjetsko tržište,
- razvijenost fizičke infrastrukture i financijskih tržišta,
- fleksibilnost tržišta rada,
- tehnološki razvoj i intenzitetom usvajanja novih znanja,
- ulaganja u istraživanje i razvoj,
- razvoj institucija civilnoga društva – prije svega onih pravnih,
- dostupnost znanja i upravljačkih vještina,
- poticajne mjere vlada i slično.

II. *Mehanizma* koji također znatno pridonosi ekonomskom rastu - *a koji generira poduzetnički proces*, koji naglašava i potencira ulogu poduzetništva u osnivanju i rastu novih poduzeća i ostalih oblika organiziranja poduzetničkih aktivnosti. U okviru ovog dijela modela moguće je uočiti da, uz opće nacionalne uvjete, na poduzetnički proces i ekspanziju novih poduzeća djeluju i posebni uvjeti - *uvjeti poduzetničkog djelovanja*:

- ❖ dostupnost financijskih resursa,
- ❖ vladine politike,
- ❖ programi poticanja novih poslovnih pothvata,
- ❖ obrazovanje i obučenosť kadrova za poduzetništvo i u poduzetništvu,
- ❖ pristup uslugama podrške - osobito komercijalnoj i pravnoj infrastrukturi,
- ❖ unutarnja tržišna otvorenost etabliranih poduzeća prema poduzetništvu,
- ❖ pristup fizičkoj infrastrukturi,
- ❖ kulturne i društvene norme.

Uspješnost poduzetničkog procesa je također podložna daljnjim kritičnim sadržajima:

- ❖ *poduzetničkim prilikama* (koje se odnose na postojanje tržišnih pogodnosti i percepciju tržišnih prilika),
- ❖ *poduzetničkom kapacitetu* (koji ljudima omogućava pokretanje novih poslova za zadovoljavanje tržišnih prilika - a koji se primarno odnosi na motivaciju za ulazak u svijet poduzetništva i posjedovanje znanja i vještina prijeko potrebnih za realizaciju poslovnih prilika).

Ako to poduzetničke prilike i pogodnosti dopuštaju, a poduzetnički kapacitet ekonomija to omogućava, razvija se *poduzetnička poslovna kreacija i aktivnost*, nazvana: *poslovno previranje (business churning)*. Ta aktivnost predstavljena je, na nacionalnoj razini, brojnim procesima rađanja, borbe za preživljavanje, rasta, dozrelosti, ali i umiranja poduzeća ili poslovnih pothvata, rezultat je koje doprinos poduzetništva nacionalnome ekonomskom rastu, osobito s implikacijama na: bruto domaći proizvod, zaposlenost i generiranje otvaranja novih radnih mjesta. Oba su mehanizma u međusobnoj interakciji i izrazitoj kompleksnosti: etabrirana poduzeća prihvaćanjem novih tehnologija, širenjem tehnoloških znanja i razvojem novih proizvoda, mogu potaknuti i povećati poslovne prigode za brojne nove poduzetničke inicijative. Isto tako, poduzetnička poduzeća, s ubrzanim tehnološkim razvojem i smanjenjem svojih troškova poslovanja, mogu omogućiti etabriranim poduzećima postizanje dodatnih konkurentskih prednosti, čime poduzetništvo dodatno pridonosi rastu nacionalnih gospodarstava.

3.2. Poduzetništvo - vitalna komponenta za ubrzan ekonomski rast

Uviđajući značenje poduzetništva za nacionalne ekonomije, najveći broj država je prihvatio poduzetništvo kao vitalnu komponentu u procesu ekonomskoga rasta i razvoja. Svjetska ekonomija procesom globalizacije postupno gubi svoje lokalne, regionalne i državne karakteristike, čemu značajno pridonose nove tehnologije, novi inovativni procesi i brojne integracije različitih lokalnih, regionalnih, međunarodnih institucija. U tom procesu, doprinos je poduzetništva neupitan - postajući jedan od ključnih čimbenik napretka, poduzetnici razvijaju i implementiraju nove tehnologije, generiraju nove proizvode i usluge, pridonose razvoju edukacijskih procesa i porastu općega blagostanja društava u kojima djeluju.

U uvjetima nepostojanja univerzalne ni opće prihvaćene definicije poduzetništva i u uvjetima odsutnosti pouzdanih i međunarodno usporedivih informacija o povezanosti poduzetništva i ekonomskog rasta (što znatno otežava procjenu, mjerenje i komparaciju razine poduzetničkih aktivnosti među državama), pomoć može pružiti statičan pristup poduzetništvu baziran na mjerenju:

