

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Doktorski studij Poduzetništvo i inovativnost

Borna Buljan

**IDENTIFIKACIJA ČIMBENIKA UTJECAJA NA
NAMJERU PROMJENE GOSPODARSKE
DJELATNOSTI PODUZETNIKA**

DOKTORSKI RAD

Osijek, 2025. godina

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Doktorski studij Poduzetništvo i inovativnost

Borna Buljan

**IDENTIFIKACIJA ČIMBENIKA UTJECAJA NA
NAMJERU PROMJENE GOSPODARSKE
DJELATNOSTI PODUZETNIKA**

DOKTORSKI RAD

Mentorica: prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Osijek, 2025. godina

University Josip Juraj Strossmayer of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
Doctoral study Entrepreneurship and Innovativeness

Borna Buljan

**IDENTIFICATION OF FACTORS
INFLUENCING ENTREPRENEUR'S INTENTION
TO CHANGE ECONOMIC ACTIVITY**

DOCTORAL THESIS

Mentor: Božena Krce Miočić, full professor

Osijek, 2025

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je doktorski rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta: Borna Buljan

JMBAG: 412

OIB: 27825794193

e-mail za kontakt: bbuljan@unizd.hr

Naziv studija: Međusveučilišni interdisciplinarni doktorski studij Poduzetništvo i inovativnost

Naslov rada: Identifikacija čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzetnika

Mentorica rada: prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

U Osijeku, 12. studenoga 2025. godine

Potpis _____



TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

**Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku**

Doktorski rad

**Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija**

IDENTIFIKACIJA ČIMBENIKA UTJECAJA NA NAMJERU PROMJENE GOSPODARSKE DJELATNOSTI PODUZETNIKA

Borna Buljan

Mentor/i: prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Kratki sažetak doktorskog rada:
(do 500 znakova)

Doktorski rad analizira čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Kombiniranjem kvalitativnih i kvantitativnih metoda utvrđena su 33 ključna čimbenika utjecaja. Analizom je dokazano postojanje regionalnih razlika u promatranim čimbenicima kroz analizu podatka u tri odabrane NUT3 hrvatske regije različitog stupnja gospodarskog razvoja: u Istarskoj, Zadarskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji. Na temelju nalaza kreiran je konceptualni okvir čimbenika utjecaja i pružene su aplikativne preporuke donositeljima politika.

Broj stranica: 383

Broj slika: 30

Broj tablica: 35

Broj literaturnih navoda: 493

Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: namjera, „odrasli“ poduzetnici, promjena gospodarske djelatnosti, regionalni kontekst, čimbenici utjecaja

Datum obrane:

Stručno povjerenstvo za obranu:

- 1.
- 2.
- 3.
4. (zamjena)

Doktorski rad pohranjen je u: Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici Zagreb, Ul. Hrvatske bratske zajednice 4, Zagreb; Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek, Europska avenija 24, Osijek; Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Trg sv. Trojstva 3, Osijek; Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Trg Lj. Gaja 7, Osijek

BASIC DOCUMENTATION CARD

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek**

PhD Thesis

**Scientific Area: Social Sciences
Scientific Field: Economics**

IDENTIFICATION OF FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEUR'S INTENTION TO CHANGE ECONOMIC ACTIVITY

Borna Buljan

Supervisor/s: Božena Krce Miočić, full professor

Short abstract:

(maximum 500 characters)

The doctoral thesis examines the factors that influence the intention of established entrepreneurs to change their economic activities. By integrating both qualitative and quantitative methods, the study identified 33 key influencing factors. The analysis highlighted regional differences in these factors by evaluating data from three selected Croatian NUTS 3 regions, each with different levels of economic development: Istria, Zadar, and Vukovar-Srijem Counties. Based on the findings, a conceptual framework of the influencing factors was developed, along with practical recommendations for policymakers.

Number of pages: 383

Number of figures: 30

Number of tables: 35

Number of references: 493

Original in: Croatian

Key words: intention; established entrepreneurs; change of economic activity; regional context; influencing factors

Date of the thesis defense:

Reviewers:

- 1.
- 2.
- 3.
4. (substitute)

Thesis deposited in: National and University Library in Zagreb, Ul. Hrvatske bratske zajednice 4, Zagreb; City and University Library of Osijek, Europska avenija 24, Osijek; Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Trg sv. Trojstva 3, Osijek; Faculty of Economics and Business in Osijek, Trg Lj. Gaja 7, Osijek

Identifikacija čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzetnika

SAŽETAK

Ovim su doktorskim radom utvrđeni čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, s posebnim naglaskom na regionalne razlike u Republici Hrvatskoj. Polazi se od potrebe da se analiza poduzetničke namjere, koja se u većini istraživanja promatra u okviru faze pokretanja poduzetničkog pothvata, proširi i na kasnije faze poduzetničkog procesa. „Odrasli“ poduzetnici čija poduzeća posluju dulje od 42 mjeseca predstavljaju važan element ukupnog gospodarstva, stoga razumijevanje čimbenika, koji utječu na njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ima teorijsku i praktičnu važnost.

Teorijska podloga dokorskog rada obuhvaća istraživanja o poduzetničkoj namjeri, ponašanju „odraslih“ poduzetnika i promjenama gospodarskih djelatnosti, s naglaskom na utjecaj regionalnih poduzetničkih ekosustava. Višefazni istraživački pristup uključivao je: 1) integrativni pregled literature, 2) kvantitativnu analizu podataka o promjenama gospodarskih djelatnosti iz Registra poslovnih subjekata Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, 3) kvalitativne metode – Delfi metodu za validaciju prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika te kombinaciju refleksivne tematske analize i kvalitativne analize sadržaja kojom su obrađeni podatci prikupljeni kroz individualne i skupne intervju s „odraslim“ poduzetnicima u Istarskoj, Zadarskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Rezultati su pokazali da na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika utječu 33 čimbenika podijeljena na unutarnje (kognitivni čimbenici, osobine ličnosti, osobni pokretači i prepreke te socio-demografski čimbenici) i vanjske (normativna, kognitivna, regulatorna te gospodarsko-politička dimenzija institucionalnog konteksta). Najčešće su istaknuti percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost, očekivanja poduzetničkog ishoda, proaktivnost, prethodno radno iskustvo i motivacija. Analize su pokazale jasne razlike među županijama. U Istarskoj županiji namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika imaju razvojni karakter i povezuju se s diverzifikacijom unutar sektora turizma i

usluga. U Zadarskoj županiji prevladava uravnotežen pristup koji kombinira prilagodbu i razvoj. U Vukovarsko-srijemskoj županiji ove namjere proizlaze ponajprije iz nužde i strukturnih ograničenja te odražavaju nastojanja očuvanja poslovanja u manje stabilnom okruženju.

Dobiveni rezultati omogućili su cjelovito razumijevanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika te dokazali složenost njezina oblikovanja. Na temelju provedenog istraživanja kreiran je i testiran konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Doktorski je rad time pridonio teorijskom tumačenju poduzetničkog ponašanja u zreloj fazi poduzetničkog procesa te ponudio preporuke donositeljima politika usmjerene na jačanje institucionalne podrške, dostupnost informacija, društvenog kapitala i poduzetničke proaktivnosti.

Strukturu doktorskog rada čine poglavlja:

1. Uvod,
2. Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere,
3. Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu,
4. Istraživanja gospodarske djelatnosti,
5. Empirijsko istraživanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
6. Zaključak.

Ključne riječi: namjera, „odrasli“ poduzetnici, promjena gospodarske djelatnosti, regionalni kontekst, čimbenici utjecaja

Identification of Factors Influencing Entrepreneurs' Intention to Change Economic Activity

ABSTRACT

This doctoral thesis examines the factors influencing the intention of established entrepreneurs to change their economic activity, with a particular emphasis on regional differences in the Republic of Croatia. The research stems from the need to extend the analysis of entrepreneurial intention – typically examined within the early phase of venture creation – to the later stages of the entrepreneurial process. Established entrepreneurs, whose businesses have been operating for more than 42 months, represent an important element of the overall economy. Therefore, understanding the factors influencing their intention to change economic activity holds both theoretical and practical significance.

The theoretical foundation of the thesis encompasses research on entrepreneurial intention, the behaviour of established entrepreneurs, and changes in economic activities, with particular attention to the influence of regional entrepreneurial ecosystems. The multi-phase research approach included: 1) an integrative literature review, 2) quantitative data analysis on changes in economic activity using the Register of Business Entities of the Croatian Bureau of Statistics, and 3) qualitative methods – specifically, the Delphi method for validating the proposed conceptual framework of influencing factors on the intention to change economic activity, as well as a combination of reflexive thematic analysis and qualitative content analysis applied to data collected through individual and focus group interviews with established entrepreneurs in Istria, Zadar, and Vukovar-Srijem Counties.

The results revealed that the intention to change economic activity among established entrepreneurs is influenced by 33 factors, grouped into internal (cognitive factors, personality traits, personal drivers and barriers, and sociodemographic characteristics) and external dimensions (normative, cognitive, regulatory, and economic-political aspects of the institutional context). The most frequently emphasised factors include perceived opportunity recognition/entrepreneurial alertness, entrepreneurial outcome expectations, proactiveness, prior work experience, and motivation. The analysis also demonstrated apparent regional variations. In Istria County, the intentions of established entrepreneurs to change their

economic activity are primarily development-oriented and linked to diversification within the tourism and service sectors. In Zadar County, a balanced approach combining adaptation and development prevails, while in Vukovar-Srijem County, these intentions are mainly driven by necessity and structural constraints, reflecting efforts to sustain business operations in a less stable environment.

The findings enabled a comprehensive understanding of the intention to change economic activity among established entrepreneurs and confirmed the complexity of its formation. Based on the conducted research, a conceptual framework of influencing factors was developed and empirically tested. The doctoral thesis thus contributes to the theoretical understanding of entrepreneurial behaviour in the mature phase of the entrepreneurial process. It provides policy recommendations aimed at strengthening institutional support, information accessibility, social capital, and entrepreneurial proactiveness.

The structure of the doctoral thesis consists of the following chapters:

1. Introduction,
2. Theoretical Foundations of Entrepreneurship and Entrepreneurial Intention,
3. The Role of Established Entrepreneurs in the Economic System,
4. Studies on Economic Activity,
5. Empirical Research on Factors Influencing the Intention to Change Economic Activity of Established Entrepreneurs,
6. Conclusion.

Keywords: intention; established entrepreneurs; change of economic activity; regional context; influencing factors

ZAHVALA

Na kraju ovog zahtjevnog i višegodišnjeg puta želim izraziti iskrenu zahvalnost svima koji su, izravno ili neizravno, svojim znanjem, podrškom i ohrabrenjem pridonijeli ostvarenju ovog doktorskog rada. Ovaj je proces istodobno bio i akademsko putovanje i osobno iskustvo koje ne bi bilo moguće bez ljudi koji su ga svojom nazočnošću i razumijevanjem učinili vrijednim i ispunjenim.

Posebnu i duboku zahvalnost upućujem svojoj mentorici, profesorici Krce Miočić, na stručnom vodstvu, povjerenju i stalnoj podršci tijekom svih faza istraživanja i izrade doktorskog rada. Njezina predanost, profesionalnost i iskreno zanimanje za moj napredak bili su mi stalni izvor motivacije i nadahnuća. Svojim savjetima i strpljenjem vodila me kroz zahtjevne dijelove istraživanja te mi pomogla oblikovati ovaj doktorski rad u cjelinu na koju sam ponosan.

Iskrenu zahvalnost izražavam i svim profesorima na doktorskom studiju na njihovom nesebičnom prenošenju znanja, poticajnim raspravama i smjernicama koje su pridonijele mom znanstvenom razvoju. Posebno zahvaljujem profesorici Singer, koja je pronalazila vrijeme da mi pomogne savjetima i potakne me da dublje promišljam o istraživačkim pitanjima.

Zahvalnost dugujem i svojim kolegama i prijateljima Tomislavu, Gabrijeli, Mariji, Nikolini i Antoniji, na suradnji, savjetima i podršci tijekom pisanja doktorskog rada. Njihovo razumijevanje, poticajne riječi i spremnost na pomoć imali su ključnu ulogu u svakom koraku ovog procesa.

Duboku i osobitu zahvalnost izražavam svojoj obitelji – roditeljima, baki i bratu – na bezuvjetnoj ljubavi, razumijevanju i neiscrpnom ohrabrenju. Njihova vjera u mene, strpljenje i podrška bili su temelj svake ustrajnosti i snage u trenucima kada je bilo najteže. Ovaj rad posvećujem njima, jer bez njihove podrške ovaj cilj ne bi bio ostvaren.

Posebno i od srca zahvaljujem svojoj djevojci Terezi na neizmjernom strpljenju, podršci i ljubavi. Njezino razumijevanje i vjera u mene bili su neizostavan oslonac kroz cijelo trajanje ovog puta, a njezina prisutnost svakodnevna inspiracija da nastavim dalje.

Sadržaj

SAŽETAK	i
ABSTRACT	iii
ZAHVALA.....	v
1. Uvod	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	3
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja	5
1.3. Istraživačko pitanje	7
1.4. Metodologija istraživanja.....	8
1.5. Struktura doktorskog rada	12
2. Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere	14
2.1. Pregled znanstvenih spoznaja o poduzetništvu	14
2.2. Poduzetnička namjera u kontekstu ponašanja poduzetnika.....	18
2.3. Čimbenici koji utječu na poduzetničku namjeru.....	30
2.3.1. Unutarnji čimbenici	31
2.3.1.1. Kognitivni čimbenici	31
2.3.1.2. Osobine ličnosti	35
2.3.1.3. Socio-demografski čimbenici.....	38
2.3.1.4. Osobni pokretači i prepreke	41
2.3.2. Vanjski čimbenici.....	45
2.3.2.1. Normativna dimenzija	46
2.3.2.2. Kognitivna dimenzija	47
2.3.2.3. Regulatorna dimenzija	49
2.3.2.4. Gospodarski kontekst	51
3. Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu.....	55
3.1. Konceptualno određenje pojma „odrasli“ poduzetnik.....	55
3.2. Osnovne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika	57
3.3. Uloga „odraslih“ poduzetnika u poduzetničkom ekosustavu	66
4. Istraživanja gospodarske djelatnosti.....	70
4.1. Pojam i osnovna obilježja gospodarske djelatnosti.....	70
4.2. Problematika klasificiranja gospodarskih djelatnosti.....	74
4.3. Mehanizmi i nositelji promjene gospodarske strukture.....	79
4.4. Gospodarski sustav u Republici Hrvatskoj i promjene gospodarskih djelatnosti u regionalnom kontekstu	84
5. Empirijsko istraživanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika	93
5.1. Metodologija empirijskog istraživanja	93

5.1.1.	Objašnjenje metodološkog pristupa.....	94
5.1.2.	Razvoj prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika	97
5.1.2.1.	<i>Integrativni pregled literature</i>	98
5.1.2.2.	<i>Validacija prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua primjenom Delfi metode</i>	102
5.1.2.3.	<i>Proces prilagodbe vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua</i>	114
5.1.3.	Definiranje uzorka istraživanja	123
5.1.4.	Područje istraživanja	128
5.1.5.	Provođenje polustrukturiranih intervjua	131
5.2.	Kvantitativna analiza podataka o promjeni gospodarske djelatnosti.....	139
5.3.	Rezultati primarnog kvalitativnog istraživanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.....	148
5.3.1.	Stvaranje početnih kodova	149
5.3.2.	Razvoj potencijalnih tema.....	158
5.3.2.1.	<i>Zadarska županija</i>	159
5.3.2.2.	<i>Istarska županija</i>	169
5.3.2.3.	<i>Vukovarsko-srijemska županija</i>	177
5.3.3.	Razvoj i naknadni pregled tema	187
5.3.3.1.	<i>Zadarska županija</i>	188
5.3.3.2.	<i>Istarska županija</i>	192
5.3.3.3.	<i>Vukovarsko-srijemska županija</i>	195
5.3.4.	Definiranje i imenovanje tema.....	199
5.3.4.1.	<i>Zadarska županija</i>	199
5.3.4.2.	<i>Istarska županija</i>	204
5.3.4.3.	<i>Vukovarsko-srijemska županija</i>	208
5.3.5.	Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti	213
5.4.	Rasprava rezultata istraživanja.....	217
5.5.	Znanstveni doprinos istraživanja	264
5.6.	Ograničenja istraživanja	266
5.7.	Aplikativni doprinos istraživanja i preporuke za implementaciju rezultata istraživanja 271	
6.	Zaključak.....	283
	Literatura.....	299
	Popis tablica.....	x
	Popis slika	xii
	Popis grafikona.....	xiv
	Prilog doktorskog rada.....	xv

Biografija autora.....	xxxii
Popis objavljenih radova.....	xxxiii

1. Uvod

Raspodjela zastupljenosti poduzetničkih pothvata po gospodarskim djelatnostima često se koristi za analizu smjera razvoja društva jer pruža uvid u koncentraciju gospodarskih djelatnosti i specijalizaciju gospodarstva unutar određenog geografskog područja. Gospodarske djelatnosti utječu na prirodne i društvene promjene unutar zajednice, što strukturu gospodarskih djelatnosti čini vrijednim područjem istraživanja unutar različitih akademskih disciplina poput ekonomije, sociologije, geografije, psihologije, itd. (Peračković i sur., 2023).

Gospodarska struktura mijenja se tijekom vremena uslijed utjecaja različitih čimbenika poput prirodne raspodjele resursa, politika javnih uprava, kulturnih i društvenih čimbenika, makroekonomskih uvjeta, itd. (Teixeira i Queirós, 2016; McMillan i sur., 2014). Promjene u gospodarskoj strukturi ostavljaju posljedice na gospodarske učinke, obrasce zapošljavanja, raspodjelu dohotka, itd. Usmjeravanje pažnje na promjene koje se događaju unutar i između skupina gospodarskih djelatnosti pruža uvid u tržišnu dinamiku i ulogu poduzetnika u pokretanju gospodarskog rasta i razvoja, pogotovo iz perspektive inovacijske politike čiji je cilj osigurati poticaje za kontinuiranu obnovu i otpornost gospodarstva (Grillitsch, 2018; Noseleit, 2013). Također, promjene skupina gospodarskih djelatnosti mogu ukazati na povezanost gospodarskog rasta i razvoja s određenim djelatnostima (Peračković i sur., 2023). Nadalje, jedan od osnovnih pokazatelja gospodarskog rasta i razvoja određenog geografskog područja odnosi se na produktivnost gospodarskih djelatnosti (Mikulić, 2024). Stoga, razumijevanje procesa koji stoje u pozadini promjena gospodarskih djelatnosti predstavlja važan izazov prilikom znanstvenog istraživanja gospodarske strukture.

Poduzetništvo pokreće gospodarski rast stvarajući radna mjesta i potičući inovacije te je nositelj razvoja gospodarske strukture (Ács i sur., 2009; Wong i sur., 2005). Upravo zbog te ključne uloge, nužno je sustavno praćenje i razumijevanje poduzetničke aktivnosti na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Unutar najvećeg svjetskog istraživanja poduzetništva, *Global Entrepreneurship Monitora* (u daljnjem tekstu GEM), razina poduzetničke aktivnosti utvrđuje se praćenjem podataka o poduzetnicima vlasnicima novoosnovanih pothvata [rana poduzetnička aktivnost koja obuhvaća pothvate do 42 mjeseca starosti - TEA indeks (engl. *total early-stage entrepreneurial activity*)] i poduzetnicima vlasnicima „odraslih“ pothvata (starija od 42 mjeseca) (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.). Ukupna rana poduzetnička aktivnost odražava poduzetnički dinamizam zemlje, odnosno udio stanovništva spremnog i

sposobnog za pokretanje poduzetničkih pothvata. Nasuprot tome, pokazatelji o „odraslim“ poduzetnicima upućuju na održivost i rast poduzetničkih pothvata, kapacitet obnove poduzetničke strukture i stvaranja nove vrijednosti unutar gospodarstva (Singer i sur., 2024). Poticanjem rasta „odraslih“ poduzetnika donositelji politika stvaraju dinamičnije gospodarstvo.

Pri tome je potrebno imati na umu kako „odrasli“ poduzetnici svojim djelovanjem oblikuju karakter područja kojemu pripadaju dok, istovremeno, karakter područja utječe na djelovanje „odraslih“ poduzetnika. Poduzetnici se često suočavaju s potrebom prilagodbe aktivnosti kao odgovorom na različite unutarnje i vanjske pritiske (Nicholls-Nixon i sur., 2000). Upravo ti pritisci mogu potaknuti „odrasle“ poduzetnike na preispitivanje poduzetničkog pothvata, uključujući promjenu gospodarske djelatnosti kojom se bave. Iz navedenoga proizlazi kako promjene među gospodarskim djelatnostima unutar gospodarske strukture nisu uzrokovane isključivo porastom broja novoosnovanih poduzetničkih pothvata. Ove promjene mogu također biti rezultat odluka „odraslih“ poduzetnika da promijene gospodarsku djelatnost. Razumijevanje čimbenika koji potiču „odrasle“ poduzetnike na promjenu gospodarske djelatnosti, stoga, može pružiti sveobuhvatniji pogled na poduzetništvo i njegov utjecaj na gospodarstvo.

Čimbenici koji potiču „odrasle“ poduzetnike na promjenu gospodarske djelatnosti utječu na njihovo ponašanje posredstvom namjere. Namjera se smatra najpouzdanijim prediktorom određenog ponašanja (Krueger, 2009; Liñán i Chen, 2009). Bird (1988) je definirala poduzetničku namjeru kao predanost pokretanju novog posla ili stvaranju nove vrijednosti unutar postojećeg poslovanja. Ista autorica kroz svoj model konteksta poduzetničke intencionalnosti naglašava kako se poduzetnička namjera nalazi pod utjecajem različitih čimbenika koji se najčešće dijele na kategorije unutarnjih, odnosno osobnih ili individualnih te vanjskih, odnosno situacijskih, okolinskih ili kontekstualnih čimbenika. Neki od tih čimbenika određeni su regionalnim odlikama kao što su pristup resursima, tržišni uvjeti, regulatorno okruženje, društvene norme, itd. (Liñán i sur., 2011; Davidsson, 1995). Postojanje regionalnih razlika u poduzetničkim namjerama ukazuje na potrebu osmišljavanja politika podrške poduzetništvu prilagođenih specifičnim preprekama i pokretačima poduzetničke aktivnosti u određenoj regiji.

Važnost proučavanja poduzetničke namjere proizlazi iz mogućnosti pružanja podrške donositeljima politika pri prepoznavanju prepreka i pokretača poduzetništva na određenom

području (Esfandiar i sur., 2019; Krueger i sur., 2000). Osim što pridonosi oblikovanju učinkovitijih politika, razumijevanje poduzetničke namjere olakšava i razvoj obrazovnih programa usmjerenih na jačanje poduzetničkih kompetencija (Bae i sur., 2014; Wilson i sur., 2007). Upravo iz ove važnosti proizlazi potreba za cjelovitim pristupom proučavanju poduzetničke namjere. Dosadašnja istraživanja uglavnom su usmjerena na ranu fazu poduzetničkog procesa, osobito na namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata. Ipak, uzevši u obzir da se ponašanje „odraslih“ poduzetnika bitno razlikuje od ponašanja kako potencijalnih poduzetnika tako i poduzetnika početnika (Dileo i García Pereiro, 2019; Mueller i sur., 2012), sve veći broj autora u svojim istraživanjima pojam namjere proučava i u drugim fazama poduzetničkog procesa (Hsu i sur., 2016; Simmons i sur., 2014; Edelman i sur., 2010).

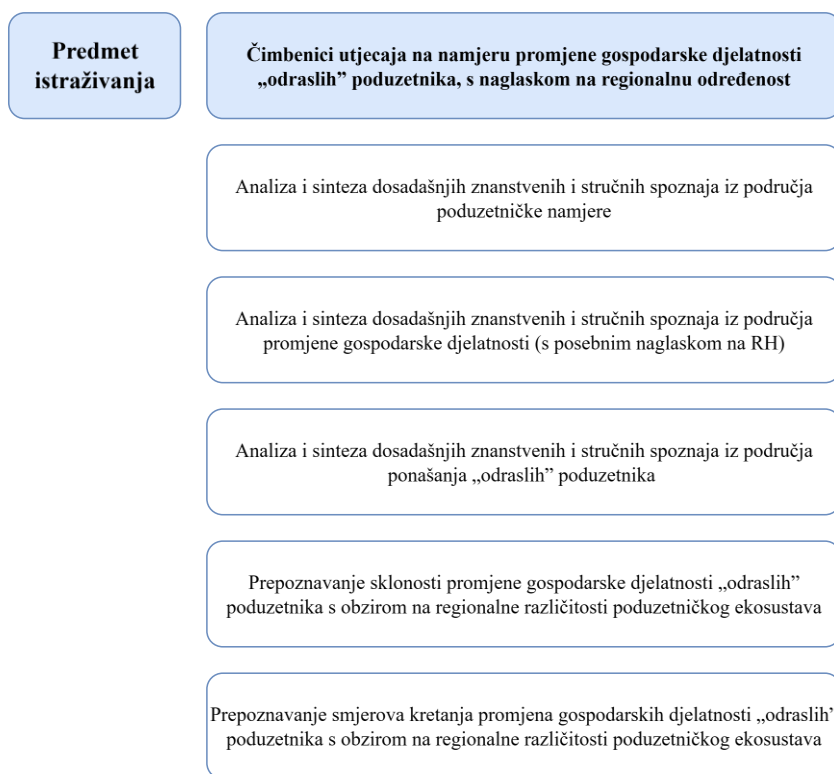
1.1. Problem i predmet istraživanja

Polazeći od činjenice da se dosadašnja istraživanja pretežito usredotočuju na ranu fazu poduzetničkog procesa, istraživački problem ovog doktorskog rada proizašao je iz necjelovitog tumačenja pojma poduzetničke namjere u kontekstu „odraslih“ poduzetnika. Budući da na ponašanje poduzetnika u različitim fazama poduzetničkog procesa utječu različite okolnosti, generaliziranje zaključaka istraživanja poduzetnika u ranijim fazama poduzetničkog procesa na cjelokupni proces čini se spornim. Stoga je temeljni istraživački problem ovog doktorskog rada definiran kao potreba za proširenjem spoznaja o čimbenicima utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

Istraživanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i čimbenika koji utječu na nju može se promatrati iz različitih perspektiva. Osim temeljnih istraživanja o poduzetničkoj namjeri kao namjeri pokretanja poduzetničkog pothvata, teorijsku podlogu za proučavanje opisane problematike moguće je uspostaviti proučavanjem znanstvene i stručne literature koja se odnosi na čimbenike koji utječu na ponašanje i proces donošenja odluka „odraslih“ poduzetnika (Read i sur., 2009; Sarasvathy, 2001), kao i proučavanjem uloge „odraslih“ poduzetnika unutar poduzetničkih ekosustava (Spigel, 2017; Stam, 2015), itd. Osim zaključaka istraživanja u području poduzetništva, dodatna saznanja primjenjiva pri proučavanju namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika moguće je pronaći u makroekonomskim istraživanjima kojima se analizira gospodarska struktura i dinamika njezinih promjena (Granovetter, 2018; Porter, 2003). Posebno se u tom kontekstu ističu istraživanja agregiranih industrijskih kretanja i njihovog utjecaja na promjene

gospodarske strukture (Kuosmanen i Kuosmanen, 2024; Pandey i sur., 2020). Premda se razmatraju inter- i intra-industrijski prijelazi kao oblici strukturne obnove poduzetničkih pothvata, pažnja ostaje usmjerena na makroekonomske učinke tih promjena. Nedovoljno se razmatraju procesi i motivi koji im prethode, osobito iz perspektive poduzetnika kao vlasnika i pokretača promjena unutar poduzetničkih pothvata.

Sukladno definiranom problemu istraživanja, predmet istraživanja ovog doktorskog rada predstavljaju čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Pri tome je pozornost posvećena regionalnim odlikama koje određuju poduzetničko ponašanje. Kroz pregled relevantne znanstvene i stručne literature istraživano je kako se poduzetničke namjere i ponašanja razvijaju pod utjecajem regionalne dinamike. Empirijskim se istraživanjem ispituje razlikuju li se čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika u različitim regionalnim okruženjima. Predmet istraživanja obuhvaća analizu i sintezu dosadašnjih znanstvenih i stručnih spoznaja iz područja poduzetničke namjere, ponašanja „odraslih“ poduzetnika i promjene gospodarske djelatnosti, s posebnim naglaskom na regionalne značajke unutar Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu RH). Teorijskim i empirijskim istraživanjem istraživan je problem koji proizlazi iz nemogućnosti jednoznačnog shvaćanja ponašanja poduzetnika u početnim i kasnijim fazama poduzetničkog procesa te su na temelju analiziranih rezultata identificirani čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Konačan korak u ovom procesu odnosi se na osmišljavanje konceptualnog okvira poduzetničke namjere koja dovodi do promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, obuhvaćajući specifične čimbenike oblikovane regionalnim determinantama. Na Slici 1 na sljedećoj stranici prikazani su osnovni elementi predmeta istraživanja.



Slika 1. Predmet istraživanja doktorskog rada

Izvor: samostalna obrada autora

Ovaj grafički prikaz sistematizira ključne komponente istraživačkog fokusa doktorskog rada, predstavljajući ujedno logički slijed istraživačkog procesa koji vodi prema izgradnji konceptualnog okvira.

Definirani problem i predmet istraživanja odnose se na objekt istraživanja kojeg predstavljaju „odrasli“ poduzetnici, odnosno poduzetnici vlasnici koji su promijenili gospodarsku djelatnost svojih poduzetničkih pothvata u kasnijoj fazi poduzetničkog procesa, sukladno GEM konceptualnom okviru.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Primarni je cilj ovog doktorskog rada kreirati i testirati konceptualni okvir namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih” poduzetnika koji obuhvaća čimbenike utjecaja.

Osim primarnog, ostvareni su i sljedeći specifični ciljevi:

- provedene su analiza i sinteza recentne znanstvene i stručne literature iz područja poduzetničke namjere,
- provedene su analiza i sinteza recentne znanstvene i stručne literature iz područja promjene gospodarske djelatnosti,
- provedene su analiza i sinteza recentne znanstvene i stručne literature iz područja ponašanja „odraslih” poduzetnika,
- interpretirani su čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti u odnosu na čimbenike utjecaja na namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata,
- utvrđene su različitosti regionalnih poduzetničkih ekosustava,
- sistematizirana su kretanja promjene gospodarske djelatnosti s obzirom na regionalne različitosti poduzetničkih ekosustava,
- utvrđene su prepreke i pokretače poduzetničke aktivnosti s obzirom na regionalne različitosti poduzetničkih ekosustava,
- interpretiran je utjecaj gospodarskih kriza na smjerove kretanja promjene gospodarske djelatnosti,
- osmišljene su preporuke donositeljima politika o mjerama utjecaja na odabrane čimbenike kojima se potiče gospodarski rast i razvoj.

Ostvarenje specifičnih ciljeva doktorskog rada zahtijeva primjenu odgovarajućih teorijskih i empirijskih metoda istraživanja. Analiza i sinteza relevantne znanstvene i stručne literature o poduzetničkoj namjeri, ponašanju „odraslih“ poduzetnika i promjeni gospodarske djelatnosti provedene su *desk* istraživanjem sekundarnih podataka. Primjena navedene metode istraživanja rezultirala je upitnikom za validaciju prijedloga konceptualnog okvira koji sažima ključne čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Empirijskim istraživanjem u kojem su sudjelovali „odrasli“ poduzetnici koji su promijenili gospodarsku djelatnost interpretirane su potencijalne razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i čimbenika utjecaja na namjeru pokretanja poduzetničkih pothvata. Kako bi se utvrdile specifičnosti regionalnih poduzetničkih ekosustava, analizirane su razlike među čimbenicima utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Također, sistematizirani su smjerovi promjena gospodarske djelatnosti u analiziranim regionalnim kontekstima, pri čemu su identificirane djelatnosti iz kojih su „odrasli“ poduzetnici najčešće izlazili, kao i one u koje su najčešće ulazili, odnosno preusmjeravali svoje poduzetničke pothvate. U okviru utvrđivanja

regionalnih razlika dodatno se prepoznaju prepreke i pokretači poduzetničke aktivnosti karakteristični za pojedine poduzetničke ekosustave. U tom je kontekstu također interpretiran utjecaj gospodarskih kriza na obrasce promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Konačno, ciljano razumijevanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika pruža informacije važne donositeljima politika prilikom kreiranja mjera gospodarskih programa i politika koje mogu utjecati na održivi socio-gospodarski razvoj analiziranih područja. Kako bi se u tom pogledu kreirale preporuke donositeljima politika koje su prilagođene heterogenoj skupini „odraslih“ poduzetnika, bilo je važno utvrditi razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzetničkih pothvata.

Provođenjem empirijskog istraživanja među „odraslim“ poduzetnicima koji su uspješno proveli proces promjene gospodarske djelatnosti svojeg poduzetničkog pothvata, doktorskim se radom otklanja mogućnost istraživanja neprovedenih namjera, budući da svaka poduzetnička namjera ne mora rezultirati poduzetničkim ponašanjem (Shirokova i sur., 2016; van Gelderen i sur., 2015). Stoga je svrha doktorskog rada produbiti spoznaje o specifičnim čimbenicima utjecaja na ponašanje „odraslih“ poduzetnika koji oblikovanjem namjere o promjeni gospodarske djelatnosti mogu dovesti do sveobuhvatnih promjena u okolini, utječući na kretanja gospodarstva.

1.3. Istraživačko pitanje

Postavljanje istraživačkog pitanja i pružanje odgovora na njega omogućava istraživanje složenih fenomena specifičnih za određeni kontekst (Kuckartz i Rädiker, 2023; Braun i Clarke, 2022). Glavno istraživačko pitanje ovog doktorskog rada glasi:

- Koji čimbenici utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika?

Iz glavnog istraživačkog pitanja izvedena su pomoćna istraživačka pitanja:

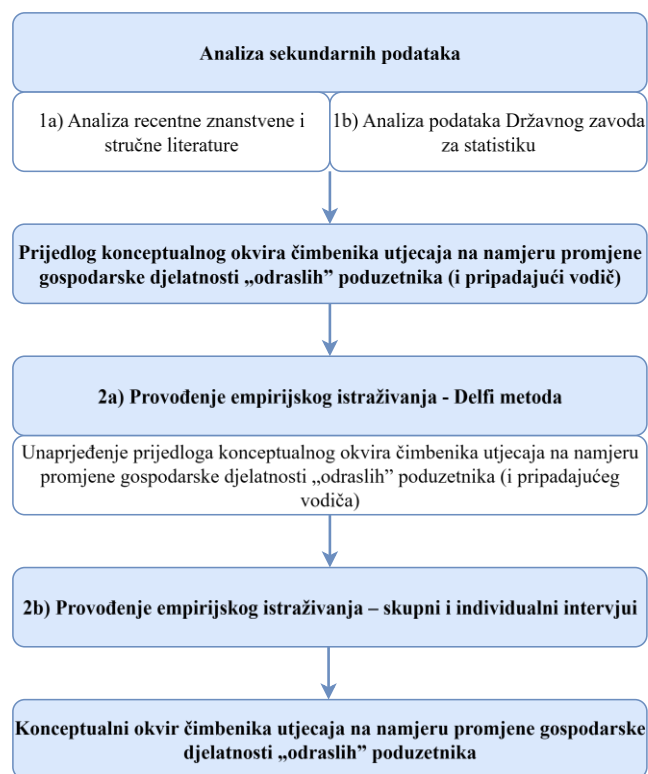
- Postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na različitost regionalnih poduzetničkih ekosustava?
- Postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzetničkih pothvata?

- Postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih” poduzetnika i čimbenika utjecaja na njihovu namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata?

Analiza odgovora na ova pitanja pružila je uvid u način na koji se „odrasli“ poduzetnici razvijaju i djeluju unutar regionalnih poduzetničkih ekosustava te koje strategije mogu pomoći u prevladavanju prepreka s kojima se susreću. Na taj su se način donijele glavne preporuke donositeljima politika o mjerama utjecaja na čimbenike namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s ciljem poticanja gospodarskog rasta i razvoja.

1.4. Metodologija istraživanja

S ciljem učinkovite obrade predmeta istraživanja, rasvjetljavanja problema i ostvarenja ciljeva doktorskog rada kroz formulaciju rezultata istraživanja, kombinirane su odgovarajuće teorijske i empirijske metode istraživanja koje se protežu kroz dva dijela istraživanja. Ovaj cjeloviti metodološki pristup u prvoj fazi uključio je razvoj upitnika za validaciju prijedloga konceptualnog okvira koji sažima ključne čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika *desk* istraživanjem sekundarnih podataka. Kreirani upitnik za validaciju prijedloga konceptualnog okvira usmjerio je daljnje empirijsko istraživanje, koje je u drugoj fazi uključilo primjenu Delfi metode među odabranim stručnjacima s ciljem izrade validiranog konceptualnog okvira i vodiča za intervju. Validirani konceptualni okvir posredstvom je pripadajućeg vodiča potom testiran kroz polustrukturirane intervjuje među „odraslim“ poduzetnicima koji su promijenili gospodarsku djelatnost. S obzirom na ograničenu mogućnost oblikovanja dovoljno brojnih skupnih intervjuja, a s ciljem održavanja istraživačke dubine i osiguravanja validnosti podataka, skupni su intervjui metodološki dopunjeni individualnim intervjuima. Time je zadržana mogućnost istraživanja tematskih cjelina u punom opsegu. Konačan rezultat prethodnih koraka istraživanja odnosi se na stvaranje konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, što je usklađeno s ranijim metodološkim preporukama u pogledu povezivanja složenih pojmova kroz formulaciju konceptualnih okvira (Dolenec, 2024; Rocco i Plakhotnik, 2009). Tijek istraživanja i metode korištene u pojedinim fazama prikazane su na Slici 2 na sljedećoj stranici.



Slika 2. Tijek korištenja teorijskih i empirijskih znanstvenih metoda istraživanja i očekivani rezultati

Izvor: samostalna obrada autora

Dosadašnje znanstvene i stručne spoznaje o promjenama gospodarskih djelatnosti i poduzetničkoj namjeri uglavnom su rezultat kvantitativnog istraživačkog pristupa. Njime se ne ostvaruje detaljan uvid u uzroke poduzetničkog ponašanja i pripadajuće čimbenike utjecaja. U ovom se doktorskom radu, stoga, osim kvantitativnih metoda, također primjenjuju kvalitativne metode koje su učinkovite pri istraživanju novih područja i razumijevanju složenih pojmova (Creswell i Poth, 2018; Patton, 2014).

Kako bi se razumjelo teorijske koncepte i empirijske nalaze, u prvom se koraku u sklopu *desk* istraživanja integrativnim pregledom literature u relevantnim bazama podataka kritički analiziraju i sintetiziraju znanstvena i stručna literatura vezana za poduzetničku namjeru, ponašanje „odraslih“ poduzetnika i promjenu gospodarskih djelatnosti, s posebnim naglaskom na ulogu regionalnih konteksta. Ovaj je pristup omogućio stjecanje novih uvida i sažetih prethodnih spoznaja, olakšavajući kategoriziranje istraživanih konstrukata (Torraco, 2016). Prilikom *desk* istraživanja integrativnim pregledom literature sekundarni su podatci prikupljeni i obrađivani primjenom odgovarajućih teorijskih i empirijskih metoda istraživanja: metodom

kompilacije i povijesnom metodom, metodama analize i sinteze, indukcije i dedukcije, klasifikacije, apstrakcije i konkretizacije, generalizacije i specijalizacije te komparacije i klasifikacije.

Statističke i stručne publikacije koje uključuju izvješća i objave institucija koje prate poduzetničku aktivnost u RH također su predstavljale sekundarne podatke u okviru ovog doktorskog rada. Među njima se ističu podatci iz *Registra poslovnih subjekata* (u daljnjem tekstu Registar) Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu DZS) koji su bili korišteni kao izvor informacija o promjenama glavnih gospodarskih djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Prilikom upisa u Registar DZS-a, poslovni subjekti bivaju razvrstani sukladno *Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2025.* (u daljnjem tekstu NKD 2025). NKD 2025. je stupio na snagu 1. siječnja 2025. godine. Prethodna *Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007.* (u daljnjem tekstu NKD 2007.) koristila se od 1. siječnja 2008. Budući da NKD 2025. uvodi promjene koje zahtijevaju strukturne prilagodbe, uključujući nove odjeljke i podrazrede klasifikacije, podatci za usporedbe s NKD 2007. trenutno nisu dostupni. Stoga su ovim doktorskim radom obuhvaćeni podatci iz proširenog vremenskog niza koji se odnosi na gospodarske djelatnosti prema NKD 2007. Ova odluka omogućuje analizu na temelju dulje vremenske serije, čime se osigurava dosljednost i usporedivost rezultata. Dodatno, važno je naglasiti kako je proces izrade ovog doktorskog rada, uključujući oblikovanje teorijskog okvira, razvoj istraživačkih instrumenata te planiranje i provedbu prikupljanja podataka, započeo prije stupanja na snagu nove NKD 2025. Odgovarajućim metodama deskriptivne statistike (grafičko i tablično prikazivanje rezultata, mjere centralne tendencije, itd.) u drugoj fazi *desk* istraživanja sekundarnih podataka obrađeni su podatci koji se odnose na poslovne subjekte iz Registra DZS-a koji zadovoljavaju kriterije pravno-ustrojbenog okvira, statusa aktivnosti i regionalne pripadnosti.

Opisanim prvim dijelom istraživanja analizirane su i sintetizirane postojeće znanstvene i stručne spoznaje iz područja poduzetničke namjere, ponašanja „odraslih“ poduzetnika i promjene gospodarskih djelatnosti, s posebnim naglaskom na ulogu regionalnog konteksta, kako bi se naknadnim empirijskim istraživanjem mogla testirati njihova primjenjivost na uzorku istraživanja. Na temelju dobivenih rezultata, u skladu s problemom i predmetom istraživanja te postavljenim istraživačkim pitanjima i ciljevima, osmišljen je upitnik za validaciju prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

Drugi dio istraživanja odnosi se na primarno empirijsko istraživanje koje je provedeno u dvije faze. Prva faza odnosi se na validiranje i unaprjeđenje prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i izradu pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua primjenom Delfi metode. Nakon što su identificirane skupine čimbenika u okviru najpoznatijih modela poduzetničke namjere, kao i čimbenici koji utječu na ponašanje „odraslih“ poduzetnika i na promjene gospodarskih djelatnosti, bilo je potrebno definirati njihov konačan izbor konzultirajući se s panelom stručnjaka. Sustavno prikupljanje uvida temeljenih na iskustvu i znanju skupine stručnjaka u okviru Delfi metode odvijalo se korištenjem sekvencijalnih upitnika koji sadrže povratne informacije. Ove je informacije autor doktorskog rada pružao stručnjacima u individualnoj komunikaciji nakon svakog kruga provođenja upitnika (Skulmoski i sur., 2007; Murry i Hammons, 1995). Početnu točku komunikacije činilo je dostavljanje upitnika za validaciju prijedloga konceptualnog okvira te pripadajućeg vodiča. S obzirom na trenutnu nedostatnu teorijsku i empirijsku utemeljenost zaključaka koji bi se odnosili na čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, primjena Delfi metode omogućila je sustavno prikupljanje i integraciju stručnih uvida potrebnih za validiranje i unaprjeđenje prijedloga konceptualnog okvira.

Druga faza primarnog empirijskog istraživanja odnosila se na provođenje skupnih i individualnih polustrukturiranih intervjua nad objektima istraživanja, „odraslim“ poduzetnicima koji su promijenili gospodarsku djelatnost unutar odabranih županija (Istarska, Zadarska i Vukovarsko-srijemska). Ova metoda istraživanja učinkovita je u generiranju detaljnih podataka kroz grupne interakcije te pruža ispitanicima priliku da raspravljaju o svojim iskustvima i perspektivama (Creswell i Poth, 2018; Patton, 2014). Pri odabiru uzorka ispitanika skupnih intervjua primijenjeni su identični kriteriji kao i prilikom odabira poslovnih subjekata iz Registra DZS-a nad kojima je provedena deskriptivna statistička analiza u sklopu *desk* istraživanja sekundarnih podataka. Primijenjeno je svrhovito uzorkovanje tipičnih slučajeva koji, premda heterogeni, karakteristikama predstavljaju definiranu populaciju (Saunders i sur., 2019, Ritchie i sur., 2003).

Obrada podataka prikupljenih polustrukturiranim intervjuima provedena je primjenom metode refleksivne tematske analize, pri čemu je korišten programski paket *MAXQDA 24* koji optimizira analizu i tumačenje kvalitativnih podataka. Refleksivna tematska analiza prikladna je za kreiranje tema koje prikazuju složena iskustva i percepcije ispitanika (Braun i Clarke,

2022; 2006). Tumačenje rezultata uključuje njihovo sažimanje, usporedbu s relevantnom znanstvenom i stručnom literaturom, autorovu interpretaciju i navođenje ograničenja istraživanja i preporuka u pogledu budućih istraživanja.

Zaključno, kombinacija kvalitativnih metoda u dvjema fazama primarnog empirijskog istraživanja omogućuje dubinsko razumijevanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika te pruža temelje za stvaranje konceptualnog okvira utemeljenog na stvarnim iskustvima i regionalnim kontekstima.

1.5. Struktura doktorskog rada

U uvodnom poglavlju doktorskog rada istaknuto je obrazloženje odabira istraživačkog problema i predmeta istraživanja, uz definiranje svrhe i ciljeva istraživanja u skladu s tim izborom. Navedena su istraživačka pitanja, čiji će proces formulacije biti razjašnjen teorijskim poglavljima doktorskog rada. Nadalje, prikazani su metodološki pristupi korišteni u teorijskom i empirijskom istraživanju. Uvodni dio doktorskog rada zaključen je izlaganjem sadržajne strukture doktorskog rada.

Drugo poglavlje doktorskog rada pod nazivom „Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere“ pruža uvid u teorijske spoznaje o razvoju pojmova poduzetništva, poduzetnika i poduzetničkog pothvata. Pozornost je usmjerena na pojam namjere kao elementarnog dijela proučavanja ponašanja pojedinca, ističući specifičnost primjene ovog pojma u kontekstu istraživanja poduzetništva. Drugo poglavlje završava pregledom i kritičkom usporedbom odabranih modela poduzetničke namjere koji obuhvaćaju najvažnije čimbenike utjecaja.

Treće poglavlje „Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu“ započinje definiranjem pojma „odraslih“ poduzetnika i kratkim pregledom istraživanja ovih pojedinaca u području poduzetništva. Nadalje, elaborirane su specifičnosti i problematika osnovnih odrednica ponašanja „odraslih“ poduzetnika te je naglasak stavljen na međusobnu interakciju „odraslih“ poduzetnika i njihove okoline u sklopu širih poduzetničkih ekosustava u kojima djeluju sa svojim poduzetničkim pothvatima.

„Istraživanja gospodarske djelatnosti“ predstavlja četvrto poglavlje doktorskog rada unutar kojega su analizirana i sintetizirana postojeća saznanja iz znanstvene i stručne literature vezana

za pojam i osnovna obilježja gospodarskih djelatnosti. U tom kontekstu posebna je pozornost posvećena problematici klasificiranja gospodarskih djelatnosti i složenosti njihova praćenja pomoću službenih statističkih alata. Ovo poglavlje završava prikazom holističkog shvaćanja gospodarskog sustava koji obuhvaća brojne gospodarske djelatnosti koje se tijekom vremena mijenjaju pod utjecajem regionalnih kontekstualnih čimbenika.

Petim poglavljem doktorskog rada, naslovljenim „Empirijsko istraživanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika“, strukturiranim u sedam tematskih jedinica, objašnjena je metodologija istraživanja te analizirani podatci i rezultati istraživanja, koji su zatim interpretirani i raspravljeni u odnosu na postojeće znanstvene i stručne spoznaje, sukladno ranijim metodološkim preporukama. Nakon toga, obrazložen je znanstveni doprinos doktorskog rada te su izložena ograničenja istraživanja. Konačno, isticanjem aplikativnog doprinosa pružene su i preporuke za implementaciju rezultata istraživanja u oblikovanju mjera i instrumenata politika poticanja poduzetništva.

Šesto poglavlje doktorskog rada donosi zaključak u kojemu se, na temelju pregleda znanstvenih i stručnih spoznaja te rezultata istraživanja predstavljenih u prethodnim poglavljima, iznosi konačna ocjena ostvarenja postavljenih ciljeva te zaokružuje doprinos doktorskog rada.

Na kraju doktorskog rada prikazana je korištena literatura uz popis slika, tablica i grafikona, dok su istraživački instrumenti korišteni tijekom istraživanja uključeni u priloge doktorskog rada.

2. Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere

Istraživanje poduzetništva i pripadajućeg pojma poduzetničke namjere upućuje na složeno područje koje objedinjuje različite psihološke, društvene, kontekstualne i druge čimbenike. Premda su teorijski temelji poduzetničke namjere čvrsto uspostavljeni, postoji potreba za daljnjim istraživanjem kontekstualno specifičnih čimbenika namjere, kao i za integracijom različitih teorijskih perspektiva, budući da postojeća istraživanja često izolirano promatraju pojedine skupine čimbenika i zanemaruju njihovu međusobnu međuovisnost. Dodatno, dinamične promjene gospodarskog, regulatornog, društvenog i kulturnog okruženja zahtijevaju prilagodbu teorijskih modela koji bi bolje odražavali stvarne okolnosti u kojima poduzetnici oblikuju svoje namjere.

Kako bi se osigurao cjelovit pregled razvoja znanstvene misli o poduzetništvu i poduzetničkoj namjeri, u ovom se poglavlju najprije analiziraju osnovni pojmove i definicije vezane uz poduzetništvo i poduzetnika. Time se postavlja temelj za razumijevanje specifičnih teorijskih polazišta doktorskog rada. Na to se nastavlja analiza poduzetničke namjere kao ključnog prediktora poduzetničkog ponašanja, pri čemu je naglašena njezina uloga u procesu oblikovanja poduzetničkih odluka i aktivnosti. U završnom dijelu, pozornost je usmjerena na čimbenike koji utječu na poduzetničku namjeru, čime je poduzetnički proces kontekstualiziran kroz individualne, gospodarske, društvene i šire kontekstualne uvjete. Na taj je način ostvaren logički prijelaz od temeljnih koncepata, preko objašnjenja uloge poduzetničke namjere, do analize determinanti koje oblikuju njezin nastanak.

2.1. Pregled znanstvenih spoznaja o poduzetništvu

Poduzetništvo je dinamično znanstveno područje s dugom intelektualnom tradicijom (Davidsson, 2003; Shane i Venkataraman, 2000). Braunerhjelm i sur. (2022) u tom pogledu pružaju pregled suvremenih pionira istraživanja poduzetništva koji su, kroz svoja temeljna znanstvena nastojanja, imali ključnu ulogu u definiranju, reafirmiranju i uspostavljanju poduzetništva kao zasebne znanstvene discipline. Jednu od prvih definicija poduzetništva iznio je Richard Cantillon, koji je u djelu *Essay on the Nature of Commerce* (1755) poduzetništvu pripisao gospodarsko značenje naglašavajući neusklađenost između ponude i potražnje koja omogućuje kupnju po nižim cijenama prije prodaje robe po višim cijenama. Jean-Baptiste Say djelom *A Treatise on Political Economy* (1803) dodatno je proširio definiciju poduzetništva

naglašavajući ulogu poduzetnika u stvaranju vrijednosti i pokretanju gospodarskog razvoja te ističući važnost inovacija i preraspodjele resursa u poduzetništvu.

U 20. stoljeću došlo je do značajnog napretka istraživanja poduzetništva. Frank Knight u djelu *Risk, Uncertainty and Profit* (1921) odbacuje determinizam koncipirajući pojam neizvjesnosti i rizika kao dinamičkih elemenata koji utječu na gospodarski napredak. Nadalje, Joseph Schumpeter razvio je vlastitu teoriju razmatrajući prirodnu nestabilnost kapitalističkih sustava. U djelu *Capitalism, Socialism and Democracy* (1942), Schumpeter poduzetnika prikazuje kao pojedinca koji remeti ravnotežu uvođenjem inovacija, odnosno novih kombinacija čimbenika u gospodarski sustav te na taj način potiče gospodarski napredak. Schumpeterova ideja kreativne destrukcije postala je jedan od temeljnih koncepata u proučavanju poduzetništva, budući da je naglasak pomaknut s poduzetnika kao preuzimatelja rizika na poduzetnike kao nositelje promjena koji inoviraju postojeće tržišne strukture.

Na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće sve se više naglašava spoznaja kako istraživanje poduzetništva obuhvaća više razina, kao što su pojedinac, poduzetnički pothvat, makroekonomska razina, itd.. U tom se kontekstu ističe Gartnerov (1985) okvir za opisivanje nastanka novog pothvata koji integrira četiri glavne perspektive u poduzetništvu: 1) karakteristike pojedinca koji pokreće pothvat, 2) organizacija koju stvara, 3) okruženje koje okružuje novi pothvat i 4) proces kojim se novi pothvat pokreće. U tom kontekstu, znanstvenici u ovom razdoblju upozoravaju kako pojmovi poduzetništva, poduzetnika i poduzeća imaju različita značenja i implikacije, međutim često se koriste kao sinonimi zbog svoje međusobne isprepletenosti (Davidsson i Wiklund, 2007; Bruyat i Julien, 2001). Neovisno o razini promatranja, autori na prijelazu tisućljeća učestalo ističu važnost prepoznavanja prilika i njihova iskorištavanja za stvaranje gospodarskih i društvenih koristi (Miller, 2007; Shane i Venkataraman, 2000).

U središtu procesa prepoznavanja prilika nalazi se poduzetnik kao pojedinac koji pokreće i upravlja poduzetničkim aktivnostima, preuzimajući financijske rizike u nadi ostvarivanja zarade (Shane, 2003; Simon i sur., 2000). Poduzetnici se često povezuju s inovacijama i sposobnošću rješavanja problema koje postojeći proizvodi, usluge ili tehnologije nisu riješili (Koellinger, 2008). Oni su odgovorni za donošenje strateških odluka koje utječu na smjer i uspjeh poslovanja manifestiranog u okviru poduzeća. Poduzeća, stoga, predstavljaju organizacijsku strukturu unutar koje se odvijaju poduzetničke aktivnosti (Casson, 2005; Drucker, 1985). Na razini RH poduzeće predstavlja:

[...] poslovni subjekt koji čini organizacijsku jedinicu za proizvodnju dobara i/ili usluga i ima određeni stupanj autonomije, u skladu s Uredbom Vijeća (EEZ) br. 696/93 o statističkim jedinicama za promatranje i analizu proizvodnog sustava unutar Zajednice. Ovisno o poslovnim i organizacijskim okolnostima, može odgovarati samo jednoj pravnoj jedinici ili skupini od nekoliko pravnih jedinica. U poduzeća su, osim pravnih jedinica, također uključena slobodna zanimanja i obrti. (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2024e)

U kontekstu konceptualnih određenja Isenberg (2011) razlikuje poduzetnika od samog vlasnika poduzeća. On naglašava kako je poduzetnik osoba usmjerena na kontinuirano stvaranje ekonomske vrijednosti, vođena ambicijom rasta i nezadovoljstvom postojećim stanjem. Poduzetništvo se pritom ne svodi na puko samozapošljavanje, već uključuje težnju za razvojem i spremnost na preuzimanje rizika. Ključna razlika leži u poduzetničkoj namjeri i orijentaciji prema promjeni, a ne u samom vlasništvu nad poduzećem kao poslovnim subjektom.

Tijekom 21. stoljeća došlo je do daljnjeg širenja horizonata i poticanja interdisciplinarnog pristupa istraživanju poduzetništva. Ovaj je pristup posebno izražen prilikom proučavanja poduzetničkih ekosustava (Autio i sur., 2018; Spigel, 2017; Stam, 2015), društvenog poduzetništva (Zahra i sur., 2009; Austin i sur., 2006; Mair i Martí, 2006) i održivog poduzetništva (Schaltegger i Wagner, 2011; Cohen i Winn, 2007; Dean i McMullen, 2007). Istraživanjima poduzetništva ne razmatraju se isključivo njegovi gospodarski ishodi, već i društveni i ekološki učinci (Dhahri i Omri, 2018; Steiner i Atterton, 2015). Poduzetništvo se doživljava kao rješenje društvene nejednakosti i degradacije okoliša, a ne kao njihov uzročnik (Bruton i sur., 2021; Gu i sur., 2021).

Ukratko, poduzetništvo predstavlja dinamičan proces stvaranja i implementiranja inovativnih vrijednosti za pojedinca i njegovu okolinu uz određenu razinu rizika i neizvjesnosti, a poduzetnik je pojedinac koji pokreće i upravlja ovim procesom najčešće posredstvom poslovnog subjekta koji se odnosi na poduzeće. Navedene definicije upućuju na postojanje dviju prevladavajućih perspektiva u znanstvenom istraživanju poduzetništva (Davidsson, 2016). Prva perspektiva temelji se na analizi procesa prepoznavanja i iskorištavanja poduzetničkih prilika, pri čemu se naglasak stavlja na pojedince koji te prilike uočavaju te metode kojima ih ostvaruju. Ovaj pristup poznat je kao „istraživačka“ dimenzija poduzetništva (Carlsson i sur., 2013). Unutar ove dimenzije, svaka osobina, emocija ili ponašanje pojedinca uključenog u proces identificiranja i iskorištavanja prilika predstavlja legitimni istraživački interes. Druga perspektiva poduzetništva usmjerena je na sam čin pokretanja novog poduzetničkog pothvata i njegov doprinos gospodarskom razvoju. U ovom okviru, poduzetništvo se definira kroz djelovanje, odnosno pokretanje poduzetničkog pothvata, koje

poduzetnike razlikuje od onih koji to nisu. Ovaj pristup poznat je kao „eksploatacijska“ dimenzija poduzetništva (Carlsson i sur., 2013), a njegova središnja tema odnosi se na ulogu pojedinaca u oblikovanju pothvata koji pridonosi društvenom i ekonomskom razvoju.

Kako bi se bolje razumjelo različite dimenzije poduzetništva, danas su aktualni istraživački naponi kojima je cilj kvantificirati poduzetničku aktivnost pomoću različitih pokazatelja. Najvećim svjetskim istraživanjem poduzetništva, GEM-om, pokušava se istražiti zašto se poduzetnička aktivnost razlikuje među zemljama i identificirati kako se može stvoriti poticajno poduzetničko okruženje (Singer i sur., 2024; Wong i sur., 2005). GEM istraživanje definira poduzetništvo kao „svaki pokušaj pokretanja novog poslovanja ili novog pothvata, poput samozapošljavanja, osnivanja nove poslovne organizacije ili proširenja postojećeg poslovanja, od strane pojedinca, tima pojedinaca ili već uspostavljenog poslovanja“ (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.). Odluke koje poduzetnik donosi tijekom poduzetničkog procesa, kao i posljedična ponašanja, nalaze se pod utjecajem brojnih čimbenika. GEM istraživanjem kao glavne odrednice poduzetničke aktivnosti prepoznaju se: 1) makroekonomski čimbenici, poput stopa inflacije te izravnih stranih ulaganja i poreznih stopa, 2) društveno-politički uvjeti, poput političke stabilnosti i vladavine prava, 3) individualne karakteristike, poput poduzetničkog znanja, vještina i stavova te 4) kontekstualni čimbenici, poput obrazovanja, tehnološke ujednačenosti i kulturnih čimbenika. Konceptualni okvir GEM istraživanja temelji se na pretpostavci da je nacionalni gospodarski rast rezultat osobnih sposobnosti pojedinaca da prepoznaju i iskoriste prilike, te da na taj proces utječu čimbenici okoline koji oblikuju odluke pojedinaca da pokrenu poduzetničke pothvate. Odnosno, pojedinac je, kao nositelj poduzetničke aktivnosti, onaj koji kroz svoje djelovanje, na koje utječu brojni čimbenici, oblikuje okolinu.

Pregled znanstvenih spoznaja o poduzetništva pruža sažet uvid u razvoj znanstvene misli, od ranih definicija poduzetnika kao nositelja tržišnog rizika do suvremenih teorijskih pristupa koji poduzetništvo promatraju kao dinamičan, višerazinski i interdisciplinarnan proces (Delić i sur., 2014). U fokusu suvremenih istraživanja više nije samo poduzetnik kao pojedinac, već i poduzetnički proces koji se odvija kroz različite faze, od prepoznavanja i evaluacije prilika, preko pokretanja i razvoja poduzetničkog pothvata pa sve do njegove stabilizacije, transformacije ili izlaska iz poslovanja. Posebno mjesto u ovom razvoju zauzima proučavanje „odraslih“ poduzetnika, budući da oni donose odluke na temelju akumuliranih iskustava te su suočeni s izazovima očuvanja inovativnosti i rasta. Upravo razumijevanje ponašanja „odraslih“

poduzetnika i čimbenika koji oblikuju njihove odluke predstavlja značajan doprinos suvremenim istraživanjima jer se otvara prostor za analizu poduzetništva kao cjeloživotnog procesa, a ne samo inicijalnog čina pokretanja pothvata. Kako se globalno gospodarstvo nastavlja transformirati pod utjecajem digitalizacije, klimatskih izazova i sve veće potrebe za društvenom odgovornošću, istraživanje poduzetništva proširuje svoj opseg integrirajući nove teorijske perspektive, metodološke pristupe i praktične implikacije s ciljem boljeg razumijevanja uloge poduzetnika u oblikovanju održivih i prilagodljivih gospodarskih sustava.

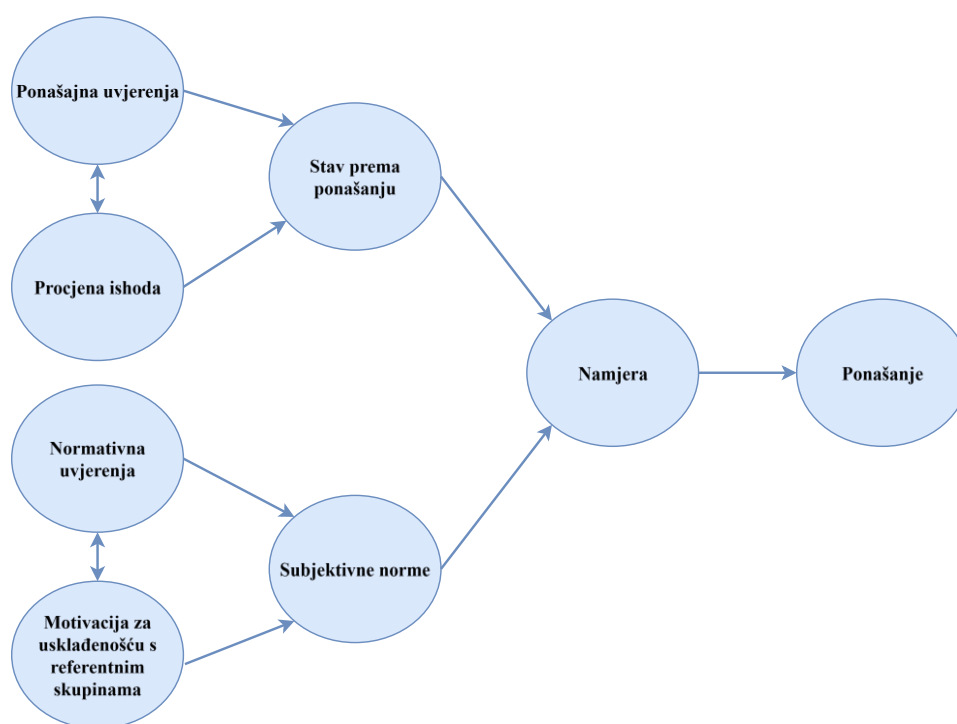
2.2. Poduzetnička namjera u kontekstu ponašanja poduzetnika

Poduzetničko ponašanje obuhvaća radnje koje poduzimaju pojedinci (ili grupe pojedinaca) s ciljem identificiranja i iskorištavanja prilika koje rezultiraju stvaranjem novih poduzetničkih pothvata, proizvoda i usluga ili novih vrijednosti unutar postojećih pothvata (Bird i Schjoedt, 2017). U skladu s teorijskom raznolikošću definicija poduzetništva, važno je istaknuti široki istraživački obuhvat poduzetničkog ponašanja koji obuhvaća više razina analize. Na individualnoj razini, istraživanja obuhvaćaju čimbenike poput kognitivnih procesa, afektivnih reakcija, psiholoških karakteristika te kontekstualnih čimbenika koji oblikuju ponašanje pojedinca (Rauch i Frese, 2007; Mitchell i sur., 2002; Gartner, 1988). Nadalje, budući da poduzetnici često djeluju u suradnji s drugim pojedincima, značajan dio istraživanja usmjeren je na timsku razinu, pri čemu se analiziraju međuljudski odnosi, timska dinamika, stilovi vodstva, međusobna komunikacija te procesi zajedničkoga donošenja odluka unutar skupina koje neposredno oblikuju tijek poduzetničkih aktivnosti (Klotz i sur., 2014; Harper, 2008; Ensley i sur., 2002). S druge strane, organizacijska razina obuhvaća širi okvir unutar kojega timovi djeluju te se istražuju formalne strukture, organizacijska kultura, strateški smjerovi, inovacijski kapacitet i upravljanje rastom i razvojem poduzetničkih pothvata (Ireland i sur., 2003; Lumpkin i Dess, 1996; Zahra i Covin, 1995). Na taj se način jasno razlikuju operativni aspekti timskog djelovanja od strateških i strukturnih obilježja poduzeća kao cjeline. Konačno, poduzetničko ponašanje oblikuje se i u interakciji sa širim okruženjem, uključujući društvene, kulturne, gospodarske i regulatorne uvjete, koji mogu djelovati kao poticajni ili ograničavajući čimbenici (Welter i Smallbone, 2011; Aidis i sur., 2008; North, 1990).

Budući da se značajan dio poduzetničkih aktivnosti temelji na svjesnim, promišljenim i planiranim radnjama, razumijevanje poduzetničke namjere ključno je za analizu složenosti poduzetničkog ponašanja (Krueger, 2009; Liñán i Chen, 2009). Namjere se u znanstvenoj

literaturi definiraju kao mentalna stanja koja odražavaju motivacijsku predanost pojedinca izvršenju određene radnje ili postizanju cilja, pri čemu usmjeruju pažnju, iskustvo i ponašanje prema željenom ishodu (Ajzen, 2020; Armitage i Conner, 2001). One predstavljaju ključan konstrukt u predviđanju ponašanja, posebno u kontekstu situacija koje uključuju složene odluke pod uvjetima nesigurnosti i višestrukih utjecaja.

Iz područja socijalne psihologije, Fishbeinova i Ajzenova teorija razložne akcije ustanovljena djelom *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (1975) sugerira kako pojedinci promišljaju prije poduzimanja određenog ponašanja (Vallerand i sur., 1992). Ovo promišljanje uključuje obradu informacija koje oblikuju njihove stavove i subjektivne norme, što dovodi do namjere da djeluju ili se suzdrže od djelovanja, kako je prikazano na Slici 3.



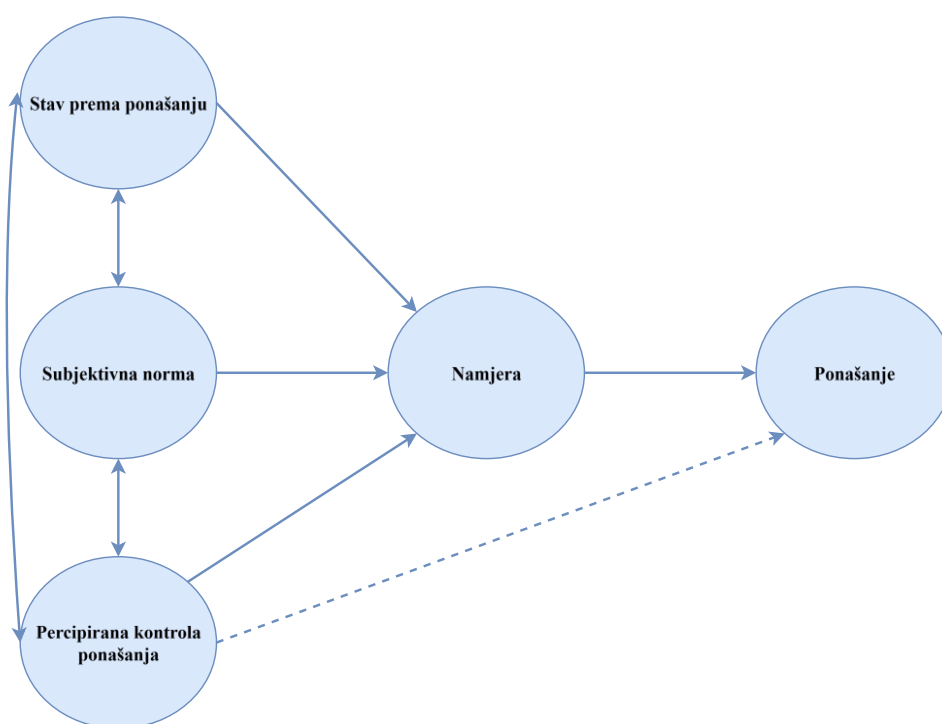
Slika 3. Teorija razložne akcije

Izvor: obrada autora prema: Vallerand i sur., 1992 (str. 99)

Stav prema ponašanju odnosi se na uvjerenje pojedinca kako će određeno ponašanje rezultirati specifičnim posljedicama. Subjektivne norme odražavaju očekivanja pojedinca o tome što važni ljudi u njegovom životu smatraju da bi trebali učiniti, u kombinaciji s motivacijom za udovoljavanjem tim očekivanjima. Usprkos važnosti, Fishbeinov i Ajzenov model doživio je

određene kritike koje su se odnosile uglavnom na zanemarivanje osobina ličnosti i demografskih varijabli, kao i pretpostavku da je ponašanje pojedinca uvijek pod voljnom kontrolom (Jeger, 2013).

U skladu s navedenim kritikama, Ajzen (1985) obogaćuje teoriju razložne akcije uvodeći pojam percipirane kontrole ponašanja, što je dovelo do razvoja teorije planiranog ponašanja. Namjera, kao neposredni prediktor ponašanja, oblikuje se pod utjecajem triju ključnih čimbenika: stava pojedinca prema ponašanju (osobne procjene koristi i vrijednosti tog ponašanja), subjektivnih normi (percipiranog društvenog pritiska ili očekivanja relevantnih osoba iz okruženja pojedinca) te percipirane kontrole ponašanja (uvjerenja pojedinca o vlastitoj sposobnosti da uspješno izvrši ponašanje). Grafički prikaz teorije planiranog ponašanja pružen je Slikom 4.



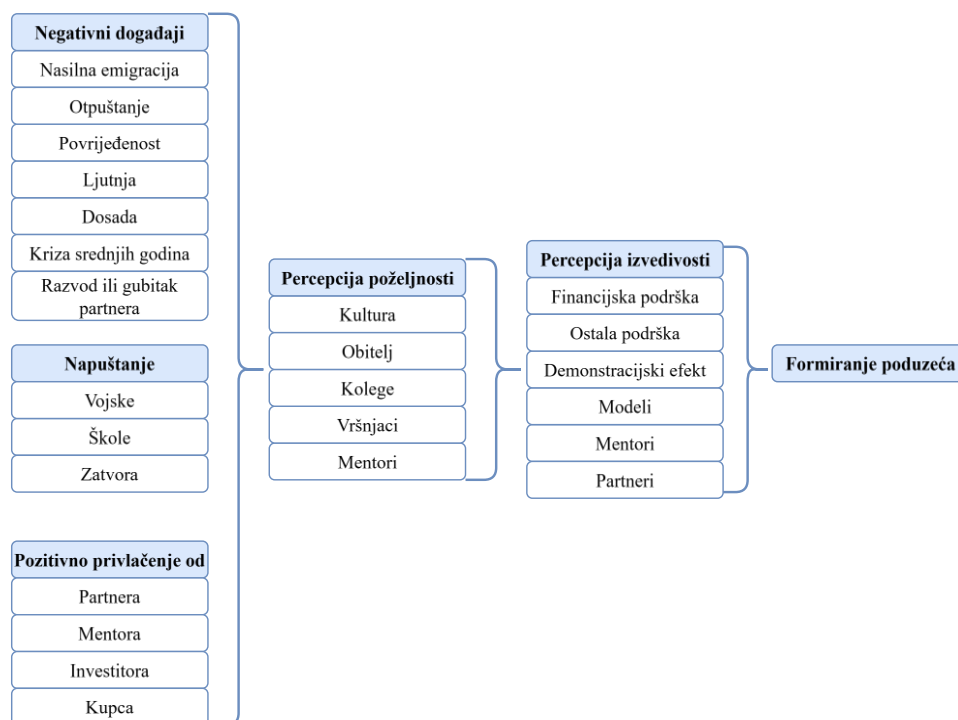
Slika 4. Teorija planiranog ponašanja

Izvor: obrada autora prema: Ajzen, 1991 (str. 182)

Stupanj u kojem pojedinac procjenjuje da ima nadzor nad izvršenjem određenog ponašanja, odnosno percipirana kontrola ponašanja, proizlazi iz pojedinčeve samoprocjene vlastitih sposobnosti te iz prethodnih iskustava sličnih ponašanja. Percipirana kontrola ponašanja može se interpretirati kao odgovor na pitanje: „Imam li sposobnost i uvjete potrebne za provedbu

određenog ponašanja?“ (Jeger, 2013). Nadovezujući se na slične pojmove unutarnjeg lokusa kontrole i samoučinkovitosti, Ajzen (2002) pojašnjava da percipirana kontrola ponašanja obuhvaća kombinaciju samoučinkovitosti, odnosno kognitivne procjene vlastite sposobnosti djelovanja („sposoban sam to učiniti“) te unutarnjeg lokusa kontrole, odnosno vjerovanja da je ishode ponašanja moguće kontrolirati („ovo se može kontrolirati“). Time percipirana kontrola ponašanja uključuje i subjektivni osjećaj kompetentnosti i procjenu eksternih ograničenja koja mogu utjecati na provedbu ponašanja.

Tijekom druge polovice 20. stoljeća istraživanje namjere počelo se širiti izvan psihologije i na druga područja, uključujući poduzetništvo (Liñán i Fayolle, 2015). Među ranim i značajnijim doprinosima ističe se Shaperovo djelo *The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur* (1975), u kojemu su postavljeni temelji tzv. modela poduzetničkog događaja. Model počiva na dvjema temeljnim pretpostavkama (Krueger, 1993). Prva pretpostavka odnosi se na nužnost da pojedinac percipira pokretanje novog poduzetničkog pothvata kao „vjerodostojan izbor“, odnosno kao poželjan i izvediv ishod. Druga pretpostavka podrazumijeva da poduzetničko djelovanje često proizlazi iz izvanrednog ili disruptivnog događaja koji narušava ustaljeni način života i potiče redefiniranje profesionalnih i osobnih ciljeva. Ti događaji mogu imati: 1) negativan karakter, kao što su, primjerice, gubitak zaposlenja, razvod ili krizno emocionalno razdoblje, 2) neutralan karakter, poput završetka obrazovanja ili vojnog roka te 3) pozitivan karakter, kao što je podrška partnera, mentora ili investitora (Shapero i Sokol, 1982). U okviru ovog modela, ključna je uloga pripisana načinu na koji pojedinac percipira okolnosti koje ga okružuju. Naime, iako se objektivne okolnosti i pojedinac možda nisu značajno promijenili, promjena u percepciji novih okolnosti može rezultirati značajnim promjenama u ponašanju. Model poduzetničkog događaja, prikazan Slikom 5 na sljedećoj stranici, ilustrira međudnose između ključnih čimbenika koji prethode poduzetničkom djelovanju.

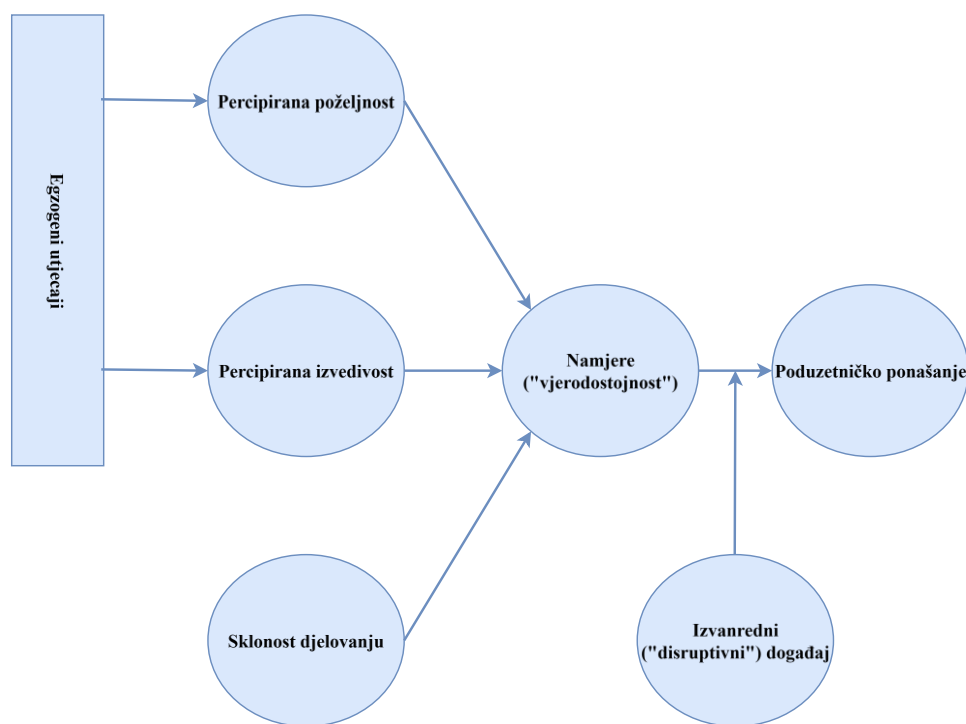


Slika 5. Model poduzetničkog događaja

Izvor: obrada autora prema: Shapero i Sokol, 1982 (str. 83)

Percipirana poželjnost odnosi se na stupanj u kojem pojedinac doživljava poduzetničku aktivnost kao privlačnu. Pri tome se uzimaju u obzir intrinzične motivacije, poput osobnih ciljeva, vrijednosti i interesa, ali i ekstrinzični utjecaji, kao što su društvena podrška, ekonomski poticaji, itd. Percipirana izvedivost označava razinu sigurnosti koju pojedinac osjeća u pogledu vlastite sposobnosti uspješnog pokretanja i vođenja poduzetničkog pothvata, što uključuje procjenu osobnih resursa, kompetencija i prethodnih iskustava.

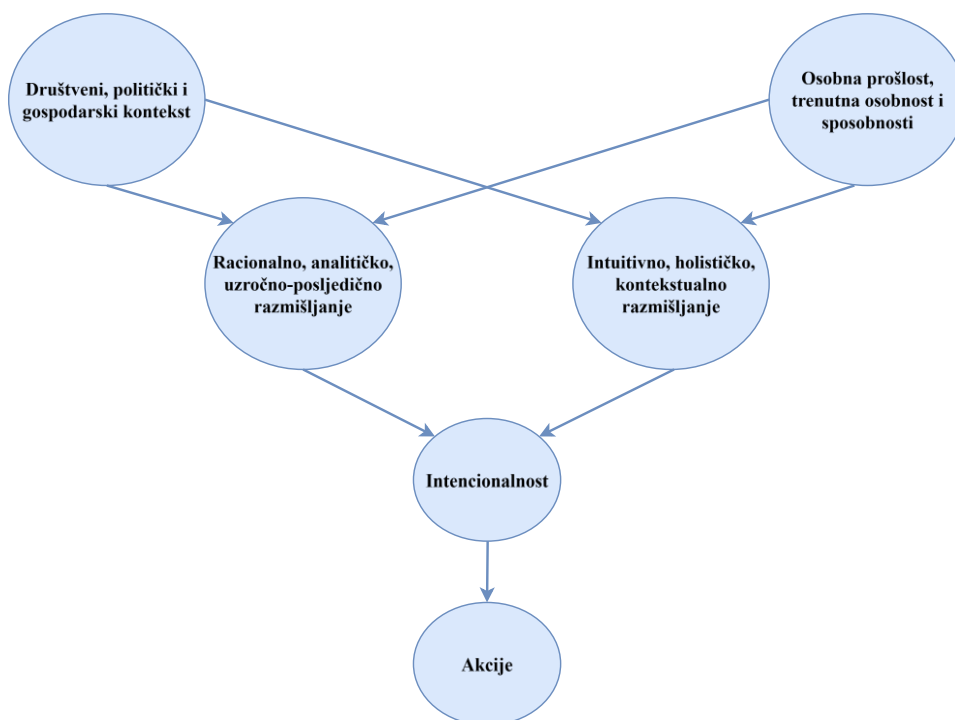
Uz percipiranu poželjnost i percipiranu izvedivost, sklonost djelovanju predstavlja treću važnu komponentu u okviru Shaperoova modela poduzetničkog događaja. Iako sklonost djelovanju izvorno nije bila izričito uključena u teorijski model, Krueger (1993, str. 7) ističe kako „vjerodostojnost zahtijeva barem graničnu razinu percepcije izvedivosti i poželjnosti, uz određenu sklonost da se djeluje na priliku.“ U tom kontekstu, Krueger konceptualizira sklonost djelovanju kao voljnu dispoziciju pojedinca da aktivno postupi u skladu s vlastitom namjerom i odlukom. Drugim riječima, sklonost djelovanju odražava komponentu volje u procesu oblikovanja namjere, odnosno odgovara na pitanje „Hoću li to doista učiniti?“. Interpretacija modela poduzetničkog događaja prema Kruegeru vizualno je prikazana Slikom 6 na sljedećoj stranici.



Slika 6. Kruegerova interpretacija modela poduzetničkog događaja

Izvor: obrada autora prema: Krueger i Carsrud, 1993 (str. 321)

Ubrzo nakon Shapera i Sokola, Bird (1988) je dodatno operacionalizirala pojam namjere u poduzetničkom kontekstu. Ona namjeru definira kao svjesnu predanost pokretanju novog poduzetničkog pothvata ili stvaranju nove vrijednosti unutar postojećeg pothvata. Njezin model konteksta intencionalnosti pretpostavlja da unutarnji i vanjski čimbenici utječu na poduzetničko ponašanje posredno, isključivo putem poduzetničke namjere. Strukturni odnosi među navedenim elementima prikazani su na Slici 7 na sljedećoj stranici.



Slika 7. Model konteksta intencionalnosti

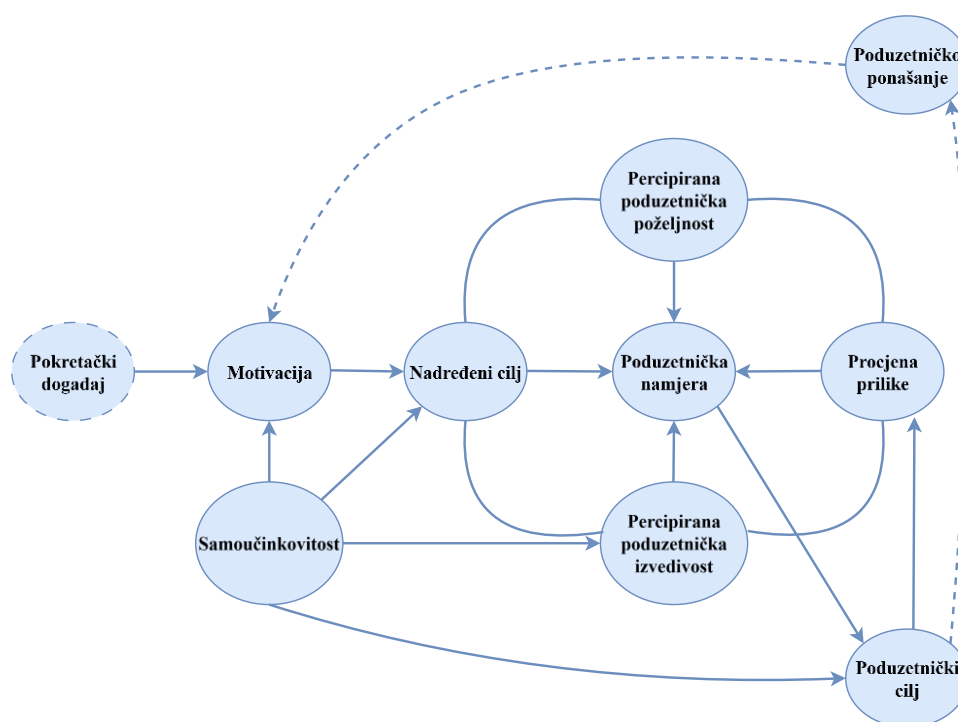
Izvor: obrada autora prema: Bird, 1988 (str. 444)

Pojedini aspekti osobne povijesti, osobina ličnosti i razvijenih vještina mogu povećati vjerojatnost nastanka poduzetničke namjere kod pojedinca. Uz ove intrapersonalne čimbenike, šire društveno, političko i gospodarsko okruženje dodatno utječe na stvaranje poticajnog konteksta za poduzetničko djelovanje. Razvoj poduzetničke namjere ne temelji se isključivo na individualnim predispozicijama, već je oblikovan i kognitivnim procesima, uključujući racionalno/analitičko i intuitivno/holističko promišljanje. Ovi misaoni obrasci čine temelj za oblikovanje formalnih poslovnih planova, evaluaciju poduzetničkih prilika te drugih oblika ciljno usmjerenog poduzetničkog ponašanja.

Krajem 20. i početkom 21. stoljeća u znanstvenoj su zajednici intenzivirani pokušaji integracije Ajzenove teorije planiranog ponašanja i Shaperovog modela poduzetničkog događaja (Iakovleva i Kolvereid, 2009; Krueger i Brazeal, 1994). Kritizirajući parcijalni pristup koji zasebno razmatra unutarnje i vanjske varijable u predviđanju poduzetničke aktivnosti, Krueger i sur. (2000) predložili su komparativni pristup spomenutim dvama dominantnim modelima poduzetničke namjere, pri čemu se njihova analiza odnosila na evaluaciju prediktivne snage oba modela u objašnjenju nastanka poduzetničke namjere. Rezultati istraživanja potvrdili su empirijsku valjanost oba modela, no istaknuto je da Shaperov okvir bolje objašnjava varijacije

u poduzetničkim namjerama ispitanika. Uz to, pojedine komponente ovog modela pokazale su se statistički značajnima, za razliku od teorije planiranog ponašanja u kojoj subjektivne norme nisu pokazale značajan doprinos u predviđanju namjere.

I drugi su autori isticali ograničenja temeljnih modela poduzetničke namjere. U suprotnosti s tradicionalnim, linearno strukturiranim modelima, Elfving i sur. (2009) razvili su kontekstualizirani model poduzetničke namjere. Ovaj model integrira konstrukte samoučinkovitosti, motivacije i ciljeva, naglašavajući kako namjera nije statičan konstrukt, već se oblikuje kroz interakciju osobnih motiva i konteksta specifičnih ciljeva. Slikom 8 prikazani su ključni čimbenici ovog kontekstualiziranog modela koji tvore mehanizme i strukturne odnose u okviru procesa oblikovanja poduzetničke namjere.



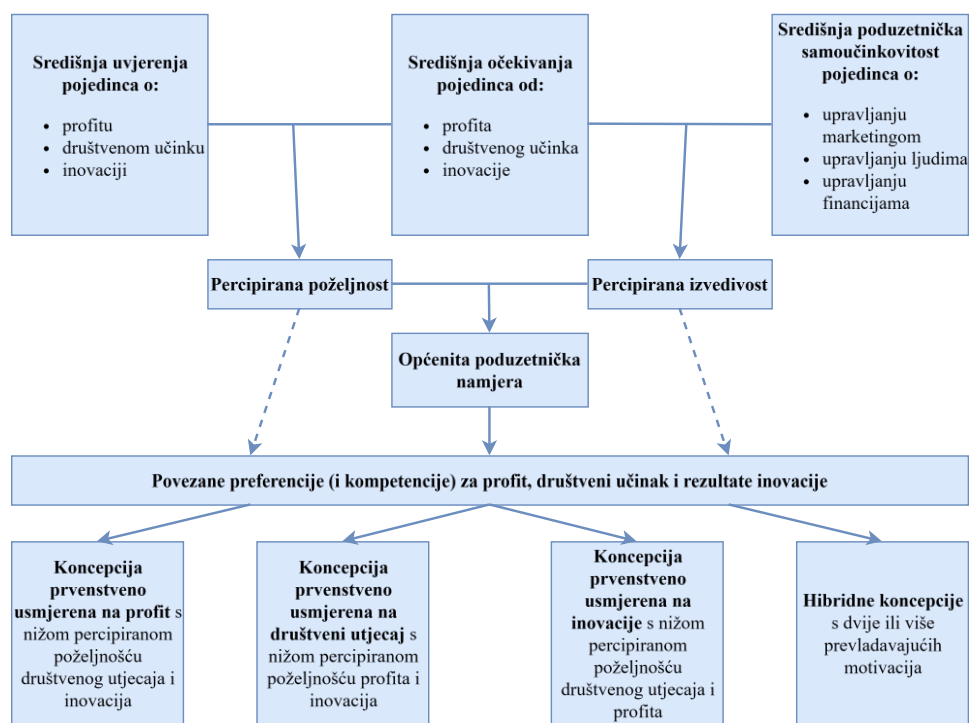
Slika 8. Kontekstualno specifični model poduzetničkih namjera

Izvor: obrada autora prema: Elfving i sur., 2008 (str. 29)

Poduzetnička namjera proizlazi iz međudjelovanja više kognitivnih i motivacijskih komponenti, među kojima su ključni nadređeni životni ciljevi, percipirana poželjnost i izvedivost poduzetničkog pothvata te subjektivna procjena dostupnih prilika. U prikazanom modelu, ovi su čimbenici konceptualno objedinjeni unutar istog strukturnog okvira, simbolički prikazanog kao kvadrat oko konstrukta poduzetničke namjere. Među njima se pretpostavlja

postojanje recipročnih odnosa, čime se naglašava njihova međusobna povezanost i dinamična interakcija. Ako pojedinac poduzetništvo doživljava istodobno kao poželjno i izvedivo, uočava priliku za djelovanje te percipira usklađenost poduzetničke aktivnosti s vlastitim životnim ciljevima, tada je vjerojatnost oblikovanja jasne poduzetničke namjere značajno povećana.