- broja vlasnika nad poduzećima (*business ownership*) - vlasnici ili suvlasnici trgovačkih društava,
- razina samozapošljavanja (*self employment*) - obrtnici, zadrugari, djelatnosti slobodnih profesija,

kao ekvivalentu za poduzetništvo. Budući da je poduzetništvo kompleksan fenomen što ga je moguće analizirati s mnogobrojnih aspekata koji nisu samo statični već su naglašeno dinamičke prirode, za utvrđivanje povezanosti

poduzetništva i ekonomskoga rasta poslužiti će, uz već prethodno prikazani statični, i dinamični pristup poduzetništvu, također baziran na mjerenju:

- broja "rađajućih" poduzetnika (*nascent entrepreneurs*), među koje su ubrojene osobe koje su poduzele neku od aktivnosti kreiranja novog poslovanja u prethodnoj godini i očekuju da će imati udjele u novom poduzeću (*nascent firm*),
- broja menadžera - vlasnika "mladih-novih poduzeća" (*young-new business*), gdje su obuhvaćena ona aktivna poduzeća koja u poslovanju nisu starija od 42 mjeseca.²¹

Istraživanje *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2004*²² bazirano na dinamičnom pristupu poduzetništvu - na godišnjim izvještajima poduzetničke aktivnosti u državama koje reprezentiraju 62% svjetske populacije i 92% svjetskoga bruto domaćeg proizvoda, i koje uključuju ukupnu zaposlenost od oko 784 milijuna ljudi, pokazalo je da više od 73 milijuna ljudi u anketiranim državama bilo u statusu "rađajućih" poduzetnika ili pak menadžera - vlasnika "mladih-novih poduzeća". U nemogućnosti pružanja svjetskih kvantifikacija o doprinosu poduzetništva nacionalnomu ekonomskom rastu, prije svega zbog nemogućnosti harmoniziranja podataka dobivenih iz različitih nacionalnih izvora, istraživači GEM-a su pokretanjem svojih brojnih projekata pokušali odgovoriti na tri ključna pitanja:

- I. Utječe li razina poduzetničke aktivnosti na ekonomski rast neke države?
- II. Razlikuje li se razina poduzetničke aktivnosti među državama?
- III. Kolike su to razlike?

Rezultati provedenih istraživanja o povezanosti razine poduzetničke aktivnosti i ekonomskog rasta²³ država, upućuju na sljedeće:

- ❖ Poduzetništvo je tijesno povezano s ekonomskim rastom.
- ❖ Među državama sa sličnim ekonomskim strukturama korelacija poduzetništva i ekonomskog rasta visoko je statistički značajna.

²¹ *Global Entrepreneurship Monitor and GEM Financing Report 2004.*, Babson College, London Business School, 27.4.2005.

Dostupno sa: <http://www.altassets.com/knowledgebank/learningcurve/2005/nz6706.php>.

²² Na inicijativu vrhunskih svjetskih eksperata za poduzetništvo, 1997. godine osmišljen je projekt GEM kao zajednička istraživačka inicijativa Babson College i London Business School, sa značajnom podrškom Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Prvo međunarodno istraživanje GEM-a pokrenuto je 1999. godine, a pothvat je u fokus svojih aktivnosti stavio proučavanje odnosa između poduzetništva i ekonomskog rasta. Projekt je najprije uključivao države članice G-7 (SAD, V. Britaniju, Japan, Kanadu, Njemačku, Francusku i Italiju) kojima su bile priključene Danska, Izrael i Finska. Istraživanje se kontinuirano provodi svake godine, u sve većem broju država, uključivši i Hrvatsku, tako da je u 2003. godini programom obuhvaćeno 40 država.

²³ Odgovori na postavljena pitanja bazirani su na rezultatima istraživanja publiciranim u: *GEM Global 2000, 2001, 2002, 2003, Executive Reports*.

- ❖ Pozitivna veza utvrđena je između visine poduzetničke aktivnosti poduzete u određenoj godini i porasta bruto društvenog proizvoda u dvije godine nakon toga.
- ❖ Veći udjel poduzetnika koji su to postali uočavanjem poslovne prilike (*opportunity - based entrepreneurs*), a ne zato što nisu imali druge alternative (*necessity - based entrepreneurs*), u strukturi ukupnoga poduzetništva pozitivno utječe na rast nacionalnih ekonomija.

Ukupna poduzetnička aktivnost u pojedinim državama omogućuje klasifikaciju prezentiranu u tablici 1.

Tablica 1.

Poduzetničke aktivnosti u državama obuhvaćenima GEM istraživanjima

Grupa	Veličina grupe	Država	Klasifikacijska karakteristika
A	5	Čile, Koreja, Novi Zeland, Uganda, Venezuela	<i>osobito prije svega poduzetnička</i>
B	4	Brazil, Kina, Indija, Meksiko	<i>aktivna u poduzetništvu</i>
C	15	Argentina, Australija, Kanada, Danska, Finska, Hong Kong, Mađarska, Island, Irska, Slovenija, Španjolska, Singapur, Tajland, V. Britanija, SAD	<i>osrednja</i>
D	9	Belgija, Njemačka, Grčka, Izrael, Italija, Norveška, Južna Afrika, Švedska, Švicarska	<i>ispod prosječna</i>
E	7	Tajvan, Hrvatska , Francuska, Nizozemska, Japan, Rusija, Poljska.	<i>najniža</i>

Izvor: Prilagođeno prema GEM Global 2003, Executive Report, op. cit., str. III i str. 12.