Noviji pristupi u modeliranju poduzetničke namjere rezultat su sve izraženijih poziva za kontekstualiziranjem poduzetničke namjere i razvojem dubljeg razumijevanja povezanih aspekata (Meoli i sur., 2020; Bogatyreva i sur., 2019; Schmutzler i sur., 2019). U tom kontekstu treba promatrati višemotivacijski opći model poduzetničke namjere koji su predložili Douglas i sur. (2021), a koji prepoznaje tri temeljna motiva koja usmjeravaju poduzetničko ponašanje: težnju za ostvarivanjem profita, stvaranjem društvenog učinka i poticanjem inovacija. Prema autorima, individualne preferencije između tih motiva određuju specifičan oblik poduzetničke namjere, čime se diferencira opća namjera ulaska u poduzetništvo od namjere usmjerene na određeni oblik poduzetničke aktivnosti. Ova konceptualizacija prikazana je na Slici 9.



Slika 9. Višemotivacijski opći model poduzetničke namjere

Izvor: obrada autora prema: Douglas i sur., 2021 (str. 6)

Autori prikazanog modela prikazali su proces donošenja poduzetničkih odluka u dvostupanjskoj strukturi. U prvome koraku, pojedinac oblikuje opću namjeru za ulaskom u

poduzetništvo, dok drugi korak uključuje odluku o specifičnom obliku poduzetničkog angažmana, odnosno odabiru između primarnog ili hibridnog oblika poduzetništva.

Prethodno opisani temeljni modeli poduzetničke namjere poslužili su kao teorijska osnova za velik broj naknadnih istraživanja. Na tim su modelima utemeljena brojna konceptualna i empirijska proširenja koja su dodatno pridonijela razvoju znanstvenog razumijevanja poduzetničke namjere. Unatoč teorijskoj utemeljenosti i širokoj primjeni, prikazani modeli otvaraju prostor za daljnja istraživanja koja bi dodatno kontekstualizirala poduzetničku namjeru u skladu s promjenjivim društveno-gospodarskim uvjetima i raznolikošću poduzetničkih profila. U osvrtu na temeljne modele poduzetničkih namjera, Donaldson (2019) identificira niz ključnih istraživačkih praznina te predlaže moguće pravce za njihovo prevladavanje. Posebno ističe potrebu za primjenom modela poduzetničke namjere unutar specifičnih konteksta, uključujući različite kulturološke i industrijske okvire. Nadalje, poziva na sveobuhvatno empirijsko testiranje modela namjere kroz longitudinalna istraživanja koja bi omogućila praćenje transformacije namjere u konkretna poduzetnička ponašanja. Time se naglašava potreba za dinamičkim razumijevanjem poduzetničke namjere kao procesa koji se razvija kroz vrijeme.

Ovakav pristup posebno je važan ako se ima u vidu kako dosadašnji pregled znanstvene i stručne literature o poduzetničkoj namjeri ukazuje na dominaciju istraživanja usmjerenih na pokretanje poduzetničkog pothvata kao inicijalnu fazu poduzetničkog procesa. U tom kontekstu, Liñán i Fayolle (2015) proširuju primjenjivost teorije namjere ističući kako se njezini konceptualni okviri ne moraju ograničiti isključivo na inicijalnu fazu, već se mogu primijeniti i na druge faze planiranog ponašanja unutar cjelokupnog poduzetničkog ciklusa. Premda rjeđe zastupljena, pojedina istraživanja usmjeravaju analitički fokus na alternativna poduzetnička ponašanja koja se manifestiraju u kasnijim fazama poduzetničkog procesa. Među najčešće istraživanim oblicima takvih ponašanja izdvajaju se namjera rasta poduzetničkog pothvata (Edelman i sur., 2010; Cassar, 2007; Gundry i Welsch, 2001), namjera internacionalizacije poslovanja pothvata (Sommer i Haug, 2011; Sommer, 2010; De Clercq i sur., 2005), namjera izlaska iz poduzetničkog pothvata (Hsu i sur., 2016; Wennberg i DeTienne, 2014; DeTienne i Cardon, 2012), namjera ponovnog ulaska u poduzetništvo (Hsu i sur., 2017a; 2017b; Simmons i sur., 2014), kao i ponavljajuća (serijska) poduzetnička namjera (Dabić i sur., 2023; Bai i sur., 2022; Carruthers i sur., 2019). Ova istraživanja sugeriraju potrebu za modelima poduzetničke namjere koji reflektiraju kompleksnost i evolutivni karakter

poduzetničkog angažmana. Premda istraživanja usmjerena na fazu pokretanja poduzetničkog pothvata i dalje čine jezgru znanstvene literature o poduzetničkim namjerama, proširenje konceptualnog okvira prema kasnijim fazama poduzetničkog djelovanja omogućuje dublje razumijevanje dinamike poduzetničkog ponašanja.

Kako bi se navedeni ishod ostvario, pozornost je potrebno usmjeriti također na složene mehanizme koji povezuju namjeru s njezinom operacionalizacijom u konkretno poduzetničko ponašanje. Naime, izražena namjera ne vodi nužno provedbi predviđenog ponašanja. Pojam jaza između namjere i ponašanja odnosi se na nesklad između onoga što pojedinci planiraju učiniti i njihovih stvarnih postupaka (Sheeran, 2002). Taj je fenomen čest predmet istraživanja u području poduzetništva, a rezultati ukazuju na to da znatan broj pojedinaca s izraženim poduzetničkim namjerama ipak ne pokreće vlastiti pothvat niti se aktivno uključuje u poduzetničke aktivnosti. U kontekstu istraživanja usmjerenih na identifikaciju i analizu različitih skupina čimbenika koje mogu pospješiti ili inhibirati provedbu poduzetničkih namjera naglašena je važnost vanjskih, odnosno situacijskih čimbenika. Ovi čimbenici uključuju, između ostalih, poduzetničke obrazovne programe (Harima i sur., 2021; Alam i sur., 2019), percepciju sveučilišne infrastrukture i potpore (Bogatyreva i sur., 2019; Shirokova i sur., 2016), društvene norme i širi društveni kontekst (Ruiz-Palomino i Martínez-Cañas, 2021; Schepers i sur., 2021), utjecaj nacionalne kulture (Bogatyreva i sur., 2019; Oliveira i Rua, 2018), itd. Paralelno s time, autori se fokusiraju i na unutarnje, odnosno osobne ili individualne čimbenike koji se povezuju s izraženijim intenzitetom namjere i većom vjerojatnošću prelaska u konkretno ponašanje. Ti mikrorazinski čimbenici uključuju, između ostalih, unutarnji lokus kontrole (Neneh, 2019b; Shirokova i sur., 2016), intenzitet poduzetničke motivacije (Harima i sur., 2021; Alam i sur., 2019), strah od neuspjeha (Duong, 2022; Bogatyreva i sur., 2019), razvijenost poduzetničkih kompetencija (Gieure i sur., 2020; Botha i Taljaard, 2019), itd. Važno je naglasiti da ove skupine čimbenika nisu međusobno isključive. Brojni modeli usmjereni na istraživanje jaza između namjere i ponašanja integriraju i unutarnje i vanjske čimbenike, čime se pridonosi potpunijem razumijevanju složenosti prijelaza s namjere na djelovanje. Analiza čimbenika koji uvjetuju jaz između poduzetničke namjere i stvarnog ponašanja ima ključnu ulogu u unapređenju teorijskih okvira koji objašnjavaju poduzetničku namjeru. Takvo istraživačko usmjerenje omogućuje dublje razumijevanje procesa kroz koji se kognitivna predanost transformira u konkretnu poduzetničku aktivnost. Nadalje, rezultati tih istraživanja imaju značajne praktične implikacije za oblikovanje ciljanih obrazovnih, institucionalnih i političkih intervencija, kao i razvoj potpornih mehanizama koji mogu

potaknuti i olakšati provedbu poduzetničkih namjera (Ngo i sur., 2024; Tran i sur., 2024). Dizajniranje mjera koje su usmjerene na prepoznate prepreke na unutarnjoj i vanjskoj razini, kao i njihova provedba u okviru sustava poduzetničke podrške, može povećati vjerojatnost uspješnog ostvarenja namjera u stvarnom okruženju. Time se pridonosi ne samo povećanju stope pokretanja novih poduzetničkih pothvata, već i općem razvoju poduzetničkog ekosustava kroz bolju iskorištenost postojećeg poduzetničkog potencijala.

Unatoč značajnim metodološkim pomacima, valja istaknuti kako kvantitativna metodologija i statistički pristupi i dalje dominantno obilježavaju istraživanja u ovom području (Maheswari i sur., 2023; Liñán i Fayolle, 2015). No, uzimajući u obzir kompleksnost poduzetničke namjere kao društveno i kontekstualno utemeljenog fenomena, u novijim se istraživanjima ipak primjećuje i potreba za uvođenjem kvalitativnih metodoloških okvira. Korištenje kvalitativnih istraživačkih pristupa omogućuje dublje razumijevanje složenih i dinamičnih mehanizama koji utječu na poduzetničke namjere u promjenjivim društvenim i gospodarskim kontekstima (Nguyen i Nguyen, 2023). Time se otvara prostor za razvoj sveobuhvatnijih, metodološki pluralističkih pristupa, koji bi mogli ponuditi dublji uvid u nastanak i evoluciju poduzetničke namjere kroz vrijeme i kontekst.

Zaključno, poduzetnička namjera predstavlja ključnu kognitivno-motivacijsku komponentu poduzetničkog ponašanja, koja omogućuje razumijevanje procesa prelaska od percepcije prilika prema konkretnom djelovanju. Razvoj teorijskih modela, od Ajzenove teorije planiranog ponašanja i Shaperova modela poduzetničkog događaja, preko Birdina koncepta intencionalnosti, do novijih kontekstualiziranih i višemotivacijskih pristupa, ukazuje na postupnu evoluciju razumijevanja poduzetničke namjere od individualnih kognitivnih procesa prema modelima koji uvažavaju šire društvene i gospodarske okvire. Iako su navedeni modeli značajno pridonijeli teorijskom utemeljenju područja, istraživanja i dalje dominantno ostaju usmjerena na proces pokretanja poduzetničkog pothvata te se pretežito temelje na kvantitativnim metodama. S obzirom na to, sve se izraženije naglašava potreba za kvalitativnim, kontekstualno utemeljenim pristupima koji bi omogućili dublje razumijevanje procesa oblikovanja i transformacije poduzetničke namjere kroz različite faze poduzetničkog ciklusa. Posebno važan izazov predstavlja istraživanje jaza između namjere i ponašanja te identifikacija čimbenika koji potiču ili inhibiraju provedbu namjere u konkretno poduzetničko djelovanje. U tom se kontekstu otvara prostor za analizu novih oblika poduzetničkih ponašanja, među kojima se posebno ističe namjera promjene gospodarske djelatnosti kod postojećih,

odnosno „odraslih“ poduzetnika. Takav istraživački pristup omogućuje dublje razumijevanje dinamične prirode poduzetničke namjere i pridonosi razvoju teorijskih modela koji obuhvaćaju kompleksnost poduzetničkog ponašanja u različitim razvojnim fazama i kontekstima.

2.3. Čimbenici koji utječu na poduzetničku namjeru

Kako je istaknuto u modelu konteksta poduzetničke intencionalnosti (Bird, 1988), oblikovanje poduzetničke namjere odvija se kroz interakciju unutarnjih i vanjskih čimbenika. U skladu sa spomenutom razlikom, unutarnji čimbenici najčešće obuhvaćaju kategorije kao što su osobine ličnosti, vrijednosne orijentacije, prethodna iskustva, kognitivne sposobnosti, itd., dok se vanjski čimbenici najčešće odnose na kategorije poput društvenih normi, institucionalne potpore, obrazovnih prilika, tržišnih uvjeta, itd. Takva dihotomna klasifikacija pruža analitički okvir za sustavno istraživanje višeslojnih utjecaja na razvoj poduzetničke namjere. Polazeći od tog teorijskog okvira, kasniji modeli predviđanja poduzetničke namjere usmjerili su se na identifikaciju tzv. udaljenih prethodnika namjere koji posredno djeluju na ključne varijable iz temeljnih modela poduzetničke namjere (Jeger, 2013). Istraživanja potvrđuju postojanje velikog broja relevantnih čimbenika koji mogu izravno ili neizravno utjecati na poduzetničku namjeru.

Pregledom relevantne znanstvene i stručne literature iz područja poduzetničke namjere identificirane su i sistematizirane ključne kategorije čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru. Klasifikacija korištena u nastavku rada temelji se na radovima Maheshwari i sur. (2023), Pérez-Macías i sur. (2022), Tan i sur. (2020) te Liñána i Fayollea (2015), koji predstavljaju recentne i metodološki utemeljene doprinose ovom području. Autori su u sklopu navedenih pregleda literature analizirali više stotina relevantnih znanstvenih radova i kategorizirali prethodnike poduzetničke namjere u nekoliko glavnih skupina čimbenika. Time su pridonijeli teorijskoj integraciji fragmentirane literature. Jasnoća njihove klasifikacije, opsežnost obuhvaćenih studija i primjena standardizirane metodologije pretraživanja i analize čine ove radove relevantnim temeljem za strukturiranje analize u okviru ovog doktorskog rada. Tablicama koje prikazuju sažetke istraživanja po pojedinačnim skupinama čimbenika u sljedećim potpoglavljljima obuhvaćeni su relevantni izvori dostupni pretraživanjem baza podataka *Web of Science*, *Scopus*, *Science Direct* i *Hrčak*. Relevantnost izvora određivana je kombinacijom kriterija: 1) broj citiranja (kao pokazatelj znanstvenog utjecaja), 2) učestalost referiranja u preglednim radovima, 3) metodološku kvalitetu (primjena validiranih mjernih

instrumenata, veličina uzorka, transparentnost analitičkih postupaka) te 4) recentnost i/ili tematsku specifičnost u odnosu na definirane konstruktne cjeline. Vremenski okvir pretraživanja ograničen je na vremensko razdoblje od 2016. do 2025. godine, s ciljem osiguravanja aktualnosti uvida u dinamiku teorijskog i empirijskog razvoja pojma poduzetničke namjere. Ograničenje je dodatno motivirano namjerom uključivanja literature koja odražava suvremene metodološke standarde i recentne društveno-gospodarske kontekste. U obzir su uzete isključivo recenzirane publikacije, dok se opseg pretraživanja sukcesivno proširivao temeljem uvida u relevantne reference unutar inicijalno identificiranih izvora.

2.3.1. Unutarnji čimbenici

Unutarnji se čimbenici najčešće odnose na kognitivne čimbenike, osobine ličnosti, socio-demografske čimbenike te unutarnje pokretače i prepreke koji predstavljaju motivacijsku dimenziju poduzetničkog djelovanja. Unutarnji čimbenici u pravilu djeluju izravno na namjeru, oblikujući intrinzične poticaje pojedinaca za ulazak u poduzetničke aktivnosti.

2.3.1.1. *Kognitivni čimbenici*

Kognitivni procesi i mentalne strukture koje oblikuju način na koji pojedinci percipiraju i evaluiraju poduzetničke mogućnosti omogućuju dublje razumijevanje uloge automatskih i refleksivnih mehanizama u procesu donošenja poduzetničkih odluka (Grégoire i sur., 2011). Najčešće analizirani kognitivni prediktori poduzetničke namjere uključuju: percipiranu samoučinkovitost, subjektivne norme, stav prema poduzetništvu, percipiranu kontrolu ponašanja, percipiranu poželjnost, percipiranu izvedivost, sklonost djelovanju i sposobnost prepoznavanja prilike. Osim navedenih čimbenika, unutar kognitivne dimenzije često je analizirano i percipirano prepoznavanje prilika, odnosno poduzetnička budnost koja predstavlja kognitivni proces identificiranja i procjene potencijalno isplative ideje. Upravo ona ima ključnu ulogu u poticanju inovativnosti i poduzetničkog djelovanja, budući da motivira pojedince na aktivno traženje rješenja i predstavlja preduvjet za oblikovanje poduzetničke namjere (Ardichvili i sur., 2003). Nadalje, uvjerenja predstavljaju temeljne spoznajne orijentacije koje oblikuju način na koji pojedinci percipiraju sebe i okolinu. One utječu na namjere, motivaciju i pristup prepoznavanju i iskorištavanju prilika, čime usmjeravaju cjelokupno poduzetničko ponašanje (Simon i sur., 2000). Usko povezane s uvjerenjima su i vrijednosti, koje predstavljaju temeljna načela koja usmjeravaju donošenje odluka i motivaciju

pojedince. Vrijednosti oblikuju poduzetničko ponašanje potičući djelovanje prema ciljevima poput neovisnosti, kreativnosti i postignuća, pri čemu ravnoteža između osobnih i profesionalnih vrijednosti utječe na strateške i etičke aspekte poduzetničkog djelovanja (Ajzen i Fishbein, 2005). Nadalje, očekivanja poduzetničkog ishoda predstavljaju uvjerenja pojedinca o mogućim posljedicama vlastitih postupaka. U poduzetničkom kontekstu oblikuju motivaciju za prepoznavanje i iskorištavanje prilika koje se povezuju s pozitivnim ishodima, utječući snažno na poduzetničko ponašanje (Lent i sur., 2002). Konačno, stav prema promjeni odražava pojedinčevu sklonost prihvatanju ili izbjegavanju promjena. On utječe na poduzetničko ponašanje kroz razvoj otpornosti, prilagodljivosti i spremnosti na rizik, pri čemu pozitivan stav potiče prepoznavanje prilika i osobni rast, dok negativan stav može dovesti do otpora prema poduzetničkom djelovanju (Schwarz i sur., 2009).

Kognitivni čimbenici u analiziranim znanstvenim istraživanjima najčešće ostvaruju izravan utjecaj na poduzetničku namjeru, dok se u pojedinim slučajevima njihov učinak manifestira neizravno, putem medijacijskih i moderacijskih varijabli. Te se posredne i moderirajuće veze uglavnom ostvaruju kroz ključne prediktore iz temeljnih teorijskih modela poduzetničke namjere, poput percipirane kontrole ponašanja, stava prema ponašanju, subjektivnih normi, percipirane poželjnosti i izvedivosti te sklonosti djelovanju. Primjerice, istraživanje Esfandiara i sur. (2019) rasvijetlilo je moderacijski učinak sklonosti djelovanju, ukazujući na to da upravo ta sklonost pojačava utjecaj prepoznavanja prilika na poduzetničke namjere. Drugim riječima, pojedinci koji uspiju prepoznati poslovnu priliku razvijaju snažniju namjeru za njezinu provedbu ako pritom posjeduju izraženu sklonost djelovanju, odnosno spremnost da tu priliku konkretno pretvore u poduzetnički pothvat.

Pritom valja naglasiti kako u značajnom broju analiziranih znanstvenih istraživanja pojedini kognitivni čimbenici djeluju istovremeno i izravno i neizravno na poduzetničku namjeru. Pri tome posredničke ili moderirajuće varijable djeluju kao mehanizmi koji dodatno pojašnjavaju složenost odnosa među varijablama. Tako, primjerice, istraživanje Esfandiara i sur. (2019) pokazuje kako stavovi i poduzetnička samoučinkovitost ostvaruju izravni utjecaj na poduzetničku namjeru, dok ujedno djeluju i neizravno: stavovi putem percipirane izvedivosti, a samoučinkovitost putem percipirane poželjnosti.

Iako većina analiziranih znanstvenih istraživanja potvrđuje pozitivan utjecaj kognitivnih čimbenika na poduzetničku namjeru, pojedini rezultati upućuju na kompleksnije i ponekad suprotstavljene odnose. Primjerice, istraživanje Tsaija i sur. (2016) pokazalo je kako

subjektivne norme mogu imati dvosmjernan učinak: s jedne strane, negativno djeluju na izravan utjecaj poduzetničke samoučinkovitosti na poduzetničku namjeru, dok, s druge strane, pozitivno posreduju kroz stav prema poduzetništvu i percipiranu kontrolu ponašanja. Dodatno, Maresch i sur. (2016) identificirali su razlike između studenata različitih studijskih usmjerenja: subjektivne norme negativno utječu na poduzetničku namjeru kod studenata tehničkih znanosti, dok takav učinak nije prisutan kod studenata ekonomije. Ovi zaključci upućuju na potrebu kontekstualiziranog pristupa obrazovanju za poduzetništvo, s naglaskom na prilagodbu sadržaja specifičnostima ciljnih skupina.

Pregled recentnih radova o kognitivnim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 1.

Tablica 1. Pregled radova o kognitivnim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	Izravan	Hassan i sur., 2020; Li i sur., 2020; Esfandiar i sur., 2019; Neneh, 2019a; Karimi i sur., 2016
	Pozitivan	Hassan i sur., 2020; Li i sur., 2020; Esfandiar i sur., 2019; Neneh, 2019a; Karimi i sur., 2016
Samoučinkovitost	Izravan	Neneh, 2022; Esfandiar i sur., 2019; Hsu i sur., 2019; Nowiński i sur., 2019; Biraglia i Kadile, 2017
	Neizravan	Esfandiar i sur., 2019
	Pozitivan	Neneh, 2022; Esfandiar i sur., 2019; Hsu i sur., 2019; Nowiński i sur., 2019; Biraglia i Kadile, 2017
Subjektivne norme	Izravan	Al-Jubari i sur., 2019; Karimi i sur., 2016; Maresch i sur., 2016
	Neizravan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Tsai i sur., 2016
	Pozitivan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Al-Jubari i sur., 2019; Karimi i sur., 2016
	Negativan	Maresch i sur., 2016; Tsai i sur., 2016
Stav prema poduzetništvu	Izravan	Jena, 2020; Al-Jubari i sur., 2019; Esfandiar i sur., 2019; Liu i sur., 2019; Nowiński i sur., 2019
	Neizravan	Esfandiar i sur., 2019
	Pozitivan	Jena, 2020; Al-Jubari i sur., 2019; Esfandiar i sur., 2019; Liu i sur., 2019; Nowiński i sur., 2019
Percipirana kontrola ponašanja	Izravan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Al-Jubari i sur., 2019; Entrialgo i Iglesias, 2016; Karimi i sur., 2016; Tsai i sur., 2016

	Neizravan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Karimi i sur., 2016
	Pozitivan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Al-Jubari i sur., 2019; Entrialgo i Iglesias, 2016; Karimi i sur., 2016; Tsai i sur., 2016
Percipirana poželjnost	Izravan	Tan i sur., 2021; Esfandiar i sur., 2019; Vuorio i sur., 2018; Henley i sur., 2017; Urban i Kujinga, 2017
	Neizravan	Esfandiar i sur., 2019
	Pozitivan	Tan i sur., 2021; Esfandiar i sur., 2019; Vuorio i sur., 2018; Henley i sur., 2017; Urban i Kujinga, 2017
Percipirana izvedivost	Izravan	Tan i sur., 2021; Esfandiar i sur., 2019; Fuller i sur., 2018; Henley i sur., 2017; Urban i Kujinga, 2017
	Neizravan	Esfandiar i sur., 2019
	Pozitivan	Tan i sur., 2021; Esfandiar i sur., 2019; Fuller i sur., 2018; Henley i sur., 2017; Urban i Kujinga, 2017
Sklonost djelovanju	Izravan	Nguyen i Nguyen, 2024; Agu i sur., 2021; Agu i Nwachukwu, 2020; Bui i sur., 2020
	Neizravan	Esfandiar i sur., 2019
	Pozitivan	Nguyen i Nguyen, 2024; Agu i sur., 2021; Agu i Nwachukwu, 2020; Bui i sur., 2020; Esfandiar i sur., 2019
Stav prema promjeni	Izravan	González-López i sur., 2019; St-Jean i Labelle, 2018; Aragon-Sanchez i sur., 2017; Liñán i sur., 2016
	Neizravan	Karimi i Makreet, 2020; St-Jean i Labelle, 2018
	Pozitivan	Karimi i Makreet, 2020; González-López i sur., 2019; St-Jean i Labelle, 2018; Aragon-Sanchez i sur., 2017; Liñán i sur., 2016
Uvjerenja	Izravan	Renko i sur., 2021; Nowiński i sur., 2020
	Neizravan	Palmer i sur., 2021; Laguía i sur., 2019; Botsaris i Vamvaka, 2016
	Pozitivan	Palmer i sur., 2021; Renko i sur., 2021; Nowiński i sur., 2020; Laguía i sur., 2019; Botsaris i Vamvaka, 2016
Vrijednosti	Izravan	Bacq i sur., 2016
	Neizravan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Martínez-González i sur., 2019; Bacq i Alt, 2018; Vuorio i sur., 2018
	Pozitivan	Barba-Sánchez i sur., 2022; Martínez-González i sur., 2019; Vuorio i sur., 2018; Bacq i Alt, 2018; Bacq i sur., 2016
Očekivanja poduzetničkog ishoda	Izravan	Santos i Liguori, 2020; Liguori i sur., 2020; 2018; Pfeifer i sur., 2016
	Neizravan	Liguori i sur., 2020; Pérez-López i sur., 2019; Pfeifer i sur., 2016
	Pozitivan	Santos i Liguori, 2020; Liguori i sur., 2020; 2018; Pérez-López i sur., 2019; Pfeifer i sur., 2016

Analizirana znanstvena istraživanja kognitivnih čimbenika pružaju vrijednu teorijsku osnovu za razumijevanje mehanizama koji oblikuju poduzetničku namjeru, pri čemu se potvrđuje njihova složena i često posredovana povezanost s namjeravanom poduzetničkom aktivnošću. Raznolikost nalaza ukazuje na njihovu složenost i osjetljivost na kontekst, osobito u pogledu subjektivnih normi. Rezultati pojedinih istraživanja ukazuju na potrebu za nijansiranim pristupom interpretaciji kognitivnih varijabli, uz istovremeno priznavanje njihove interakcije s percepcijama, društvenim očekivanjima i konkretnim okolinskim uvjetima.

2.3.1.2. *Osobine ličnosti*

Osobine ličnosti predstavljaju duboko ukorijenjena uvjerenja o tome što je za pojedinca važno, prihvatljivo i poželjno, čime izravno utječu na obrasce mišljenja, interpretaciju situacija i donošenje odluka (Rauch i Frese, 2007). Unutar ove skupine čimbenika posebno se ističu osobine kao što su sklonost preuzimanju rizika, definirana kao spremnost prema donošenju odluka u uvjetima nesigurnosti i potencijalne dvosmislenosti ishoda (Jackson, 1994) te kreativnost, koja se odnosi na sposobnost generiranja novih i korisnih ideja, procesa ili rješenja (Ward, 2004). Proaktivnost, kao trajna sklonost anticipaciji i iniciranju promjena u okruženju, prepoznata je kao važna odrednica poduzetničkog ponašanja (Crant, 1996). Prihvatanje neizvjesnosti označava kognitivno-emocionalnu sposobnost funkcioniranja u nepredvidivim uvjetima s ograničenim informacijama (McMullen i Shepherd, 2006). Nadalje, jedan od ključnih čimbenika koji dodatno diferencira individualne razlike u namjeri jest lokus kontrole, koji reflektira vjerovanje pojedinca u vlastiti utjecaj na ishod životnih događaja (Ehsanfar i sur., 2023; Dinis i sur., 2013; Altinay i sur., 2012; Rotter, 1966). U tom se kontekstu inovativnost, čiji je prethodno spomenuta kreativnost ključni dio, definira kao sposobnost pojedinca da kreira, usvoji i implementira nove ideje koje rezultiraju povećanjem vrijednosti, kako u poslovnom tako i u širem društvenom kontekstu (Mueller i Thomas, 2001). Sposobnost očuvanja funkcionalnosti i usmjerenosti prema ciljevima unatoč prisutnosti izazova i prepreka ogleda se u pojmu otpornosti (Bullough i sur., 2014). Psihološko blagostanje podrazumijeva sveukupno zadovoljstvo i pozitivno emocionalno stanje povezano s osobnim razvojem i svrhovitim djelovanjem (Parasuraman i sur., 1996). Optimizam, definiran kao opća sklonost pozitivnom očekivanju budućih ishoda, prepoznat je kao značajan prediktor poduzetničke namjere jer utječe na način na koji pojedinci percipiraju izazove i procjenjuju vlastite šanse za uspjeh (Jin, 2017; Hmieleski i Baron, 2009). Konačno, samopouzdanje, koje se odnosi na ukupnu percepciju pojedinca o vlastitoj sposobnosti da uspješno izvrši zadatke i ostvari ciljeve,

također se pokazalo važnim unutarnjim čimbenikom u predviđanju poduzetničkog ponašanja (Koellinger, 2008).

Većina analiziranih znanstvenih istraživanja pokazuje kako osobine ličnosti ostvaruju izravan i pozitivan utjecaj na poduzetničku namjeru. Međutim, određeni rezultati ukazuju na složenije obrasce djelovanja u kojima se učinci pojedinih osobina ličnosti manifestiraju i neizravno, putem medijacijskih i moderacijskih varijabli. Te se varijable najčešće odnose na kognitivne mehanizme sadržane u temeljnim modelima poduzetničke namjere. Primjerice, rezultati istraživanja Karimija i sur. (2017) pokazali su kako je unutarnji lokus kontrole značajno povezan s pozitivnim stavom prema poduzetništvu i s percipiranom kontrolom ponašanja, dok je sklonost preuzimanju rizika pokazala statistički značajnu povezanost s percipiranom kontrolom ponašanja te marginalnu s pozitivnim stavom prema poduzetništvu.

Također, u većini je analiziranih znanstvenih istraživanja zabilježeno da određene osobine ličnosti istodobno djeluju kao izravni prediktori poduzetničke namjere i kao čimbenici čiji je utjecaj pojačan ili posredovan utjecajem drugih varijabli. Primjerice, rezultati istraživanja Munir i sur. (2019) pokazali su da osobine ličnosti ostvaruju važan, ali diferenciran utjecaj na poduzetničku namjeru u okviru teorije planiranog ponašanja. Lokus kontrole i proaktivnost pokazali su pozitivan i značajan utjecaj na poduzetničku namjeru, dok se sklonost preuzimanju rizika nije pokazala statistički značajnom. Nadalje, učinci osobina ličnosti djelomično su se prenosili putem triju dimenzija teorije planiranog ponašanja, odnosno putem stava prema ponašanju, subjektivnih normi i percipirane kontrole ponašanja. To potvrđuje njihovu posredničku ulogu u objašnjenju povezanosti između osobina ličnosti i poduzetničke namjere.

Pregled recentnih radova o osobinama ličnosti koje utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 2 na sljedećoj stranici.

Tablica 2. Pregled radova o osobinama ličnosti koje utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Sklonost preuzimanju rizika	Izravan	Munir i sur., 2019; Westhead i Solesvik, 2016
	Neizravan	Munir i sur., 2019; Vuorio i sur., 2018; Karimi i sur., 2017; Roy i sur., 2017
	Pozitivan	Munir i sur., 2019; Vuorio i sur., 2018; Karimi i sur., 2017; Roy i sur., 2017; Westhead i Solesvik, 2016
Kreativnost	Izravan	Cui i Bell, 2022; Shahab i sur., 2019; Biraglia i Kadile, 2017
	Neizravan	Fuller i sur., 2018; Hu i sur., 2018; Biraglia i Kadile, 2017
	Pozitivan	Cui i Bell, 2022; Fuller i sur., 2018; Hu i sur., 2018; Shahab i sur., 2019; Biraglia i Kadile, 2017
Proaktivnost	Izravan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Munir i sur., 2019; Mustafa i sur., 2016
	Neizravan	Munir i sur., 2019; Fuller i sur., 2018; Hu i sur., 2018;
	Pozitivan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Munir i sur., 2019; Fuller i sur., 2018; Hu i sur., 2018; Mustafa i sur., 2016
Prihvatanje neizvjesnosti	Izravan	Bhatti i sur., 2021; López-Núñez i sur., 2020; Chaudhary, 2017; Nasip i sur., 2017
	Neizravan	Altinay i sur., 2022
	Pozitivan	Altinay i sur., 2022; Bhatti i sur., 2021; López-Núñez i sur., 2020; Chaudhary, 2017; Nasip i sur., 2017
Unutarnji lokus kontrole	Izravan	Asante i Affum-Osei, 2019; Munir i sur., 2019; Vodă i Florea, 2019; Karabulut, 2016
	Neizravan	Munir i sur., 2019; Karimi i sur., 2017
	Pozitivan	Asante i Affum-Osei, 2019; Munir i sur., 2019; Vodă i Florea, 2019; Karimi i sur., 2017; Karabulut, 2016
Inovativnost	Izravan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Syed i sur., 2020; Pejic Bach i sur., 2018; Do i Dadvari, 2017; Ozaralli i Rivenburgh, 2016
	Neizravan	Do i Dadvari, 2017
	Pozitivan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Syed i sur., 2020; Pejic Bach i sur., 2018; Do i Dadvari, 2017; Ozaralli i Rivenburgh, 2016
Otpornost	Izravan	Renko i sur., 2021; Mahfud i sur., 2020; Ephrem i sur., 2019; González-López i sur., 2019
	Neizravan	Monllor i Murphy, 2017
	Pozitivan	Renko i sur., 2021; Mahfud i sur., 2020; Ephrem i sur., 2019; González-López i sur., 2019; Monllor i Murphy, 2017

Psihološko blagostanje	Izravan	Akbari i sur., 2024; Margaça i sur., 2021; Chien-Chi i sur., 2020; Miao i sur., 2018
	Neizravan	Akbari i sur., 2024; Doan i sur., 2021; Chien-Chi i sur., 2020
	Pozitivan	Akbari i sur., 2024; Doan i sur., 2021; Margaça i sur., 2021; Chien-Chi i sur., 2020; Miao i sur., 2018
Samopouzdanje	Izravan	Bhatti i sur., 2021; Do i Dadvari, 2017; Nasip i sur., 2017; Micozzi i Lucarelli, 2016
	Neizravan	Do i Dadvari, 2017; Gelaidan i Abdullateef, 2017
	Pozitivan	Bhatti i sur., 2021; Do i Dadvari, 2017; Gelaidan i Abdullateef, 2017; Nasip i sur., 2017; Micozzi i Lucarelli, 2016
Optimizam	Izravan	Haddoud i sur., 2022; Wang i sur., 2021; Hernández-Sánchez i sur., 2020; Bernoster i sur., 2018; Giacomini i sur., 2016
	Neizravan	Wang i sur., 2021
	Pozitivan	Haddoud i sur., 2022; Wang i sur., 2021; Hernández-Sánchez i sur., 2020; Bernoster i sur., 2018; Giacomini i sur., 2016

Analizirana znanstvena istraživanja potvrđuju važnu i višedimenzionalnu ulogu osobina ličnosti pri nastanku poduzetničke namjere. Iako većina zaključaka ukazuje na njihov izravan i pozitivan utjecaj, pojedine osobine ličnosti djeluju i neizravno, posredstvom kognitivnih mehanizama i stavova koji oblikuju percepciju poduzetničkog ponašanja. Ovakvi rezultati naglašavaju potrebu za integriranim pristupom koji povezuje psihološke karakteristike pojedinca s kognitivnim procesima pri nastanku poduzetničke namjere.

2.3.1.3. *Socio-demografski čimbenici*

Važnu skupinu čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru čine socio-demografski čimbenici, pri čemu se osobita pažnja pridaje elementima ljudskog kapitala te obilježjima kao što su dob i spol ispitanika. Dob utječe na poduzetničko ponašanje na složen, nelinearan način, pri čemu različite životne faze donose i određene prednosti i nedostatke. Rezultati brojnih istraživanja upućuju na postojanje obrnuto U-oblikovanog odnosa između dobi i poduzetničke aktivnosti (Syed i sur., 2024; Wickstrøm i sur., 2022; Zhang i Ács, 2018; Minola i sur., 2016). Naime, sklonost pokretanju poduzetničkog pothvata postupno raste tijekom rane „odrasle“ dobi, doseže najvišu razinu u razdoblju kasnih tridesetih do srednjih četrdesetih godina života, a potom se s povećanjem dobi postepeno smanjuje. Primjerice, Lévesque i Minniti (2006) objašnjavaju ovaj obrazac tzv. učinkom dobi, prema kojem stariji pojedinci teže vrednuju neposredne novčane koristi u odnosu na buduće prinose zbog čega češće biraju zaposlenje s

trenutnim dohotkom umjesto poduzetničkih aktivnosti koje zahtijevaju vremenski odmak do ostvarenja prihoda. Time se dob pokazuje kao važan prediktor sklonosti poduzetništvu jer utječe na način na koji pojedinci procjenjuju rizik, potrebno ulaganje i očekivane koristi od poduzetničkog angažmana.

Znanstvena istraživanja sustavno ukazuju kako spol utječe na poduzetničko ponašanje kroz složeni međuodnos čimbenika poput samoučinkovitosti, društvenih normi i stereotipa, itd. Muškarci u pravilu iskazuju višu razinu percipirane samoučinkovitosti te su skloniji pretvaranju poduzetničkih namjera u konkretno djelovanje (Vamvaka i sur., 2020; Bastian i sur., 2019), dok su poduzetničke namjere žena osjetljivije na razinu društvene potpore i kulturne percepcije poduzetništva (Santos i sur., 2016). Smanjivanje spolnih stereotipa i jačanje institucionalnih i društvenih mehanizama potpore mogu pridonijeti smanjenju spolnog jaza u poduzetništvu (Shinnar i sur., 2018; Maes i sur., 2014).

Proučavanjima socio-demografskih čimbenika koji utječu na poduzetničko ponašanje naglasak se stavlja i na elemente ljudskoga kapitala kojima pojedinac raspolaže, kao što su obrazovanje i obuka usmjereni na razvoj poduzetničkih kompetencija te prethodno radno i poduzetničko iskustvo. Istraživanja potvrđuju pozitivnu povezanost između razine obrazovanja i poduzetničkog ponašanja, pri čemu se ističe važnost specifičnih obrazovnih programa koji razvijaju znanja, vještine i samopouzdanje povezano s poduzetničkim djelovanjem (Kuratko, 2005; Zhao i sur., 2005; Davidsson i Honig, 2003). Slično tome, prethodno poduzetničko iskustvo prepoznaje se kao snažan utjecajni čimbenik na poduzetničko ponašanje, budući da pridonosi razvoju specifičnih znanja, otpornosti, društvenog kapitala i osjećaja samoučinkovitosti (Ucbasaran i sur., 2010; 2009; Zhao i sur., 2005). Konačno, prethodno radno iskustvo, iako ne nužno poduzetničke naravi, omogućuje stjecanje specifičnog znanja, razvoj mreža kontakata i dublje razumijevanje poslovnog okruženja. Sve to može olakšati percipiranu izvedivost i potaknuti kognitivne procese koji vode prema poduzetničkom angažmanu (Liguori i sur., 2018; Ucbasaran i sur., 2008; Colombo i Grilli, 2005).

U analiziranim znanstvenim istraživanjima socio-demografski čimbenici ostvaruju značajan, ali nerijetko složen i višesmjerni utjecaj na poduzetničku namjeru. Iako se u većini istraživanja bilježe pretežito pozitivni izravni utjecaji određenih komponenti ljudskog kapitala, osobito obrazovanja i prethodnog iskustva, sve je više dokaza o posrednim i moderirajućim mehanizmima putem kojih ovi čimbenici djeluju na izraženost namjere. Primjerice, rezultati istraživanja Nowińskog i sur. (2019) potvrđuju da obrazovanje i obuka za poduzetničke

kompetencije pozitivno utječe na poduzetničku namjeru izravno, ali i neizravno, prvenstveno putem jačanja percipirane samoučinkovitosti. Autori posebno ističu da programi obrazovanja i obuke za poduzetničke kompetencije, ako se usmjere na tri ključne dimenzije samoučinkovitosti. Ove dimenzije obuhvaćaju prepoznavanje prilika, organiziranje resursa i planiranje i mogu značajno povećati mogućnost nastanka poduzetničke namjere.

O kompleksnosti odnosa socio-demografskih čimbenika i poduzetničke namjere svjedoči i longitudinalno istraživanje Nabija i sur. (2018). Rezultati njihove analize pokazuju da obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije pozitivno djeluju na poduzetničko učenje, samopouzdanje i razumijevanje poduzetničkog procesa, no njihov izravan učinak na poduzetničku namjeru nije uvijek jednoznačan. S jedne strane, takvi programi mogu potaknuti stvaranje namjere kroz povećanje znanja, vještina i osjećaja osnaženosti. S druge strane, kod nekih pojedinaca ovi programi mogu dovesti do slabljenja namjere zbog realističnijeg sagledavanja rizika i nesigurnosti poduzetničkog djelovanja. Stoga se obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije sve više promatraju kao proces koji, osim razvoja sposobnosti, oblikuje i kognitivni okvir unutar kojeg pojedinci procjenjuju vlastitu prikladnost i spremnost za ulazak u poduzetništvo.

Pregled recentnih radova o socio-demografskim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 3.

Tablica 3. Pregled radova o socio-demografskim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije	Izravan	Nowiński i sur., 2019; Nabi i sur., 2018; Maresch i sur., 2016; Westhead i Solesvik, 2016
	Neizravan	Nowiński i sur., 2019; Karimi i sur., 2016
	Pozitivan	Nowiński i sur., 2019; Nabi i sur., 2018; Maresch i sur., 2016; Karimi i sur., 2016; Westhead i Solesvik, 2016
	Negativan	Nabi i sur., 2018
Prethodno radno iskustvo	Izravan	Israr i Saleem, 2018; Aloulou, 2016; Arrighetti i sur., 2016
	Neizravan	Liguori i sur., 2018; Miranda i sur., 2017
	Pozitivan	Israr i Saleem, 2018; Liguori i sur., 2018; Miranda i sur., 2017; Aloulou, 2016; Arrighetti i sur., 2016

Prethodno poduzetničko iskustvo	Izravan	Khoshmaram i sur., 2020; Nguyen i sur., 2019; Aloulou, 2016; Miralles i sur., 2016
	Neizravan	Khoshmaram i sur., 2020; Nguyen i sur., 2019; Liguori i sur., 2018; Miralles i sur., 2016
	Pozitivan	Khoshmaram i sur., 2020; Nguyen i sur., 2019; Liguori i sur., 2018; Aloulou, 2016; Miralles i sur., 2016
Dob	Izravan	Laguía i sur., 2022; Maheshwari, 2021; Badri i Hachicha, 2019; Israr i Saleem, 2018; Ferreira i sur., 2017
	Neizravan	Laguía i sur., 2022
Spol	Izravan	Santos i sur., 2016
	Neizravan	Elnadi i Gheith, 2021; Meoli i sur., 2020; Nowiński i sur., 2019; Santos i sur., 2016; Westhead i Solesvik, 2016

Na temelju prikazanih rezultata analiziranih znanstvenih istraživanja može se zaključiti kako socio-demografski čimbenici imaju složen i višesmjerni utjecaj na poduzetničku namjeru. Njihovi učinci nisu jednoznačni, već se često manifestiraju kroz posredne i moderirajuće mehanizme, osobito putem percipirane samoučinkovitosti, subjektivnih normi i kognitivnih procjena izvedivosti poduzetničkog pothvata. Također, zaključci analiziranih znanstvenih istraživanja upućuju na to da čimbenici poput obrazovanja i obuke za poduzetničke kompetencije, prethodnog radnog i poduzetničkog iskustva, dobi i spola mogu djelovati i poticajno i ograničavajuće, ovisno o kontekstu, kvaliteti iskustava te kognitivnim interpretacijama pojedinaca. Važnost socio-demografskih čimbenika proizlazi iz činjenice da reflektiraju šire obrasce akumuliranih iskustava, društvenih očekivanja i obrazovnih procesa koji oblikuju motivaciju i percepciju poduzetništva.

2.3.1.4. *Osobni pokretači i prepreke*

Za razliku od relativno trajnih obilježja poput kognitivnih procesa, osobina ličnosti i socio-demografskih osobina, osobni pokretači i prepreke odražavaju situacijski osjetljive unutarnje poticaje i barijere koje mogu snažno utjecati na izražavanje poduzetničke namjere. Ovi čimbenici predstavljaju motivacijsku dimenziju poduzetničkog djelovanja te se odnose na individualne procjene i osjećaje koji potiču, ali u određenim okolnostima mogu i otežavati donošenje poduzetničkih odluka. Motivacijski indeks ima veliko značenje u procjeni poduzetničkog ponašanja. Sukladno metodologiji GEM istraživanja, poduzetništvo temeljeno na prilikama podrazumijeva situacije kada pojedinac dobrovoljno pokreće poduzetnički

pothvat radi iskorištavanja uočene tržišne prilike. Najčešće to čini s ciljem ostvarivanja promjene u svijetu, povećanja prihoda ili nastavka obiteljske tradicije. S druge strane, poduzetništvo iz nužde podrazumijeva pokretanje poduzetničkog pothvata zbog izostanka drugih izvora prihoda. Primjerice, nakon gubitka zaposlenja ili zbog ograničenih mogućnosti zapošljavanja (Singer i sur., 2024). U tom se kontekstu potreba za postignućem odnosi na unutarnju težnju pojedinca da nadmaši standarde i potvrdi vlastite sposobnosti kroz konkretna postignuća. Time se ova varijabla često interpretira kao važan motivacijski pokretač koji podupire inicijativu i istrajnost u provedbi poduzetničkih ciljeva (Rauch i Frese, 2007). Strah od neuspjeha, iako naizgled demotivirajući, pokazuje dvoznačnu prirodu. S jedne strane može dovesti do oklijevanja i izbjegavanja rizika, dok s druge može potaknuti proaktivnost, planiranje i pažljiviju pripremu poduzetničkih aktivnosti (Arenius i Minniti, 2005). Težnja za autonomijom, kao univerzalna potreba da se djeluje neovisno i u skladu s vlastitim vrijednostima, također se pokazuje snažnim čimbenikom koji utječe na poduzetničko ponašanje, osobito među onima koji poduzetništvo percipiraju kao način ostvarivanja osobne slobode i kontrole nad profesionalnim putem (Rauch i Frese, 2007). Težnja za društvenim statusom predstavlja unutarnji poticaj na postignuće, priznanje i utjecaj, koji ne samo da pridonosi osobnom uspjehu, već i jača društveni položaj pojedinca kroz stvaranje pozitivne društvene vrijednosti (Hessels i sur., 2008). S druge strane, težnja za zaradom u poduzetništvu proizlazi iz želje za financijskom sigurnošću, višom kvalitetom života i konkretnim pokazateljem uspjeha (Hessels i sur., 2008). Nadalje, težnja za ostvarivanjem ravnoteže između poslovnog i obiteljskog života odnosi se na uspješno usklađivanje zahtjeva koji proizlaze iz poslovne i obiteljske sfere. Ova težnja može značajno utjecati na poduzetničko ponašanje kroz poticanje dobrobiti i motivacije pojedinca (Allen i sur., 2010). Konačno, potraga za izazovima u poduzetništvu predstavlja motivaciju pojedinaca da prepreke doživljavaju kao prilike za osobni rast i razvoj sposobnosti, a ne kao prijetnje. Ona istovremeno potiče pojedinca na promišljeno preuzimanje rizika, inoviranje i ustrajnost unatoč poteškoćama (Barba-Sánchez i Atienza-Sahuquillo, 2012).

U analiziranim znanstvenim istraživanjima osobni pokretači u većini slučajeva predstavljaju poticajne čimbenike koji ostvaruju izravne i neizravne pozitivne učinke na poduzetničku namjeru. Neizravni učinci se ostvaruju putem specifičnih medijacijskih i moderacijskih varijabli, koje se najčešće odnose na temeljne konstrukte predviđene u dominantnim teorijskim modelima poduzetničkih namjera, poput percipirane samoučinkovitosti, percipirane kontrole ponašanja i subjektivnih normi. Primjerice, istraživanje Lihue (2022) pokazuje da očekivanja

povezana s društvenim ugledom imaju značajan pozitivan učinak na poduzetnički stav, koji potom snažno utječe na poduzetničku namjeru. Odnosno, težnja za društvenim statusom kao motivacijski čimbenik potiče pozitivniji odnos prema poduzetništvu i povećava vjerojatnost oblikovanja poduzetničke namjere.

Ipak, motivacijski čimbenici mogu utjecati na poduzetničku namjeru i posredstvom specifičnih i drugih prediktora. Primjerice, istraživanje Balukua i suradnika (2019) pokazuje da je potreba za autonomijom pozitivno povezana s poduzetničkom namjerom te da dodatno pojačava učinke poduzetničkog mentorstva na tu namjeru. Autonomija se pritom pokazala kao univerzalan motivacijski čimbenik čiji se utjecaj ne razlikuje među zemljama niti ovisi o radnom statusu pojedinca. Ovi nalazi upućuju na to da potreba za autonomijom predstavlja stabilan poticaj u oblikovanju poduzetničke namjere, neovisno o kontekstu.

Iznimku u ovoj skupini čimbenika predstavlja strah od neuspjeha, koji se u više istraživanja pokazao kao inhibicijski element. Ovaj strah negativno utječe na izraženost poduzetničke namjere, kako izravno, tako i putem posrednih mehanizama. Primjerice, istraživanje Schmutzlera i sur. (2019) pokazuje da strah od neuspjeha ima neposredan negativan utjecaj na poduzetničku namjeru jer djeluje kao psihološka barijera koja potiskuje inicijativu i ograničava spremnost na preuzimanje rizika. U tom kontekstu, istraživanje Nga i Jenkinsa (2018) ukazuje na posredan utjecaj straha od neuspjeha, koji slabi inače pozitivnu povezanost između poduzetničke samoučinkovitosti i poduzetničke namjere. Posebno je izražen kod pojedinaca koji oklijevaju djelovati zbog bojazni od negativnih društvenih posljedica neuspjeha.

Pregled recentnih radova o osobnim pokretačima i preprekama koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 4 na sljedećoj stranici.

Tablica 4. Pregled radova o osobnim pokretačima i preprekama koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Motivacija	Izravan	Franzke i sur., 2022; Ward i sur., 2019; Perenyi i sur., 2018; Arrighetti i sur., 2016
	Neizravan	Emami i sur., 2022; Ward i sur., 2019
Potreba za postignućem	Izravan	Vodă i Florea, 2019; Farrukh i sur., 2018; Do i Dadvari, 2017; Karabulut, 2016
	Neizravan	Farrukh i sur., 2018; Do i Dadvari, 2017; Karimi i sur., 2017
	Pozitivan	Vodă i Florea, 2019; Farrukh i sur., 2018; Do i Dadvari, 2017; Karimi i sur., 2017; Karabulut, 2016
Potreba za autonomijom	Izravan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Baluku i sur., 2019; Delanoë-Gueguen i Liñán, 2019; Barba-Sánchez i Atienza-Sahuquillo, 2018; Ojiaku i sur., 2018
	Neizravan	Baluku i sur., 2019
	Pozitivan	Al-Mamary i Alshallaqi, 2022; Baluku i sur., 2019; Delanoë-Gueguen i Liñán, 2019; Barba-Sánchez i Atienza-Sahuquillo, 2018; Ojiaku i sur., 2018
Težnja za društvenim statusom	Izravan	Santos, 2024; Ali i sur., 2023; Orlando i sur., 2022
	Neizravan	Lihua, 2022; Luc, 2020
	Pozitivan	Santos, 2024; Ali i sur., 2023; Lihua, 2022; Orlando i sur., 2022; Luc, 2020
Težnja za zaradom	Izravan	Taboroši i sur., 2023; Ukil i sur., 2023; Shi i Wang, 2021; Bhaskar i Garimella, 2017
	Neizravan	Botsaris i Vamvaka, 2016
	Pozitivan	Taboroši i sur., 2023; Ukil i sur., 2023; Shi i Wang, 2021; Bhaskar i Garimella, 2017; Botsaris i Vamvaka, 2016
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života	Izravan	Aloulou i sur., 2024; Donaldson i sur., 2023; Shastri i sur., 2022; Neneh, 2021; St-Jean i Duhamel, 2020
	Neizravan	Neneh, 2021
	Pozitivan	Aloulou i sur., 2024; Donaldson i sur., 2023; Neneh, 2021; St-Jean i Duhamel, 2020
	Negativan	Shastri i sur., 2022
Potruga za izazovima	Izravan	Huang i sur., 2022; Orlando i sur., 2022; Nguyen i sur., 2019; Bhaskar i Garimella, 2017
	Neizravan	Ridwan i sur., 2025
	Pozitivan	Ridwan i sur., 2025; Huang i sur., 2022; Orlando i sur., 2022; Nguyen i sur., 2019; Bhaskar i Garimella, 2017

Strah od neuspjeha	Izravan	Turulja i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Arafat i Saleem, 2017; Camelo-Ordaz i sur., 2016
	Neizravan	Ng i Jenkins, 2018
	Negativan	Turulja i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Ng i Jenkins, 2018; Arafat i Saleem, 2017; Camelo-Ordaz i sur., 2016

Analizirana recentna znanstvena istraživanja potvrđuju da osobni pokretači imaju važnu ulogu u poticanju nastanka poduzetničke namjere, dok osobne prepreke, poput straha od neuspjeha, mogu djelovati inhibicijski. Uloga ovih čimbenika pokazuje se dinamičnom i kontekstualno osjetljivom, pri čemu motivacijski poticaji potiču izražavanje poduzetničkih težnji dok prepreke oblikuju intenzitet i smjer te namjere. Iako većina zaključaka ukazuje na njihov izravan i pozitivan utjecaj, pojedine osobine djeluju i neizravno, posredstvom kognitivnih mehanizama i stavova koji oblikuju percepciju i procjenu poduzetničkog ponašanja. Time se dodatno potvrđuje važnost razumijevanja motivacijskih čimbenika kao varijabilne, ali važne dimenzije u procesu nastanka poduzetničke namjere.

2.3.2. Vanjski čimbenici

Drugu temeljnu kategoriju čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru čine vanjski čimbenici, koji se u literaturi terminološki razlikuju i označavaju kao situacijski, kontekstualni ili okolinski čimbenici (Schlaegel i Koenig, 2014; Lüthje i Franke, 2003; Krueger i sur., 2000). Vanjski čimbenici u pravilu ne djeluju na poduzetničku namjeru izravno, već svoju ulogu ostvaruju posredstvom individualnih perceptivnih i kognitivnih mehanizama (Hou i sur., 2018; Jeger, 2013). Odnosno, način na koji pojedinci doživljavaju i interpretiraju vlastito okruženje, kao i osobne prilike i ograničenja unutar tog okvira, ključan je za oblikovanje njihove poduzetničke namjere.

Za potrebe ovog doktorskog rada, vanjski su čimbenici konceptualizirani kao institucionalni čimbenici, pri čemu se klasificiraju u četiri temeljne kategorije: normativno, kognitivno, regulatorno i gospodarsko okruženje. Ova podjela proizlazi iz institucionalne teorije koja ističe da institucije oblikuju obrasce društvenog djelovanja kroz uspostavu kolektivno prihvaćenih normi, vrijednosti i pravila ponašanja (Scott, 1995; North, 1990). U tom se kontekstu institucije definiraju kao formalna i neformalna pravila koja strukturiraju društvene interakcije, dok se organizacije (uključujući političke, gospodarske, obrazovne i kulturne subjekte), zajedno s

pojedincima (uključujući poduzetnike) promatraju kao društveni akteri čije je djelovanje oblikovano i usmjereno unutar okvira koji te institucije propisuju.

2.3.2.1. *Normativna dimenzija*

Normativna dimenzija institucionalnog okvira obuhvaća neformalne mehanizme društvene regulacije koji se temelje na prevladavajućim vrijednostima, društvenim normama i uvjerenjima, često internaliziranim kroz moralne, etičke ili kulturne obrasce (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000). Ova dimenzija djeluje posredovanjem kolektivnih očekivanja o tome koje je ponašanje društveno prihvatljivo i poželjno, osobito u situacijama u kojima formalna pravila izostaju ili su nedovoljno precizna. Normativna dimenzija odražava razinu društvene i moralne prihvatljivosti poduzetničke aktivnosti, što posljedično značajno utječe na poduzetničke namjere.

Na temelju analiziranih znanstvenih istraživanja može se zaključiti kako normativna dimenzija institucionalnog okruženja ima značajnu, iako ne uvijek izravnu ili pozitivnu, ulogu u oblikovanju poduzetničke namjere. Istraživanja utjecaja normativne dimenzije na poduzetničku namjeru podlogu često pronalaze u četiri glavne Hofstedeove (1980) dimenzije po kojima se društva razlikuju: 1) distanca moći, koja opisuje društvenu želju za hijerarhijom ili jednakošću, 2) individualizam, koji označava društvenu sklonost grupnoj ili individualnoj orijentaciji, 3) maskulinitet, koji se odnosi na diferencijaciju spolnih uloga, 4) izbjegavanje neizvjesnosti kao razina otpora društva prema neizvjesnosti. Primjerice, rezultati istraživanja Schmutzlera i sur. (2019) pokazali su da institucionalni kolektivism negativno utječe na poduzetničku namjeru. Odnosno, što je viša razina kolektivističkih praksi u društvu, to je manja vjerojatnost da će pojedinci razvijati namjeru za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata. Takav rezultat ukazuje na potencijalno obeshrabrujuću ulogu normativnih okruženja koja vrednuju grupnu lojalnost i konformizam, pri čemu se individualna inicijativa i poduzetnički rizik percipiraju kao manje društveno poželjni. Osim opisanog negativnog i izravnog utjecaja institucionalnog kolektivism kao dimenzije normativnog okruženja na poduzetničku namjeru, isto istraživanje (Schmutzler i sur., 2019) potvrđuje da razina kolektivism u društvu moderira odnos između poduzetničke samoučinkovitosti i izraženosti poduzetničke namjere. Naime, u individualističkim kontekstima u kojima pojedinci slobodnije izražavaju svoje ciljeve i aspiracije, poduzetnička samoučinkovitost ima snažniji pozitivan učinak na poduzetničku namjeru. S druge strane, u društvima u kojima prevladava kolektivistički svjetonazor taj je

odnos znatno slabiji. Ovi rezultati potvrđuju da percepcija društvene prihvatljivosti i kulturnih normi predstavlja važan okvir unutar kojega pojedinci interpretiraju vlastite sposobnosti, ambicije i spremnost na ulazak u poduzetništvo.

Pregled recentnih radova o utjecaju normativne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 5.

Tablica 5. Pregled radova o utjecaju normativne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Normativna dimenzija	Izravan	Elnadi i Gheith, 2021; Boldureanu i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Henley, 2017; Adekiya i Ibrahim, 2016
	Neizravan	Elnadi i Gheith, 2021; Schmutzler i sur., 2019
	Pozitivan	Elnadi i Gheith, 2021; Boldureanu i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Henley, 2017; Adekiya i Ibrahim, 2016
	Negativan	Schmutzler i sur., 2019

Društveni vrijednosni sustavi, kulturna očekivanja i kolektivne norme utječu na način na koji pojedinci percipiraju poduzetništvo kao prihvatljiv i poželjan karijerni izbor. Okruženja u kojima je poduzetništvo društveno valorizirano i povezano s pozitivnim osobinama, poput samostalnosti i uspjeha, potiču izraženije poduzetničke namjere te olakšavaju prepoznavanje prilika. Istodobno, rezultati istraživanja upozoravaju na mogući inhibicijski učinak normativnih okruženja utemeljenih na kolektivističkim vrijednostima u kojima se individualna inicijativa manje cijeni, a usklađivanje s grupom i izbjegavanje rizika predstavlja poželjnije obrasce ponašanja. Time se dodatno potvrđuje važnost kontekstualizacije poduzetničkih odluka i ponašanja te nužnost razumijevanja šire društvene klime u kojoj pojedinci razvijaju i izražavaju poduzetničke aspiracije.

2.3.2.2. Kognitivna dimenzija

Kognitivna dimenzija institucionalnog okruženja odnosi se na skup kolektivno dijeljenih znanja, interpretativnih shema i mentalnih modela koji pojedincima omogućuju strukturiranje stvarnosti te prepoznavanje društveno prihvatljivih i izvedivih oblika djelovanja (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000). U području poduzetništva ova

dimenzija obuhvaća dostupnost i prisutnost znanja, vještina i kognitivnih resursa potrebnih za razumijevanje i provedbu poduzetničkih aktivnosti.

U analiziranim znanstvenim istraživanjima kognitivna se dimenzija institucionalnog okruženja najčešće očituje kroz dostupnost obrazovnih i savjetodavnih resursa, iskustva iz neposredne okoline te razinu podrške obitelji, prijatelja i šireg socijalnog okruženja. Ovi čimbenici najčešće ostvaruju pozitivan utjecaj na poduzetničku namjeru, najčešće izravno, ali i neizravno. Primjerice, istraživanje Cuia i Bella (2022) pokazuje da aktivnosti poduzetničkog obrazovanja ostvaruju pozitivan izravan i neizravan utjecaj na poduzetničku namjeru. Izravan učinak proizlazi iz povećanja razine znanja, vještina i razumijevanja potrebnih za prepoznavanje i provedbu poduzetničkih prilika. Neizravni učinak se ostvaruje putem razvoja poduzetničkog načina razmišljanja, koji posreduje odnos između obrazovanja i namjere. Rezultati upućuju na to da institucionalno okruženje koje sustavno potiče stjecanje kognitivnih resursa i sposobnosti značajno pridonosi jačanju poduzetničke namjere pojedinaca.

Međutim, pojedini rezultati ukazuju i na moguće negativne učinke kognitivne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru. Primjerice, u istraživanju koje su proveli Schillo i sur. (2016) ispituje se utjecaj institucionalnih dimenzija na razini države, uključujući regulatornu, normativnu i kognitivnu komponentu na poduzetničku namjeru pojedinaca. Rezultati su pokazali da kognitivna dimenzija institucionalnog okruženja ima negativan učinak na izraženost poduzetničke namjere. Drugim riječima, u kontekstima u kojima su pojedinci u većoj mjeri izloženi poduzetničkim informacijama i znanjima može se pojaviti niža sklonost prema izboru poduzetničke karijere. Autori ovaj, naizgled paradoksalan, nalaz objašnjavaju mogućnošću da intenzivna izloženost kognitivnim resursima dovodi do realističnije percepcije izazova i prepreka povezanih s poduzetništvom, što kod nekih pojedinaca može rezultirati suzdržanošću. Međutim, rezultati dodatne analize interakcijskog učinka ukazuju na to da ova negativna povezanost nije univerzalna. Naime, u slučajevima kada pojedinci iskazuju visoku razinu poduzetničke spremnosti, kognitivna dimenzija institucionalnog okruženja pokazuje pozitivan moderirajući učinak, odnosno pojačava izraženost poduzetničke namjere. To sugerira da snažno razvijeni kognitivni sustavi mogu djelovati poticajno na pojedince koji već imaju jasnu orijentaciju i pripremljenost za ulazak u poduzetništvo. Ovi kognitivni sustavi time pridonose ne samo većoj vjerojatnosti pokretanja poduzetničkih pothvata, već potencijalno i njihovoj višoj kvaliteti.

Pregled recentnih radova o utjecaju kognitivne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 6.

Tablica 6. Pregled radova o utjecaju kognitivne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Kognitivna dimenzija	Izravan	Cui i Bell, 2022; Elnadi i Gheith, 2021; Boldureanu i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Schillo i sur., 2016
	Neizravan	Cui i Bell, 2022; Elnadi i Gheith, 2021; Schillo i sur., 2016
	Pozitivan	Cui i Bell, 2022; Elnadi i Gheith, 2021; Boldureanu i sur., 2020; Schmutzler i sur., 2019; Schillo i sur., 2016
	Negativan	Schillo i sur., 2016

Dostupnost znanja, vještina i institucionalne podrške, kako kroz obrazovni sustav, tako i kroz socijalne mreže, stvara temelje za razvoj poduzetničkog načina razmišljanja, što se u većini istraživanja pokazuje kao poticajan faktor u donošenju poduzetničke odluke. Međutim, istaknuta su i upozorenja da izloženost kognitivnim resursima može, u određenim okolnostima, voditi ka racionalnijem procjenjivanju rizika i izazova, što kod pojedinaca slabije poduzetničke spremnosti može rezultirati suzdržanošću od poduzetničkih aktivnosti. Takvi zaključci upućuju na potrebu za uravnoteženim institucionalnim pristupom koji istodobno potiče razvoj kognitivnih kapaciteta i jača individualnu poduzetničku spremnost.

2.3.2.3. *Regulatorna dimenzija*

U skladu s prethodnim analizama sastavnica institucionalnog okruženja, regulatorna dimenzija predstavlja formalni okvir koji određuje granice, mogućnosti i sigurnost poduzetničkog djelovanja. Regulatorna dimenzija obuhvaća zakone, propise, administrativne procedure, fiskalne politike, tržišne regulative i ostale institucionalne intervencije koje kolektivno definiraju razinu pravne sigurnosti i dostupnosti resursa za potencijalne poduzetnike (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000). U tom smislu regulatorni okvir ne utječe samo na formalne mogućnosti osnivanja i vođenja poduzeća, već posredno djeluje i na percepcije pojedinaca o izvedivosti i atraktivnosti poduzetničkog angažmana.

Analizirana znanstvena istraživanja usmjerena na regulatornu dimenziju najčešće naglašavaju kako različite razine institucionalne podrške, administrativnih prepreka ili regulatorne jasnoće izravno oblikuju sklonost pojedinaca prema pokretanju vlastitog poslovnog pothvata. Ipak, prisutni su i drugačiji uvidi. Primjerice, istraživanje Urbana i Kujinge (2017) pokazuje da pozitivne percepcije regulatornog institucionalnog okruženja imaju neizravan i pozitivan učinak na poduzetničku namjeru putem povećanja percipirane izvedivosti i poželjnosti poduzetničkog djelovanja. Kada pojedinci okruženje doživljavaju kao regulatorno poticajno, odnosno s jasnim pravilima, podrškom i stabilnošću, raste njihovo uvjerenje u mogućnost i atraktivnost pokretanja poduzetničkog pothvata.

S druge strane, istraživanje Renko i sur. (2021) pokazuje da regulatorna dimenzija institucionalnog okruženja, odnosno razina stabilnosti i učinkovitosti institucija, ima različite smjerove i intenzitete utjecaja na poduzetničku namjeru, zavisno od konteksta. U stabilnim institucionalnim uvjetima pozitivna povezanost između poduzetničke samoučinkovitosti i poduzetničke namjere je snažna, dok u nestabilnim i regulatorno slabim okruženjima taj odnos slabi. Istodobno, u nepovoljnim institucionalnim okolnostima dolazi do jačanja pozitivnog utjecaja otpornosti na poduzetničku namjeru.

Pregled recentnih radova o utjecaju regulatorne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 7.

Tablica 7. Pregled radova o utjecaju regulatorne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Regulatorna dimenzija	Izravan	Elnadi i Gheith, 2021; Adekiya i Ibrahim, 2016
	Neizravan	Elnadi i Gheith, 2021; Renko i sur., 2021; Urban i Kujinga, 2017; Schillo i sur., 2016
	Pozitivan	Elnadi i Gheith, 2021; Renko i sur., 2021; Urban i Kujinga, 2017; Adekiya i Ibrahim, 2016; Schillo i sur., 2016
	Negativan	Renko i sur., 2021

Prikazani rezultati potvrđuju da regulatorna dimenzija institucionalnog okruženja igra važnu, ali višeslojnu ulogu u oblikovanju poduzetničke namjere. S jedne strane, formalna jasnoća, stabilnost propisa i dostupnost institucionalne podrške mogu potaknuti osjećaj izvedivosti i

sigurnosti u poduzetnički pothvat. U tom slučaju institucionalna podrška pozitivno utječe na spremnost pojedinca da pokrene vlastiti poduzetnički pothvat. S druge strane, nepovoljni regulatorni uvjeti mogu djelovati demotivirajuće, osobito kada je riječ o pojedincima bez prethodnog poduzetničkog iskustva. Time se dodatno potvrđuje važnost regulatornog okvira ne samo kao strukturnog elementa, već i kao faktora koji kroz kognitivne mehanizme, poput percipirane izvedivosti i poželjnosti, oblikuje način na koji pojedinci interpretiraju svoje šanse za uspjeh.

2.3.2.4. *Gospodarski kontekst*

U literaturi utemeljenoj na institucionalnoj teoriji kao glavne komponente koje utječu na poduzetničku namjeru najčešće se analiziraju normativna, kognitivna i regulatorna dimenzija institucionalnog okruženja. Međutim, ističe se potreba proširenja analitičkog okvira uključivanjem šireg gospodarskog konteksta kao zasebne dimenzije institucionalnog utjecaja. Ovaj kontekst definira dostupnost resursa, dinamiku tržišta i percipirane prilike za pokretanje poslovnih pothvata. Makroekonomski uvjeti, poput stope nezaposlenosti, gospodarskog rasta i tržišnih prilika, imaju izravan ili posredan učinak na poduzetničku namjeru (Nabi i Liñán, 2013; Goethner i sur., 2012; Iakovleva i sur., 2011). U tom smislu, gospodarsko okruženje ne djeluje samo kao objektivna pozadina poduzetničke aktivnosti već i kao važan perceptivni okvir koji oblikuje poduzetničke stavove, motivaciju i namjere.

U okviru analiziranih znanstvenih istraživanja utjecaja gospodarskog konteksta na poduzetničku namjeru posebno se ističe komparativno istraživanje koje su proveli Ozaralli i Rivenburgh (2016). Rezultati ovog istraživanja ukazuju na to da aktualni gospodarski i politički uvjeti u određenoj zemlji mogu imati kontekstualno različit utjecaj na izraženost poduzetničke namjere. Konkretno, studenti iz Sjedinjenih Američkih Država, djelujući u povoljnijem gospodarskom i institucionalnom okruženju, iskazivali su višu razinu namjere za pokretanjem vlastitog posla, dok takav učinak nije potvrđen kod uzorka iz Turske. Ovakvi nalazi upućuju na to da stabilnost i predvidljivost institucionalnog i makroekonomskog okruženja mogu poticati razvoj poduzetničkih namjera, ali da se njihov učinak ostvaruje različito zavisno od stupnja razvijenosti i institucionalne zrelosti pojedine zemlje.

Dok prethodno opisano istraživanje naglašava važnost strukturalnih uvjeta za poticanje poduzetničkih namjera, istraživanje Arrighettija i sur. (2016) proširuje razumijevanje uloge

gospodarskog konteksta, ističući njegov psihološki učinak na pojedinca. Autori pokazuju da percepcija gospodarske krize, iako ne utječe izravno na opću sklonost poduzetništvu, značajno smanjuje percipiranu vjerojatnost stvarne provedbe poduzetničkog pothvata. Kada se razlikuju poduzetnici motivirani prilikama od onih motiviranih nužnošću, rezultati pokazuju da dugotrajna recesija snažnije odvraća pojedince koji u poduzetništvu vide priliku za rast i razvoj od onih koji ga doživljavaju kao izlaz iz egzistencijalnih ograničenja. Time se potvrđuje da gospodarski kontekst ne utječe samo na razinu izraženosti poduzetničke namjere, već i na njezinu motivacijsku strukturu.

Pregled recentnih radova o utjecaju gospodarskog konteksta na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja, prikazan je Tablicom 8.

Tablica 8. Pregled radova o utjecaju gospodarskog konteksta na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Utjecaj	Autor(i)
Gospodarski kontekst	Izravan	Galvão i sur., 2017; Arrighetti i sur., 2016; Ozaralli i Rivenburgh, 2016
	Neizravan	Block i sur., 2019; Munir i sur., 2019
	Pozitivan	Block i sur., 2019; Munir i sur., 2019; Galvão i sur., 2017; Arrighetti i sur., 2016; Ozaralli i Rivenburgh, 2016
	Negativan	Arrighetti i sur., 2016; Ozaralli i Rivenburgh, 2016

Gospodarski kontekst predstavlja važnu nadopunu institucionalnog okvira pri analizama čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru. Kao dimenzija koja djeluje istodobno objektivno i perceptivno, gospodarsko okruženje utječe ne samo na ocjenu izvedivosti, već i na oblikovanje motivacije i percipiranih prilika za poduzetnički angažman. Makroekonomski uvjeti, poput stabilnosti tržišta, ekonomske sigurnosti i dostupnosti resursa, mogu znatno potaknuti ili ograničiti izražavanje i provedbu poduzetničkih namjera. Recentna istraživanja upućuju na to da gospodarski čimbenici ne djeluju jednako na sve poduzetnike, već je njihov učinak također određen vrstom motivacije, bilo da se radi o prepoznatoj prilici ili nuždi.

Na koncu, valja istaknuti kako se sve prethodno razmatrane skupine čimbenika, bilo da je riječ o individualnim karakteristikama ili institucionalnim uvjetima, u suvremenim istraživanjima poduzetničke namjere sve češće promatraju u odnosu na specifični kontekst u kojem se

pojedina nalazi. Pri tome se regionalna razina analize izdvaja kao posebno važna za razumijevanje složenih međuodnosa između čimbenika i poduzetničkih ishoda (Stuetzer i sur., 2014; Liñán i sur., 2011; Davidsson, 1995). Pojam konteksta se ne odnosi samo na nacionalnu razinu, već uključuje i geografske i administrativne subnacionalne jedinice. Dok su pojedina istraživanja usmjerena na usporedbe poduzetničkih namjera među različitim državama (Nowiński i sur., 2019; Fitzsimmons i Douglas, 2011; Liñán i Chen, 2009), sve je više istraživanja koja prepoznaju važnost subnacionalne razine. Na njoj se ističu regije, lokalne zajednice, industrijske zone i klasteri kao autonomni kontekstualni utjecaji na poduzetničke odluke (Stuetzer i sur., 2014; Kibler, 2013; Dohse i Walter, 2012). Unutar višeslojnog institucionalnog utjecaja specifične institucionalne konfiguracije na lokalnoj razini dodatno oblikuju uvjete za razvoj poduzetničke aktivnosti (Thornton i sur., 2011; Welter i Smallbone, 2011). Prepoznavanje važnosti regionalnog konteksta omogućuje oblikovanje potpornih mjera i intervencija koje su usklađene s lokalnim specifičnostima, čime se potiče razvoj održivih i učinkovitih poduzetničkih ekosustava. Takav pristup odražava sociološki utemeljenu perspektivu u kojoj se poduzetničke odluke promatraju kroz međuodnos individualnog djelovanja i strukturnih karakteristika društvenog okruženja.

Uvidi predstavljeni u ovom poglavlju potvrđuju kompleksnost i višedimenzionalnost poduzetničke namjere kao važnog koncepta u istraživanjima poduzetništva. Analizom dosadašnjih teorijskih pristupa i empirijskih rezultata pokazuje se da na oblikovanje poduzetničke namjere utječe širok spektar čimbenika, od kognitivnih procesa, osobina ličnosti i individualnih motivacijskih pokretača, preko socio-demografskih obilježja sve do normativnih, kognitivnih, regulatornih i gospodarskih karakteristika institucionalnog okruženja. Ova sveobuhvatnost teorijskih i empirijskih modela omogućuje preciznije razumijevanje poduzetničke namjere, ali i pruža čvrst okvir za analizu ponašanja stvarnih poduzetnika u različitim fazama njihova profesionalnog ciklusa. Naime, važno je naglasiti kako su dosadašnja istraživanja većinom usmjerena na ispitivanje namjere pokretanja poduzetničkih pothvata kod potencijalnih poduzetnika koji još nisu ostvarili poduzetnički angažman. Time se zanemaruje važna kategorija onih poduzetnika koji su već proveli svoju namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata te se suočavaju s novim izazovima i odlukama poput prilagodbe poslovanja, redefiniranja tržišnih strategija ili promjene gospodarske djelatnosti. Kako bi znanstvenici uistinu donijeli valjane zaključke o poduzetništvu i poduzetničkoj namjeri, potrebno je proučavati stvarne poduzetnike koji se bave poduzetništvom (Dana i Dana, 2005;

Grilo i Thurik, 2005), kao što je slučaj s „odraslim“ poduzetnicima koji prilagođavaju poslovanje svojih poduzetničkih pothvata promjenom glavne gospodarske djelatnosti.

Upravo u tom segmentu ovaj doktorski rad nastoji ostvariti znanstveni i praktični doprinos. Polazeći od širokog spektra čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru, otvara se mogućnost njihove primjene i prilagodbe na specifičan kontekst, odnosno namjeru promjene gospodarske djelatnosti kod „odraslih“ poduzetnika. Takav pristup omogućuje obuhvaćanje ključnih teorijskih koncepata unutar šireg okvira analize poduzetničkog ponašanja. Time se stvara osnova za razumijevanje namjere ne samo kao ulazne točke u poduzetništvo, već i kao kontinuiranog procesa koji se može ponovno aktivirati i usmjeriti prema strateškim promjenama u poslovanju. Stoga ovaj doktorski rad ne samo da adresira postojeću istraživačku prazninu, već i ukazuje na važnost promišljanja poduzetničke namjere kao koncepta koji obuhvaća sve faze poduzetničkog djelovanja, od oblikovanja do ponovnog definiranja poduzetničkih ciljeva u svjetlu promjenjivih osobnih, tržišnih i društvenih okolnosti.

3. Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu

Razlikovanjem obilježja poduzetničkog ponašanja u različitim fazama poduzetničkog procesa moguće je oblikovati politike i programe podrške koji su prilagođeni specifičnim potrebama poduzetnika. Na taj se način omogućuje učinkovitija raspodjela resursa te optimizacija instrumenata poticanja poduzetničke aktivnosti (Goel i Nelson, 2023; Hörisch i sur., 2018).

U skladu s time, ovo poglavlje pruža pregled sveobuhvatnog okvira koji naglašava važnost kontekstualiziranog pristupa proučavanju ponašanja „odraslih“ poduzetnika. Kako bi se osigurao sustavan pristup analizi, poglavlje najprije razmatra konceptualno određenje pojma „odrasli poduzetnik“ pri čemu se ističe važnost jasnog diferenciranja ove skupine u odnosu na poduzetnike u ranijim fazama poduzetničkog procesa. Time se postavlja teorijska osnova za razumijevanje njihovih specifičnih obilježja i uloge u gospodarskom sustavu. U nastavku se pozornost usmjerava na osnovne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika. Pri tome se analiziraju unutarnji, odnosno osobni ili individualni te vanjski, odnosno situacijski ili kontekstualni čimbenici koji oblikuju njihove aktivnosti, strategije i obrasce donošenja odluka. Konačno, poglavlje završava razmatranjem uloge „odraslih“ poduzetnika u poduzetničkom ekosustavu. Pri tome se njihova individualna obilježja i obrasci ponašanja stavljaju u širi društveno-gospodarski okvir te se promatra njihov doprinos inovacijama, zapošljavanju i regionalnom razvoju. Na taj se način osigurava usklađen prikaz u kojemu se od teorijskog određenja „odraslih“ poduzetnika prelazi na analizu čimbenika njihova ponašanja, a zatim i na širi kontekst u kojemu se njihovo djelovanje ostvaruje.

3.1. Konceptualno određenje pojma „odrasli“ poduzetnik

U znanstvenoj i stručnoj literaturi ne postoji jedinstveno prihvaćena definicija pojma „odrasli“ poduzetnik. Najčešće se koristi termin etablirani poduzetnik (engl. *established entrepreneur*), kojim se označavaju pojedinci koji su prošli početne faze poslovanja te uspješno održavaju poduzetnički pothvat kroz dulje vremensko razdoblje. Međutim, zbog različitih teorijskih polazišta i metodoloških pristupa, u literaturi se razvilo više kriterija za definiranje „odraslih“ poduzetnika. Guerrero i sur. (2021) predlažu četiri glavna pristupa konceptualizaciji ovog pojma, utemeljena na prethodnim istraživanjima i empirijskim nalazima:

1. Prvi se pristup temelji na vremenskom kriteriju, odnosno starosti poduzeća. Prema standardima istraživačkog okvira GEM, poduzetnici čija poduzeća posluju dulje od 42

mjeseca smatraju se „odraslima“. Ovaj prag označava prijelaz iz rane faze poduzetničkog procesa, obilježene visokom razinom rizika i neizvjesnosti, u fazu stabilnog i održivog poslovanja. De Sordi i sur. (2025) analizirali su percepcije uspješnih poduzetnika o minimalnom vremenskom razdoblju potrebnom da bi poduzetnički pothvat stekao status etabliranog i legitimnog. Rezultati su potvrdili prag od 42 mjeseca kao vremensko razdoblje nakon kojega se poduzetnički pothvati percipiraju kao niskorizični od strane kupaca.

2. Drugi pristup definiciju „odraslih“ poduzetnika povezuje s veličinom poduzetničkog pothvata i sektorom poslovanja. Definicija se temelji na kriterijima poput broja zaposlenika, razine tržišne prisutnosti ili pripadnosti određenom industrijskom sektoru.
3. Treći pristup polazi od demografskih obilježja vlasnika poduzetničkog pothvata. Pri tome se uzimaju u obzir varijable poput spola, generacijske pripadnosti, imigrantskih skupina, etničke pripadnosti ili djelovanja u depriviranim područjima. U tim se slučajevima poduzetnici smatraju „odraslima“ ako posjeduju registrirano poduzeće, zapošljavaju radnu snagu, posluju kroz dulje vremensko razdoblje te su integrirani u lokalne ekonomske mreže.
4. Četvrti pristup definiciju „odraslih“ poduzetnika povezuje s razinom inovativnosti. „Odraslim“ poduzetnicima smatraju se oni čiji se pothvati nalaze u fazi ekspanzije, posluju u visokotehnološkim sektorima i aktivno razvijaju nove proizvode i usluge.

Opisani pristupi pokazuju određena ograničenja. Vremenski kriterij reducira složenost poduzetničkog iskustva na broj godina poslovanja, kriteriji veličine i sektora u prvi plan ističu određene tipove poduzetničkih pothvata dok demografski i inovacijski pristupi otvaraju pitanja heterogenosti unutar same skupine „odraslih“ poduzetnika. Osim toga, većina ovih pristupa temelji se na kvantitativno mjerljivim kriterijima, dok se subjektivne dimenzije poput motivacije, osobnih ciljeva ili kulturnog konteksta poduzetnika često zanemaruju. U ovom se doktorskom radu polazi od konceptualnog određenja „odraslog“ poduzetnika koje kombinira vremensku dimenziju s naglaskom na stabilnost poslovanja i aktivnu prisutnost u gospodarskom sustavu. Takvo određenje omogućuje usklađivanje s međunarodno prihvaćenim empirijskim standardima, poput onih koje primjenjuje GEM istraživanje pri razlikovanju novih i etabliranih poduzetnika. Time se osigurava teorijska i metodološka dosljednost u analizi čimbenika koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Iako se, kako je još davno istaknuo Mintzberg (1973) i menadžeri, u određenim okolnostima mogu ponašati poduzetnički, u fokusu GEM istraživanja, kao i ovog dokorskog rada, nalaze se isključivo poduzetnici koji

su vlasnici i upravitelji poduzetničkih pothvata. Time se naglasak stavlja na poduzetničko ponašanje u užem smislu.

Neovisno o postojanju različitih uvida u pogledu definiranja „odraslih“ poduzetnika, dosadašnji zaključci iz literature ukazuju na činjenicu da su suvlasnici „odraslih“ poduzetničkih pothvata aktivno uključeni u svakodnevno upravljanje njime. Ovi su poduzetnici odgovorni za raspodjelu resursa unutar poduzetničkog pothvata. Njihove odluke o ulaganjima, zapošljavanju i operativnim strategijama izravno utječu na uspješnost poduzetničkog pothvata i, posljedično, na gospodarstvo (Kim i Nguyen, 2024). Kao vlasnici i menadžeri, „odrasli“ poduzetnici ovlašteni su donositi strateške odluke bez potrebe za odobrenjem od strane vanjskih dionika. Ta autonomija omogućuje brže donošenje odluka, što može biti ključno na dinamičnim tržištima. Na primjer, u kontekstu internacionalizacije, iskustva i vodstvo „odraslih“ poduzetnika su ključni (Schönbauer, 2023). Njihova sposobnost snalaženja na međunarodnim tržištima i iskorištavanje jedinstvenih snaga može poduzeće dovesti do uspješne internacionalizacije.

Navedeno ukazuje na važnost „odraslih“ poduzetnika kao nositelja stabilnosti i dugoročnog stvaranja vrijednosti u gospodarskom sustavu. Interpretacija uloge „odraslih“ poduzetnika zahtijeva šire analitičko sagledavanje jer kvantitativni pokazatelji ne otkrivaju u dovoljnoj mjeri unutarnje procese, motivacijske obrasce i kontekstualne čimbenike koji oblikuju ponašanje poduzetnika u ovoj fazi. Upravo time se otvara prostor za istraživački doprinos ovog doktorskog rada, koji polazi od GEM standarda u definiranju „odraslih“ poduzetnika, ali ih nadopunjuje kvalitativnim pristupom usmjerenim na razumijevanje čimbenika koji utječu na njihove namjere promjene gospodarske djelatnosti. Na taj način se osigurava usklađenost s međunarodnim empirijskim okvirom i dublji uvid u dinamiku poduzetničkog ponašanja u hrvatskom regionalnom kontekstu.

3.2. Osnovne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika

„Odrasli“ se poduzetnici suočavaju s izazovima koji uključuju kontinuirani rast, prilagodbu konkurencijskim pritiscima i osiguravanje resursa za širenje. Za razliku od početnih faza poduzetničkog procesa, naglasak se kod „odraslih“ poduzetnika premješta s operativnog i kratkoročnog odlučivanja na strateško i dugoročno usmjeravanje (Mitchelmore i Rowley, 2010; Armstrong i Hird, 2009). Njihova uspješnost ovisi o integraciji upravljačkih vještina i

poduzetničke fleksibilnosti, uz razvoj kompetencija poput oblikovanja i provedbe strategije, delegiranja, izgradnje organizacijskih kapaciteta i upravljanja mrežama dionika.

Premda takvi zahtjevi podrazumijevaju posjedovanje određenih menadžerskih vještina, „odrasli“ poduzetnici ne mogu se svesti na ulogu menadžera u klasičnom smislu. Kako bi se bolje razumjele specifičnosti ponašanja „odraslih“ poduzetnika u odnosu na menadžere, potrebno je osloniti se na nalaze znanstvenih istraživanja koja uspoređuju psihološke osobine, kognitivne stilove i organizacijske uloge ovih dviju skupina. Begley i Boyd (1987a) utvrdili su da poduzetnički pothvati kojima upravljaju vlasnici ostvaruju veće stope rasta u odnosu na one pod menadžerskim vodstvom dok je kod menadžera kompetitivnost pozitivno povezana s financijskim rezultatima, što nije potvrđeno kod poduzetnika. U kasnijem su se radu isti autori (Begley i Boyd, 1987b) usmjerili na psihološke dimenzije te utvrdili da vlasnici poduzetničkih pothvata iskazuju višu razinu potrebe za postignućem, veću sklonost riziku i veću toleranciju neizvjesnosti u odnosu na menadžere. U sličnom su tonu rezultati istraživanja Brandstättera (1997) pokazala da su vlasnici-osnivači poduzetničkog pothvata emocionalno stabilniji i neovisniji od onih koji su preuzeli već postojeće pothvate. Upravo su te osobine bile povezane s višim zadovoljstvom poduzetničkom ulogom, boljim poslovnim ishodima, sklonošću da uspjehe i neuspjehe objašnjavaju vlastitim odlukama i djelovanjem kao i većom spremnošću na širenje poslovanja. Među recentnim istraživanjima osobina ličnosti ističe se ono Janowskog i Szczepańska-Przekote (2022), koji su pokazali da se uspješni „odrasli“ poduzetnici u turbulentnim institucionalnim okruženjima razlikuju od visokorangiranih zaposlenika osobito u pogledu više razine ekstraverzije, koja je povezana s poduzetničkom učinkovitošću.

Na osobine ličnosti i psihološke razlike nadovezuju se i kognitivne značajke. Allinson i sur. (2000) utvrdili su da uspješni „odrasli“ poduzetnici imaju izraženiju intuitivnu orijentaciju u odnosu na menadžere na nižim i srednjim razinama dok se po tom kriteriju ne razlikuju od viših menadžera i izvršnih direktora. Ulogu kognitivnih stilova dodatno razrađuju Armstrong i Hird (2009), naglašavajući važnost intuitivnog mišljenja i poduzetničkog nagona. Njihovi zaključci pokazuju da poduzetnici općenito češće od nepoduzetnika koriste intuitivne, a manje analitičke oblike obrade informacija. Analiza faza poduzetničkog procesa otkriva da je taj nagon izraženiji u ranim fazama dok se kod „odraslih“ poduzetnika transformira u stabilnije i racionalnije obrasce ponašanja. Na važnost osobina i kognitivnih stilova nadovezuje se istraživanje Koellingera i sur. (2007), koje ističe percepcijske i socio-demografske čimbenike kao ključne u oblikovanju poduzetničkog ponašanja. Autori su utvrdili da poduzetnici,

uključujući i „odrasle“, češće od nepoduzetnika vjeruju u vlastite vještine, prepoznaju prilike, koriste šire mreže i manje ih obeshrabruje strah od neuspjeha.

Uz psihološke i kognitivne razlike važnim se pokazuje i analiza načina donošenja strateških odluka. Perks i Hughes (2008) utvrdili su da kod internacionalizacije srednje velikih poduzeća ključnu ulogu ne igraju kulturni i industrijski kontekst ni ograničeni resursi već povezanost s kupcima, implicitna znanja, vizije i složenost proizvoda ili usluga, što je u suprotnosti s dominantnim teorijskim postavkama (Busenitz i sur., 2000). Ovi zaključci pokazuju da „odrasli“ poduzetnici, za razliku od članova uprava i menadžera, odluke o širenju donose promišljeno, oslanjajući se na vlastite resurse i mreže. Pri tome čimbenik njihove spremnosti na rizik ima presudnu ulogu u donošenju te odluke.