Provedena istraživanja fokusirana na različitost razina poduzetničke aktivnosti među državama (vidi podatke navedene u tablici 2.) pokazuju da se razina ukupne poduzetničke aktivnosti znatno razlikuje od države do države. Dok je u Venezueli svaki četvrti odrasli stanovnik (27%) poduzetnički aktivan,²⁴ u Argentini svaki šesti (17%), u Brazilu i Novom Zelandu svaki sedmi (13%), u SAD-u i Kini svaki osmi (12%), Španjolskoj i Grčkoj svaki šesnaesti (6%), a Sloveniji svaki dvadeset peti (4%), dotle u Hrvatskoj stopa poduzetničke prevalencije iznosi oko 3%, dakle jedan naš državljanin od trideset tri je uključen u pokretanje i borbu za preživljavanje svog pothvata (*start-up*), ili pak neposredno upravlja svojim novim poduzećem.

²⁴ Prevalencija poduzetničke aktivnosti odnosi se na dobnu skupinu, bez obzira na spol, koja uključuje osobe između 18 i 64 godine života.

Tablica 2.

Poduzetničke aktivnosti u odabranim GEM državama 2003. godine

Država	Ukupan broj stanovnika (u 000)	Broj stanovnika 18-64 godine (u 000)	TEA* index	Broj osoba uključenih u poduzetnički pothvat (u 000)	Broj poduzetničkih pothvata (u 000)	Broj vlasnika-menadžera u postojećim poduzećima (u 000)	Broj poduzeća (u 000)	Broj vlasnika-menadžera u poduzetničkim poduzećima** (u 000)	Broj poduzetničkih poduzeća** (u 000)
Indija	1.049.700	598.149	17.9	106.930	85.380	133.730	122.102	10.047	7.972
Kina	1.286.975	828.234	12.0	99.498	56.324	202.448	141.500	28.151	19.088
SAD	290.342	181.340	11.3	20.502	11.067	25.864	15.026	4.987	2.436
Brazil	182.032	111.914	13.2	14.782	8.590	22.023	14.321	2.222	1.308
Koreja	48.289	32.536	14.5	4.723	2.803	7.474	5.270	1.887	1.145
Venezuela	24.654	14.338	27.3	3.916	2.004	3.085	1.756	529	311
Argentina	38.740	22.559	17.0	3.827	1.991	4.791	3.144	430	200
Njemačka	82.398	52.646	5.2	2.726	1.422	5.281	3.321	515	304
Rusija	144.526	94.359	2.5	2.381	1.160	3.674	1.973	174	56
Uj. Kraljevstvo	60.094	37.375	6.0	2.224	1.273	4.579	2.858	727	365
Japan	127.214	81.024	2.3	1.836	903	8.733	5.226	624	464
Kanada	32.207	20.813	8.5	1.767	931	2.642	1.481	474	217
Italija	57.998	37.263	4.6	1.703	890	3.445	1.612	383	181
Španjolska	40.217	26.006	6.3	1.646	851	2.675	1.467	278	131
Čile	15.665	9.536	16.3	1.550	732	1.501	842	617	319
Australija	19.731	12.408	9.9	1.227	726	2.251	1.338	307	160

Nastavak tablice nalazi se na sljedećoj stranici.

Tablica 2.

Poduzetničke aktivnosti u odabranim GEM državama 2003. godine

Država	Ukupan broj stanovnika (u 000)	Broj stanovnika 18-64 godine (u 000)	TEA* index	Broj osoba uključenih u poduzetnički pothvat (u 000)	Broj poduzetničkih pothvata (u 000)	Broj vlasnika-menadžera u postojećim poduzecima (u 000)	Broj poduzeca (u 000)	Broj vlasnika-menadžera u poduzecima** (u 000)	Broj poduzetničkih poduzeca** (u 000)
Francuska	60.180	36.909	2.4	889	529	2.324	1.611	217	160
Tajvan	22.603	14.930	4.3	637	315	2.270	1.111	186	98
Grčka	10.655	6.770	6.8	458	309	2.192	1.565	119	72
Mađarska	10.045	6.556	6.6	435	251	819	482	80	44
Norveška	4.546	2.807	8.1	226	92	445	208	42	16
Švedska	8.878	5.489	4.1	222	89	763	365	92	30
Belgija	10.289	6.413	3.4	214	119	378	222	46	27
Irska	3.924	2.465	8.6	212	116	344	214	55	28
Danska	5.384	3.399	6.2	211	101	390	208	60	26
Finska	5.190	3.284	5.7	187	86	591	303	68	22
Hong Kong	7.394	5.026	3.3	167	68	273	129	46	16
Hrvatska	4.422	2.751	3.1	85	45	153	111	12	8
Slovenija	1.935	1.275	4.3	55	23	124	58	23	9
Ukupno 40 GEM država	3.970.872	2.443.374	--	297.399	192.263	472.991	347.659	56.711	37.091

* TEA indeks - uključuje ukupnu poduzetničku aktivnost (zbroj prevalencije start-upa i novih poduzeca).