Dok su razlike između „odraslih“ poduzetnika i menadžera važne za razumijevanje njihovih organizacijskih uloga i psiholoških obilježja, jednako je važno naglasiti da se poduzetničko ponašanje mijenja i tijekom samog poduzetničkog procesa. U nastavku se analiziraju znanstvena istraživanja koja potvrđuju promjene obrazaca ponašanja, pružajući uvid u ključne čimbenike koji razlikuju ponašanje poduzetnika u ranim fazama poduzetničkog procesa i „odraslih“ poduzetnika. Polazeći od kognitivnih i perceptivnih aspekata, Mueller i sur. (2012) naglasili su kako poduzetnici u fazi pokretanja poduzetničkog pothvata i „odrasli“ poduzetnici djeluju u dinamičnom okruženju u kojem je ključno prepoznavanje prilika i komunikacija s dionicima, s određenim razlikama. Dok poduzetnici u fazi pokretanja više pažnje posvećuju praćenju vanjskog okruženja i analitičkim zadacima, „odrasli“ poduzetnici usmjeravaju se na jačanje internih procesa, razvoj organizacijskih kapaciteta i strukturiranje poslovanja. Na obrasce ponašanja dodatno ukazuje Poblete (2018), koji pokazuje da inovativnost potiče viša očekivanja rasta, pri čemu iskustvo ublažava odnos između strateške orijentacije i povjerenja u inovacije. Poduzetnici početnici često precjenjuju potencijal rasta zbog ograničenog iskustva i prevelikog optimizma, dok „odrasli“ poduzetnici, koji su prošli selektivne tržišne procese, daju opreznije i realističnije procjene. Na temu očekivanja rasta nadovezuju se istraživanja koja povezuju fazu razvoja poduzetničkog pothvata s financijskim ishodima i subjektivnim blagostanjem poduzetnika. Primjerice, Lukeš i Zouhar (2024) utvrdili su da poduzetnici u ranim fazama poduzetničkog procesa raspolažu nižim dohotkom, nezadovoljniji su financijskom situacijom i češće se suočavaju s poteškoćama u odnosu na „odrasle“ poduzetnike. Ipak, unatoč slabijoj materijalnoj poziciji, njihova subjektivna razina blagostanja ostaje slična. Uz proučavanje potencijalnih razlika u blagostanju, istraživanja kognitivnih

čimbenika naglašavaju i različite obrasce učenja s obzirom na fazu razvoja poduzetničkog pothvata. Ranabahu i Barrett (2020) zaključili su da poduzetnici početnici češće primjenjuju svjesno usmjerene pokušaje poboljšanja izvedbe, dok se „odrasli“ poduzetnici oslanjaju na institucionalizirane rutine i akumulirano iskustvo. Pritom se efektualna logika češće povezuje s ranim fazama i visokom neizvjesnošću dok kauzalna logika prevladava u zrelijim fazama gdje je naglasak na strukturiranju poslovanja. Na važnost logike djelovanja ukazuje i ranije provedeno istraživanje Reada i sur. (2009). Rezultati su pokazali da za razliku od poduzetnika početnika, koji češće uče kroz obrasce ponavljanja i metode pokušaja i pogreške te menadžera, koji se oslanjaju na prediktivne metode, iskusni poduzetnici razvijaju specifičan pristup suočavanju s neizvjesnošću temeljen na efektualnoj logici i aktivnom oblikovanju tržišnih prilika.

Uz kognitivne značajke, među unutarnjim čimbenicima koji razlikuju ponašanje i djelovanje poduzetnika u različitim fazama poduzetničkog procesa važnu ulogu imaju i socio-demografske osobine. Robichaud i sur. (2007) analizirali su osobne i organizacijske čimbenike uspjeha poduzetnica i poduzetnika te pokazali kako se ti obrasci ponašanja razlikuju. Uspjeh „odraslih“ poduzetnica u većoj je mjeri povezan s profesionalnim i životnim iskustvom, dok „odrasli“ poduzetnici više zavise od formalnog obrazovanja i obiteljskog statusa. U ranim fazama važnu ulogu imaju i individualni i organizacijski čimbenici dok u kasnijim fazama obrazovanje postaje presudno, s izraženijim učinkom kod muškaraca. Na temu spolnih razlika nadovezuje se i istraživanje Klyvera i Terjesen (2007), u kojem se analizirao sastav mreža poduzetnika kroz četiri faze poduzetničkog procesa. Rezultati pokazuju da poduzetnice u ranim fazama imaju manji udio muškaraca u svojim socijalnim mrežama u odnosu na muške poduzetnike no kako pothvat napreduje te se razlike smanjuju. Također, rezultati pokazuju kako u fazi „odraslih“ poduzetnika mreže žena i muškaraca postaju slične, što upućuje na to da poduzetnice koje dugoročno opstaju prilagođavaju strukturu svojih mreža obrascima karakterističnim za muške kolege. Povezujući spolne razlike s raspolaganjem resursima, Hampton i sur. (2011) istraživali su iskustva poduzetnica u sektorima znanosti, inženjerstva i tehnologije gdje dominiraju muškarci. Rezultati pokazuju da su poduzetnice u ranim fazama poduzetničkog procesa često preferirale ženske mreže radi izgradnje samopouzdanja, ali su ubrzo prepoznale nužnost širenja veza za rast pothvata, budući da je ograničen broj žena u tim sektorima smanjivao dostupne prilike. Konačno, Peroni i sur. (2016) pokazali su na primjeru Luksemburga, zemlje u kojoj gotovo polovicu stanovništva čine imigranti, da su poduzetničke težnje najizraženije među imigrantima prve generacije, osobito visokoobrazovanima, no te

razlike postupno nestaju kako poduzetnički pothvat sazrijeva. U fazi „odraslih“ poduzetnika obrasci ponašanja više se ne razlikuju značajno od domicilnog stanovništva.

Usko povezani uz socio-demografske osobine su i motivacijski obrasci. Pfeifer i Šarlija (2024) utvrdile su da „odrasli“ poduzetnici u RH, osobito oni motivirani željom za ostavljanjem društvenog traga ili izgradnjom značajnog bogatstva, pokazuju veću predanost ciljevima održivog razvoja od poduzetnika u ranoj fazi poduzetničkog procesa, što je suprotno rezultatima ranijih istraživanja (Hörisch i sur., 2019). Ovi rezultati potvrđuju da orijentacija prema održivosti nije statična, već se mijenja kroz faze poduzetničkog procesa i oblikuje u interakciji individualnih motiva i kontekstualnih uvjeta. Na dinamiku motivacijskih obrazaca u kriznim okolnostima (pandemija koronavirusa) ukazuju Calvo i sur. (2024). Njihovi rezultati pokazuju da poduzetnici u ranim fazama poduzetničkog procesa odluke o rastu temelje na kratkoročnim ekonomskim projekcijama, dok „odrasli“ poduzetnici pokazuju ambicioznije razvojne ciljeve i pritom se oslanjaju na iskustva i znanja iz mreža poduzetničkih uzora. Rezultati također ukazuju na spolne razlike, budući da se utjecaj motivacije i uloge društvenih uzora na očekivanja rasta razlikuje između muškaraca i žena.

Uz unutarnje čimbenike, važno je razmotriti i institucionalni kontekst. Bosma i Schutjens (2011) naglašavaju važnost institucionalnih, ekonomskih i demografskih čimbenika analizom nacionalnih i regionalnih razlika u poduzetničkim stavovima i aktivnostima, pri čemu se za „odrasle“ poduzetnike posebno naglašava uloga samoprocjene sposobnosti i percepcije prilika u održavanju i konsolidaciji poslovanja. Zaključci također potvrđuju da urbane regije i područja s većom koncentracijom *start-upova* potiču rane faze poduzetništva dok su za stabilnost i dugovječnost „odraslih“ poduzetničkih pothvata presudni kvalitetan institucionalni okvir i dugoročna stabilnost okruženja. U tom kontekstu, Guerrero i sur. (2021) analiziraju kako elementi poduzetničkog ekosustava oblikuju ponašanje poduzetnika u različitim fazama poduzetničkog procesa. U ranim fazama ključni poticaji uključuju profesionalnu podršku, inkubatore i akcelerate, umrežavanje te ulaganja u istraživanje i razvoj, dok najveće prepreke čine ograničeni izvori financiranja, nepovoljni uvjeti na tržištu rada i društvene norme koje ne podržavaju poduzetništvo. Za „odrasle“ poduzetnike uspjeh se u većoj mjeri oslanja na učinkovitost pravnog sustava, porezne i regulatorne okvire, dostupnost kredita i institucionalnu podršku. Nastavno na regulatornu dimenziju institucionalnog okruženja, Goel i Nelson (2023) pokazali su da demokratski režimi pozitivno potiču razvoj „odraslih“ poduzetnika dok na

poduzetnike početnike ne djeluju značajno. S druge strane, korupcija predstavlja značajnu prepreku za obje skupine, ali osobito ograničava razvoj „odraslih“ poduzetnika.

U skladu s naglaskom na isprepletenost unutarnjih i vanjskih čimbenika, Dileo i García Pereiro (2019) analizirali su utjecaj socio-demografskih, kognitivnih, institucionalnih i makroekonomskih obilježja kroz različite faze poduzetničkog procesa. Njihovi rezultati pokazuju da kognitivne varijable, poput vjere u vlastite sposobnosti i prepoznavanja prilika, imaju presudnu ulogu u ranim fazama, ali gube na važnosti u zrelijim fazama poduzetničkog procesa. Obrazovanje potiče ulazak u poduzetništvo, ali njegov se utjecaj smanjuje pa čak postaje i negativan u kasnijim fazama poduzetničkog procesa. Na institucionalnoj razini, sloboda osnivanja i povoljan porezni okvir najviše pridonose početnim fazama poduzetničkog procesa, dok se održivost „odraslih“ poduzetnika snažnije povezuje s makroekonomskim uvjetima i dugoročnom stabilnošću okruženja. Konačno, kombinacija unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na ponašanje „odraslih“ poduzetnika posebno dolazi do izražaja pri istraživanjima u specifičnim sektorima. Pindado i Sánchez (2017) pokazali su da poduzetnici početnici u poljoprivredi iskazuju snažniju poduzetničku orijentaciju, odnosno veću sklonost riziku, proaktivnost i inovativnost, u odnosu na „odrasle“ poduzetnike, koji se pokazuju manje skloni inovacijama i više usmjereni na stabilnost. Dok početnici u poljoprivredi nisu iskazivali slabiji poduzetnički potencijal u usporedbi s kolegama u drugim sektorima, „odrasli“ poduzetnici u poljoprivredi pokazali su niže razine poduzetničkih sposobnosti u odnosu na kolege izvan tog sektora.

Polazeći od prethodno izloženih razlika između „odraslih“ poduzetnika i menadžera te „odraslih“ poduzetnika i onih u ranijim fazama poduzetničkog procesa, u nastavku se fokus usmjerava na čimbenike koji utječu na ponašanje „odraslih“ poduzetnika, bez eksplicitnih usporedbi s drugim dionicima poduzetničkog ekosustava. Ističući višedimenzionalne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika, Honig (2001) je usmjerio istraživanje na specifične izazove s kojima se suočavaju „odrasli“ poduzetnici u okruženjima obilježenima političkim i gospodarskim nestabilnostima. Analizom je utvrđeno da formalno obrazovanje vlasnika pozitivno utječe na profitabilnost, osobito u mikro poduzećima, dok kod većih pothvata prevagu imaju financijski kapital i organizacijsko upravljanje. Istraživanje Ayale Calvo i Manzana Garcíe (2010) obuhvaćeni su čimbenici ljudskog kapitala (obrazovanje, iskustvo, lokus kontrole, potreba za postignućem i otpornost), obilježja samog poduzetničkog pothvata (početni financijski resursi, broj partnera, intenzitet i širina vanjske komunikacije) te

čimbenici poslovnog okruženja. Svi analizirani elementi pokazali su pozitivan utjecaj na uspjeh „odraslih“ poduzetnika, pri čemu se veličina poduzetničkog pothvata istaknula kao ključan moderator. Posebno se pokazalo da obrazovanje i otpornost snažnije pridonose uspjehu u manjim poduzetničkim pothvatima. Na analizu ljudskog kapitala nadovezuje se konceptualni model Ácsa i sur. (2010), koji sistematizira ključne čimbenike poduzetničkog ponašanja u zrelijim fazama razvoja pothvata. Model obuhvaća četiri skupine odrednica: 1) orijentaciju na prilike, koja uključuje percepciju i motivaciju za prepoznavanje prilika te kulturološku podršku poduzetništvu, 2) individualne sposobnosti, poput vještina vođenja, potencijala za umrežavanje, obrazovanja i sklonosti riziku, 3) inovativnost, izraženu kroz razvoj novih proizvoda i primjenu tehnologija, 4) proaktivnost, koja se očituje u rastu, internacionalizaciji i tržišnom natjecanju. Ovaj okvir naglašava kako se ponašanje „odraslih“ poduzetnika oblikuje interakcijom osobnih karakteristika, kulturnih vrijednosti i strateških orijentacija u dugoročnom kontekstu izazova i prilika. Dodatnu dimenziju u razumijevanju ponašanja „odraslih“ poduzetnika donosi istraživanje Širec i Močnik (2017), kojim su analizirane razine tržišne konkurencije. Rezultati pokazuju da su „odrasli“ poduzetnici koji uvode inovacije, bilo kroz nove proizvode ili tehnologije, češće prisutni u okruženjima s nižom razinom konkurencije, tzv. „plavim oceanima“. Na taj način izbjegavaju izravno nadmetanje i zauzimaju diferencirane tržišne pozicije. Uz to, dob poduzetnika pokazala se značajnim čimbenikom: mlađi „odrasli“ poduzetnici češće se susreću s većim brojem konkurenata u odnosu na starije kolege.

Unutarnje čimbenike koji utječu na ponašanje „odraslih“ poduzetnika ilustrira istraživanje Nieuwenhuizena i Groenewalda (2006), usmjereno na kreativnost i sklonost preuzimanju rizika kao karakteristične osobine ličnosti kod uspješnih „odraslih“ poduzetnika. Analiza provedena na uzorku „odraslih“ poduzetnika čiji su pothvati poslovali uz stabilnu profitabilnost i rast pokazala je da većina njih posjeduje izraženu kreativnost i sklonost proračunatom riziku. U skladu s interesom za osobine ličnosti kao individualne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika, na važnost inovacija i poduzetničke orijentacije u jačanju konkurentskih sposobnosti upućuje istraživanje Kiyabo i Isage (2020). Analiza vlasnika-menadžera malih i srednjih poduzeća pokazala je da poduzetnička orijentacija ne djeluje izravno na poslovne rezultate, već posredno, kroz stvaranje konkurentske prednosti. Odnosno, „odrasli“ poduzetnici ostvaruju rast i akumulaciju bogatstva ponajprije kada uspiju inovativnost, proaktivnost i spremnost na rizik pretvoriti u diferencijacijske čimbenike na tržištu. Složenost osobnih obilježja istražuju i Botha i Sibeko (2024), koji ispituju ulogu narcisoidnih crta ličnosti u

poduzetničkom ponašanju u gospodarstvima u nastajanju. Autori su istaknuli četiri tematska područja: 1) utjecaj iskustva na ponašanje, 2) povezanost rasta poslovanja s osobnim razvojem, 3) odnos između prepoznavanja i propuštanja prilika te 4) razliku između autentičnog i poduzetničkog identiteta. Rezultati pokazuju da narcisoidne crte mogu imati dvosmjerne učinke: s jedne strane potiču rast i iskorištavanje prilika, a s druge otvaraju rizike fragmentacije identiteta i izazove dugoročne održivosti.

Uz osobine ličnosti, važnu ulogu u ponašanju „odraslih“ poduzetnika imaju i socio-demografski čimbenici. Primjerice, Koellinger i sur. (2013), utvrđuju kako je manja zastupljenost žena u poduzetništvu prvenstveno posljedica niže sklonosti ulasku u poduzetničke aktivnosti, a ne razlika u stopama preživljavanja. Žene u prosjeku pokazuju manju razinu samopouzdanja, drugačije obrasce društvenih mreža i izraženiji strah od neuspjeha. Međutim, usporedba faza poduzetničkog procesa otkriva da se dugoročne šanse za preživljavanje ne razlikuju značajno među spolovima, a u nekim zemljama „odrasle“ poduzetnice imaju čak i veće izgleda za uspjeh od muškaraca. Važnost otpornosti kao odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika i povezane spolne razlike ističe se istraživanjem Ayale i Manzana (2014). Rezultati pokazuju da tri dimenzije otpornosti, koje se odnose na izdržljivost, snalažljivost i optimizam, pozitivno utječu na uspješnost „odraslih“ poduzetnika, pri čemu se snalažljivost istaknula kao najvažniji prediktor kod oba spola, dok se optimizam pokazao relevantnijim za žene. Povezanu temu inovativnog ponašanja ističe istraživanje Širec i Močnik (2015), kojim se razlikuje inovativne i imitativne aktivnosti „odraslih“ poduzetnika. Rezultati pokazuju da viša obrazovna razina povećava vjerojatnost inovativnog djelovanja, ali s različitim obrascima kod muškaraca i žena. Kod muškaraca je naglasak stavljen na važnost sekundarnog obrazovanja, a kod žena na važnost tercijarnog obrazovanja.

Uz spol, važnu ulogu u oblikovanju ponašanja „odraslih“ poduzetnika imaju i socio-demografske osobine povezane s obrazovanjem. U nastavku svojih ranijih istraživanja, Širec i Močnik (2018) analizirale su odrednice inovativnog ponašanja „odraslih“ poduzetnika u zapadnoeuropskim i sjevernoeuropskim gospodarstvima. Rezultati pokazuju da međunarodna orijentacija ima snažan pozitivan učinak na inovativnost u obje skupine zemalja, s izraženijim učinkom u sjevernoeuropskom kontekstu. Obrazovanje se također pokazalo relevantnim prediktorom: poduzetnici s višim stupnjem obrazovanja uglavnom su bili inovativniji, dok je u sjevernoeuropskim zemljama neočekivano utvrđena viša inovativnost kod poduzetnika sa srednjoškolskim obrazovanjem. Aspiracije rasta bile su značajne samo u sjevernoj Europi, što

potvrđuje da kontekstualni uvjeti oblikuju strategije „odraslih“ poduzetnika. U skladu s naglaskom na obrazovanje i kognitivne procjene, Kim i Nguyen (2024) analizirali su utjecaj bihevioralnih obilježja „odraslih“ poduzetnika na donošenje strategija i poslovne rezultate. Rezultati pokazuju da su poduzetnici skloni pristranosti sadašnjosti rjeđe ulagali u razvoj poslovnih praksi, što se odrazilo na niže prihode od prodaje. Dob se također pokazala relevantnim čimbenikom: mlađi „odrasli“ poduzetnici bili su strpljiviji i manje skloni izbjegavanju rizika od starijih, pri čemu su ostvarivali bolje poslovne ishode.

Uz dob, i drugi socio-demografski čimbenici oblikuju obrasce ponašanja „odraslih“ poduzetnika. Primjerice, Koellinger i Minniti (2006) analizirali su razlike u poduzetničkom uključivanju između pojedinaca afričkog i bjelačkog podrijetla u Sjedinjenim Američkim Državama te pokazali da subjektivne percepcije, često optimistične ili pristrane, snažno utječu na poduzetničku sklonost. Poduzetnici afričkog podrijetla u prosjeku su imali znatno optimističnije stavove prema poslovnom okruženju i gotovo dvostruko veću vjerojatnost pokretanja poduzetničkog pothvata u odnosu na bjelačke kolege. Ipak, njihov je udio među „odraslim“ poduzetnicima bio niži, što ukazuje na postojanje strukturnih prepreka i viših stopa neuspjeha.

Važnu temu istraživanja čine i motivacijski aspekti ponašanja među „odraslim“ poduzetnicima. Širec i sur. (2025) identificirale su četiri temeljna motiva: ostavljanje društvenog traga, stvaranje bogatstva, nastavak obiteljske tradicije i osiguravanje egzistencije. Rezultati pokazuju da društveno odgovorni stavovi i osviještenost o ciljevima održivog razvoja potiču one usmjerene na društveni utjecaj, dok dob, percepcija prilika i strah od neuspjeha snažnije oblikuju motivaciju za akumulacijom bogatstva. Medijski narativi podupiru nastavak obiteljske tradicije, a motivi egzistencijalne nužde povezani su s većim strahom od neuspjeha i nižim razvojnim ambicijama. Ovi rezultati ukazuju na to da se motivacijski fokus „odraslih“ poduzetnika često pomiče s preživljavanja na šire ciljeve, poput održivosti i društvenog doprinosa, nakon postizanja financijske stabilnosti.

Osim unutarnjih, ponašanje „odraslih“ poduzetnika oblikuju i vanjski čimbenici. Thébaud (2015) analizira povezanost poticaja za usklađivanje poslovnog i obiteljskog života, poput plaćenog dopusta i subvencionirane brige za djecu, s rodnim razlikama u poduzetničkim ishodima. Rezultatima je utvrđeno da su žene općenito rjeđe zastupljene među poduzetnicima, no one koje uspiju održati pothvat u fazi zrelosti češće razvijaju veće i ambicioznije poduzetničke pothvate. Suprotno tome, u okruženjima s manjkom institucionalne podrške žene

su brojnije uključene u poduzetništvo, ali njihovi poduzetnički pothvati češće ostaju mali i manje profitabilni. Dvouletý (2018) dodatno produbljuje razumijevanje makroekonomskih i institucionalnih uvjeta koji oblikuju poduzetničko ponašanje, ističući da stabilne institucije, kvalitetan makroekonomski okvir i predvidiva politika predstavljaju zajedničke preduvjete dugoročnog uspjeha „odraslih“ poduzetnika. U skladu s naglaskom na važnost socio-kulturnih i institucionalnih uvjeta, Cullen (2020) istražuje utjecaj nacionalne kulture na poslovne strategije „odraslih“ poduzetnica. Analizom su otkrivene razlike u demografskim obilježjima, obrascima umrežavanja, strukturi poduzetničkih pothvata i percipiranim preprekama. Pri tome su dimenzije individualizma i distance moći imale presudan utjecaj na oblikovanje strategija.

Na temelju iznesenog pregleda znanstvene i stručne literature može se zaključiti kako ponašanje „odraslih“ poduzetnika oblikuju brojni međusobno isprepleteni čimbenici: od individualnih karakteristika poput osobina ličnosti, preko kognitivnih uvjerenja i percepcije sposobnosti sve do situacijskih i institucionalnih okolnosti okruženja. Razlike u ponašanju između poduzetnika u ranim fazama i „odraslih“ poduzetnika potvrđuju da faza poduzetničkog procesa utječe na prioritete, stil upravljanja, motivaciju i očekivanja. Utvrđeno je i da „odrasli“ poduzetnici, premda sve više preuzimaju menadžerske uloge te se njihovo ponašanje često odražava u strateškim i dugoročnim aktivnostima, posjeduju određene razlikovne karakteristike koje ih razlikuju i od menadžera. U tom smislu, osnovne odrednice ponašanja „odraslih“ poduzetnika mogu se povezati s već identificiranim skupinama čimbenika poduzetničke namjere: kognitivnim čimbenicima, osobinama ličnosti, osobnim pokretačima i preprekama, socio-demografskim osobinama, ali i vanjskim varijablama poput normativnog i kognitivnog okruženja, regulatornog sustava i gospodarskog konteksta.

3.3. Uloga „odraslih“ poduzetnika u poduzetničkom ekosustavu

Jedan od važnih razloga za proučavanje ponašanja „odraslih“ poduzetnika leži u činjenici da ovi vlasnici poduzetničkih pothvata predstavljaju poduzetnike koji su dulje vremensko razdoblje prisutni unutar poduzetničkog ekosustava i stoga mogu ponuditi uvid u ono što je potrebno da bi poduzetnički pothvat opstao. Osim što na poslovanje „odraslih“ pothvata mogu utjecati različiti čimbenici iz šire i užje okoline poduzetničkog ekosustava kojemu pripadaju, treba istaknuti kako i sami „odrasli“ poduzetnici vrše utjecaj na brojne elemente iz poduzetničkog ekosustava, utječući na taj način na njegovo oblikovanje.

Ukupna poduzetnička aktivnost u ranim fazama poduzetničkog procesa predstavlja mjeru poduzetničkog dinamizma određene zemlje, odnosno udjela stanovništva spremnog i sposobnog za pokretanje poduzetničkih inicijativa. Nasuprot tome, pokazatelji o „odraslim“ poduzetnicima odražavaju udio stanovništva koje upravlja pothvatima koji su se održali nakon početnih godina obilježenih visokom razinom neizvjesnosti i rizika. Razina prisutnosti „odraslih“ poduzetnika time pruža uvid u stope preživljavanja i rasta poduzetničkih pothvata, sposobnost restrukturiranja poduzetničke baze gospodarstva te kapacitet daljnjeg razvoja i širenja uspostavljenih pothvata. Zbog toga se udio „odraslih“ poduzetnika može smatrati pokazateljem ukupne sposobnosti gospodarstva za generiranje nove vrijednosti (Singer i sur., 2024). Bosma i Schutjens (2011) dodatno diferenciraju regionalne kontekste prema udjelima „odraslih“ poduzetnika, razlikujući dvije tipologije. Prvu čine regije u kojima institucionalna podrška potiče konkurentsko okruženje, što rezultira visokim udjelom „odraslih“ poduzetnika povezanih s razvojem novih proizvoda i tržišnih kombinacija. Drugu čine regije s ograničenom konkurencijom gdje također postoji visok udio „odraslih“ poduzetnika, ali uz nizak potencijal rasta i inovativnosti. U tom smislu, tumačenje visoke zastupljenosti „odraslih“ poduzetnika zahtijeva pažljivo razmatranje institucionalnih uvjeta i tržišne dinamike u kojoj poduzetnici djeluju.

Andersson i Larsson (2016) naglašavaju lokalnu dimenziju utjecaja „odraslih“ poduzetnika unutar poduzetničkog ekosustava. Njihovo je istraživanje pokazalo da se poduzetnici prostorno grupiraju unutar gradova, a jedan od ključnih izvora takvog klasteriranja jesu lokalne društvene interakcije. Rezultati ukazuju da prisutnost „odraslih“ poduzetnika u susjedstvu znatno povećava vjerojatnost da će pojedinci napustiti zaposlenje i upustiti se u poduzetništvo. „Odrasli“ poduzetnici, osim što osiguravaju stabilnost i kontinuitet postojećih poduzetničkih pothvata, istodobno oblikuju i dinamiku nastajanja novih inicijativa u svojoj neposrednoj okolini. U sličnom tonu na važnost utjecaja „odraslih“ poduzetnika na šire poduzetničko okruženje upućuju i rezultati istraživanja Martin-Sanchez i sur. (2018), koji se oslanjaju na teoriju socijalne usporedbe. Autori ističu da „odrasli“ poduzetnici na regionalnoj razini postaju referentna točka novim poduzetnicima, oblikujući ne samo odluku o ulasku u poduzetništvo, nego i karakteristike samog pothvata, poput njegove početne veličine. Analiza pokazuje da veća prosječna veličina poduzetničkog pothvata u vlasništvu „odraslih“ poduzetnika u određenoj regiji potiče veće početne razmjere novih pothvata, što upućuje na snažan imitacijski učinak. Na sličan su način rezultati istraživanja Albulescu i Tămășilă (2016) potvrdili važnu ulogu „odraslih“ poduzetnika, koji zahvaljujući iskustvu i akumuliranom znanju osiguravaju

stabilna radna mjesta u okruženju te stvaraju preduvjete za nastanak novih poduzetničkih pothvata.

S druge strane, pojedina istraživanja ističu negativne utjecaje na okolinu koje je moguće prepoznati u djelovanju „odraslih“ poduzetnika. Primjerice, Meyer i Meyer (2017) ispitali su povezanost između gospodarskog rasta, zaposlenosti i različitih oblika poduzetničke aktivnosti. Rezultati pokazuju da poduzetnička aktivnost u ranim fazama poduzetničkog procesa značajno pridonose gospodarskom rastu, dok „odrasli“ poduzetnici ne predstavljaju značajan prediktor rasta. Međutim, upravo su „odrasli“ poduzetnici sa svojim poduzetničkim pothvatima identificirani kao ključan prediktor zaposlenosti. Navedeno upućuje na to da se učinci „odraslih“ poduzetnika na ekosustav očituju ponajprije kroz generiranje radnih mjesta, a ne kroz izravni doprinos makroekonomskom rastu. Ovi nalazi potvrđuju diferenciranu ulogu različitih faza poduzetničkog procesa: dok rane faze potiču dinamiku rasta, „odrasli“ poduzetnici stabiliziraju tržište rada i dugoročno podupiru održivost poduzetničkog ekosustava. Slično tome, Abdinnour i Adeniji (2023) pokazali su da poduzetničke aktivnosti imaju ograničen kratkoročni, ali značajan dugoročni učinak na gospodarski rast. U kratkom roku prevladavaju troškovi konsolidacije, restrukturiranja i ulaganja u razvoj radne snage, dok se pozitivni učinci, poput stvaranja kvalitetnih radnih mjesta, difuzije znanja i širenja dobavnih mreža, pojavljuju s vremenskim odmakom. Odnosno, trenutni makroučinci poduzetničkih aktivnosti često su skromni ili neutralni, ali uz postojan institucionalni poticaj i vrijeme, „odrasli“ poduzetnici postaju ključni nositelji dugoročne produktivnosti i rasta ekosustava.

Ukratko, „odrasli“ poduzetnici predstavljaju ključan dio poduzetničkog ekosustava jer osiguravaju stabilnost i održivost poduzetničkih pothvata, generiraju radna mjesta te djeluju kao mentori, uzori i nositelji organizacijskog znanja. Njihova uloga nadilazi individualne poslovne ishode: oni oblikuju socijalne mreže, potiču imitacijske učinke u lokalnim zajednicama i pridonose dugoročnoj otpornosti ekosustava. Iako pojedina istraživanja upućuju na ograničen izravan utjecaj na gospodarski rast u usporedbi s poduzetnicima u ranim fazama, većina autora naglašava da upravo „odrasli“ poduzetnici stabiliziraju tržište rada, šire znanje i resurse te dugoročno podupiru održivi razvoj. Njihovo ponašanje oblikuje se u interakciji unutarnjih obilježja i vanjskih čimbenika, pri čemu regulatorni okvir, gospodarski trendovi, politička stabilnost i društvene norme imaju presudnu ulogu u određivanju njihovih strategija i ishoda. Stoga se „odrasli“ poduzetnici ne mogu promatrati samo kao rezultat poduzetničkog procesa, nego i kao aktivni oblikovatelji poduzetničkih ekosustava.

Analiza dosadašnjih spoznaja ukazuje na to da „odrasli“ poduzetnici kao kompleksna i heterogena skupina imaju višeslojnu ulogu u poduzetničkom ekosustavu. Njihovo ponašanje i odluke koje donose rezultat su složenog međuodnosa unutarnjih čimbenika, poput osobina ličnosti, motivacijskih obrazaca, kognitivnih procjena i akumuliranog iskustva te vanjskih uvjeta, uključujući institucionalne okvire, regulatorne zahtjeve, kulturne norme i regionalne specifičnosti. Time se potvrđuje da odluke „odraslih“ poduzetnika, uključujući i odluke o promjeni gospodarske djelatnosti poduzetničkog pothvata, ne proizlaze iz univerzalnih obrazaca, već iz konteksta u kojem djeluju. Posebno se ističe važnost regionalnih obilježja, budući da institucionalna podrška, tržišna dinamika i lokalne socijalne mreže oblikuju prilike i ograničenja s kojima se suočavaju. Upravo zato, razumijevanje uloge „odraslih“ poduzetnika zahtijeva analizu na više razina, od individualne do regionalne. Ova spoznaja predstavlja temelj za daljnju razradu ovog fenomena kroz empirijski dio doktorskog rada. Regionalno diferenciran pristup omogućit će dublje razumijevanje načina na koji se unutarnji motivi i vanjski uvjeti isprepliću u oblikovanju njihovih odluka, pridonoseći teorijskom i praktičnom uvidu u dinamiku poduzetničkog ekosustava.

4. Istraživanja gospodarske djelatnosti

Proučavanje gospodarskih djelatnosti i obrazaca njihovih promjena od posebne je važnosti jer omogućuje dublje razumijevanje tržišne dinamike, pruža osnove za donošenje činjenično utemeljenih odluka te usmjerava oblikovanje javnih politika namijenjenih poticanju gospodarskog rasta i ukupne društvene dobrobiti. Sustavno istraživanje interakcija gospodarskih djelatnosti unutar šire gospodarske strukture određenog područja pridonosi razvoju analitičkih modela za predviđanje gospodarskih trendova i oblikovanje održivih poduzetničkih ekosustava (Hidalgo, 2021).

Ovo poglavlje strukturirano je tako da postupno razvija teorijsko i analitičko razumijevanje gospodarske djelatnosti te osigurava logičan prijelaz od općih koncepata prema specifičnom regionalnom kontekstu RH. U prvom dijelu razmatra se pojam gospodarske djelatnosti te njezina temeljna obilježja, čime se postavlja okvir za daljnju analizu. Potom se analizira problematika klasificiranja gospodarskih djelatnosti, pri čemu se naglašava važnost standardiziranih klasifikacija za znanstveno istraživanje i oblikovanje gospodarskih politika. Sljedeći dio poglavlja usmjeren je na mehanizme i nositelje promjene gospodarske strukture, čime se otvara prostor za razumijevanje dinamičnih odnosa između gospodarskih subjekata, institucija i šireg društveno-gospodarskog okruženja. Na kraju se razmatraju specifičnosti gospodarskog sustava u RH, s posebnim naglaskom na promjene gospodarskih djelatnosti u regionalnom kontekstu, što osigurava poveznicu između teorijskih uvida i empirijskog istraživanja provedenog u okviru ovog doktorskog rada.

4.1. Pojam i osnovna obilježja gospodarske djelatnosti

Gospodarske djelatnosti obuhvaćaju širok spektar aktivnosti povezanih s proizvodnjom, distribucijom i potrošnjom različitih dobara i usluga, pri čemu njihov temeljni cilj proizlazi iz nastojanja da se zadovolje različite ljudske potrebe (Eichhorn i Towers, 2018). Unatoč dugoj tradiciji proučavanja, u ekonomskoj znanosti ne postoji jedinstvena niti univerzalno prihvaćena definicija pojma gospodarske djelatnosti (Backhouse i Medema, 2009). Uz teorijske pristupe, pojam gospodarske djelatnosti razrađen je kroz praktične i institucionalne definicije koje imaju izravne implikacije na prikupljanje podataka, oblikovanje politika i usmjeravanje poduzetničkih odluka. Tako, primjerice, DZS (n.d.b) definira gospodarsku djelatnost kao „kombinaciju sredstava kao što su kapitalna dobra, radna snaga, proizvodne tehnike ili

poluproizvodi u svrhu proizvodnje roba ili usluga“, čime se naglašava procesna dimenzija koja obuhvaća *inpute* (resurse), transformacijski proces i *outpute* (robu ili usluge). Za potrebe ovog doktorskog rada gospodarska djelatnost promatra se kao višedimenzionalan koncept koji obuhvaća ne samo tehničko-proizvodne aspekte, već i društveno-institucionalne odnose unutar kojih se poduzetnici kao gospodarski subjekti pozicioniraju i djeluju.

Gospodarske djelatnosti predstavljaju temelj funkcioniranja suvremenih gospodarstava jer pokreću proizvodnju, zapošljavanje i stvaranje dodane vrijednosti, a posljedično i gospodarski rast. One su ključne za razumijevanje gospodarske strukture i dinamike na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini, pri čemu omogućuju analizu procesa koji oblikuju konkurentnost, inovativnost i dugoročnu održivost društva (Eichhorn i Towers, 2018). Proučavanje organizacije i strukture gospodarskih djelatnosti osobito je važno jer otkriva čimbenike koji generiraju rast i razvoj, potiču inovacije te oblikuju javne politike usmjerene na raspodjelu resursa i stvaranje povoljnog poslovnog okruženja (Constantine, 2017). Donositelji odluka mogu putem različitih instrumenata, od investicijskih programa, financijskih ili poreznih poticaja, do politika usmjerenih na industrijsku integraciju i inovacije, izravno utjecati na gospodarsku strukturu i njezinu transformaciju. Jednako važna dimenzija odnosi se na utjecaj na ljudske resurse: razvoj obrazovnih programa usklađenih s potrebama gospodarstva jača kompetencije radne snage i omogućuje prilagodbu poduzetnika promjenjivim tržišnim uvjetima (Kruss i sur., 2015). Osim toga, gospodarske djelatnosti proizvode dalekosežne učinke na sva tri stupa održivosti, ekonomski, ekološki i socio-kulturni, čime neposredno utječu na kvalitetu života, društvenu dinamiku i dugoročne razvojne perspektive određenog područja (van Zanten i van Tulder, 2021).

Upravo zbog njihove uloge u oblikovanju gospodarskih politika i društvenih procesa gospodarske djelatnosti zahtijevaju promatranje kroz različite analitičke razine, budući da složenost njihova djelovanja proizlazi iz višestrukih međuovisnosti. Na mikrorazini u fokusu su sami poduzetnici i njihovi poduzetnički pothvati. Oni igraju ključnu ulogu u pokretanju gospodarske transformacije i inovacija djelujući kao katalizatori stvaranja novih tržišta, strukturnih promjena te generatori zapošljavanja, produktivnosti i inovativnosti (Neffke i sur., 2018; Naudé, 2010). Njihovo djelovanje proizvodi prelijevajuće učinke koji nadilaze pojedinačne poslovne odluke i pridonose ukupnom gospodarskom rastu i razvoju (Ács i sur., 2009). Na sljedećoj, mezorazini, gospodarske se djelatnosti promatraju kroz prizmu sektora, industrija i regija, što omogućuje razumijevanje specijalizacija, međusektorskih poveznica i

prostorne koncentracije gospodarskih djelatnosti (Delgado i sur., 2010; Porter, 2003). Poduzetnici u tom kontekstu stvaraju nove veze između specijaliziranih područja i gospodarskih djelatnosti putem kojih mogu nastati revolucionarne inovacije i strukturne promjene s dalekosežnim učincima (Grillitsch, 2018; Feldman i sur., 2005). Konačno, na makrorazini gospodarske djelatnosti čine temelj nacionalnih gospodarstava te su neraskidivo povezane s globalnim gospodarskim procesima (Murray i sur., 2017; Martin, 2016). Kompleksnost pojma gospodarske djelatnosti očituje se upravo u međuzavisnosti svih spomenutih razina: odluke poduzetnika oblikuju regionalne strukture, dok nacionalne politike i globalni trendovi stvaraju okvir unutar kojega se gospodarske djelatnosti odvijaju. Ovakav višerazinski pristup analizi gospodarskih djelatnosti od temeljne je važnosti za ovaj doktorski rad, budući da omogućuje razumijevanje kako individualne namjere „odraslih“ poduzetnika o promjeni gospodarske djelatnosti proizlaze iz interakcije mikro-, mezo- i makrodimenzija, a posebice iz dinamike regionalnog konteksta.

Učinci gospodarskih djelatnosti u znanstvenoj i stručnoj literaturi najčešće se analiziraju kroz perspektivu gospodarske strukture i dinamike njezinih promjena na određenom području. Gospodarska struktura odnosi se na organizaciju i međusobnu interakciju različitih komponenti unutar gospodarstva, poput sektora, industrija i pojedinih djelatnosti, ali i na njihove povezane dionike, institucije i mreže (formalnog i neformalnog karaktera), odnosno materijalne i nematerijalne resurse koji oblikuju gospodarske učinke (Granovetter, 2018). Odnosno, gospodarske djelatnosti čine osnovne gradivne jedinice gospodarstva, dok se njihova međusobna povezanost i institucionalno uokvirenje očituju kroz gospodarsku strukturu. Tradicionalno, gospodarska se struktura klasificira u sektore koji proizlaze iz temeljnih funkcija rada i procesa proizvodnje (Gelo i Družić, 2015; Kenessey, 1987). Primarni sektor obuhvaća djelatnosti povezane s poljoprivredom, rudarstvom, ribarstvom, šumarstvom i eksploatacijom prirodnih resursa. Sekundarni sektor uključuje industrije poput energetike, građevinarstva i prerađivačke proizvodnje. Tercijarni sektor obuhvaća uslužne djelatnosti među kojima su promet, turizam, ugostiteljstvo i zanatske usluge. Kvartarni sektor odnosi se na trgovinu, financije, osiguranje i nekretnine, dok kvintarni sektor uključuje djelatnosti u području zdravstva, obrazovanja, istraživanja, državne uprave te kulture, rekreacije i zabave.

Sektorska struktura gospodarskih djelatnosti otvara pitanje odnosa s procesima gospodarskog rasta, budući da raspodjela i transformacija djelatnosti unutar gospodarske strukture izravno utječe na dinamiku i smjer razvoja gospodarstva. Odnos između gospodarske strukture i

gospodarskog rasta u znanstvenoj se literaturi prepoznaje kao složen i kontekstualno uvjetovan. Dvosmjernost se očituje u činjenici da gospodarska struktura može poticati ili ograničavati rast, dok gospodarski rast istovremeno generira promjene u strukturi. U literaturi se ističu dva prevladavajuća teorijska pristupa, pri čemu „neoklasično stajalište drži da je sektorski sastav relativno nevažan nusprodukt rasta. Međutim, znanstvenici povezani sa Svjetskom bankom, [...] smatraju da je rast uzrokovan promjenama u strukturi sektora“ (Echevarria, 1997; str. 431). Suvremeni teorijski doprinosi dodatno ističu ulogu znanja, inovacija, ljudskog kapitala i institucionalnih okvira u oblikovanju odnosa između gospodarske strukture i gospodarskog rasta. U globaliziranom gospodarstvu, gospodarska struktura sve se više promatra kroz prizmu fleksibilnosti, otpornosti i sposobnosti prilagodbe tehnološkim promjenama i međunarodnim tržišnim kretanjima (Zhang i sur., 2022). Time se potvrđuje da gospodarski rast ne proizlazi samo iz kvantitativnog povećanja proizvodnje, već i iz kvalitativne transformacije strukture.

Jedna od ključnih dimenzija u odnosu između gospodarske strukture i gospodarskog rasta jest prostorna, budući da su gospodarske djelatnosti smještene u specifičan geografski i institucionalni kontekst. Istraživanja jasno ukazuju da gospodarske djelatnosti nisu ravnomjerno raspoređene u prostoru (Nordhaus, 2006; Davis i Weinstein, 2002). Osim s prirodno-geografskim uvjetima, prostorna raspodjela djelatnosti povezana je s procesima koncentracije i aglomeracije (Audretsch, 1998). Određene gospodarske djelatnosti pokazuju izrazitu prostornu koncentraciju, dok su druge disperzirane u širem geografskom prostoru (Braičić i Lončar, 2018; Combes i Overman, 2004). Pritom valja istaknuti da prostorna koncentracija djelatnosti generira ne samo pozitivne učinke, već i potencijalne izazove u obliku, primjerice, porasta troškova života, prometne zagušenosti i pritiska na okoliš (Henderson, 2002). Upravo zato analiza prostorne dimenzije gospodarskih djelatnosti omogućuje dublje razumijevanje strukturnih razlika među regijama te njihova utjecaja na dugoročne obrasce gospodarskog rasta i razvoja. U kontekstu ovog doktorskog rada prostorna koncentracija djelatnosti posebno je važna jer se regionalne specifičnosti ne mogu razumjeti izvan prostornog okvira u kojem se gospodarske djelatnosti razvijaju.

Raspodjelu gospodarskih djelatnosti unutar gospodarske strukture moguće je promatrati iz različitih analitičkih perspektiva, među kojima se posebno ističu diverzifikacija i specijalizacija. Istraživanja usmjerena na diverzifikaciju naglašavaju da povećanje udjela gospodarskih djelatnosti iz različitih sektora pridonosi stabilnosti, stvaranju radnih mjesta i održivom rastu, smanjujući ovisnost o jednom resursu, gospodarskoj djelatnosti ili sektoru

(Neffke i sur., 2018; Feldman i Audretsch, 1999). S druge strane, specijalizacija podrazumijeva koncentraciju određenih gospodarskih djelatnosti i industrija te povezane resurse i vještine unutar određenog područja. Prednosti specijalizacije uključuju rast produktivnosti, više plaće i jačanje poduzetničkih prilika zahvaljujući efektima učenja, prijenosa znanja i aglomeracijskih ekonomija (Bathelt i sur., 2004; Storper i Venables, 2004). Ipak, pretjerana usmjerenost na uski spektar djelatnosti može povećati gospodarsku ranjivost, primjerice kroz ovisnost o vanjskoj potražnji ili nestabilnost zapošljavanja (Kemeny i Storper, 2015). U okviru ovog doktorskog rada posebno je važno sagledati na koji način diverzificirane i specijalizirane gospodarske strukture utječu na poduzetničke namjere, budući da one na različite načine oblikuju prostor za promjene gospodarskih djelatnosti. Naime, diverzificirane strukture mogu stvarati više prilika za promjene gospodarske djelatnosti kroz prelazak poduzetnika iz jednog sektora u drugi, dok specijalizirane strukture poduzetnike usmjeravaju prema produbljivanju postojećih znanja i kompetencija.

Sagledano u cjelini, pojam i osnovna obilježja gospodarskih djelatnosti ukazuju na njihovu višedimenzionalnost i međuzavisnost s gospodarskom strukturom, gospodarskim rastom i prostornim obrascima razvoja. Njihova složenost očituje se u različitim razinama analize, od mikroperspektive poduzetnika do makrookvira globalnih kretanja, kao i u različitim teorijskim pristupima koji naglašavaju diverzifikaciju ili specijalizaciju gospodarskih struktura.

4.2. Problematika klasificiranja gospodarskih djelatnosti

Sustavno bilježenje i analiza podataka o gospodarskim djelatnostima predstavljaju temelj za razumijevanje dinamike društveno-gospodarskog razvoja, identifikaciju strukturnih promjena te oblikovanje smjernica budućeg razvoja određenog područja (Gelo i Družić, 2011). Precizni i kontinuirani podatci o gospodarskim djelatnostima omogućuju istraživačima i donositeljima odluka da prepoznaju obrasce transformacije sektora, ocijene konkurentске prednosti određenih regija te razviju politike koje podupiru otpornost i održivost gospodarstva (Berge i Jordà, 2011). Osiguravanje točne i međunarodno usklađene klasifikacije gospodarskih djelatnosti ključno je za pouzdano statističko izvještavanje, kvalitetno gospodarsko planiranje i procjenu razvojnih strategija (Dalziel, 2007). Osim statističke važnosti, klasifikacija ima i praktične implikacije jer izravno utječe na oblikovanje poduzetničkih odluka: kategorizacija gospodarskih djelatnosti određuje uvjete pristupa resursima, financiranju, poreznim poticajima i regulatornim okvirima. Upravo zbog toga klasifikacija gospodarskih djelatnosti zauzima

središnje mjesto u poslovnim istraživanjima i evaluacijama gospodarskih procesa (Phillips i Ormsby, 2016).

Sustavi klasifikacije gospodarskih djelatnosti, poput međunarodne standardne klasifikacije ISIC (engl. *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*) ili njezinih nacionalnih varijanti, omogućuju usporedivost gospodarskih podataka kroz vrijeme i prostor te povezuju mikrorazinu poslovanja s makroekonomskim kretanjima. Sustavi klasifikacije pretvaraju složene i heterogene oblike gospodarskih djelatnosti u standardizirane kategorije, čime se stvara analitička osnova za usporedbe među sektorima, regijama i državama. U RH takvu funkciju ima NKD 2025., koju primjenjuje DZS kao glavni nositelj službene statistike. NKD predstavlja službeni statistički okvir za kategorizaciju poslovnih subjekata prema njihovoj glavnoj gospodarskoj djelatnosti te osigurava pouzdanost i međunarodnu usporedivost podataka. Sustav je prvi put uveden 1997. godine, a temelji se na statističkoj klasifikaciji ekonomskih djelatnosti Europske zajednice NACE (engl. *Nomenclature of Economic Activities*), čime je postignuta metodološka usklađenost s europskim i međunarodnim standardima te integriranost RH u Europski statistički sustav – Eurostat. Klasifikacija gospodarskih djelatnosti omogućuje sustavno praćenje gospodarskih aktivnosti prema homogenim kriterijima koji odražavaju sličnost u procesu proizvodnje, tehnologiji i namjeni proizvoda ili usluga. Na taj se način osigurava da se poslovni subjekti, bilo pravne ili fizičke osobe, razvrstavaju prema stvarnoj prirodi gospodarske aktivnosti kojom se bave, a ne prema njihovoj organizacijskoj strukturi, pravnom statusu ili vlasničkom obliku (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, n.d.a). Svaka gospodarska djelatnost u NKD-u 2025. određena je hijerarhijskim sustavom šifriranja koji obuhvaća više razina: područje, odjeljak, skupinu, razred i podrazred. Na primjer, djelatnost „Izdavanje udžbenika“ ima šifru 58.11, gdje „58“ označava odjeljak, „58.1“ skupinu, „58.11“ razred, a „58.11.1“ podrazred, dok se pripadajuće područje J (Izdavačke djelatnosti, djelatnosti emitiranja te proizvodnje i distribucije sadržaja) ne prikazuje u samoj šifri. Ovakva struktura omogućuje višerazinsku analizu gospodarskih djelatnosti, pri čemu se svaka razina može koristiti za različite analitičke svrhe, od praćenja specifičnih podsektora do usporedbe širih sektorskih kretanja. Tablicom 9 na sljedećoj stranici prikazane su hijerarhijske NKD-a, dok je Tablicom 10 sadržan popis svih područja obuhvaćenih NKD-om 2025.

Tablica 9. Hijerarhijske razine NKD 2007. i NKD 2025.

Izvor: obrada autora prema: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (n.d.c)

Naziv razine	Vrsta i broj oznake	NKD 2007.		NKD 2025.		
		Oznaka	Broj kategorija	Oznaka	Broj kategorija	Razlika
Područje	Jednoslovne	A – U	21	A – U	22	+1
Odjeljak	Dvoznamenkaste	01 – 99	88	01 – 99	87	-1
Skupina	Troznamenkaste	01.1 – 99.0	272	01.1 – 99.0	287	+15
Razred	Četveroznamenkaste	01.11 – 99.00	615	01.11 – 99.00	651	+36
Podrazred	Peteroznamenkaste	-	-	01.11.1 – 99.00.0	687	+62

Tablica 10. Pregled područja gospodarskih djelatnosti u okviru NKD 2025 i NKD 2007.

Izvor: obrada autora prema: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (n.d.c)

NKD 2025.		NKD 2007.	
Područje	Naziv	Područje	Naziv
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo
B	Rudarstvo i vađenje	B	Rudarstvo i vađenje
C	Prerađivačka industrija	C	Prerađivačka industrija
D	Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	D	Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija
E	Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	E	Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša
F	Građevinarstvo	F	Građevinarstvo
G	Trgovina na veliko i na malo	G	Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala
H	Prijevoz i skladištenje	H	Prijevoz i skladištenje
I	Smještaj te priprema i usluživanje hrane	I	Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane
J	Izdavačke djelatnosti, djelatnosti emitiranja te proizvodnje i distribucije sadržaja	J	Informacije i komunikacije
K	Telekomunikacije, računalno programiranje, savjetovanje, računalna		

	infrastruktura i ostale informacijske uslužne djelatnosti		
L	Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	K	Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja
M	Poslovanje nekretninama	L	Poslovanje nekretninama
N	Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	M	Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti
O	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	N	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti
P	Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	O	Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje
Q	Obrazovanje	P	Obrazovanje
R	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	Q	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi
S	Umjetnost, sport i rekreacija	R	Umjetnost, zabava i rekreacija
T	Ostale uslužne djelatnosti	S	Ostale uslužne djelatnosti
U	Djelatnosti kućanstava kao poslodavaca i djelatnosti kućanstava koja proizvode različitu robu i obavljaju različite usluge za vlastite potrebe	T	Djelatnosti kućanstava kao poslodavaca; djelatnosti kućanstava koja proizvode različitu robu i obavljaju različite usluge za vlastite potrebe
V	Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela	U	Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela

Kategorizacija prikazana Tablicama 9 i 10 čini osnovu za organizirano vođenje evidencija o poslovnim subjektima te omogućuje praćenje strukturnih i sektorskih promjena u gospodarstvu RH.

NKD 2025. stupio je na snagu 1. siječnja 2025. godine, slijedeći uvođenje nove klasifikacijske verzije *Statističke klasifikacije ekonomskih djelatnosti u Europskoj zajednici - NACE Rev. 2.1*. Prethodno važeći NKD 2007. koristio se od 1. siječnja 2008., sukladno *Statističkoj klasifikaciji ekonomskih djelatnosti Europske zajednice – NACE Rev. 2*. Tablice 9 i 10 sadrže pregled razlika između nove i prethodne klasifikacije. Ove promjene upućuju na to da klasifikacijski sustavi gospodarskih djelatnosti nisu statični, već se kontinuirano prilagođavaju transformacijama koje obilježavaju suvremena gospodarstva. U tom pogledu, svaka prilagodba klasifikacije gospodarskih djelatnosti predstavlja kompromis između potrebe za preciznijim prikazom novih oblika gospodarskih djelatnosti i zahtjeva za očuvanjem vremenske usporedivosti podataka (Smith i James, 2017). Prečeste prilagodbe mogu otežati longitudinalne

analize i narušiti kontinuitet vremenskih serija, dok rijetke prilagodbe mogu dovesti do zastarjelih pokazatelja koji ne odražavaju suvremene gospodarske trendove.

Jedan od ključnih izazova prilikom definiranja i klasificiranja gospodarskih djelatnosti proizlazi iz činjenice da poslovni subjekti često obavljaju više djelatnosti koje mogu pripadati različitim kategorijama unutar klasifikacijskog sustava. U takvim slučajevima razlikuju se glavna, sporedne i pomoćne djelatnosti (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, n.d.b). Glavna gospodarska djelatnost određuje se prema onoj gospodarskoj djelatnosti koja stvara najveći udio u dodanoj vrijednosti poslovnog subjekta. Sporedne i pomoćne gospodarske djelatnosti obuhvaćaju ostale gospodarske djelatnosti koje pridonose ukupnom poslovnom rezultatu. U kontekstu ovog doktorskog rada glavna gospodarska djelatnost promatra se kao ključna kategorijalna jedinica poduzetničke aktivnosti. Njezina promjena predstavlja operativnu manifestaciju poduzetničke namjere u kasnijoj fazi poduzetničkog procesa. Kada izračun glavne gospodarske djelatnosti putem dodane vrijednosti nije moguć ili nije dostupan, primjenjuju se supstitucijski kriteriji koji se temelje na gospodarskim pokazateljima poput strukture prihoda, troškova rada ili naknada povezanih s određenim gospodarskim djelatnostima i sl. Ovakav pristup omogućuje standardizirano razvrstavanje, ali istovremeno otvara niz metodoloških izazova, osobito u slučajevima poslovnih subjekata koji djeluju u višesektorskim okruženjima ili prolaze kroz proces diverzifikacije poslovanja. Kompleksnost klasifikacije u tom pogledu dodatno povećava činjenica da „jedinice mogu mijenjati svoju glavnu djelatnost, odjednom ili postupno tijekom određenog vremenskog razdoblja, bilo zbog sezonskih čimbenika ili odluke rukovodstva da promijeni proizvodnju“ (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, n.d.b; str. 23). Takve promjene nužno utječu na dosljednost statističkih pokazatelja i zahtijevaju periodičnu reviziju razvrstavanja poslovnih subjekata. Također, iako su metodološki kriteriji za utvrđivanje glavne gospodarske djelatnosti jasno definirani, njihova primjena u praksi često nailazi na niz ograničenja povezanih s točnošću i ažurnošću dostupnih podataka. Brojna istraživanja ukazala su na nesklad između formalno evidentiranih i stvarno dominantnih gospodarskih djelatnosti kojima se poslovni subjekti bave, pri čemu su pogrešne klasifikacije zabilježene i u nacionalnim i u međunarodnim statističkim sustavima (Pandey i sur., 2020; van Delden i sur., 2016; Christensen, 2013). Takve pogreške mogu nastati zbog zastarjelih klasifikacijskih oznaka, neusklađenosti između registriranih i stvarnih gospodarskih djelatnosti, ali i zbog promjena u poslovnim modelima koje se ne prate pravodobno. U tom kontekstu složenost suvremenih gospodarstava u kojima poduzeća često djeluju u više sektora ili kombiniraju tradicionalne i inovativne poslovne modele dodatno

otežava precizno definiranje glavne djelatnosti. Dodatni izazov proizlazi iz vremenskog odmaka između stvarne promjene gospodarske djelatnosti i njezina ažuriranja u službenim registrima. U mnogim slučajevima poduzetnici mijenjaju tržišnu orijentaciju, tehnologiju ili ciljane skupine potrošača, dok njihova klasifikacija u sustavu ostaje nepromijenjena. U kontekstu ovog doktorskog rada navedeni izazovi imaju izravnu istraživačku relevantnost jer ukazuju na to da se promjene gospodarskih djelatnosti poduzetnika ne mogu uvijek pouzdano pratiti isključivo na temelju službenih klasifikacija. Stoga je potrebno dopuniti kvantitativne pokazatelje kvalitativnim uvidima koji proizlaze iz iskustava samih poduzetnika. Na taj se način osigurava dublje razumijevanje okolnosti u kojima „odrasli“ poduzetnici razvijaju namjeru promjene gospodarske djelatnosti, kao i šireg institucionalnog okvira koji omogućuje ili ograničava takve promjene.

Zaključno, unatoč uočenim nedostacima i metodološkim izazovima, klasifikacijski sustavi gospodarskih djelatnosti ostaju temeljni analitički alat u proučavanju gospodarskih struktura i poduzetničkih transformacija. Njihovo sustavno proučavanje pruža neophodne informacije za razumijevanje društveno-gospodarskog razvoja i strukturnih promjena. Omogućuje i kvantifikaciju gospodarskih djelatnosti, identifikaciju sektorskih obrazaca i izradu pokazatelja koji služe gospodarskom planiranju, oblikovanju politika i znanstvenim analizama. Dinamični karakter ovih klasifikacija čine ih važnima za razumijevanje odnosa između makroekonomskih procesa i individualnih poduzetničkih odluka. Upotreba podataka DZS-a od ključne je važnosti za ovaj doktorski rad jer je omogućila identifikaciju „odraslih“ poduzetnika koji su formalno promijenili svoju gospodarsku djelatnost, čime je uspostavljena početna baza za definiciju i odabir istraživačkog uzorka. Budući da u RH ne postoji nijedna alternativna baza podataka koja bi na usporediv način omogućila praćenje promjena gospodarske djelatnosti, korištenje Registra DZS-a predstavlja metodološki nužan izbor. Dakle, NKD nije promatran samo kao statistička kategorizacija, već i kao konceptualni okvir koji omogućuje analizu načina na koji poduzetnici prepoznaju i reagiraju na promjene u gospodarskom okruženju te kako se te promjene reflektiraju na regionalnim razinama hrvatskog gospodarstva.

4.3. Mehanizmi i nositelji promjene gospodarske strukture

Promjena gospodarske strukture najšire je definirana kao preraspodjela resursa i gospodarskih djelatnosti između glavnih sektora poljoprivrede, industrije i usluga, u skladu s fazama gospodarskog razvoja (Herrendorf i sur., 2014). Takva preraspodjela proizlazi iz činjenice da

se s napretkom društva mijenjaju i obrasci potražnje te način stvaranja vrijednosti. Kako se potrebe potrošača diverzificiraju, pojavljuju se novi proizvodi i usluge, što potiče ulazak novih poduzetnika i restrukturiranje postojećih.

Krüger (2008) ističe dva važna aspekta promjene gospodarske strukture. Prvo, riječ je o transformacijama koje zahvaćaju same sastavne jedinice gospodarstva, odnosno sektore i industrije, pri čemu pojedini sektori doživljavaju brži rast od drugih, što mijenja njihov udio u ukupnom gospodarstvu. Drugo, promjene gospodarske strukture imaju dugoročan karakter, jer se odvijaju postupno i trajnije od cikličkih gospodarskih oscilacija. Riječ je o kompleksnom procesu u kojem se gospodarske djelatnosti neprestano reorganiziraju u skladu s novim izvorima produktivnosti i konkurentnosti. Kuznets (1973, str. 250) je među prvima sustavno objasnio neizbježnost promjena u proizvodnoj strukturi navodeći da su one rezultat „različitog utjecaja tehnoloških inovacija na nekoliko proizvodnih sektora, različite dohodovne elastičnosti domaće potražnje za raznim potrošačkim dobrima i promjenjive komparativne prednosti u međunarodnoj trgovini“. U kontekstu ovog doktorskog rada razumijevanje promjene gospodarske strukture ključno je za analizu namjera poduzetnika o promjeni gospodarske djelatnosti. Takve namjere ne nastaju izolirano već su odraz šireg procesa prilagodbe gospodarstva novim trendovima, tehnologijama i obrascima tržišne potražnje. Promjene na razini sektora i regija oblikuju okvir u kojem „odrasli“ poduzetnici redefiniraju svoje poslovne modele, što čini poveznicu između individualnih poduzetničkih odluka i makroekonomskih transformacija koje obilježavaju suvremene gospodarske sustave.

Jedan od ključnih čimbenika promjene gospodarske strukture su tehnološke inovacije (van Neuss, 2019). Povijesno gledano, svaka tehnološka revolucija, od mehanizacije i elektrifikacije do informacijsko-komunikacijskih tehnologija i suvremene digitalizacije, uzrokovala je promjene u raspodjeli proizvodnih faktora i nastanak novih gospodarskih djelatnosti (Perez, 2010). Krüger (2008) u tom kontekstu naglašava međudjelovanje ponude i potražnje u oblikovanju strukturnih promjena. Na strani ponude, tehnološki napredak dovodi do povećanja produktivnosti, stvaranja novih proizvoda i optimizacije proizvodnih procesa. Na strani potražnje, inovacije mijenjaju potrošačke preferencije i stvaraju nova tržišta što potiče poduzeća da prilagode svoje djelatnosti kako bi zadovoljila promijenjene potrebe potrošača. Time inovacije djeluju kao mehanizam prilagodbe između tehnoloških mogućnosti i tržišnih zahtjeva te izravno utječu na dinamiku preraspodjele resursa među sektorima. Teixeira i Queirós (2016) detaljnije obrazlažu promjene na strani ponude i potražnje. Na strani potražnje

ključni mehanizam strukturnih promjena proizlazi iz promjena u agregatnom dohotku i evolucije preferencija potrošača. Kako dohodak raste, potrošači postupno preusmjeravaju potražnju s osnovnih dobara, karakterističnih za primarne i sekundarne sektore, prema sofisticiranijim proizvodima i uslugama koji zadovoljavaju više razine potreba. S druge strane, čimbenici na strani ponude obuhvaćaju promjene u relativnim sektorskim cijenama, produktivnosti i tehnološkim mogućnostima. Porast produktivnosti smanjuje troškove proizvodnje i potrebe za radnom snagom, čime se resursi preusmjeravaju prema uslužnim djelatnostima koje zahtijevaju veću dodanu vrijednost i ljudski kapital.

U tom se pogledu ističe i povezani fenomen globalizacije i međunarodne trgovine koji također predstavljaju snažne pokretače promjena u gospodarskoj strukturi. Kako Matsuyama (2009, str. 486) ističe, „moramo se stalno podsjećati na jednostavnu istinu: živimo u međuovisnom globalnom gospodarstvu, a naš planet, svjetsko gospodarstvo, jedino je zatvoreno gospodarstvo za koje znamo“. Ova međuzavisnost podrazumijeva stalnu prilagodbu nacionalnih gospodarstava globalnim tržišnim tokovima, promjenama u međunarodnoj potražnji, kretanjima kapitala i tehnološkoj difuziji. U tom smislu, otvorenost gospodarstva stvara nove razvojne mogućnosti, ali i izlaže pojedine sektore rizicima gubitka konkurentnosti i deindustrijalizacije (Rodrik, 2016). Otvaranje granica dovodi do strukturnih promjena kroz procese specijalizacije temeljem komparativnih prednosti. Zemlje usmjeravaju resurse prema sektorima u kojima imaju relativnu učinkovitost, zahvaljujući bilo tehnološkim sposobnostima, bilo prirodnim resursima ili ljudskom kapitalu (Van Neuss, 2019). Time se pojačava produktivnost u konkurentnim djelatnostima, a resursi se povlače iz manje učinkovitih sektora što dugoročno mijenja strukturni sastav gospodarstva. Dodatno, globalizacija utječe na unutarsektorske promjene i međusektorsku povezanost, jer suvremene proizvodne mreže više nisu nacionalno ograničene. Globalne lance vrijednosti obilježava fragmentacija proizvodnje: različite faze stvaranja proizvoda odvijaju se u više zemalja, pri čemu svaka sudjeluje prema vlastitoj razini tehnološke specijalizacije (Gereffi, 2019). Takva integracija omogućuje brži prijenos znanja i inovacija, ali i povećava izloženost domaćih gospodarstava promjenama u globalnim cijenama, opskrbnim lancima i investicijskim tokovima.

Pod snažnim utjecajem globalizacije nalaze se i javne politike i odluke donositelja politika, koje su često isticane kao jedan od glavnih čimbenika koji utječu na promjenu gospodarske strukture. Čimbenici poput brojnosti i složenosti procedura za pokretanje i upravljanje poslovanjem, stabilnosti regulatornog okruženja, pristupa financiranju, poticajnih mjera te

regionalnih politika i mehanizama podrške mogu značajno ubrzati ili usporiti procese strukturnih promjena (Grillitsch i Sotarauta, 2020). Institucionalni okvir utječe na gospodarsku strukturu na dva međusobno povezana načina. Prvo, putem ekonomskih i industrijskih politika, koje usmjeravaju raspodjelu resursa između sektora, primjerice kroz subvencije, porezne olakšice, infrastrukturne projekte ili programe potpore istraživanju i razvoju. Drugo, kroz regulatorne i institucionalne mehanizme koji određuju troškove transakcija, dostupnost tržišta te razinu sigurnosti ulaganja. S aspekta strukturne politike, državne intervencije često su usmjerene na poticanje prelaska gospodarstva prema djelatnostima s većom dodanom vrijednošću. To uključuje podršku tehnološkim inovacijama, obrazovanju i razvoju ljudskog kapitala, poticanje poduzetništva te stvaranje okruženja pogodnog za ulaganja u znanje i digitalnu transformaciju (Aiginger i Rodrik, 2020). Ove mjere omogućuju diverzifikaciju gospodarske baze i smanjenje zavisnosti od tradicionalnih sektora, čime se povećava otpornost nacionalnog i regionalnog gospodarstva na vanjske šokove (Naudé, 2010). U tom je kontekstu važno istaknuti regionalnu dimenziju institucionalnih utjecaja, jer institucionalna kvaliteta i provedba politika često variraju među regijama (Neffke i sur., 2011).

Promatrajući ulogu poduzetništva u kontekstu promjena gospodarske strukture, Noseleit (2013) naglašava razliku između novih i postojećih poduzetničkih pothvata. Postojeći se poduzetnički pothvati susreću s izazovima prilikom promjene sektora poslovanja zbog određenih troškova prelaska, ali i organizacijske nefleksibilnosti koja ometa sposobnost prilagodbe i inovacija. U tom se kontekstu teorijom prelijevanja znanja ističe da je znanje stvoreno unutar postojećih poduzetničkih pothvata, ali komercijalizirano od strane novih poduzetničkih pothvata, ključno za gospodarski rast (Ács i sur., 2009). Vezano uz navedeno, Gries i Naudé (2010) ističu kako novi poduzetnički pothvati apsorbiraju višak radne snage, osobito iz ruralnih ili tradicionalnih sektora te pokreću strukturnu transformaciju iz tradicionalnog gospodarstva s niskim dohotkom prema modernom gospodarstvu kontinuiranim usklađivanjem inovativnih poslovnih ideja s tržišnim prilikama. Na sličan se način istraživanjem Neffkea i sur. (2018) propituje pokreću li strukturne promjene u regionalnim gospodarstvima novi ili postojeći poduzetnički pothvati te pridonose li novitetima u većoj mjeri lokalni ili nelokalni osnivači. Autori zaključuju da postojeći poduzetnički pothvati uglavnom jačaju regionalnu specijalizaciju, dok su novi poduzetnički pothvati, posebno oni nelokalnog podrijetla, ključni za diverzifikaciju i strukturne promjene.

Razlike između postojećih i novih poduzetničkih pothvata također su naglašavane istraživanjima dekompozicije produktivnosti, koje u istraživanjima strukturnih promjena gospodarstva omogućuju razumijevanje mikrodinamičkih mehanizama koji stoje iza makroekonomskih trendova. Dekompozicije produktivnosti razlučuju doprinos unutarnjeg restrukturiranja, poput tehnoloških i organizacijskih inovacija unutar postojećih poduzetničkih pothvata, od vanjskog restrukturiranja, koje se odnosi na ulazak i izlazak poduzetnika s tržišta, odnosno premještanje gospodarskih djelatnosti između sektora (Baily i sur, 2001). Takve analize otkrivaju da promjene gospodarske strukture nisu isključivo rezultat pojave novih poduzetničkih pothvata, već i prilagodbi i transformacija unutar postojećih koji pronalaze nove tržišne niše ili redefiniiraju svoj poslovni model. Bernard i sur. (2010) u tom su kontekstu pokazali da postojeći poduzetnički pothvati koji nastavljaju s poslovanjem često ulaze na nova tržišta dodavanjem novih proizvoda u svoj portfelj. Slično tome, izlazak s tržišta može se dogoditi kroz konsolidaciju proizvodnih linija. U skladu s tim, Kuosmanen i Kuosmanen (2021) tvrde kako svrstavanje postojećih poduzetničkih pothvata koji nastavljaju poslovanje predstavljanjem novog proizvoda unutar iste kategorije s istinski novim *start-upovima* može otežati tumačenje dekompozicije produktivnosti. Analogno tome, postojeći poduzetnički pothvati s više proizvoda koji preusmjeravaju svoje poslovanje na profitabilnije linije proizvoda razlikuju se od poduzetničkih pothvata koji se potpuno zatvaraju. Na ovim su temeljima spomenuti autori (Kuosmanen i Kuosmanen, 2024; Kuosmanen i sur., 2022) razvili poboljšanu dekompoziciju produktivnosti koja uključuje prelaske poduzetničkih pothvata unutar industrije i među industrijama. Njihovi zaključci potvrđuju važnost poduzetnika kao nositelja strukturne transformacije, ne samo kroz kreiranje novih poduzetničkih pothvata, već i kroz prilagodbu postojećih. Novi poduzetnički pothvati češće uvode radikalne inovacije i unose raznolikost u strukturu gospodarstva, dok postojeći pothvati najčešće provode postupne promjene usmjerene na povećanje učinkovitosti i prilagodbu tržišnim zahtjevima.

Zaključno, promjene gospodarske strukture predstavljaju dinamičan proces koji proizlazi iz međudjelovanja tehnoloških inovacija, tržišnih mehanizama, institucionalnih okvira i poduzetničkih odluka. Ovi procesi ne oblikuju samo smjer razvoja pojedinih sektora, već utječu i na obrasce ponašanja poduzetnika koji djeluju unutar njih. U tom kontekstu, poduzetnici nisu pasivni promatrači strukturnih promjena, već aktivni sudionici koji kroz prilagodbu i inovacije pridonose transformaciji gospodarskog sustava. Njihove odluke o promjeni gospodarske djelatnosti često proizlaze iz potrebe da odgovore na nove tržišne izazove, iskoriste nastale prilike ili smanje izloženost rizicima u promjenjivom gospodarskom okruženju. Stoga

razumijevanje promjene gospodarske strukture omogućuje dublji uvid u kontekst u kojem se oblikuju namjere „odraslih“ poduzetnika da promijene svoju gospodarsku djelatnost. Ova povezanost između makroekonomskih transformacija i mikroekonomskih odluka predstavlja teorijski okvir ovog doktorskog rada u kojem se proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti promatra kao dio šireg obrasca prilagodbe gospodarstva suvremenim razvojnim trendovima. Time se naglašava važnost regionalnih i sektorskih specifičnosti, institucionalnih uvjeta i individualnih percepcija poduzetnika u razumijevanju načina na koji se gospodarske djelatnosti mijenjaju i prilagođavaju.

4.4. Gospodarski sustav u Republici Hrvatskoj i promjene gospodarskih djelatnosti u regionalnom kontekstu

Gospodarska struktura RH odražava duboke društveno-gospodarske promjene koje su obilježile protekla desetljeća, uključujući procese tranzicije prema tržišnom gospodarstvu, privatizaciju, deindustrijalizaciju te rast tercijarnog sektora (Funda i sur., 2023; Peračković i sur., 2023; Tica i sur., 2023). Ove promjene oblikovale su suvremeni razvojni profil RH, pri čemu se istraživanja gospodarske strukture odvijaju u nizu područja koja obuhvaćaju demografske, sociološke, ekonomske i regionalne aspekte.

Demografska istraživanja usmjerena su na proces starenja stanovništva kao jednu od važnih odrednica dugoročne transformacije gospodarske strukture (Nejašmić i Toskić, 2016; 2013; Obadić i Smolić, 2008). Ovaj proces utječe na smanjenje radno aktivne populacije i promjenu strukture potrošnje, čime raste potražnja za uslužnim djelatnostima te djelatnostima koje potiču sudjelovanje žena u tržištu rada. Sociološki aspekti, s druge strane, usmjereni su na analizu posljedica tercijarizacije i deindustrijalizacije, odnosno prijelaza s industrijskog na uslužni tip društva. Takva istraživanja razmatraju promjene u društveno-profesionalnoj strukturi, ulogu obrazovanja i društvenih vrijednosti u oblikovanju radne snage te učinke globalnih i lokalnih transformacija na tržište rada (Peračković, 2011; Tomić-Koludrović i Petrić, 2007; Matković, 2003).

Ekonomska istraživanja usmjerena su na kvantifikaciju i analizu strukturnih promjena te njihovih učinaka na gospodarski rast i produktivnost. Gelo i Družić (2015) analiziraju utjecaj procesa tercijarizacije na sektorsku produktivnost i dinamiku rasta. Braičić i Lončar (2018) istražuju prostornu raspodjelu gospodarskih djelatnosti, ukazujući na regionalne nejednakosti

i koncentraciju gospodarskih aktivnosti u urbanim središtima. Imajući u vidu da regije u suvremenim gospodarstvima sve više preuzimaju ključnu ulogu u oblikovanju razvojnih politika i provedbi mjera gospodarskog restrukturiranja, Marošević (2021) pruža sveobuhvatan pregled teorijskih i empirijskih uvida o važnosti regionalne dimenzije gospodarskog razvoja. Poseban je naglasak stavljen na regije u RH koje zaostaju u razvoju, pri čemu se razmatra mogućnosti njihovog uključivanja u šire razvojne tokove putem učinkovitijih javnih politika, obrazovanja i ulaganja u ljudski kapital. Također, autorica nudi komparativni prikaz RH i zemalja srednje i istočne Europe, ističući sličnosti tranzicijskih procesa i zajedničke izazove u oblikovanju održivih regionalnih politika. Čondić-Jurkić (2010) ispituje procese strukturne konvergenције hrvatskog gospodarstva u odnosu na europski kontekst, što otvara pitanje konkurentnosti i integracije RH u šire europske gospodarske tokove. U recentnijim istraživanjima, Tica (2020) provodi komparativnu analizu udjela industrije u bruto društvenom proizvodu (u daljnjem tekstu BDP) među zemljama u tranziciji, ističući izazove industrijske politike, dok Mikulić (2024) provodi dekompoziciju gospodarskog rasta u vremenskom razdoblju od 2010. do 2018., čime pridonosi razumijevanju mikrostrukturnih mehanizama koji stoje iza makroekonomskih trendova.

Osim znanstvenih istraživanja koja analiziraju procese i mehanizme promjena gospodarske strukture, vrijedan uvid u povezana kretanja pružaju i službeni statistički pokazatelji. Jedan od najčešće korištenih makroekonomskih pokazatelja stupnja gospodarskog razvoja jest BDP, koji zrcali opću razinu ekonomske aktivnosti i produktivnosti određenog područja. Kretanje BDP-a u RH tijekom vremenskog razdoblja od 2020. do 2024. godine prikazano je u Tablici 11. Pri tome treba naglasiti da su za 2020., 2021. i 2022. godinu dostupni privremeni podatci.

Tablica 11. Vrijednosti nominalnog BDP-a u RH u vremenskom razdoblju od 2020. do 2024. godine

Izvor: obrada autora prema: Hrvatska narodna banka (2025)

Gospodarski pokazatelj	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
BDP (u mil. EUR)	50.747	58.347	67.615	78.048	85.482
BDP po stanovniku (u EUR)	12.537	15.042	17.537	20.221	22.110
BDP - realna godišnja stopa promjene (u %)	-8,3	12,6	7,3	3,3	3,8

U usporedbi s ostalim članicama Europske unije (u daljnjem tekstu EU), RH bilježi iznadprosječne stope rasta BDP-a u novijem vremenskom razdoblju. RH se prema realnoj

godišnjoj stopi promjene BDP-a svrstava među zemlje s najdinamičnijim gospodarskim rastom. Ovakvi pokazatelji upućuju na proces postupne konvergencije prema prosjeku EU, iako je struktura gospodarskog rasta u RH još uvijek uvelike određena strukturnim ograničenjima i sektorima niske dodane vrijednosti. Unatoč tome, BDP je po glavi stanovnika u RH 2021. godine dosegao 70 % prosjeka EU, što predstavlja znatan napredak u odnosu na 50 % iz 2001. godine (Vajdić, 2025).

Budući da podatci o BDP-u u službenim statističkim izvješćima na nacionalnoj razini nisu raščlanjeni prema područjima gospodarskih djelatnosti, mogućnosti analize strukturnih promjena iz aspekta sektorskog doprinosa ukupnoj gospodarskoj aktivnosti ostaju ograničene. Dublji uvid u strukturne procese moguće je, međutim, ostvariti analizom bruto dodane vrijednosti (u daljnjem tekstu BDV), koja pruža točniju procjenu stvarnog doprinosa svakog sektora gospodarstvu oduzimanjem ulaznih izdataka od ukupne proizvodnje (Eurostat, n.d.). Analiza BDV-a prema NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti u vremenskom razdoblju od 2018. do 2022. godine (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2025b; 2024b; 2023b; 2022b; 2021a) pokazuje da su najveći udio u ukupnom BDV-u ostvarile djelatnosti unutar područja gospodarskih djelatnosti G, H i I (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla; Prijevoz i skladištenje; Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) s 23,07 %, zatim djelatnosti obuhvaćene područjima gospodarskih djelatnosti O, P i Q (Javna uprava i obrana; obrazovanje; zdravstvena zaštita i socijalna skrb) sa 17,56 %, te područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 14,67 % udjela u ukupnom BDV-u. Kako bi se dodatno procijenio doprinos uslužnih sektora u ukupnom BDV-u, primijenjen je metodološki pristup koji predlažu Tica i sur. (2023). Prema toj klasifikaciji, primarni sektor obuhvaća područje gospodarskih djelatnosti A, sekundarni područja gospodarskih djelatnosti B – F, tercijarni (u užem smislu) područja gospodarskih djelatnosti G – J, kvartarni područja gospodarskih djelatnosti K – N, a kvintarni područja gospodarskih djelatnosti O – U. Na temelju ovakve raspodjele, može se zaključiti da je tijekom čitavog analiziranog vremenskog razdoblja udio gospodarskih djelatnosti koje pripadaju uslužnim sektorima (tercijarni, kvartarni i kvintarni sektor) iznosio približno 73 % ukupnog BDV-a, što potvrđuje snažnu tercijarizaciju hrvatskoga gospodarstva.

Promatrajući poslovne subjekte koji ostvaruju opisane vrijednosti BDP-a i BDV-a, potrebno je istaknuti kako DZS ne primjenjuje jedinstvenu metodologiju pri izračunu i prezentaciji strukturno-poslovnih pokazatelja gospodarstva na nacionalnoj razini. Naime, u različitim

publikacijama i statističkim izvještajima poslovnu populaciju predstavljaju različite jedinice promatranja, što otežava usporedivost i analitičku interpretaciju podataka. Ova metodološka neujednačenost posebno dolazi do izražaja pri proučavanju podataka iz različitih skupova podataka, koji se temelje na različitim definicijama, obuhvatu i klasifikacijskim kriterijima. Primjerice, Registar DZS-a, koji čini metodološku osnovu za provođenje empirijskog istraživanja među „odraslim“ poduzetnicima koji su promijenili glavnu gospodarsku djelatnost, obuhvaća pravne osobe, tijela državne vlasti, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te dijelove tih subjekata. Istovremeno, Registar DZS-a ne obuhvaća fizičke osobe koje obavljaju gospodarsku djelatnost u skladu s pravnim propisima, odnosno slobodna zanimanja i obrte, kao niti strane udruge sa sjedištem u RH ili poslovne subjekte koji imaju sjedište izvan RH (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2025a).

Unutar kategorije pravnih osoba koje su upisane u Registar DZS-a moguće je razlikovati registrirane i aktivne pravne osobe. Registrirane pravne osobe obuhvaćaju trgovačka društva, ustanove, zadruge, udruge, političke stranke, tijela javne vlasti i druge organizacijske oblike koji posjeduju pravnu osobnost prema važećim propisima. Aktivne pravne osobe, s druge strane, predstavljaju one subjekte koji su formalno uključeni u proizvodne i financijske procese nacionalnog gospodarstva. Tablicom 12 prikazani su podatci o zastupljenosti pravnih osoba prema NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti za vremensko razdoblje od 2021. do 2024. godine.

Tablica 12. Pravne osobe prema aktivnosti i NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti u RH u vremenskom razdoblju od 2021. do 2024. godine

Izvor: obrada autora prema: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2025a; 2024a; 2023a; 2022a).

NKD 2007. područje	2021.		2022.		2023.		2024.	
	Registrirani	Aktivni	Registrirani	Aktivni	Registrirani	Aktivni	Registrirani	Aktivni
A	5.772	2.953	5.994	2.532	5.188	2.875	3.773	2.730
B	344	186	356	190	304	182	229	186
C	24.058	15.084	25.333	15.467	21.929	15.479	17.619	15.384
D	1.567	742	1.786	848	1.865	964	1.634	963
E	1.333	859	1.406	862	1.216	832	987	813
F	30.840	18.065	33.638	19.469	30.817	20.554	26.566	21.580
G	54.843	27.124	56.556	26.681	46.315	26.306	31.524	25.433
H	11.309	6.531	12.161	6.810	10.809	6.954	8.805	7.199
I	24.806	12.789	26.485	13.073	20.694	13.018	15.947	12.670

J	11.115	7.523	12.321	8.310	11.733	8.779	10.390	9.064
K	1.840	946	1.880	970	1.706	983	1.424	912
L	10.285	5.493	11.459	6.068	10.941	6.352	9.501	6.500
M	31.476	21.377	33.399	22.261	31.022	22.904	26.602	23.174
N	11.964	7.046	12.955	7.477	11.804	7.970	10.027	8.169
O	3.069	911	3.073	914	3.028	932	2.862	965
P	4.448	3.613	4.601	3.668	4.389	3.721	4.120	3.724
Q	5.207	3.383	5.407	3.463	5.305	3.599	5.199	3.600
R	22.837	11.363	23.523	11.665	23.572	11.837	23.553	12.105
S	50.244	22.253	51.556	22.733	51.099	22.878	50.437	23.270
T	2	1	2	1	1	1	1	1
U	54	-	54	-	54	-	54	1
Ukupno	307.413	168.242	323.945	173.462	293.791	177.120	251.254	178.443

Kako je vidljivo iz Tablice 12, pravne osobe u području gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) tijekom cijelog su vremenskog razdoblja imale najveći udio prema kriteriju aktivnosti, s 15,14 % ukupnog broja aktivnih poslovnih subjekata. Slijede pravne osobe u području gospodarskih djelatnosti S (Ostale djelatnosti), koje čine 13,07 %, te pravne osobe u području gospodarskih djelatnosti M (Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti), s udjelom od 12,87 %. Primjenom podjele područja gospodarskih djelatnosti po sektorima gospodarstva prema metodologiji Tice i sur. (2023), može se zaključiti da se udio aktivnih poslovnih subjekata koji se bave gospodarskim djelatnostima unutar uslužnih sektora tijekom čitavog analiziranog vremenskog razdoblja kretao oko 77 % ukupnog broja aktivnih poslovnih subjekata, što ponovno potvrđuje prevlast uslužnih djelatnosti u strukturnom sastavu hrvatskog gospodarstva.

Dodatne uvide u strukturu gospodarstva moguće je steći analizom podataka o prometu poduzeća, koji odražava razinu poslovne aktivnosti unutar pojedinih područja gospodarskih djelatnosti. U ovom kontekstu poduzeća predstavljaju organizacijske jedinice za proizvodnju dobara i/ili pružanje usluga koje imaju određeni stupanj autonomije u odlučivanju, sukladno *Uredbi Vijeća (EEZ) br. 696/93*. Za razliku od klasifikacija koje obuhvaćaju isključivo pravne osobe, kategorija poduzeća uključuje i slobodna zanimanja te obrte (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2024e). Analiza podataka o prometu poduzeća prema NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti za vremensko razdoblje od 2019. do 2023. godine (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2024e; 2024d; 2023c; 2022c; 2021b) pokazuje da su poduzeća u području gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) ostvarila najveći udio u ukupno ostvarenome prometu,

s 36,44 %. Slijede poduzeća iz područja gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 21,66 % i F (Građevinarstvo) s 8,01 % udjela u ukupnom prometu. Primjenom metodološkog pristupa Tice i sur. (2023) utvrđeno je da je tijekom analiziranog vremenskog razdoblja došlo do blagog pada udjela prometa uslužnih sektora, sa 71 % u 2019. na 63 % u 2023. godini, što može upućivati na postupnu reorijentaciju gospodarske aktivnosti prema industrijskim i energetske djelatnostima. U kontekstu prikazanih rezultata, treba napomenuti da za 2019. i 2020. godinu nisu dostupni podatci o prometu poduzeća u područjima gospodarskih djelatnosti K (Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja), P (Obrazovanje), Q (Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi) i R (Umjetnost, zabava i rekreacija), te prema odjeljku gospodarskih djelatnosti S96 (Ostale osobne uslužne djelatnosti). Također, podatci za područje gospodarskih djelatnosti A (Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo) nisu dostupni za cijelo analizirano vremensko razdoblje.

Važan pokazatelj gospodarske strukture odnosi se na raspodjelu i razinu zaposlenosti prema gospodarskim djelatnostima. Analiza zaposlenosti u pravnim osobama prema NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti za vremensko razdoblje od 2021. do 2024. godine (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, n.d.e) upućuje na kontinuiran rast ukupnog broja zaposlenih tijekom analiziranog vremenskog razdoblja, s prosječnom godišnjom stopom od približno 2 %. Najveći broj zaposlenih zabilježen je u područjima gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija), s udjelom od 16,43 % te području gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala), koje sudjeluje s 15,22 % u ukupnom broju zaposlenih. Na trećem mjestu nalazi se područje gospodarskih djelatnosti P (Obrazovanje), s 8,68 %. Primjenom metodologije Tice i sur. (2023), prema kojoj se područja gospodarskih djelatnosti razvrstavaju po sektorima gospodarstva, može se zaključiti da se udio zaposlenih u uslužnim sektorima tijekom čitavog analiziranog vremenskog razdoblja kretao oko 70 % ukupne zaposlenosti u pravnim osobama. U tom je kontekstu važno napomenuti kako područja gospodarskih djelatnosti T (Djelatnosti kućanstava kao poslodavaca; djelatnosti kućanstava koja proizvode različitu robu i obavljaju različite usluge za vlastite potrebe) i U (Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela), kao ni njihovi odjeljci, nisu obuhvaćeni istraživanjem o zaposlenima u pravnim osobama koje provodi DZS. Prikazana struktura zaposlenosti ponovno potvrđuje dugoročni proces tercijarizacije hrvatskog gospodarstva, u kojem uslužne djelatnosti imaju prevladavajuću ulogu u stvaranju dodane vrijednosti i zapošljavanju. Rast zaposlenosti u uslužnim sektorima istodobno odražava i prilagodbu gospodarstva promjenama u tržišnoj potražnji, posebno u djelatnostima vezanim uz trgovinu,

prijevoz, turizam i poslovne usluge. Međutim, s aspekta strukturnih promjena, ovakav obrazac zapošljavanja može ukazivati na ograničenu transformaciju prema djelatnostima višeg tehnološkog intenziteta.

Budući da se produktivnost smatra temeljnim pokretačem dugoročnog gospodarskog rasta (Mikulić, 2024; Gelo i Družić, 2015), njezina analiza pruža ključne uvide u strukturne izazove hrvatskog gospodarstva. Prema podacima Svjetske banke (Funda i sur., 2023), razine ostvarene u RH ne odražavaju održivu osnovu za rast. Naime, razina ukupne faktorske produktivnosti u 2021. godini bila je tek oko 10 % viša nego 2001., dok su zemlje srednje i istočne Europe u istom vremenskom razdoblju zabilježile prosječni kumulativni rast od oko 30 %. Produktivnost rada u RH porasla je za oko 27 % u posljednja dva desetljeća, no i dalje ostaje među najnižima u EU dosežući tek oko 73 % prosječne vrijednosti zemalja srednje i istočne Europe. Ovo zaostajanje proizlazi prvenstveno iz razlika u produktivnosti unutar sektora, primjerice između poduzeća u prerađivačkoj industriji, građevinarstvu ili prometu, a ne iz same sektorske strukture gospodarstva. Dodatno, jaz u produktivnosti pripisuje se sporim poboljšanjima u poslovnoj dinamici, razini konkurencije, praksi upravljanja te korištenju tehnologije. Unatoč tome, istraživanja pokazuju da RH svoju konkurentnost postupno gradi u sektorima srednjeg i visokog tehnološkog intenziteta (Singer i sur., 2024). Ovaj se pojam odnosi na razinu ulaganja u istraživanje i razvoj, brzinu tehnološkog napretka i sposobnost poduzeća da stvore, usvoje i primijene nove tehnologije u komercijalne svrhe. Sektori srednjeg i visokog tehnološkog intenziteta obuhvaćaju industrije i djelatnosti poput računarstva, komunikacijske opreme, farmaceutike, medicinskih i optičkih instrumenata, transportne opreme, telekomunikacija, kemijske industrije te inženjerskih djelatnosti. Međutim, podatci Svjetske banke (Funda i sur., 2023) ukazuju da je udio izvoza roba i usluga u BDP-u i razina njihove tehnološke složenosti i dalje ispod prosjeka usporedivih gospodarstava srednje i istočne Europe. Premda je udio proizvoda visokog tehnološkog intenziteta u hrvatskom izvozu porastao u odnosu na vremensko razdoblje prije globalne financijske krize, ponajprije zahvaljujući rastu izvoza farmaceutskih proizvoda te strojeva i opreme za proizvodnju energije, istodobno je došlo do smanjenja udjela industrija srednjeg tehnološkog intenziteta. Taj je pad prvenstveno posljedica izazova s kojima se susreće brodograđevna industrija, koja je nekoć činila jedan od najsnažnijih hrvatskih izvoznih sektora. Sveukupno gledano, kombinirani udio sektora visokog i srednjeg tehnološkog intenziteta u ukupnom izvozu ostao je gotovo nepromijenjen tijekom protekla dva desetljeća. Time se potvrđuje da se RH, zajedno s

baltičkim zemljama, i dalje nalazi među zemljama s najnižim udjelom izvoza visoko- i srednje-tehnoloških proizvoda u skupini država srednje i istočne Europe.