** Poduzetničkim poduzecem se smatra ono poduzeće za koje se ocjenjuje da značajnije omogućava tržišne inovacije i iskazuje potencijal za rast.
Izvor: Reynolds, P.D., et al., Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report, op. cit., str. 16.

Prethodno iskazani pristupi poduzetništvu odnose se samo na broj zaposlenih što ga generira vlasništvo koje poduzetnici imaju nad nekim od oblika poduzetničkog organiziranja. Ali poduzetnici ne djeluju sami - oni angažiraju suradnike i brojnu radnu snagu za realizaciju svojih poslovnih aktivnosti i pothvata, čime se naglašava povezanost između poduzetništva i, osobito, malih poduzeća. Mala poduzeća postaju važan čimbenik novoga zapošljavanja, omogućavaju lakše zadovoljavanje poduzetničkih inicijativa, povećavaju socijalnu i ekonomsku mobilnost radne snage, predstavljaju jednu od poluga primjene suvremenih tehnologija, povećavaju konkurentnost i djeluju na ukupnu efikasnost privređivanja.

Ovisno o specifičnostima gospodarstava pojedinih država, a posebno o prosječnim veličinama njihovih poduzeća i ostalih oblika organiziranja, i dominirajućim kulturnim, religijskim ili drugim društvenim aspektima, moguće je ocijeniti da poduzetnički sektor (promatran na temelju ukupnoga broja zaposlenih, a ne samo poduzetnika - vlasnika) još značajnije negoli je to prethodno prikazano pridonosi zapošljavanju i generiranju ekonomskog rasta nacionalnih ekonomija.

4. REAKTUALIZIRANA ULOGA PODUZETNIŠTVA U RAZVOJU DRUŠTAVA

Iscrpljenost većine oblika ekonomske i socijalne zaštite koje su pružale ekonomije (država) blagostanja, više no ikad pokazuje da nastupa razdoblje traženja novih rješenja na mikro i makroplanu, najčešće fokusiranih na poduzetništvo, njegovu reaktualiziranu ulogu u razvoju društava i, nadalje, poticanje privatnih inicijativa i rizika. Pod utjecajem turbulentnosti globalnih promjena pozicija se poduzetništva drastično mijenja - ono se, svakim danom sve više, doživljava generatorom društvenoga i ekonomskog razvoja diljem svijeta. Svjedocima smo, kako to naglašava Vojmir Franičević, svojevrzne renesanse poduzetništva, i to ne samo na razini medijske prezentacije novih ili obnovljenih ideoloških svjetonazora kojima je poduzetništvo u središtu diskursa već i na razini aktualnih rekonceptualizacija ekonomske teorije i ekonomskih politika.²⁵

4.1. Od predindustrijskoga prema postindustrijskom društvu

Globalna se ekonomija razvija u okviru društvenih struktura, i promjene koje se događaju na svjetskoj ekonomskoj sceni poput jačanja konkurencije, povećanog korištenja tehnologije, smanjenja životnog ciklusa proizvoda, sve zahtjevnijih potreba za educiranom radnom snagom, povišenja stupnja

²⁵ V. Franičević, *Poduzetništvo kao politički projekt*, u: Njavro, Đ., Franičević, V. (urednici): *Poduzetništvo-Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990., str. 95.

sofisticiranosti potrošača, povećanih zahtjeva za efikasnosti, efektivnosti i inovacijama²⁶ - ne djeluju samo na poduzetništvo već djeluju i na društvene promjene. Društva se postupno transformiraju iz predindustrijskih - temeljenih na tradicionalizmu, preko industrijskih - temeljenih na proizvodnji, prema postindustrijskima - temeljenima na kodifikaciji teoretskog znanja.²⁷ Razvoj suvremene infrastrukture (prijenos energije, promet i veze), uvođenje automatike i robotike, fleksibilnih tehnologija, usavršavanje marketinga, osobito daljnjom segmentacijom tržišta, promjene u strukturi i ponašanju potrošača i slično, reflektiraju se na konfiguraciju današnjeg svjetskog poduzetništva u svakom od tipova društava - poduzetništvo kao ekonomska funkcija daje svoj doprinos i generira društveni razvoj: i u predindustrijskim, i u industrijskim, i u postindustrijskim društvima, samo na različitim razinama.