U okviru *Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030.* (Vlada Republike Hrvatske, 2021a) propisana su četiri razvojna smjera: 1) održivo gospodarstvo i društvo, 2) jačanje otpornosti na krize, 3) zelena i digitalna tranzicija te 4) ravnomjeran regionalni razvoj. Poseban naglasak stavljen je na pametni razvoj i specijalizaciju izvozno orijentiranih sektora koji se temelje na znanju i inovacijama. Takvi sektori obuhvaćaju informacijsko-komunikacijske tehnologije, proizvodnju energetske i industrijske opreme, farmaceutske i kemijske industrije, obrambenu i automobilske industrije te brodogradnju. Uz to, strategija na nacionalnoj razini prepoznaje važnost sektora temeljenih na korištenju prirodnih resursa, osobito prehrambeno-prerađivačke i drveno-prerađivačke industrije, koje imaju značajan potencijal za endogeni regionalni razvoj. U tom kontekstu treba ponovno skrenuti pozornost na isticanje ravnomjernog regionalnog razvoja kao jedan od glavnih dugoročnih razvojnih smjerova nacionalne strategije. Dodatno, *Nacionalni plan oporavka i otpornosti Republike Hrvatske 2021.–2026.* (Vlada Republike Hrvatske, 2021b) konkretizira prioritete *Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030.* kroz skup reformskih i investicijskih mjera usmjerenih na ubrzanje zelene i digitalne tranzicije, jačanje inovacijskog i proizvodnog kapaciteta gospodarstva te smanjenje regionalnih razvojnih dispariteta, čime se osigurava provedbeni okvir za ostvarenje načela održivog i otpornog rasta.

Općenito gledano, suvremena je gospodarska struktura RH izraz dugotrajne tercijarizacije uz stabilno visoke udjele uslužnih djelatnosti u BDV-u i zaposlenosti, ali i uz trajne regionalne razlike i relativno skroman tehnološki profil izvoza. Metodološka neujednačenost statističkih izvora zahtijeva oprez u interpretaciji i potvrđuje potrebu kombiniranja više skupova podataka pri analizi strukturnih promjena. Unatoč pozitivnim recentnim stopama rasta i strateškim pomacima, ključni izazov ostaje povećanje produktivnosti unutar sektora te ubrzanje prijelaza prema djelatnostima veće dodane vrijednosti. Ovi uvidi pružaju kontekst za empirijski dio ovog doktorskog rada u kojem se promjene gospodarskih djelatnosti „odraslih“ poduzetnika analiziraju kao mikromehanizam strukturne transformacije te se ispituje u kojoj mjeri regionalni okviri potiču ili ograničavaju takve promjene.

Zaključno, ovim je poglavljem istražen koncept gospodarske strukture kroz višerazinski pristup koji povezuje makroekonomske, sektorsko-regionalne i poduzetničke aspekte promjena gospodarskih djelatnosti. Takav pristup pruža kontekst za razumijevanje odnosa između

nacionalnih gospodarskih trendova, institucionalnih okvira i ponašanja pojedinih poduzetnika. Pregledom znanstvene i stručne literature istaknuta je složena priroda gospodarskih djelatnosti i njihov doprinos gospodarskoj strukturi. Promjene gospodarskih djelatnosti javljaju se na sjecištu triju međusobno povezanih razina koje zajedno oblikuju dinamiku gospodarskog razvoja. Na makrorazini, ključni su pokretači tehnološke inovacije, globalizacija i institucionalne politike; na mezorazini, utjecaji tih procesa filtriraju se kroz regionalne specifičnosti, strukturu sektora i razinu tehnološke složenosti dok se na mikrorazini promjene očituju kroz prilagodbe poduzetnika tržišnim i strukturnim uvjetima. Nacionalni klasifikacijski i registarski sustavi, unatoč metodološkim neujednačenostima, omogućuju praćenje ovih obrazaca koji se manifestiraju kroz specijalizaciju, koncentraciju i transformaciju gospodarskih djelatnosti tijekom vremena. Analiza pokazuje kako je gospodarska struktura RH obilježena dugotrajnom tercijarizacijom, izraženim regionalnim razlikama i niskom unutarsektorskom produktivnošću što ograničava transformaciju prema djelatnostima više dodane vrijednosti. U tom je kontekstu proučavanje promjena gospodarskih djelatnosti koje nastaju unutar postojećih poduzetničkih pothvata od osobite važnosti jer one predstavljaju mehanizam prilagodbe gospodarstva strukturnim i tržišnim promjenama. Pritom treba naglasiti kako su dosadašnja istraživanja gospodarske strukture u najvećoj mjeri usmjerena na makrorazinu te naglašavaju agregirane promjene u sektorima i industrijama. Fenomen „odraslih“ poduzetnika koji mijenjaju gospodarsku djelatnost svojih poduzetničkih pothvata i na taj način sudjeluju u oblikovanju gospodarske strukture ostao je nedovoljno istražen. Empirijski dio ovog doktorskog rada stoga se usmjerava na identifikaciju i analizu čimbenika koji utječu na namjere promjene glavne gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika ispitujući njihove povezanosti s obilježjima sektora, regionalnim kontekstom i institucionalnim okruženjem.

5. Empirijsko istraživanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Istraživački pristup korišten u okviru ovog doktorskog rada temelji se na kombiniranoj primjeni kvalitativnih i kvantitativnih metoda istraživanja, s ciljem osiguravanja dubljeg razumijevanja procesa oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, uz uvažavanje složene interakcije između unutarnjih (individualnih i osobnih) i vanjskih (situacijskih i kontekstualnih) čimbenika.

Kako bi se tijekom empirijskog istraživanja prikazao na sustavan i metodološki utemeljen način, ovo je poglavlje strukturirano tako da prikaz postupno napreduje od metodološkog okvira prema interpretaciji i primjeni rezultata. U prvom dijelu poglavlja iznosi se metodologija empirijskog istraživanja u kojoj su detaljno objašnjeni nacrt istraživanja, korištene metode prikupljanja i analize podataka te razlozi njihova odabira u skladu s ciljevima i prirodom istraživanja. U drugom i trećem dijelu poglavlja slijedi prikaz analize podataka i rezultata istraživanja u kojem se iznose ključni empirijski nalazi i obrazlažu njihove međuosobne veze. U četvrtom dijelu poglavlja rezultati se interpretiraju u okviru postojećih teorijskih i empirijskih spoznaja, čime se oblikuje rasprava o njihovim znanstvenim i praktičnim implikacijama. Nakon toga, razmatra se znanstveni doprinos istraživanja kroz opis proširenja trenutnog znanja o poduzetničkoj namjeri. Potom slijedi prikaz ograničenja istraživanja koja proizlaze iz metodoloških, konceptualnih ili kontekstualnih specifičnosti. Poglavlje završava prikazom preporuka za implementaciju dobivenih spoznaja u praksu i formuliranjem smjernica za daljnje istraživačke korake. Na taj se način osigurava logičan slijed od metodološkog utemeljenja prema empirijskim rezultatima, njihovoj interpretaciji, kritičkoj procjeni i primjeni, čime se zatvara cjelina istraživačkog dijela doktorskog rada.

5.1. Metodologija empirijskog istraživanja

U ovom se potpoglavlju prikazuje metodološki okvir istraživanja s ciljem pojašnjenja načina na koji su teorijske pretpostavke operacionalizirane u analizi čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Redoslijed prikaza slijedi logiku istraživačkog procesa: najprije se obrazlaže odabrani metodološki pristup i njegove prednosti u odnosu na prirodu istraživačkog problema, zatim se prikazuje postupak razvoja prijedloga konceptualnog okvira koji je služio kao temelj za formulaciju istraživačkog instrumenta i

interpretaciju rezultata. Slijedi opis karakteristika istraživačkog uzorka i kriterija odabira ispitanika s naglaskom na regionalne specifičnosti. Na kraju se prikazuje način provedbe polustrukturiranih intervjua te priprema, analiza i obrada njima prikupljenih podataka.

5.1.1. Objašnjenje metodološkog pristupa

S ciljem sustavne obrade istraživačkog problema te ostvarivanja ciljeva doktorskog rada kroz identifikaciju i analizu čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika kombinirana je primjena teorijskih i empirijskih metoda istraživanja. Premda je ovaj pristup temeljen na primjeni kvalitativnih metoda, za kvalitetnije sagledavanje istraživnog problema korištene su i kvantitativne metode, čime je osigurana čvrsta osnova za razumijevanje strukturalnih obilježja promjena gospodarskih djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Opisani je pristup vizualno prikazan [Slikom 2](#) u uvodnom poglavlju ovog doktorskog rada. Primjena mješovitih metoda istraživanja omogućila je prepoznavanje obrazaca promjena gospodarskih djelatnosti kroz analizu dostupnih kvantitativnih pokazatelja, a zatim i dubinsko razumijevanje motivacije, okolnosti i prepreka u pozadini tih promjena kroz interpretaciju iskustava samih „odraslih“ poduzetnika. Ovaj je pristup sve češće zastupljen u istraživanjima društvenih znanosti jer omogućuje istodobno iskorištavanje analitičke širine kvantitativnog pristupa i interpretativne dubine kvalitativne analize. U tom se kontekstu često ističe potreba triangulacije podataka, što podrazumijeva usporedbu i provjeru podataka dobivenih različitim metodama, čime se povećava vjerodostojnost rezultata i omogućuje višestruku provjeru uvida (Creswell i Creswell, 2023; Saunders i sur., 2019).

U skladu s načelima koja ističu Creswell i Creswell (2023) te Saunders i sur. (2019) kvantitativne su metode u ovom doktorskome radu primijenjene s ciljem identifikacije strukturnih obrazaca, trendova i distribucija unutar populacije „odraslih“ poduzetnika u analiziranim županijama. Primjena načela objektivnosti i standardizacije prepoznata je u provođenju analize temeljene na podacima iz nacionalnog statističkog registra (Registar DZS-a), koristeći službeni klasifikacijski okvir (NKD 2007.) i unaprijed definirane kriterije za prepoznavanje promjena gospodarske djelatnosti. Na taj je način osigurana replikabilnost i pouzdanost rezultata. Kvantitativni je pristup istovremeno omogućio mjerenje i kvantifikaciju samog fenomena promjene gospodarske djelatnosti, čime je stvorena numerička osnova za analizu opsega i distribucije tih promjena među različitim skupinama poduzetnika. Analizom su obuhvaćeni broj i vrsta promjena prema županijama, područjima gospodarskih djelatnosti i

godinama, čime je omogućeno precizno mapiranje dinamike gospodarskih preusmjeravanja na regionalnoj i sektorskoj razini. Ovi su kvantitativni rezultati korišteni za identifikaciju uzorka „odraslih“ poduzetnika koji su promijenili glavnu gospodarsku djelatnost. Kvantitativna faza istraživanja nije se koristila primarno za generalizaciju, već kao alat za empirijsku selekciju i kontekstualizaciju slučajeva koji su potom detaljno analizirani u kvalitativnom dijelu. Sukladno navedenim načelima, primijenjene su metode deskriptivne statistike (Zelenika, 2000), koje su omogućile strukturiran prikaz obilježja populacije „odraslih“ poduzetnika koji su promijenili gospodarsku djelatnost. Analiza je uključivala frekvencijske distribucije, mjere centralne tendencije i mjere disperzije kako bi se otkrili obrasci i varijabilnosti unutar podataka. Na taj su način identificirana najzastupljenija područja gospodarskih djelatnosti u kojima dolazi do promjena, regionalne razlike u učestalosti tih promjena te prosječno trajanje poslovanja poduzetnika prije same promjene gospodarske djelatnosti. Primjenom mjera centralne tendencije dobiven je uvid u tipične karakteristike poduzetnika koji su mijenjali gospodarsku djelatnost: primjerice, koliko dugo su poslovali u okviru izvorne djelatnosti prije promjene te u kojim se područjima i sektorima najčešće javljaju prijelazi između djelatnosti. Analiza mjera disperzije omogućila je razumijevanje razina varijabilnosti i heterogenosti unutar populacije, osobito u pogledu razlika između županija i područja gospodarskih djelatnosti. Takav pristup omogućio je prepoznavanje odstupanja, odnosno županija i područja gospodarskih djelatnosti koji se izdvajaju po intenzitetu promjena.

Korištenje kvalitativnih metoda primjereno je prilikom analize složenih, kontekstualno ukorijenjenih i subjektivno proživljenih fenomena kao što je namjera promjene gospodarske djelatnosti kod „odraslih“ poduzetnika. Kvalitativne metode su usmjerene na dubinsko razumijevanje značenja koje ispitanici pridaju vlastitim iskustvima, otvarajući prostor za pojave i obrasce koji nisu nužno unaprijed pretpostavljeni (Creswell i Poth, 2018; Eriksson i Kovalainen, 2011; Dana i Dana, 2005). U skladu s načelima koje ističe Patton (2014), u nastavku se pojašnjava primjerenost primjene kvalitativnih metoda u kontekstu ciljeva ovog doktorskog rada. Za početak, istraživanjem je naglasak stavljen na autentična iskustva „odraslih“ poduzetnika koji su oblikovali namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Istodobno, istraživanje je zadržalo fleksibilnost u provedbi što je omogućilo, primjerice, organizaciju dodatnih individualnih intervjua kada je bilo otežano osigurati sudjelovanje poduzetnika u skupnim intervjuima. Uz to, istraživanje se oslanja na svrhovito uzorkovanje, pri čemu su ispitanici ciljano odabrani među „odraslim“ poduzetnicima koji su već promijenili gospodarsku djelatnost, što je omogućilo dubinsko razumijevanje procesa i motiva koji stoje

iza takve namjere. Prikupljanje primarnih podataka temeljilo se na uvidima koji proizlaze iz osobnih perspektiva i iskustava ispitanika, pri čemu su polustrukturirani intervjui omogućili stvaranje osobnih narativa o okolnostima i razlozima koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Autor doktorskog rada je u tom procesu ostvario izravan kontakt i aktivnu istraživačku uključenost sa ispitanicima, budući da su svi intervjui provedeni osobno i samostalno. Pri tome je autor doktorskog rada nastojao razumjeti iskustva ispitanika bez osuđivanja, zadržavajući otvorenost, osjetljivost i poštovanje prema njihovim osobnim perspektivama. U tom je kontekstu primijenjena i perspektiva dinamičkih sustava, koja polazi od pretpostavke da je oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti kontinuiran proces koji se mijenja pod utjecajem unutarnjih i vanjskih čimbenika. Pri analizi i izvještavanju o rezultatima istraživanja svaka je poduzetnička priča tretirana kao zaseban slučaj, čime se poštovala posebnost pojedinačnih uvida prije nego što su objedinjeni tematskom sintezom. Primjena deduktivno-induktivnog kodiranja omogućila je da se istraživačke teme postupno oblikuju iz transkripata intervjua, dok su se njihovi uzorci provjeravali u odnosu na prethodno razvijeni i validirani konceptualni okvir. Analitički proces vodio je prema kreativnoj sintezi, u kojoj su detalji i specifičnosti pojedinačnih iskustava povezani u usklađenu sliku o istraživanom fenomenu. Cjelokupni pristup zadržao je holističku perspektivu, nastojeći fenomen promjene gospodarske djelatnosti razumjeti u njegovoj složenosti, kao rezultat međudjelovanja unutarnjih (osobnih) i vanjskih (situacijskih) čimbenika. Posebna se pozornost posvetila osjetljivosti na kontekst, budući da su sudionici istraživanja dolazili iz različitih županija, čime je osigurano da interpretacija rezultata odražava njihove lokalne i regionalne specifičnosti. Konačno, autor je tijekom cijelog procesa zadržavao refleksivan pristup, svjestan vlastite uloge i mogućih interpretativnih utjecaja na analizu i zaključke. Time je osigurana transparentnost, vjerodostojnost i metodološka dosljednost cjelokupnog istraživačkog procesa.

Kvalitativno istraživanje provedeno je u dvije faze. U prvoj fazi primijenjena je Delfi metoda među stručnjacima iz područja poduzetništva, ekonomije i javnih politika, s ciljem validacije prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua. Validacija konceptualnog okvira je provedena korištenjem polustrukturiranog upitnika kojim se među stručnjacima tražilo postizanje suglasnosti oko čimbenika koje je potrebno ispitati u drugoj fazi kvalitativnog istraživanja. Druga je faza uključivala istraživanje kroz polustrukturirane intervjue među objektima istraživanja, „odraslim“ poduzetnicima koji

su promijenili gospodarsku djelatnost svojih poduzetničkih pothvata, kako bi se prikupilo primarne podatke koji su potom analizirani.

5.1.2. Razvoj prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Pregledom literature prikazanim u prethodnim poglavljima ovog doktorskog rada utvrđeno je da nijedno od postojećih istraživanja ne razmatra izravno specifičnu poduzetničku namjeru koja se odnosi na promjenu gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika niti joj pristupa kroz višerazinsku analizu čimbenika utjecaja. Polazeći od te istraživačke praznine, u empirijskom se istraživanju pristupilo oblikovanju prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i njegovom potvrđivanju primjenom Delfi metode. Ovaj je konceptualni okvir osmišljen kako bi obuhvatio kompleksnost namjere promjene gospodarske djelatnosti, promatrajući ju kroz različite razine utjecaja (unutarnju i vanjsku) osiguravajući pritom teorijsku dosljednost i empirijsku primjenjivost u hrvatskom regionalnom kontekstu. U okviru ovog potpoglavlja definiran je pristup korišten pri stvaranju, validaciji i daljnjoj operacionalizaciji prijedloga konceptualnog okvira kroz testiranje na objektima istraživanja.

U situacijama kada se istraživački problem odnosi na kompleksnu i prethodno nedovoljno istraženu pojavu, a njegovo rasvjetljavanje zahtijeva inovativno povezivanje različitih teorijskih koncepata, potrebno je oblikovati konceptualni okvir (Dolenec, 2024; Rocco i Plakhotnik, 2009). Konceptualni okvir, kao dinamična mreža međupovezanih pojmova, omogućuje jasno definiranje odnosa između ključnih konstrukata, teorijskih pretpostavki i istraživačkih ciljeva. Njegova je svrha ponuditi strukturirani analitički alat koji povezuje ono što je već poznato s onime što se tek želi istražiti, pritom usmjeravajući sve faze istraživačkog procesa, od nacрта istraživanja i odabira metode, preko prikupljanja podataka pa do njihove interpretacije (Jabareen, 2009). U kontekstu ovog doktorskog rada konceptualni je okvir osmišljen s ciljem obuhvaćanja višedimenzionalnih utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima. Kao takav, predstavlja ne samo teorijsku osnovu, već i istraživačku strukturu koja je poslužila za izradu vodiča za polustrukturirane intervjue. Kako bi se osiguralo temeljito razumijevanje postojećih teorijskih pristupa i identificirali relevantni čimbenici za izgradnju takvog konceptualnog okvira, proveden je integrativni pregled literature kao početni istraživački korak.

5.1.2.1. *Integrativni pregled literature*

Integrativnim se pregledom literature na sveobuhvatan i strukturiran način prikupljaju, analiziraju, kritički vrednuju i povezuju relevantni teorijski i empirijski radovi s ciljem generiranja novih teorijskih perspektiva ili konceptualnih modela (Snyder, 2019). Prednost integrativnog pristupa ogleda se u njegovoj fleksibilnosti i interpretativnoj snazi, budući da omogućuje identifikaciju temeljnih konstrukata, uočavanje nedosljednosti u literaturi te potencijalnu rekonceptualizaciju postojećih teorijskih okvira. U kontekstu ovog doktorskog rada integrativni pregled literature posebno je prikladan jer kombinira dvije dimenzije koje su od središnjeg značenja za istraživački problem. S jedne strane nalazi se dobro istražen pojam poduzetničke namjere, a s druge strane znanstveno manje zastupljen fenomen promjene gospodarske djelatnosti kod „odraslih“ poduzetnika, posebice u regionalnim kontekstima. Time se omogućuje povezivanje etabliranih modela (primjerice, teorije planiranog ponašanja i modela poduzetničkog događaja) s istraživački nedovoljno osvijetljenim, ali teorijski i praktično relevantnim aspektima poduzetničkog ponašanja.

Kako bi se postigla maksimalna metodološka transparentnost i pouzdanost integrativnog pregleda literature, jasno je formuliran problem, identificirani su ključni konstrukti i kriteriji uključivanja radova, detaljno je dokumentirana strategija pretraživanja (ključne riječi, baze podataka, vremenska ograničenja), analitički su sintetizirani odabrani radovi te je transparentno dokumentiran cjelokupni postupak (Torraco, 2016).

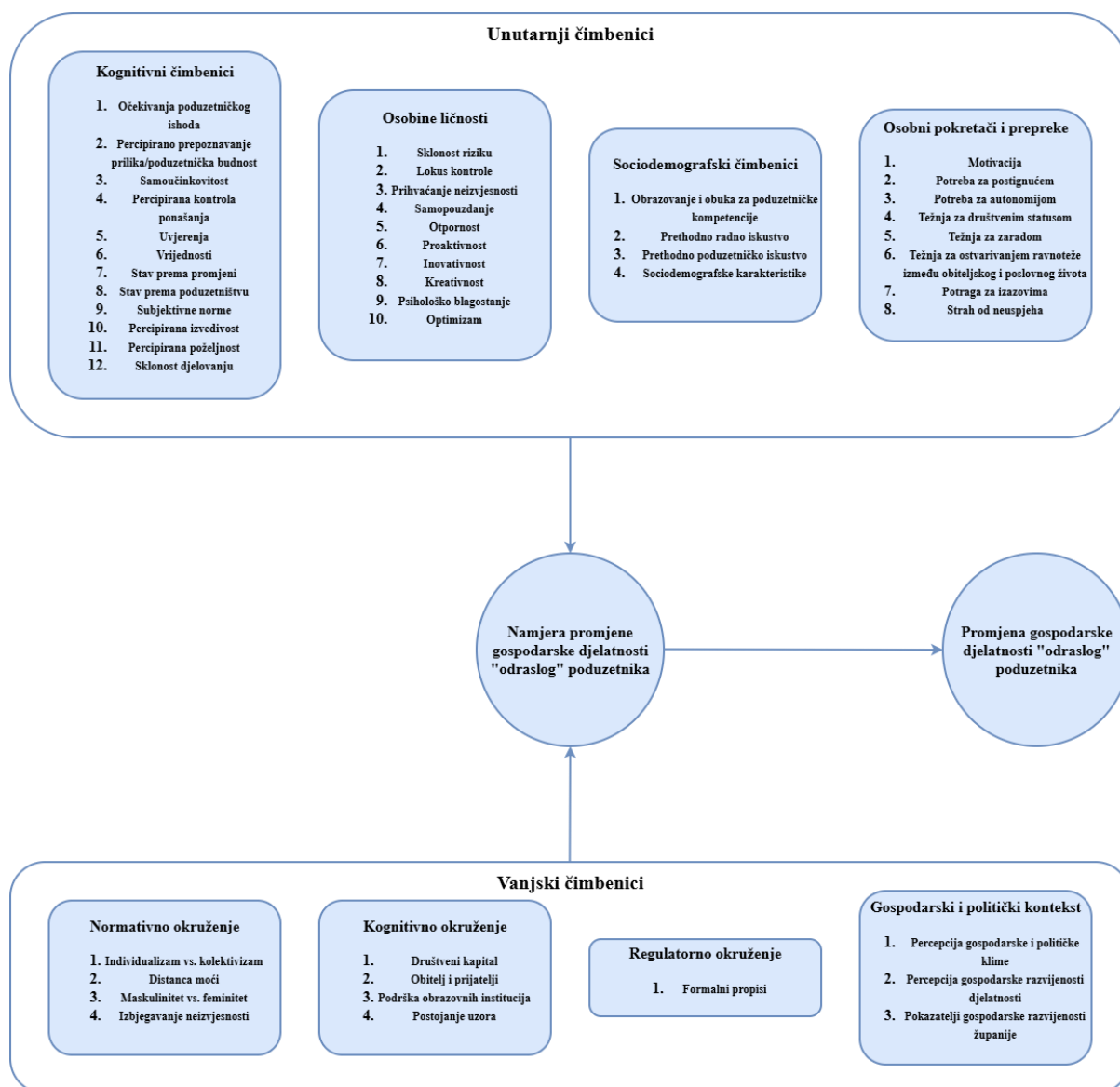
Proces pretraživanja radova uključivao je kombinaciju odabranih ključnih riječi, pri čemu su izrazi povezivani logičkim operatorima, odnosno Booleovim vrijednostima „AND“ i „OR“ kako bi se osiguralo sustavno i sveobuhvatno pretraživanje literature. S ciljem stjecanja širokog uvida u dosadašnje znanstvene i stručne spoznaje, a temeljem postavljenih ciljeva istraživanja i istraživačkih pitanja, u pregled su uključeni radovi koji istražuju: 1) poduzetništvo i poduzetničku namjeru, 2) gospodarsku djelatnost i gospodarsku strukturu u okviru kojih se gospodarske djelatnosti manifestiraju te 3) ponašanje poduzetnika i karakteristike „odraslih“ poduzetnika. Na temelju proučene literature prilagođavan je opseg pretraživanja postavljenih konstrukata te je u sljedećem koraku naglasak stavljen na: 1) čimbenike koji utječu na poduzetničku namjeru, 2) čimbenike koji utječu na promjene gospodarskih djelatnosti (i nadređenih im industrija i sektora) i promjenu gospodarske strukture te 3) čimbenike koji

određuju ponašanje „odraslih“ poduzetnika i utječu na njihovo donošenje odluka. Opisani strukturirani algoritam pretraživanja prikazan je [Tablicom P1](#) u Prilogu doktorskog rada.

S obzirom na visoku razinu teorijske i empirijske razvijenosti područja čimbenika koji utječu na poduzetničku namjeru, za tu je tematsku cjelinu pretraživanje literature vremenski ograničeno na posljednjih deset godina (2016. - 2025.). Na taj je način osigurana aktualnost uvida u suvremene znanstvene rasprave, metodološke standarde i kontekstualne dinamike. Nasuprot tome, pretraživanje literature koja se odnosi na ponašanje „odraslih“ poduzetnika te promjene gospodarskih djelatnosti nije bilo vremenski ograničeno. Razlog tomu leži u činjenici da su navedena područja u znanstvenoj literaturi manje zastupljena, fragmentirana i metodološki heterogena. Stoga bi uvođenje vremenskog ograničenja u dijelu pretraživanja moglo dovesti do isključenja vrijednih teorijskih doprinosa i empirijskih uvida nužnih za cjelovito razumijevanje kompleksnosti fenomena. Također, prilikom uključivanja u integrativni pregled literature pozornost je posvećena metodama korištenima u analiziranim istraživanjima te su u obzir uzeta istraživanja koja koriste i kvantitativne i kvalitativne, ali i mješovite metode znanstvenog istraživanja. U kontekstu istraživanja koje se bavi kompleksnim i višedimenzionalnim pojavama uključivanje širokog spektra izvora različitih metodoloških orijentacija opravdano je i preporučeno u znanstvenoj literaturi (Kraus i sur., 2020). Proučavani su izvori napisani na hrvatskom ili engleskom jeziku te objavljeni u recenziranim bazama. Uključivanje literature na hrvatskom jeziku omogućilo je uvažavanje lokalnog i regionalnog konteksta, što je iznimno važno s obzirom na teritorijalnu fokusiranost istraživanja. Ovakav pristup dodatno je pridonio validnosti prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika jer je reflektirao specifične političke, gospodarske i kulturne karakteristike hrvatskih županija u kojima se istraživanje provodi. Sekundarni podatci korišteni u ovom doktorskom radu odnose se na znanstvenu i stručnu literaturu koja obuhvaća knjige, znanstvene i stručne radove, zbornike radova, radove s konferencija, magistarske i doktorske radove te statističke i stručne publikacije. Pretraživanje sekundarnih podataka provedeno je uz pregled knjižnične građe i korištenjem baza podataka *Web of Science*, *Scopus*, *Science Direct* i *Hrčak*, koje su odabrane zbog svoje visoke znanstvene relevantnosti, interdisciplinarnog opsega te mogućnosti pristupa i domaćim i međunarodnim izvorima. *Web of Science* i *Scopus* omogućili su pristup recenziranim radovima iz najznačajnijih svjetskih znanstvenih časopisa dok je *Science Direct* pružio dubinske uvide u područja društvenih i ekonomskih znanosti, a *Hrčak* omogućio integraciju domaće literature i prepoznavanje lokalnih/regionalnih specifičnosti.

Koraci u procesu provođenja integrativnog pregleda literature uključivali su jasno definirane faze identifikacije, selekcije, analize i sinteze izvora, uz dosljednu primjenu unaprijed postavljenih kriterija uključivanja. U početnoj fazi provedena je opsežna pretraga odabranih baza podataka korištenjem unaprijed definiranog algoritma ključnih riječi, koji je obuhvatio sve tematske cjeline relevantne za predmet istraživanja. Cilj je ove faze bio identificirati što veći broj potencijalno relevantnih izvora, neovisno o njihovoj disciplinskoj pripadnosti, metodološkoj orijentaciji ili geografskom kontekstu. Nakon inicijalnog prikupljanja izvora, provedeno je više razina selekcije. U prvoj su fazi isključeni duplikati i očigledno irelevantni radovi. U sljedećem koraku provedeno je pregledavanje naslova, sažetaka i ključnih riječi uz primjenu osnovnih kriterija uključivanja, čime je sužen korpus analiziranih istraživanja. Završni selekcijski korak obuhvatio je detaljnu analizu sadržaja cjelovitih radova. Tijekom ove faze dodatno je vrednovana metodološka relevantnost, tematska usklađenost i teorijska vrijednost pojedinog izvora u odnosu na istraživačka pitanja.

Opisanim integrativnim pregledom literature čiji su nalazi iskazani u poglavljima „Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere“, „Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu“ i „Istraživanja gospodarske djelatnosti“, stvoren je teorijski i analitički temelj za oblikovanje prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, a koji je prikazan Slikom 10 na sljedećoj stranici.



Slika 10. Prijedlog konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Izvor: samostalna obrada autora

Na temelju izrađenog prijedloga konceptualnog okvira, stvoren je upitnik za njegovu validaciju. Za svaki od čimbenika koji je prikazan na Slici 10 osmišljeno je odgovarajuće pitanje, a popis svih pitanja iz upitnika moguće je pronaći u [Tablici P2](#) u Prilogu doktorskog rada. Prethodna istraživanja ne integriraju koncept promjene gospodarske djelatnosti s ponašanjem „odraslih“ poduzetnika u okviru modela poduzetničke namjere, stoga je formulacija pitanja zahtijevala prilagodbu specifičnom kontekstu promjene gospodarske djelatnosti, koji je predmet ovog istraživanja. Također, pitanja su strukturirana tako da odražavaju regionalnu dimenziju istraživačkog problema omogućujući ocjenu kontekstualne

specifičnosti čimbenika. Opisani upitnik za validaciju prijedloga konceptualnog okvira čini osnovu za narednu fazu istraživanja u kojoj je planirana njegova primjena unutar strukturiranog postupka validacije putem Delfi metode. Time je osigurana uključenost stručnog znanja i evaluacija iz prakse pri daljnjem oblikovanju istraživačkog modela.

5.1.2.2. Validacija prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua primjenom Delfi metode

Delfi metoda predstavlja strukturirani postupak grupne komunikacije koji omogućuje postizanje suglasnosti među stručnjacima kroz višekratne krugove anonimnih upitnika i kontrolirane povratne informacije (Skulmoski i sur., 2007; Murry i Hammons, 1995). Delfi metoda obuhvaća četiri temeljna obilježja: anonimnost sudionika, iteraciju (ponavljanje krugova), kontroliranu povratnu informaciju i statističku agregaciju odgovora.

Prilikom oblikovanja stručnog panela vodilo se računa o:

- višedisciplinarnoj orijentaciji istraživanja, koja podrazumijeva uvide iz područja poduzetništva, ekonomije i javnih politika,
- znanstvenoj i stručnoj utemeljenosti sudionika pri čemu je panel uključivao sveučilišne profesore i predstavnike javnih institucija relevantnih za poduzetničku politiku,
- regionalnoj zastupljenosti kako bi se osigurala razina uvida u specifičnosti lokalnih poduzetničkih ekosustava.

Složenost istraživačkog problema, koji uključuje isprepletenost individualnih poduzetničkih odluka s institucionalnim uvjetima unutar lokalnih/regionalnih konteksta, uvjetovala je višedisciplinarnu orijentaciju istraživanja. S obzirom na to da je temeljni fokus ovog doktorskog rada usmjeren na razumijevanje čimbenika utjecaja na namjeru promjene glavne gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, bilo je nužno uključiti stručnjake koji mogu pružiti komplementarne perspektive. Također, pri odabiru stručnjaka u obzir je uzeta pripadnost različitim regionalnim poduzetničkim ekosustavima, što je omogućilo stjecanje specifičnih i kontekstualiziranih uvida u okviru predmeta istraživanja. Kako bi se osigurao visok odziv i kvaliteta podataka, osigurane su preporuke relevantnih i uglednih pojedinaca s prepoznatljivim statusom u području poduzetništva, ekonomije i javnih politika. Ti su pojedinci preporučili potencijalne paneliste, čime je povećana vjerodostojnost panela i osigurana

uključenost osoba s dokazanim znanjem, iskustvom ili institucionalnim uvidom (Hsu i Sandford, 2007b). Odabir konačnih sudionika temeljen je na namjernom uzorkovanju koji pretpostavlja odabir osoba koje posjeduju specifična znanja i iskustva relevantna za predmet istraživanja (Ritchie i sur., 2003). U slučaju znanstvenika, razina stručnosti i kompetentnosti vrednovana je prema znanstvenoj aktivnosti u području poduzetništva i ekonomije. Za uvid u navedeno korišteni su javno dostupni podatci iz platformi kao što su *CROSB*i *Google Scholar*. Analizom objavljenih radova, sudjelovanja u projektima te aktivnog doprinosa znanstvenoj zajednici osigurano je da u panel budu uključeni stručnjaci koji ne samo da imaju formalne akademske kvalifikacije (doktorat znanosti), već i značajan znanstveni doprinos području koje je relevantno za ovaj doktorski rad. U slučaju predstavnika javnog sektora i institucija zaduženih za oblikovanje i provedbu poduzetničkih politika, stručnost je ocjenjivana prema kriterijima profesionalne prakse. Ovi kriteriji uključuju razinu institucionalne odgovornosti, sudjelovanje u izradi strateških dokumenata, članstvo u radnim skupinama za razvoj regionalne ili nacionalne poduzetničke politike te duljinu radnog iskustva u upravljačkim i savjetodavnim funkcijama. Dodatna potvrda relevantnosti kandidata bila je njihova uloga u projektima financiranim iz javnih izvora (primjerice, EU fondovi ili nacionalni razvojni programi). Poseban naglasak je stavljen na projekte koji se bave razvojem poduzetničkih ekosustava, poticanjem poslovne promjene, razvojem malih i srednjih poduzeća te unapređenjem poduzetničke infrastrukture. Ne postoje smjernice o minimalnom ili maksimalnom broju stručnjaka koji trebaju biti uključeni u panel istraživanje Delfi metodom (Avella, 2016; Skulmoski i sur., 2007). Optimalan broj sudionika treba biti određen na temelju specifičnih potreba istraživanja, homogenosti skupine stručnjaka i raspoloživih resursa. U sklopu ovog dokorskog rada ukupno je sudjelovalo osam stručnjaka što se smatra metodološki prihvatljivim s obzirom na homogenost grupe i prirodu teme (Dolenec, 2024). Radi očuvanja anonimnosti stručnjaka, [Tablicom P3](#) u Prilogu dokorskog rada prikazani su njihovi opći podatci.

Prije početka prvog kruga istraživanja provedeno je preliminarno testiranje sadržajne relevantnosti i tehničke izvedivosti upitnika, što Avella (2016) preporučuje kao koristan korak pri primjeni Delfi metode. U ovoj fazi testiranja sudjelovalo je pet znanstvenika sa Sveučilišta u Zadru i jedan sa Sveučilišta u Puli. Rezultati testiranja pokazali su određenu disperziju odgovora i komentara, a sudionici su sugerirali objedinjavanje pojedinih pitanja s vrlo sličnim sadržajem. Također, sugerirali su i dodatna pojašnjenja istraživačkih ciljeva uz svaku skupinu pitanja kako bi stručnjacima bilo lakše procijeniti koja su pitanja nužna za postizanje ciljeva

istraživanja. U skladu s metodološkim preporukama, prema kojima je prilikom primjene Delfi metode prikladno korištenje elektroničkih alata za komunikaciju sa stručnjacima (Zelenika, 2000), upitnici su stručnjacima distribuirani putem e-pošte, korištenjem programskog alata *Google Forms*. Stručnjacima je, zajedno s upitnikom za validaciju prijedloga konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika ([Tablica P2](#) u Prilogu doktorskog rada), poslan popratni dopis. U upitniku su stručnjaci zamoljeni da označe pitanja koja smatraju nužnima za postizanje istraživačkih ciljeva doktorskog rada. Također, zamoljeni su da predlože alternativna ili dodatna pitanja, odnosno ostave komentare koji bi pridonijeli smanjenju broja pitanja i većoj jasnoći vodiča za polustrukturirane intervju. Za ispunjavanje upitnika određen je rok od dva tjedna, u skladu s preporukama o dinamici provođenja Delfi metode (Hsu i Sandford, 2007a). Svaki je stručnjak pojedinačno zamoljen da iznese mišljenje o dostavljenom upitniku, a autor doktorskog rada je donio zajednički zaključak na temelju prikupljenih pojedinačnih mišljenja.

Po završetku individualne prepiske autora i stručnjaka, sljedeći krug Delfi metode započeo je prezentacijom rezultata prethodnog kruga i novim upitnikom koji se sastojao od:

- pitanja iz prethodnog kruga za koja nije postignuta tražena razina suglasnosti te
- novih pitanja predloženih od strane stručnjaka u prethodnom krugu upitnika.

U ovom je doktorskom radu primijenjena modificirana verzija Delfi metode, koja, za razliku od tradicionalnog pristupa ne započinje otvorenim pitanjima već unaprijed strukturiranim instrumentom temeljenim na prethodnoj sintezi literature i analizi sekundarnih izvora. Primjena ovakvog pristupa rezultirala je većom preciznošću i učinkovitošću u daljnjim krugovima istraživanja (Hsu i Sandford, 2007b; Skulmoski i sur., 2007; Murry i Hammons, 1995). Takav se pristup pokazao primjerenim jer su već u prvoj fazi istraživanja (*desk* istraživanje sekundarnih izvora) identificirani ključni konstrukti i varijable, što je omogućilo formuliranje ciljanog upitnika koji je poslužio kao osnova za prvi krug ispitivanja. McCampbell i Stewart (1992) navode četiri ključne prednosti korištenja unaprijed formuliranog seta tvrdnji u prvom krugu Delfi istraživanja:

- smanjuje se potreban vremenski okvir za obradu i strukturiranje odgovora iz prvog kruga u drugi krug,
- smanjuje se stopa odustajanja sudionika koji ne žele ispunjavati otvorene upitnike,
- osigurava se uključivanje ključnih tvrdnji koje bi istraživač možda previdio,
- panelisti u pravilu preferiraju jasno strukturiran instrument za davanje odgovora.

S obzirom na iterativni i sekvencijalni karakter Delfi metode važno je bilo osigurati ne samo početnu spremnost stručnjaka za sudjelovanje, već i dosljedno visoku stopu odaziva u svim ponovljenim krugovima istraživanja. S tim su ciljem primijenjene preporučene strategije za poticanje sudjelovanja (Hsu i Sandford, 2007b): slanje podsjetnika elektroničkom poštom i telefonski kontakt s panelistima koji nisu pravodobno ispunili upitnik, čime se otvorila dodatna komunikacijska linija između autora doktorskog rada i sudionika. Također, jasno definirani rokovi za svaki krug istraživanja smatrali su se nužnima za održavanje dinamike procesa.

Broj provedenih krugova istraživanja u okviru ovog doktorskog rada određivan je na temelju rezultata analize podataka nakon završetka svakog kruga. Kada je procijenjeno da je postignut maksimalan stupanj suglasnosti i da daljnji krugovi ne bi pridonijeli dodatnom približavanju mišljenja, postupak je prekinut. U konačnici, provedena su dva kruga. Primjena Delfi metode u okviru ovog doktorskog rada završila je po postizanju razine suglasnosti od 75 % za svako pitanje koje su stručnjaci smatrali neophodnim dijelom vodiča za polustrukturirane intervjue kojim će se naknadno testirati validirani konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Premda ne postoji jedinstvena metodološka preporuka o optimalnoj razini suglasnosti koja se zahtijeva provođenjem Delfi metode, istaknute su različite razine tražene suglasnosti, počevši od 50%, dok je razina od 75 % često korištena u okviru relevantne znanstvene i stručne literature (Dolenec, 2024). Takav prag omogućuje postizanje relativno visokog stupnja stručnog slaganja, a pritom ne zanemaruje pluralnost mišljenja unutar heterogene skupine stručnjaka.

Prvi krug Delfi metode proveden je u vremenskom razdoblju od 18. veljače do 4. ožujka 2025. godine. Tijekom tog kruga stručnjaci su potvrdili dio predloženih istraživačkih elemenata te iznijeli niz komentara i prijedloga za unaprjeđenje istraživačkog instrumenta, uključujući i prijedloge novih pitanja za uvrštavanje u vodič za polustrukturirane intervjue. Na svaki pristigli komentar autor doktorskog rada odgovorio je pojedinačno, kroz individualnu komunikaciju sa svakim panelistom. Po završetku te faze korespondencije pristupilo se provedbi drugog kruga istraživanja od 12. do 27. ožujka 2025. godine. U okviru tog kruga, panelistima su najprije predstavljani rezultati prvog kruga, a zatim i nova lista pitanja, koja se sastojala od pitanja iz prvog kruga za koja nije postignuta tražena razina suglasnosti te od novoformuliranih pitanja temeljenih na prijedlozima i komentarima iznesenima u prethodnom krugu. Od stručnjaka se ponovno tražilo da ocijene koja su pitanja nužna za uključivanje u vodič. Pravila primjene istraživačke metode, uključujući prag suglasnosti i logiku uključivanja pitanja, ostala su

nepromijenjena u odnosu na prvi krug. Budući da stručnjaci nisu predložili konkretne nove formulacije pitanja, a više od 75 % inicijalno predloženih pitanja je kroz dva kruga istraživanja prihvaćeno, autor doktorskog rada odlučio je zaključiti postupak nakon drugog kruga validacije. Ova je odluka donesena kako bi se, s jedne strane, izbjegla daljnja potrošnja resursa i zamor sudionika, a s druge strane, uvažila metodološka preporuka prema kojoj u drugom krugu stručnjaci potvrđuju ili revidiraju prethodno izražena mišljenja (Zelenika, 2000).

Na taj je način izrađen validirani konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i popratni vodič za polustrukturirane intervjue. Ovaj vodič obuhvaća ukupno 46 pitanja koja se odnose na 44 čimbenika, kako je prikazano Tablicom 13, a koji omogućuje dubinsko istraživanje analiziranog fenomena u sljedećoj fazi istraživanja.

Tablica 13. Rezultati Delfi metode: pregled prihvaćenih čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajuća pitanja

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Pitanje
Očekivanja poduzetničkog ishoda Cilj pitanja je razumjeti očekivane posljedice poslovanja u novoj gospodarskoj djelatnosti, koje su ispitanici predvidjeli dok su se još bavili prethodnom gospodarskom djelatnošću.	Kako su očekivani rezultati poslovanja poduzeća u novoj gospodarskoj djelatnosti utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti?
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj sposobnosti uočavanja prilika i reagiranja na tržišne trendove na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Koku ste priliku / koje prilike za promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća prepoznali?
Samoučinkovitost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj procjene sposobnosti obavljanja zadataka u okviru nove gospodarske djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li posjedovali potrebna znanja za obavljanje nove gospodarske djelatnosti?
Percipirana kontrola ponašanja Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj procjene kontrole nad promjenom gospodarske	Jeste li smatrali da ste sposobni kontrolirati proces promjene gospodarske djelatnosti?

djelatnosti poduzeća na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	
Uvjerenja Cilj pitanja je istražiti potencijalni utjecaj odlučnosti ispitanika da se ponašaju u skladu s onim što su vjerovali da bi trebali činiti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	U kojoj su mjeri Vaša uvjerenja pridonijela namjeri promjene gospodarske djelatnosti?
Vrijednosti Cilj pitanja je istražiti povezanost nove i prethodne gospodarske djelatnosti s temeljnim životnim principima kojima se vode ispitanici.	Navedite temeljne vrijednosti koje ste povezivali uz staru i novu gospodarsku djelatnost i objasnite kako su one utjecale na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća!
Stav prema promjeni Cilj pitanja je istražiti potencijalni utjecaj otvorenosti ispitanika prema promjenama na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	U kojoj ste mjeri promjenu gospodarske djelatnosti iskoristili za promjenu svakodnevne rutine?
Stav prema poduzetništvu Cilj pitanja je ispitati osjećaje („sviđa mi se“) i razmišljanja („postoje prednosti“) ispitanika o bavljenju novom gospodarskom djelatnošću kao načinom osiguravanja kontinuiteta poduzetničke aktivnost.	U kojoj je mjeri Vaša želja da ostanete poduzetnik utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?
Subjektivne norme Cilj pitanja je procijeniti potencijalni utjecaj društvenih pritisaka ili podrške na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima te procijeniti njihovu motivaciju za usklađivanje s postojećim očekivanjima.	Kako su mišljenja i očekivanja ljudi koji su Vam važni utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Percipirana izvedivost Cilj pitanja je razumjeti kako su ispitanici doživjeli složenost promjene gospodarske djelatnosti poduzeća, posebno u pogledu procjene vlastitih sposobnosti, resursa i podrške koju su imali.	Jeste li proces promjene gospodarske djelatnosti poduzeća smatrali izvedivim s obzirom na Vaše resurse?
Percipirana poželjnost Cilj ovih pitanja je procijeniti koliko su ispitanici bili privučeni mogućnošću odabira novog poduzetničkog „puta“.	Koji su čimbenici učinili novu gospodarsku djelatnost poduzeća poželjnom?
Sklonost djelovanju Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj spremnosti na djelovanje prema uočenim prilikama na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća .	U kojoj ste mjeri novu gospodarsku djelatnost doživjeli kao priliku vrijednu iskorištavanja?