Pod utjecajem kontinuiranih inoviranja tehnoloških osnova na kojima počiva razvoj globalne ekonomije, trend prema malim poduzećima sve je više izražen u tercijarnim (transport, osobne usluge), kvartarnim (trgovina, financije, osiguranje, poslovanje nekretninama) i kvintarnim (zdravstvo, obrazovanje, istraživanje i razvoj) sektorima suvremenih društava, u kojima je zaposleno više od polovine zaposlenih. Time suvremeno poduzetništvo sve više poprima obilježja generatora ekonomske i tehnološke transformacije, a poduzetnici i mala poduzeća postaju značajnim činiteljima (posrednici i izvršitelji) brojnih promjena.²⁸

Rasprostranjenost poduzetništva, broj poduzetnika, motivacija za poduzimanje poduzetničkih aktivnosti i "nagrada za strah" koju poduzetnici očekuju, podložna je utjecaju brojnih društvenih i ekonomskih čimbenika iz poduzetničkog okruženja. Budući da poduzetnik ne djeluje u vakuumu,²⁹ bitni elementi novoga poduzetništva su: razvijenost tržišta, pristup rizičnom kapitalu, platežno sposobna potražnja, konkurencija poslovnih subjekata, sloboda poduzeća da zaključuju poslove i snose rizike svojih prosudba i poduzetničkih aktivnosti, aktivne vladine politike poticanja poduzetništva i slično. Ekonomija u kojoj dominira poduzetnička klima, što je karakteristika dijela današnjih, ne samo

²⁶ P. Capelli, *The New Deal at Work: Managing the Market-Driven Workforce*, Harvard Business School Press, Boston, 1999. Citirano u: Burke, R.J. - C. L. Cooper, ed., *Leading in Turbulent Times: Managing in the New World of Work*, Blackwell Publishing Ltd., London, 2004, str.9.

²⁷ D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Reissue Basic Books, New York, 1999, str. 84.

²⁸ Za razliku od onih ekonomista koji portretiraju mala poduzeća kao manje efikasne klonove velikih korporacija, Zoltan Acs uveo je radikalno drukčiji pogled na mala poduzeća. Argumentirajući da poduzetnici startaju s novim poduzećima ne u cilju dupliciranja aktivnosti koje već postoje, već osobito da bi nove aktivnosti razvili na bazi inovacija, Acs je zagovornik poduzetništva i malih poduzeća kao agenta promjena (*agents of change*). Usp., McCurdy, R. - R. Merrick, *The Emergence of the Entrepreneurial Society, Presentation for the Acceptance of the 2001 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research* (receivers: Zoltan J. Acs and David B. Audretsch), Stockholm, May 2001, str.2.

Dostupno sa : http://business.ubalt.edu/hot/Acs_Paper.html.

²⁹ F. Stanković, *Teorijski aspekti poduzetništva*, u: Njavro, Đ., Franičević, V. (urednici): *Poduzetništvo-Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990., str. 42.

najrazvijenijih društava i njihovih privreda, naziva se poduzetničkom ekonomijom³⁰ (*entrepreneurial economy*).

4.2. Poduzetništvo i poduzetnička ekonomija

U svijetu, u kojemu ideje pokreću ekonomije, nije čudno da se inovacije i poduzetništvo najčešće doživljavaju kao nerazdvojna cjelina - uz smanjenje značenja komparativnih prednosti materijalnih resursa (zemljište, sirovine, energija) sve se više povećava uloga znanja pri postizanju konkurentskih prednosti i generiranju ekonomskog rasta. Pri navedenom, suvremeno se poduzetništvo (bazirano na znanju, informacijama, ljudskom i društvenom kapitalu i intelektualnoj tehnologiji) sve češće, uz radnu snagu, prirodne resurse i kapital, navodi kao daljnji - četvrti čimbenik proizvodnje. Akumulacija čimbenika proizvodnje, kako to posebno naglašava William Baumol,³¹ sama po sebi, bez obzira radi li se o znanju, financijskim resursima, materijalnim resursima, društvenom kapitalu, ljudskom kapitalu i sl. - ne može pridonijeti ekonomskom razvoju. Sve prethodno nabrojano neophodan je input za proizvodnju (ili pružanje usluga), nužan, ali ne i dovoljan uvjet - koji nije dostatan za nastanak ekonomskoga rasta.

Ljudska kreativnost i poduzetništvo neophodno su potrebni da kombiniraju inpute na profitabilan način, a institucionalno okruženje koje će ohrabriti poduzetnike postaje kritična determinanta ekonomskoga rasta. Takvim pristupom poduzetnik i poduzetništvo dobivaju središnju poziciju u postizanju dugoročnoga ekonomskog, i društvenog, razvoja, posebno onih ekonomija koje nastoje biti poduzetničke - a čovjek (kao društveno i ekonomsko biće) postupno postaje i poduzetničko biće (*homo entrepreneurus*).³²

Na poduzetništvu bazirana ekonomija „vapi“ za razvijenom "poduzetnički prijateljskom klimom" - u kojoj poduzetnik djeluje pod utjecajem manjih rizika, poduzetničke aktivnosti bujaju a privatne investicije rastu.³³ Uz pozitivnu poduzetničku klimu, kao bitnu odrednicu poduzetničkih društava

³⁰ S. K. Glancey, - R. McQuaid, *Entrepreneurial Economics*, Palgrave-Macmillan, 2000. Isto, Tabarrok, A., *Entrepreneurial Economics: Bright Ideas from the Dismal Science*, Oxford University Press, First edition, 2002.

³¹ G. Eliasson, M. Henrekson, Baumol William J., *An entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship*, SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance, No. 532, 22.08.2003., str. 8-9.

³² A. Kjellman, - Ehrsten M., *A Theory of Homo Entrepreneurus*, u: *The Emergence of Entrepreneurial Economics, Research on Technology Innovation, Management and Policy*, Vol. 9, Elsevier Science, London, 2005.

³³ Maja Vehovec naglašava da se poduzetnik ni u jednom poslovnom okružju ne oslobađa rizika (jer bi to značilo da ne postoji konkurencija i/ili da je neizvjesnost budućih događanja poznata). Pozitivna poduzetnička klima poduzetnicima pruža jasno definirane uvjete funkcioniranja tržišta ili pravila igre koja on prihvaća ulazeći u poduzetnički rizik, ili ih odbacuje i ne prihvaća rizik investicije. M. Vehovec, *Evolucijsko - institucionalan pristup razvoju poduzetništva*, u: *Poduzetništvo, institucije i sociokulturni kapital*, Institut Ivo Pilar, Zagreb, 2002., str. 29-30.

(*entrepreneurial society*), mogu se spomenuti još i: kulturno prihvaćanje poduzetnika, umreženost poduzetničke infrastrukture, uspostavljanje financijskih tržišta, povećana ulaganja u istraživanje i razvoj, zaštita intelektualnog vlasništva, privrženost edukaciji i obrazovanju, otvorenost društva za nove poduzetničke inicijative i slično.

Poznato je da je poduzetništvo rijedak resurs i da talentima koje imaju poduzetnici raspolaže ograničen broj ljudi. S ovim u vezi postavlja se pitanje: je li poduzetništvo, kao bitna odrednica poduzetničke ekonomije, znanost ili umjetnost? Odgovor na to pitanje nije jednoznačan: poduzetništvo je i jedno i drugo - i znanost i umjetnost. U vrhunskim poduzetničkim aktivnostima, poduzetništvo je najčešće dar prirode i rezultira ocjenom o poduzetništvu kao umjetnosti. Ali uz prirodni dar, dobrog i uspješnog poduzetnika moguće je, kako to iskustvo pokazuje, "stvoriti" i kvalitetnim podučavanjem, treningom i znanstvenom edukacijom, pa se, tad, može govoriti o poduzetništvu kao znanosti i struci.

Osmišljavanje i izgradnja dinamičnoga koncepta nove poduzetničke ekonomije na temelju aktivnosti afirmacije i ohrabrivanja poduzetnika (i onih koji će to tek postati) prije svega pretpostavlja:

- ✓ čovjeka kao stvaratelja, inovatora i generatora novih ideja,
- ✓ slobodu izražavanja kreativnih ljudskih potencijala u tržišnom okružju,
- ✓ reorganiziranje društvenih institucija prema potrebama poduzetništva,
- ✓ stvaranje pozitivne poduzetničke klime,
- ✓ razvoj edukacijskih programa namijenjenih poduzetništvu,
- ✓ poticanje poduzetničke inicijative na svim razinama,
- ✓ izgradnju što bogatije poduzetničke infrastrukture,
- ✓ afirmaciju znanosti te znanstvenih i tehnoloških otkrića, koja imaju kontinuirano djelovanje, kako na razvoj poduzetništva, gospodarski razvoj, tako i na kvalitetu života svakoga pojedinca.

Ovo će stoljeće biti doba poduzetnika. Dobivajući sve više na značenju u novoj, poduzetničkoj ekonomiji, poduzetnici će nastojati pokrenuti i dodatno osnažiti svoja poduzeća, identificirajući povoljnosti realizacije novih pothvata i tražeći načine i sredstva za razvoj svojih poduzeća. U poduzetničkoj je ekonomiji posebno značajan odnos poduzetnika imitatora i poduzetnika inovatora. Inovatori ne oponašaju, već istražuju novo. Kratkoročno promatrajući, imitatori mogu nadjačati istinske inovatore, no dugoročno - inovatorima „cvatu ruže“ na račun imitatora. To vrijedi za zemlje, tvrtke i pojedince u današnjem svijetu, u kojem je prava originalnost vrijednija no ikad.

George Bernard Shaw jednom je primijetio da cjelokupan poslovni i društveni progres ovisi o ljudima čiji se postupci protive razumu (*unreasonable man*). Njegov je argument da se razboriti ljudi prilagođavaju svijetu, dok nerazboriti ljudi ne popuštaju u pokušajima da adaptiraju svijet prema sebi. Zato se za bilo koju buduću promjenu značenja, odnosa snaga, utjecaja, društvenog položaja i slično, pozornost treba posvetiti postupcima onih ljudi koji su fokusirani na, u tom trenutku, nelogična i ponekad teško shvatljiva rješenja.³⁴

Međutim, neće samo odvažnost i hrabrost biti generatori novoga poduzetništva i na njemu zasnovane ekonomije. Poduzetništvo ne utječe na naše živote samo preko procesa inovacije (pružajući nam nove proizvode i usluge) već također predstavlja, za mnoge od nas, budućnost promatranu kroz zaposlenje, kroz naša radna mjesta. Naime, trend po kojem velika poduzeća nastavljaju s procesom otpuštanja, rezultira time da će otpušteni radnici i manageri sve više ulaziti u svoje vlastite poslovne poduhvate. Što će učiniti? Popunjavat će tržišne niše pružajući različite vrste usluga, često i bivšim poslodavcima: od konzultantskih do mnogih drugih vrsta usluga podrške. Bivši menadžeri i radnici koji su otpušteni, sve više će osnivati i voditi male poduzetničke firme koje će pružati visoku kvalitetu i visoku vrijednost usluga svojim kupcima, na način na koji to nisu bili u mogućnosti radeći u velikim birokratiziranim kompanijama.

U poslovnom okruženju u kojemu velike kompanije nastoje održati mršavije strukture, s malo hijerarhijskih razina, bez opterećenosti birokratizmom, doći će do erupcije rasta "mikropoduzeća" - tvrtki koje će imati manje od deset zaposlenika. Neke od njih bit će osnovane od zaposlenika koji su otpušteni. Neka od novih, na poduzetništvu zasnovanih poduzeća bit će osnovana od pojedinaca koji će nastojati izbjeći sljedeći mogući val otpuštanja. Ne treba biti posebno sposoban proricati budućnost da bi se uvidjelo kako će poduzetništvo imati veliku ulogu, kako u budućnosti svih nas zajedno, tako i u budućnosti života svakoga pojedinca. Priroda organizacija, načina njihova rada i priroda zaposlenja uistinu se mijenjaju, i pojedinci - koji su sposobni prepoznati ove promjene i pravodobno i pravovremeno na njih reagirati - najbolje će uspjeti u novim uvjetima okruženja. Sve će to rezultirati time da će se većina ljudi susresti s poduzetništvom, i na njemu baziranoj ekonomiji, na tržištu - kako kroz nove proizvode, usluge, tehnologiju tako i kroz vlastito zaposlenje. Što bolje budu razumjeli takvo tržište, lakše će moći preživjeti i napredovati, rasti i razvijati se u novom poduzetničkom okruženju.³⁵

Suvremeni poduzetnik, od kojega se očekuje doprinos ekonomskom rastu društava u kojima djeluje, jest istraživač, nemiran duh koji se raspituje o svemu i svačemu, i osoba koja mnogobrojne paradigme stavlja pod znak pitanja. On je svjestan nepredvidivosti, kaotičnosti, neizvjesnosti, rizičnosti a ponekad i bolnosti koje poduzetnički proces sa sobom donosi. Pa ipak, on pokušava

³⁴ C. Handy, *The Age of Unreason*, Harvard Business School Press, 1998, str. 4-5.

³⁵ M. J. Dollinger, *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Austen Press-Irwin, Homewood, 1995, str.5.

promišljati i unaprijediti staro i izmisliti novo, kako bi svima bilo bolje, a društveni proces u kojemu je on akter nikad ne prestaje.

Suvremeno poduzetništvo i na njemu zasnovana poduzetnička ekonomija više su no ikad izazov - poziv na borbu, u kojoj se, da bi se uspjelo, mora smoći hrabrosti biti drukčiji. Nove ideje, sposobnost, osobnost i novac omogućuju ulazak u poduzetničku igru, a eventualni uspjeh ulazak je u ekskluzivni poduzetnički klub. U svijetu razvijenog kapitalizma uspjeh se, kako to ukazuju Ridderstråle i Nordström, ne mjeri dobivanjem propusnice za *backstage* - samo mašta i autentičnost stavljaju se u prvi plan. A budućnost, kao i uvijek, pripada onima u prvim redovima.³⁶

5. UMJESTO ZAKLJUČKA

Apstrahirajući brojne anomalije proizišle iz procesa pretvorbe i privatizacije, i iz njih stvorene animozitete prema dijelu, osobito tajkunskoga poduzetništva, moguće je ocijeniti da se odnos prema poduzetništvu u Hrvatskoj postupno mijenja nabolje. Pred dvadesetak godina poduzetnička se karijera najčešće podcjenjivala i doživljavala kao odabir onih pojedinca koji su suviše skloni preuzimanu rizika i iskazuju avanturističke sklonosti, dakle onih ljudi koji nisu u mogućnosti dobiti državni posao. U svakodnevnim kontaktima s mladom populacijom, nadasve s onom koja je zainteresirana za stjecanje znanja iz područja informatike i poslovne ekonomije, moguće je danas uočiti da poduzetničke karijere - posebno u područjima kompjutorizacije, elektroničke trgovine i primjene visokih tehnologija - predstavljaju aspiraciju mladih koji teže novoj poduzetničkoj ekonomiji. Odgovor na pitanje zašto je to tako vjerojatno je moguće pronaći u pjesmi Boba Dylana: "Vremena, ona se mijenjaju"³⁷.

³⁶ J. Ridderstråle, K. A. Nordström, *Karaoke kapitalizam - menadžment za čovječanstvo*, Differo d.o.o., Zagreb, 2004., str.30.

³⁷ B. Dylan, „The Times They Are A-Changin“. Pjesma je nastala 1964. godine, a njezini stihovi su izrazito aktualni i danas. Dostupno sa: <http://bobdylan.com/songs/times.html>.

LITERATURA

Bahtijarević - Šiber, F., „Poduzetništvo kao temeljna poluga ekonomskog razvoja”, Slobodno poduzetništvo, broj 8, Zagreb, 1994.

Bell, D., *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Reissue Basic Books, New York, 1999

Bygrave, W. D., Zacharakis, A., *Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, Inc., 2003

Chan, A., *Entrepreneurship: What does it really mean?*, Entrepreneur News, iEntry Inc. Publications, Lexington, 2005

Dollinger, M. J., *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Austen Press-Irwin, Homewood, 1995

Drucker, P. F., *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, 1986

Franičević, V., Poduzetništvo kao politički projekt, *Poduzetništvo - Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990.

Glancey, S. K., McQuaid, R., *Entrepreneurial Economics*, Palgrave-Macmillan, 2000.

Global Entrepreneurship Monitor and GEM Financing Report 2004, Babson College, London Business School, London, 2005.

Kjellman, A., Ehrsten, M., *A Theory of Homo Entrepreneurus*, The Emergence of Entrepreneurial Economics, Research on Innovation, Management and Policy, Vol. 9, Elsevier Science, London, 2005.

Knight, F. H., *Risk, Uncertainty and Profit*, Schaffer&Mark, Boston, 1921.

Njavro, Đ., Franičević, V. (ur.), *Poduzetništvo - Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990.

Ridderstråle, J., Nordström, K.A., *Karaoke kapitalizam - menadžment za čovječanstvo*, Differo, Zagreb, 2004.

Schumpeter, J. A., *The Theory of Economic Development-An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycles*, Harvard University Press, Cambridge, 1934.

Stevenson, H.H., Roberts, J.M., Grousbeck, I.H., *New Business Ventures and the Entrepreneur*, McGraw-Hill/Irwin Publishing, 1998.

Tabarrok, A., *Entrepreneurial Economics: Bright Ideas from the Dismal Science*, Oxford University Press, 2002.

Vehovec, M., *Evolucijsko - institucionalan pristup razvoju poduzetništva*, Poduzetništvo, institucije i sociokulturni kapital, Institut Ivo Pilar, Zagreb, 2002.

Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., Thurik R., *An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*, u: Audretsch, D. (ed.): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparisons*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2002.

Wennekers, A.R.M., Thurik, A.R., *Linking Entrepreneurship and Economic Growth*, *Small Business Economics*, Vol. 13, No. 1, 1999.

Dejan Kružić, Ph. D.

Assistant Professor
Faculty of Economics
University of Split

**ENTREPRENEURSHIP AND ECONOMIC GROWTH: RE
ACTUALIZATION OF THE ROLE OF
ENTREPRENEURSHIP IN GLOBAL ECONOMY*****Abstract***

The paper investigates the process of re actualization of the role of entrepreneurship in global economy. Under the influence of global economy changes, the position of the entrepreneurship has been drastically altered –the entrepreneurship is increasingly seen as a generator of the economic growth. The exhaustion of most of the types of the economic and social protection, which were ensured in the economies of prosperity countries, indicates the fact that the era of looking for new solutions has begun, and that the new solutions are mainly focused on the entrepreneurship and its role in the economic growth and the development of society. This is why this paper is directed towards the conceptualization of the entrepreneurship model and the economic growth. Having understood the importance of entrepreneurship for the economic growth, many countries have recognized entrepreneurship as a vital element of their development. This paper also deals with the correlation between human creativity and entrepreneurship, which is essential for the inputs to be combined in a profitable way. The importance of the institutional surroundings in the stimulation and encouragement of the entrepreneurs is also pointed out. Having become one of the key factors to success, the entrepreneurs generate new products, implement new technologies, develop and innovate new services, contribute to the economic growth and development, as well as to the increase of a general welfare of the countries they operate in.

Key words: entrepreneurship, economic growth, creational destruction, entrepreneur economy

JEL classification: M13