Sklonost riziku Cilj ovih pitanja je procijeniti razinu i vrste rizika koje su ispitanici bili spremni prihvatiti kada su razmišljali o bavljenju novom gospodarskom djelatnošću poduzeća.	Koje ste rizike uzeli u obzir tijekom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Lokus kontrole Cilj pitanja je razumjeti utjecaj vjerovanja u vlastite zasluge za potencijalni uspjeh promjene gospodarske djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	U kojoj ste mjeri smatrali kako će uspjeh promjene gospodarske djelatnosti biti isključivo Vaša zasluga?
Prihvatanje neizvjesnosti Cilj pitanja je procijeniti kako je na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća utjecala sposobnost ispitanika za pronalaženje rješenja u nejasnim situacijama, koje obilježavaju proces promjene gospodarske djelatnosti.	Kako ste se nosili s neizvjesnim ishodom promjene gospodarske djelatnosti i povezanim nepoznicama?
Samopouzdanje Cilj pitanja je utvrditi utjecaj uvjerenja ispitanika u vlastite vještine na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaše samopouzdanje utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?
Otpornost Cilj ovih pitanja je procijeniti kako je sposobnost snalaženja u teškim situacijama u kojima su se ispitanici suočili sa značajnim stresom, traumom ili opasnošću utjecala na njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Je li Vam promjena gospodarske djelatnosti stvorila osjećaj stresa, traume ili opasnosti?
Proaktivnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj spremnosti za pokretanje novih inicijativa, prepoznavanje novih prilika i trendova i njihovo iskorištavanje na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li skloni prepoznavati nove trendove i prilike u Vašem okruženju koje su Vas potaknule na djelovanje i promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća?
Inovativnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za traženjem i primjenom novih i jedinstvenih rješenja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaša inovativnost utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?
Kreativnost Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za stvaranjem kreativnih i praktičnih ideja i	Kako je Vaša kreativnost utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?

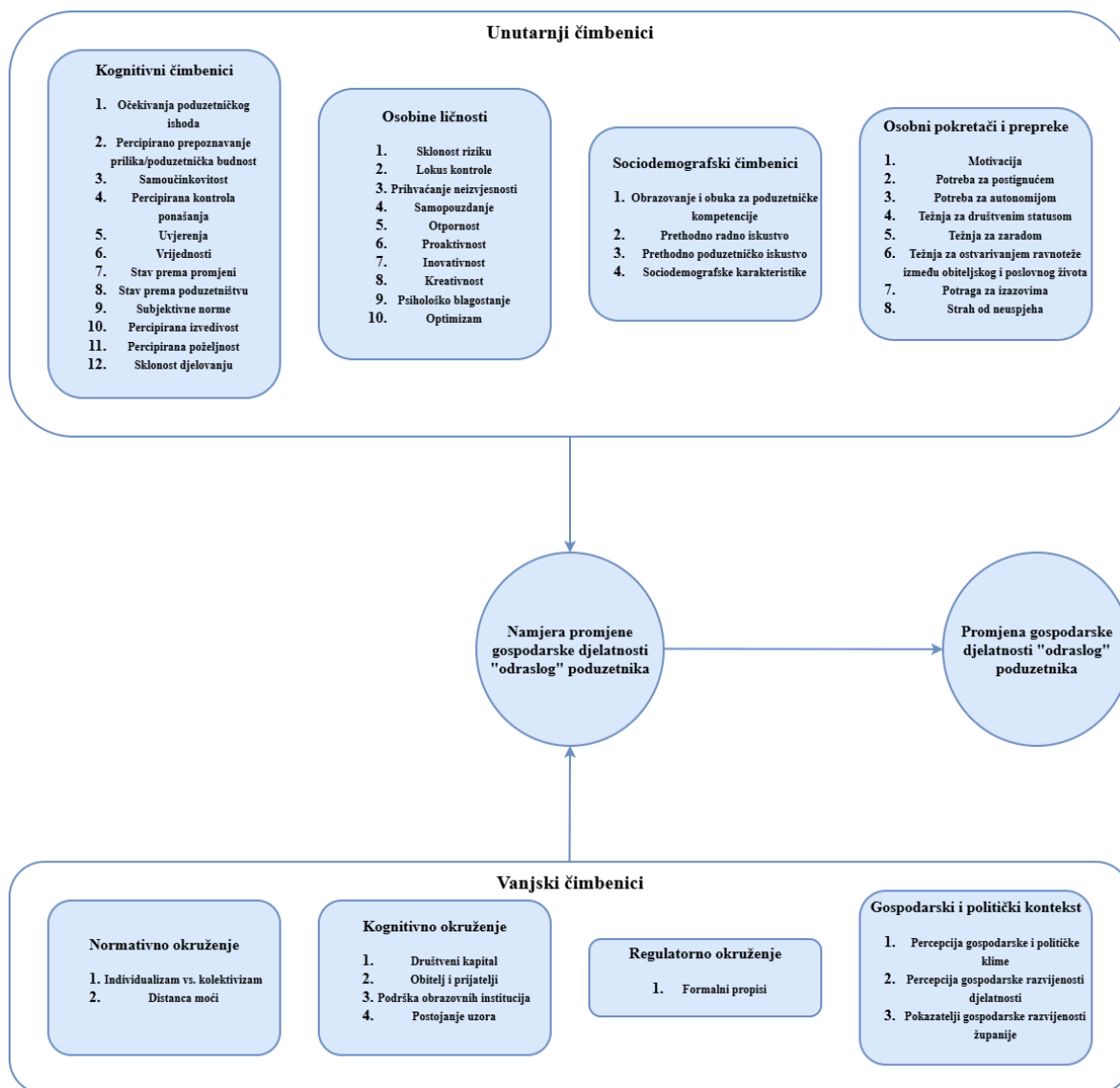
proizvoda na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	
Psihološko blagostanje Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima kako je mentalno zdravlje utjecalo na spremnost ili nespremnost na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća .	Kako biste opisali mentalno stanje u kojemu ste se nalazili u vremenskom razdoblju koje je prethodilo promjeni gospodarske djelatnosti?
Optimizam Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj nade u pozitivne rezultate na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća (unatoč postojanju određenih rizika i neizvjesnosti).	Koliko je Vaša vjera u povoljan rezultat promjene gospodarske djelatnosti za Vas i Vašu okolinu utjecala na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj formalnog i neformalnog obrazovanja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako su prethodna uključenost u obrazovne programe i stečena znanja utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Prethodno radno iskustvo Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj prošlih radnih iskustva, poput stečenih vještina, znanja iz industrije ili profesionalnih veza, na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako su Vaša prethodna radna iskustva utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Prethodno poduzetničko iskustvo Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj određenih aspekata prethodnih poduzetničkih aktivnosti, poput naučenih lekcija, uspjeha ili neuspjeha i strateških uvida na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaše prethodno iskustvo u poduzetništvu utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Socio-demografske karakteristike Cilj pitanja je utvrditi jedinstvene demografske osobine ispitanika i njihov utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Možete li svoju tadašnju dob, spol, etničku pripadnost, broj djece ili neku drugu socio-demografsku osobinu dovesti u vezu s promjenom gospodarske djelatnosti poduzeća? Objasnite!
Motivacija Cilj ovih pitanja je otkriti je li namjera promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima bila potaknuta nuždom ili prepoznatom prilikom te jesu li se (i kako) navedeni razlozi promijenili u odnosu na one koji su potaknuli pokretanje poduzeća.	Koji su Vas razlozi potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća? Jeste li bili motivirani nuždom ili prepoznatom prilikom? Razlikuju li se razlozi zbog kojih ste promijenili gospodarsku djelatnost od onih koji su utjecali na pokretanje poduzeća?

Potreba za postignućem Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj ambicije za postizanjem viših ciljeva i uspjeha na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku za osobni razvoj i uspjeh?
Potreba za autonomijom Cilj pitanja je istražiti kako je želja za neovisnošću u donošenju odluka inspirirala ispitanike na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti doživjeli kao priliku za postizanjem više razine neovisnosti?
Težnja za društvenim statusom Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima koliko je želja za boljim društvenim statusom utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li vjerovali kako će Vam promjena gospodarske djelatnosti poduzeća omogućiti stjecanje boljeg društvenog statusa?
Težnja za zaradom Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj financijskih poticaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je mogućnost povećanja financijske dobiti utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima koliko je želja za ravnotežom između poslovnog i privatnog života utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je potreba za usklađivanjem poslovnih i obiteljskih obveza utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Potruga za izazovima Cilj pitanja je razumjeti potencijalni utjecaj želje za postizanjem osobno postavljenih izazova na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao izazov vrijedan Vašeg truda?
Strah od neuspjeha Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima kako je strah od neuspjeha omeo ili potaknuo namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Je li strah od neuspjeha u prethodnoj gospodarskoj djelatnosti doveo do promjene gospodarske djelatnosti?
Individualizam vs. kolektivizam Cilj pitanja je otkriti kako su ispitanici doživjeli društvenu orijentaciju prema osobnom uspjehu naspram grupnog sklada i kako je navedeni doživljaj utjecao na njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća prednost dali vlastitom zadovoljstvu ili zadovoljstvu Vašeg tima?
Distanca moći	Kako je Vaš odnos s političkim autoritetima i lobijima utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?

Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima kako je prihvaćanje nejednakosti moći u društvu utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	
Društveni kapital Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj osobne socijalne mreže i podrške zajednice na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li smatrali kako će Vaša mreža poznanstava omogućiti bolje poslovanje poduzeća u slučaju promjene gospodarske djelatnosti?
Obitelj i prijatelj Cilj pitanja je razumjeti potencijalni utjecaj emocionalne podrške i financijske potpore obitelji i prijatelja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća mogli računati na emocionalnu, stručnu i/ili novčanu potporu Vaše obitelji i prijatelja?
Podrška obrazovnih institucija Cilj pitanja je utvrditi među ispitanicima jesu li dostupnost i kvaliteta obrazovnih iskustava utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća među.	Je li olakšan pristup obrazovnim i znanstvenim resursima u pojedinim gospodarskim djelatnostima utjecao na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Postojanje uzora Cilj ovih pitanja je otkriti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za oponašanjem određenih istaknutih pojedinaca na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Molim Vas navedite određene uzore koji su Vas potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti? Kako su njihova iskustva ili savjeti utjecali na Vaš proces donošenja odluka?
Formalni propisi Cilj ovih pitanja je shvatiti kako su pogledi na ekonomsku slobodu i regulacije, zajedno s kvalitetom institucija, utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Kako su propisi i/ili politike vezani za prethodnu ili novu gospodarsku djelatnost utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća? Je li promjenu gospodarske djelatnosti pratila i promjena pravno ustrojbenog okvira Vašeg poduzeća (d.o.o., zadruga, d.d. ...)?
Percepcija gospodarske i političke klime Cilj ovih pitanja je razumjeti na koji način su gospodarska i politička klima te njihova interakcija utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima	Molim Vas navedite određene gospodarske ili političke razloge koje ste uzeli u obzir prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije Cilj pitanja je utvrditi kako je razina gospodarskog razvoja u okruženju u kojemu su ispitanici djelovali utjecala na njihova stajališta i namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke u Vašoj županiji, • razvijenost turizma,

	• demografske karakteristike Vaše županije.
Pokazatelji gospodarske djelatnosti Cilj pitanja je utvrditi među ispitanicima utjecaj percipirane mogućnosti poslovanja u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: • razina prihoda u novoj gospodarskoj djelatnosti u odnosu na prethodnu, • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke za prethodnu i novu gospodarsku djelatnosti, • utjecaj razvoja turizma na mogućnost poslovanja u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • razina nezaposlenosti u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti.

Vizualni prikaz validiranog konceptualnog okvira koji na unutarnjoj i vanjskoj razini u skupinama obuhvaća definirane čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika prikazan je Slikom 11 na sljedećoj stranici.



Slika 11. Validirani konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Izvor: samostalna obrada autora

Kao što je vidljivo iz prikazanih rezultata, validirani konceptualni okvir (Slika 11) razlikuje se od inicijalno predloženog konceptualnog okvira razvijenog na temelju integrativnog pregleda literature (Slika 10) isključivo u tome što ne uključuje čimbenike „maskulinitet vs. feminitet“ i „prihvatanje neizvjesnosti“. Ova razlika upućuje na to da su tijekom procesa validacije od strane stručnjaka u okviru Delfi metode određene dimenzije kulturnih vrijednosti koje pripadaju normativnom okruženju, premda teorijski relevantne, empirijski pokazale ograničenu važnost u objašnjenju namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

5.1.2.3. Proces prilagodbe vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua

Priroda kvalitativnog istraživanja zahtijeva fleksibilnost i interpretativnu širinu (Creswell i Poth, 2018; Patton, 2014; Eriksson i Kovalainen, 2011; Dana i Dana, 2005), a ne mehaničku operacionalizaciju svih prethodno definiranih istraživačkih jedinica. Stoga je u sljedećem koraku istraživanja provedena sinteza tematski srodnih ili sadržajno preklapajućih pitanja. Time su objedinjeni slični čimbenici i operativno je reducirana dužina vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua, bez gubitka sadržajne širine i dubine.

Pitanja prihvaćena primjenom Delfi metode, a koja su se odnosila na povezane i srodne čimbenike kao što su primjerice, motivacija, potreba za autonomijom, želja za društvenim statusom ili financijskim postignućem, objedinjena su u sveobuhvatnije pitanje. Navedeni postupak detaljno je prikazan u Tablici 14. Za svako pitanje iz vodiča u njegovom konačnom obliku jasno su naznačeni svi čimbenici koji su sadržajno pokriveni tim pitanjem. Ovakva struktura vodiča omogućila je da se, uz poštivanje znanstvene rigoroznosti i validiranosti sadržaja, osigura i interpretativna otvorenost razumijevanja složenih namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Time je spojena stručna preporuka dobivena putem Delfi metode s praktičnim i teorijski utemeljenim zahtjevima kvalitativnog istraživanja.

Tablica 14. Povezanost pitanja usuglašeni primjenom Delfi metode i pitanja u vodiču za provođenje polustrukturiranih intervjua

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenici i pripadajuća pitanja usuglašena provedbom Delfi metode	Pitanje (i potpitanja) u vodiču
Motivacija Koji su Vas razlozi potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća? Jeste li bili motivirani nuždom ili prepoznatom prilikom? Razlikuju li se razlozi zbog kojih ste promijenili gospodarsku djelatnost od onih koji su utjecali na pokretanje poduzeća? Potreba za postignućem Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku za osobni razvoj i uspjeh?	Osnovno pitanje Zašto ste se odlučili promijeniti gospodarsku djelatnost? Koji su bili osnovni motivi koji su potaknuli vašu namjeru za promjenom? Potpitanja: - Koliko vas je na promjenu potaknula nužda (npr. problemi u prethodnoj djelatnosti), a koliko prepoznata prilika? - Je li promjena djelatnosti predstavljala jedinu opciju da ostanete poduzetnik?

Potreba za autonomijom	Struktura pitanja: - Osnovnim se pitanjem ispituje motivaciju, potrebu za postignućem, potrebu za autonomijom, težnju za društvenim statusom, težnju za zaradom, težnju za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života te potragu za izazovima. - Prvim se potpitanjem ispituju očekivanja poduzetničkog ishoda, percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost, stav prema promjeni, percipiranu poželjnost, sklonost djelovanju prema uočenim prilikama i strah od neuspjeha. - Drugim se potpitanjem ispituje uvjerenja, vrijednosti i stav prema poduzetništvu. Konceptualna podloga pitanja: - Osnovno pitanje obuhvaća različite motivacijske poticaje, uključujući i unutarnje (identitetske i socijalne) kao i vanjske čimbenike poput financijske koristi i potrebe za ravnotežom između poslovnog i privatnog života. - Prvim se potpitanjem razlikuju reaktivne i proaktivne pobude te prati prijelaz od uočavanja prilika do djelovanja. Time se istodobno ispituju kognitivno-bihavioralni aspekti odluke, emocionalni stav prema promjeni i ravnoteža između motivacije i brige kao ograničavajućeg čimbenika. - Drugo potpitanje povezuje dublje orijentacije manifestirane u osobnim vrijednostima i uvjerenjima s poduzetničkim identitetom i stavom prema poduzetništvu.
Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti doživjeli kao priliku za postizanjem više razine neovisnosti?	
Težnja za društvenim statusom	
Jeste li vjerovali kako će Vam promjena gospodarske djelatnosti poduzeća omogućiti stjecanje boljeg društvenog statusa?	
Težnja za zaradom	
Kako je mogućnost povećanja financijske dobiti utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?	
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života	
Kako je potreba za usklađivanjem poslovnih i obiteljskih obveza utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?	
Potraga za izazovima	
Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao izazov vrijedan Vašeg truda?	
Očekivanja poduzetničkog ishoda	
Kako su očekivani rezultati poslovanja poduzeća u novoj gospodarskoj djelatnosti utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	
Koju ste priliku / koje prilike za promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća prepoznali?	
Stav prema promjeni	
U kojoj ste mjeri promjenu gospodarske djelatnosti iskoristili za promjenu svakodnevne rutine?	
Percipirana poželjnost	
Koji su čimbenici učinili novu gospodarsku djelatnost poduzeća poželjnom?	

Sklonost djelovanju U kojoj ste mjeri novu gospodarsku djelatnost doživjeli kao priliku vrijednu iskorištavanja?	
Strah od neuspjeha Je li strah od neuspjeha u prethodnoj gospodarskoj djelatnosti doveo do promjene gospodarske djelatnosti?	
Uvjerenja U kojoj su mjeri Vaša uvjerenja pridonijela namjeri promjene gospodarske djelatnosti?	
Vrijednosti Navedite temeljne vrijednosti koje Vas vode u životu, a koje ste povezali uz staru i novu gospodarsku djelatnost i objasnite kako su one utjecale na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća!	
Stav prema poduzetništvu U kojoj je mjeri Vaša želja da ostanete poduzetnik utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Sklonost riziku Koje ste rizike uzeli u obzir tijekom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?	Osnovno pitanje: Možete li izdvojiti i opisati neke vaše osobine za koje smatrate da su potaknule vašu namjeru za promjenom? Potpitanja: - Jeste li, i koliko, vjerovali u vlastita znanja i sposobnost potrebne za vođenje poduzeća u novoj djelatnosti? - Je li, i na koji način, obrazovanje utjecalo na vašu namjeru za promjenom? - Je li, i na koji način, vaše prethodno radno iskustvo utjecalo na namjeru za promjenom? - Jesu li, i na koji način, vaša dob, spol, bračni i obiteljski status, religijska pripadnost, i sl. igrali ulogu u poticanju vaše namjere za promjenom?
Prihvatanje neizvjesnosti Kako ste se nosili s neizvjesnim ishodom promjene gospodarske djelatnosti i povezanim nepoznicama?	
Samopouzdanje Kako je Vaše samopouzdanje utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Otpornost Je li Vam promjena gospodarske djelatnosti stvorila osjećaj stresa, traume ili opasnosti?	
Proaktivnost	

Jeste li skloni prepoznavati nove trendove i prilike u Vašem okruženju koje su Vas potaknule na djelovanje i promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća?	Struktura pitanja: - Osnovnim se pitanjem ispituje sklonost riziku, prihvaćanje neizvjesnosti, samopouzdanje, otpornost, proaktivnost, inovativnost, kreativnost, psihološko blagostanje i optimizam. - Prvim se potpitanjem ispituje samoučinkovitost, percipirana kontrola ponašanja, percipirana izvedivost i lokus kontrole. - Drugim se potpitanjem istražuje obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije. - Trećim se potpitanjem ispituje prethodno radno iskustvo i prethodno poduzetničko iskustvo. - Četvrtim se potpitanjem ispituje socio-demografske karakteristike. Konceptualna podloga pitanja: - Osnovno pitanje objedinjuje kognitivne čimbenike i osobine ličnosti, ispitujući akcijsku orijentaciju, stav prema riziku te emocionalnu stabilnost i vjeru u pozitivan ishod. - Prvim je potpitanjem naglasak stavljen na unutarnju procjenu vlastite kompetentnosti i kontrole kao dvije različite, ali komplementarne dimenzije kognitivne procjene sposobnosti za promjenu gospodarske djelatnosti. - Drugim se potpitanjem istražuje način na koji su znanja stečena kroz obrazovne programe utjecala na namjeru za promjenom među ispitanicima. - Trećim potpitanjem se naglasak stavlja na učenje iz prethodnog iskustva, uključujući refleksiju na uspjehe i neuspjehe. - Četvrtim se potpitanjem nastoji istražiti jesu li i kako osobne socio-demografske karakteristike poduzetnika utjecale na njihovu odluku o promjeni gospodarske djelatnosti poduzeća.
Inovativnost	
Kako je Vaša inovativnost utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Kreativnost	
Kako je Vaša kreativnost utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Psihološko blagostanje	
Kako biste opisali mentalno stanje u kojemu ste se nalazili u vremenskom razdoblju koje je prethodilo promjeni gospodarske djelatnosti?	
Optimizam	
Kako je Vaša vjera u povoljan rezultat promjene gospodarske djelatnosti za Vas i Vašu okolinu utjecala na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?	
Samoučinkovitost	
Jeste li posjedovali potrebna znanja za obavljanje nove gospodarske djelatnosti?	
Percipirana kontrola ponašanja	
Jeste li smatrali da ste sposobni kontrolirati proces promjene gospodarske djelatnosti?	
Percipirana izvedivost	
Jeste li proces promjene gospodarske djelatnosti poduzeća smatrali izvedivim s obzirom na Vaše resurse?	
Lokus kontrole	
U kojoj ste mjeri smatrali kako će uspjeh promjene gospodarske djelatnosti biti isključivo Vaša zasluga?	
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije	

Kako su prethodna uključenost u obrazovne programe i stečena znanja utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?	
Prethodno radno iskustvo Kako su Vaša prethodna radna iskustva utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?	
Prethodno poduzetničko iskustvo Kako je Vaše prethodno iskustvo u poduzetništvu utjecalo na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?	
Socio-demografske karakteristike Možete li svoju tadašnju dob, spol, etničku pripadnost, broj djece ili neku drugu socio-demografsku osobinu dovesti u vezu s promjenom gospodarske djelatnosti poduzeća? Objasnite!	
Subjektivne norme Kako su mišljenja i očekivanja ljudi koji su Vam važni utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?	Osnovno pitanje: Jesu li, i na koji način, mišljenja i očekivanja ljudi koji su vam važni i koji se nalaze u vašoj neposrednoj okolini utjecali na vašu namjeru za promjenom? Potpitanja: - Jesu li, i na koji način, društveno prihvaćene vrijednosti u široj zajednici oblikovale vašu namjeru za promjenom? - Je li, i na koji način, postojanje poduzetničkih i drugih znanja u vašoj bližoj i široj okolini utjecao na oblikovanje vaše namjere za promjenom? Struktura pitanja: - Osnovnim se pitanjem ispituje subjektivne norme. - Prvim se potpitanjem ispituje individualizam vs. kolektivizam i distanca moći.
Individualizam vs. kolektivizam Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća prednost dali vlastitom zadovoljstvu ili zadovoljstvu Vašeg tima?	
Distanca moći Kako je Vaš odnos s političkim autoritetima i lobijima utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti?	
Društveni kapital Jeste li smatrali kako će Vaša mreža poznanstava omogućiti bolje poslovanje poduzeća u slučaju promjene gospodarske djelatnosti?	
Obitelj i prijatelji	

Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća mogli računati na emocionalnu, stručnu i/ili novčanu potporu Vaše obitelji i prijatelja?	• Drugim se potpitanjem ispituje društveni kapital, obitelj i prijatelje, podršku obrazovnih institucija i postojanje uzora.
Podrška obrazovnih institucija Je li olakšan pristup obrazovnim i znanstvenim resursima u pojedinim gospodarskim djelatnostima utjecao na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?	Konceptualna podloga pitanja: • Osnovnim se pitanjem istražuje unutarnje internalizirana evaluacija vanjskih očekivanja. • Prvim se potpitanjem istražuje utjecaj normativnog okruženja i društveno prihvaćenih vrijednosti na oblikovanje namjere poduzetnika za promjenom gospodarske djelatnosti.
Postojanje uzora Molim navedite određene uzore koji su Vas potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti? Kako su njihova iskustva ili savjeti utjecala na Vaš proces donošenja odluka?	• Drugim se potpitanjem istražuju oblici podrške iz bliskog okruženja, odnosno obitelj i kontakti, kao i pristup znanju i edukaciji, uključujući utjecaj uzora kroz društveno-kognitivno učenje.
Formalni propisi Kako su propisi i/ili politike vezani za prethodnu ili novu gospodarsku djelatnost utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća? Je li promjenu gospodarske djelatnosti pratila i promjena pravno ustrojbenog okvira Vašeg poduzeća (d.o.o., zadruga, d.d. ...)?	Osnovno pitanje: • Jesu li, i na koji način, gospodarski i politički čimbenici utjecali na vašu namjeru za promjenom? Potpitanje: • Jeste li morali mijenjati pravni oblik poduzeća? Struktura pitanja:
Percepcija gospodarske i političke klime Molim Vas navedite određene gospodarske ili političke razloge koje ste uzeli u obzir prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?	• Osnovnim se pitanjem ispituje formalne propise, percepciju gospodarske i političke klime, pokazatelje gospodarske razvijenosti županije i pokazatelje gospodarske djelatnosti. • Prvim se potpitanjem ispituje formalne propise.
Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke u Vašoj županiji, • razvijenost turizma, • demografske karakteristike Vaše županije, • neki drugi čimbenik – navedite koji!	Konceptualna podloga pitanja: • Osnovnim se pitanjem obuhvaćaju tri razine vanjskog okruženja, odnosno nacionalna, regionalna i sektorska, kako bi se dobila cjelovita slika konteksta promjene djelatnosti • Potpitanjem se dodatan naglasak stavlja na ustrojbene aspekte poduzeća, koji svjedoče o regulatornom okviru.
Pokazatelji gospodarske djelatnosti	

Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: • razina prihoda u novoj gospodarskoj djelatnosti u odnosu na prethodnu, • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke za prethodnu i novu gospodarsku djelatnost, • razina nezaposlenosti u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • neki drugi čimbenik – navedite koji!	
Završno pitanje Uzevši u obzir okolnosti u vremenu prije promjene gospodarske djelatnosti poduzeća, što biste naveli kao ključan motiv za donošenje te odluke (samo jedan!)?	Osnovno pitanje: • Konačno, kada se osvrnete na sve okolnosti koje su prethodile promjeni djelatnosti, koji biste čimbenik izdvojili kao ključni razlog donošenja te odluke? Potpitanje: • Možete li pronaći razliku između čimbenika koji su utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti i čimbenika koji su vas prvotno potaknuli da uopće pokrenete poduzeće? Konceptualna podloga pitanja: • Ovim se pitanjem omogućuje refleksija i prioritetiziranje čimbenika, čime se pridonosi analitičkom zaokruživanju i omogućuje lakša interpretacija u kasnijoj analizi.

Sadržaj obuhvaćen Tablicom 14 prikazuje pitanja prihvaćena u okviru Delfi metode, a koja su se pokazala brojnim i djelomično sadržajno preklapajućima. Zbog toga su objedinjena u šire tematske cjeline radi učinkovitije provedbe intervjua i veće analitičke jasnoće.

Osim čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, koji se ispituju pitanjima iz Tablice 14, vodič za provođenje polustrukturiranih intervjua također je obuhvatio pitanja usmjerena na čimbenike koji su potaknuli ili usporili provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Budući da svaka izražena namjera ne rezultira nužno djelovanjem, empirijskim fokusom na „odrasle“ poduzetnike koji su zaista proveli promjenu gospodarske djelatnosti, ovaj doktorski rad izbjegava ograničenja istraživanja

temeljenih isključivo na namjerama. Time se otklanja problem jaza između namjere i ponašanja te se pridonosi nadogradnji teorijskih modela koji objašnjavaju provedbu poduzetničke namjere u konkretne akcije. Pitanja kojima se istražuju čimbenici koji su utjecali na provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti također su oblikovana prema logici tematske agregacije. Tablicom 15 je detaljno prikazano kako su čimbenici koji su prethodno usuglašeni Delfi metodom integrirani u obliku osam pitanja iz vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua.

Tablica 15. Povezanost pitanja usuglašениh primjenom Delfi metode i pitanja u vodiču za provođenje polustrukturiranih intervjua: vremensko razdoblje između oblikovanja namjere i provedbe promjene gospodarske djelatnosti

Izvor: samostalna obrada autora

Pitanje (i pripadajuća potpitanja) u vodiču	Delfi metoda	Cilj pitanja
Koliko je vremena prošlo od namjere do konkretne promjene gospodarske djelatnosti?	Nijedan konstrukt iz Delfi metode ne pokriva direktno ovaj vremenski aspekt, ali pitanje služi kao prijelaz između faze namjere i ponašanja.	• Aktivirati naraciju o dinamici procesa, • kontekstualizirati vremenski raspon između odluke i djelovanja te • pripremiti ispitanike za identificiranje prepreka i poticajnih čimbenika
Možete li opisati što se događalo u tom vremenskom razdoblju? Drugim riječima, što Vas je u vremenskom razdoblju nakon oblikovanja namjere dodatno motiviralo da provedete promjenu, a što Vas je eventualno usporilo ili obeshrabrilo? Jesu li, i na koji način, vaše osobine ubrzale ili usporile proces promjene gospodarske djelatnosti?	Kognitivni čimbenici Osobine ličnosti Socio-demografski čimbenici Osobni pokretači i prepreke Normativno i kognitivno okruženje Regulatorno i gospodarsko okruženje	• Provjeriti je li u fazi provedbe promjene došlo do kognitivnog restrukturiranja, poput pada samopouzdanja, promjene očekivanja ili pojave novih dvojbi, • prepoznati koje su osobine postale ključne za prevladavanje prepreka, tj. koje su se aktivirale u fazi provedbe, • utvrditi kako su statični čimbenici (dob, spol, broj djece) konkretno djelovali kao prepreka ili poticaj pri provedbi, • uspostaviti razliku između potisnih i privlačnih čimbenika te ispitati zadržane ili promijenjene barijere i poticajne čimbenike nakon oblikovanja namjere,

Je li, i na koji način, vaša obiteljska i životna situacija utjecala na to kako i kada ste proveli promjenu? Jesu li, i na koji način, ljudi koji su vam važni i koji se nalaze u vašoj neposrednoj okolini utjecali na proces promjene djelatnosti? Je li se u tom vremenskom razdoblju dogodilo nešto u značajno u okruženju (tržište, regulativa, podrška) što je utjecalo na brzinu promjene?		• provjeriti je li došlo do promjene u društvenoj klimi, npr. jesu li podržavatelji postali pasivni ili aktivniji, odnosno je li došlo do demotivacije ili povećane motivacije zbog negativnih ili pozitivnih društvenih normi te • precizno identificirati vanjske (ne)prilike koje su utjecale na provedbu - npr. birokratski otpor, gospodarska (ne)stabilnost.
Kada se osvrnete na sve okolnosti koje su se dogodile od oblikovanja namjere do promjene djelatnosti, koji biste čimbenik izdvojili kao ključni razlog koji je ubrzao ili usporio promjenu gospodarske djelatnosti?	Integrativno pitanje: iziskuje sintezu i refleksiju, odnosno obuhvaća sve prethodne konstrukte	Traži vlastitu interpretaciju hijerarhije čimbenika - što je na kraju bilo presudno. Navedeno je važno za kodiranje ključnih prepreka i pokretača u narativnoj analizi.
Na temelju vlastitog iskustva, biste li preporučili drugima da se okušaju u poduzetništvu? Koju biste ključnu poruku prenijeli nekome tko razmišlja o promjeni djelatnosti, i koju biste prepreku ili izazov posebno istaknuli?	Evaluacijsko-normativno pitanje: čimbenici stava prema poduzetništvu i subjektivne norme	Omogućuje ispitaniku da projicira vlastito iskustvo na širu populaciju te odražava njegov stav o poduzetništvu nakon promjene.

U metodološkom smislu, pitanja prikazana Tablicom 15 su osmišljena kako bi:

- otvorila prostor za kronološku rekonstrukciju faze provedbe namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
- identificirala osobne, obiteljske i profesionalne resurse i prepreke u fazi ponašanja,
- istražila utjecaje normativnog, kognitivnog, regulatornog i gospodarsko-političkog okruženja,
- omogućila refleksivnu evaluaciju ključnih čimbenika uspjeha ili neuspjeha,

- pružila prostor za osobnu preporuku i savjet ispitanika, što dodatno pridonosi bogatstvu podataka i razumijevanju doživljaja promjene.

Zaključno, primjena Delfi metode u okviru ovog doktorskog rada omogućila je strukturirano i višekružnim postupkom utemeljeno prikupljanje stručnih uvida o ključnim čimbenicima koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Iterativnim procesom validiran je konceptualni okvir koji obuhvaća višedimenzionalne čimbenike od unutarnjih do vanjskih. Taj je okvir poslužio kao teorijsko-metodološki temelj za konstrukciju vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua. S obzirom na prirodu kvalitativnog istraživanja pitanja su dodatno tematski grupirana, oblikovana i reducirana kako bi omogućila dubinsko ispitivanje motiva, okolnosti i prepreka povezanih s analiziranim fenomenom. Na temelju tako oblikovanog vodiča u sljedećem koraku istraživanja provedeni su polustrukturirani intervjui s „odraslim“ poduzetnicima koji su tijekom poslovanja promijenili gospodarsku djelatnost svojih poduzetničkih pothvata.

5.1.3. Definiranje uzorka istraživanja

Populaciju od interesa u sklopu ovog doktorskog rada čine „odrasli“ poduzetnici koji su tijekom poslovanja oblikovali i proveli namjeru promjene gospodarske djelatnosti svojeg poduzetničkog pothvata. Odabir uzorka temeljen je na principima svrhovitog uzorkovanja, što je uobičajena praksa u kvalitativnim istraživanjima kada se nastoji dobiti dublji uvid u specifičan fenomen, a ne ostvariti statistička reprezentativnost (Creswell i Poth, 2018; Patton, 2014). Naime, ispitanici se biraju upravo zato što njihovo iskustvo i uvidi mogu najviše pridonijeti razumijevanju promatranog problema. U kontekstu ovog doktorskog rada svrhovito je uzorkovanje omogućilo uključivanje u istraživanje onih poduzetnika koji su osobno sudjelovali u procesu promjene gospodarske djelatnosti. Time je osigurana neposredna relevantnost i analitička vrijednost prikupljenih podataka. U uzorak istraživanja odabrani su oni poslovni subjekti iz Registra DZS-a koji zadovoljavaju sljedeća tri kriterija:

1. Pravno-ustrojbeni oblik: poslovni subjekti koji obuhvaćaju trgovačka društva (dionička društva - u daljnjem tekstu d.d.; društva s ograničenom odgovornošću - u daljnjem tekstu d.o.o.; jednostavna društva s ograničenom odgovornošću - u daljnjem tekstu j.d.o.o.) i zadruge koje su u vremenskom razdoblju od 1. srpnja 2011. do 25. lipnja 2024. godine (42 mjeseca od uvođenja NKD 2007. do datuma pribavljanja podataka) promijenile šifru glavne gospodarske djelatnosti na razini područja NKD 2007. U

uzorak su uključeni samo poslovni subjekti koji su promjenu proveli na razini područja NKD 2007., čime je osigurano da analizirane promjene predstavljaju stvarne promjene gospodarske djelatnosti, a ne tek funkcionalne prilagodbe koje bi predstavljali, primjerice, pomaci između ili unutar odjeljka, skupine ili razreda NKD 2007.

2. Status aktivnosti: „odrasli“ poslovni subjekti koji su u trenutku promjene bili registrirani najmanje 42 mjeseca, sukladno GEM metodološkom okviru. Ovim se kriterijem osigurava uključenost etabliranih poduzetnika s dovoljnim iskustvom, čime se dodatno diferencira predmet istraživanja od novonastalih poduzetničkih pothvata i onih koji nisu rezultirali održivim poslovanjem.
3. Regionalna pripadnost: s ciljem obuhvaćanja regionalnih različitosti u poduzetničkoj aktivnosti, a u skladu s komparativnom orijentacijom ovog doktorskog rada, odabrani su poslovni subjekti koji posluju na području NUTS-3 regija: Istarska županija (u daljnjem tekstu IŽ), Zadarska županija (u daljnjem tekstu ZŽ) i Vukovarsko-srijemska županija (u daljnjem tekstu VSŽ). Premda BDP po glavi stanovnika ne obuhvaća sve aspekte kvalitete života ili regionalne dinamike koristi se kao standardizirani pokazatelj koji omogućuje komparativnu analizu među teritorijalnim jedinicama (Eurostat, n.d.). Odabir županija je temeljen na podacima DZS-a (n.d.e) o BDP-u po glavi stanovnika u 2021. godini, pri čemu se IŽ nalazi na 3. mjestu od ukupno 21 županije, ZŽ na 9. mjestu, a VSŽ na 19. mjestu. Ovaj izbor omogućuje reprezentativno obuhvaćanje različitih razina ostvarenog BDP-a po glavi stanovnika, pri čemu se svjesno izbjegavaju ekstremni slučajevi poput najbogatije i najsiromašnije županije, kako bi se spriječilo metodološko iskrivljenje i omogućila primjenjivija usporedba među područjima sa srednje izraženim gospodarskim razlikama.

Primjena navedenih kriterija pridonijela je fokusiranosti i valjanosti uzorka, a istovremeno osigurala da se rezultati istraživanja temelje na empirijski provjerljivim pokazateljima i da budu relevantni za analizu stvarnih, a ne samo namjeravanih poduzetničkih promjena. Ukupna populacija iz Registra DZS-a koja ispunjava prethodno opisane kriterije uključivanja obuhvatila je 969 poslovnih subjekata, dok se konačan uzorak istraživanja sastojao od 21 ispitanika kako je prikazano Tablicom 16 na sljedećoj stranici.

Tablica 16. Karakteristike članova uzorka istraživanja polustrukturiranim intervjuima

Izvor: samostalna obrada autora

Ispitanik	Pravno- ustrojbeni oblik	Godina promjene	Starost pri promjeni (mjeseci)	Gospodarska djelatnost prije promjene	Gospodarska djelatnost poslije promjene	Županija
I1	d.o.o.	2024	163	Trgovina na veliko voćem i povrćem	Arhitektonske djelatnosti	ZŽ
I2	d.o.o.	2020	164	Frizerski saloni i saloni za uljepšavanje	Cestovni prijevoz robe	ZŽ
I3	d.o.o.	2024	64	Ostalo tiskanje	Savjetovanje u vezi s poslovanjem i ostalim upravljanjem	ZŽ
I4	d.o.o.	2019	163	Trgovina na malo namještajem, opremom za rasvjetu i ostalim proizvodima za kućanstvo u specijaliziranim prodavaonicama	Savjetovanje u vezi s poslovanjem i ostalim upravljanjem	ZŽ
I5	d.o.o.	2020	105	Proizvodnja ostale građevne stolarije i elemenata	Postavljanje podnih i zidnih obloga	ZŽ
I6	j.d.o.o.	2023	81	Pranje i kemijsko čišćenje tekstila i krznjenih proizvoda	Trgovina na veliko drvom, građevinskim materijalom i sanitarnom opremom	ZŽ
I7	d.o.o.	2020	65	Posredovanje u trgovini raznovrsnim proizvodima	Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)	IŽ
I8	d.o.o.	2021	312	Održavanje i popravak motornih vozila	Elektroinstalacijski radovi	IŽ

I9	d.o.o.	2020	82	Fotografske djelatnosti	Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	IŽ
I10	d.o.o.	2022	46	Djelatnosti putničkih agencija	Pomorski i obalni prijevoz putnika	IŽ
I11	d.o.o.	2023	59	Nespecijalizirana trgovina na veliko	Gradnja stambenih i nestambenih zgrada	IŽ
I12	j.d.o.o.	2020	77	Proizvodnja vina od grožđa	Uzgoj grožđa	IŽ
I13	d.o.o.	2021	319	Ostala trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama	Gradnja ostalih građevina niskogradnje, d. n.	IŽ
I14	d.o.o.	2020	258	Savjetovanje u vezi s poslovanjem i ostalim upravljanjem	Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane	IŽ
I15	d.o.o.	2022	81	Taksi služba	Savjetovanje u vezi s poslovanjem i ostalim upravljanjem	IŽ
I16	d.o.o.	2023	72	Trgovina na veliko namještajem, sagovima i opremom za rasvjetu	Savjetovanje u vezi s poslovanjem i ostalim upravljanjem	VSŽ
I17	d.o.o.	2020	121	Ostala trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama	Proizvodnja ostalih strojeva za opće namjene, d. n.	VSŽ
I18	d.d.	2012	210	Hoteli i sličan smještaj	Djelatnosti kockanja i kladenja	VSŽ
I19	d.o.o.	2016	139	Posredovanje u trgovini raznovrsnim proizvodima	Djelatnosti agencija za privremeno zapošljavanje	VSŽ
I20	d.o.o.	2018	125	Trgovina na malo željeznom robom, bojama i staklom u	Proizvodnja ostalog namještaja	VSŽ

				specijaliziranim prodavaonicama		
I21	d.o.o.	2016	99	Trgovina na veliko voćem i povrćem	Proizvodnja kakao, čokoladnih i bombonskih proizvoda	VSŽ

Prilikom oblikovanja uzorka nastojalo se uključiti recentne slučajeve promjene uz preferirani vremenski okvir unutar posljednjih pet godina (2020. – 2024.). Ovaj pristup omogućava oslanjanje na relativno svježja iskustva ispitanika čime se povećava pouzdanost sjećanja i preciznost rekonstruiranih narativa. Navedeno je osobito važno u istraživanjima koja se djelomično temelje na retrospektivnom pristupu (Cassar, 2007; Stone i Shiffman, 2002). Međutim, s obzirom na nisku spremnost poduzetnika na sudjelovanje u istraživanju, osobito u VSŽ, prag je u pojedinim slučajevima metodološki fleksibilno snižen kako bi se osigurao dovoljan broj ispitanika. Uključivanje i onih ispitanika koji su promjenu gospodarske djelatnosti proveli prije više godina u konačnici je omogućilo dodatno obogaćivanje uvida, budući da su njihova iskustva podložna refleksiji i vremenskoj distanci koja može pridonijeti dubljem razumijevanju strateških odluka i posljedica takvih promjena. U kvalitativnom istraživanju vremenska distanca od događaja ne mora nužno predstavljati ograničenje, već može potaknuti metakognitivnu obradu iskustava i omogućiti uvid u dugoročne učinke i značenja određenih odluka (Schultz i Hernes, 2013). Ključno je da su svi uključeni ispitanici bili sposobni jasno rekonstruirati okolnosti, motive i procese koji su prethodili promjeni gospodarske djelatnosti, što je osigurano tijekom provjere prikladnosti za uključivanje u istraživački uzorak.

Odabir ispitanika u svrhovitom uzorkovanju obično slijedi jasno definirane kriterije uključivanja, a odluka o veličini uzorka donosi se u skladu s konceptom teorijske zasićenosti, odnosno trenutkom kada dodatni podatci više ne pridonose novim uvidima ili razumijevanju fenomena (Ritchie i Lewis, 2014). Iako ne postoji univerzalno pravilo o idealnom broju ispitanika u kvalitativnim intervjuima, pri provođenju polustrukturiranih intervjuja preporučuje se između petnaest i dvadeset i pet ispitanika, ovisno o ciljevima i heterogenosti istraživačke populacije (Creswell i Poth, 2018; Brinkmann i Kvale, 2015). Kada je riječ o skupnim intervjuima, preporučeni broj ispitanika po grupi kreće se od šest do osam, kako bi se potakla rasprava, ali i omogućilo svakom ispitaniku da izrazi vlastita mišljenja (Dolenec, 2024; Krueger i Casey, 2015).

Ispitanici prikazani [Tablicom 16](#) razlikuju se prema pravno-ustrojbenom obliku poslovanja: uglavnom se radi o d.o.o.-ima, dok su u manjem broju zastupljena j.d.o.o.-i i jedno d.d. Ovakva struktura odražava stvarnu zastupljenost ovih pravnih oblika unutar strukture trgovačkih društava u RH, prikazanu [Tablicom P4](#) u Prilogu doktorskog rada, pri čemu udio registriranih d.o.o.-ova iznosi 73,4 %, a aktivnih 74,7 %. J.d.o.o.-i su prema brojnosti drugi oblik, budući da obuhvaćaju 25,6 % registriranih i 24,4 % aktivnih trgovačkih društava. Ostali oblici trgovačkih društava čine ostalih 1 %. Nadalje, vrijeme koje je proteklo od osnutka poslovnog subjekta do trenutka promjene djelatnosti (izraženo u mjesecima) značajno varira među ispitanicima, od svega 46 mjeseci (nešto manje od 4 godine) do 319 mjeseci (više od 26 godina). Ova varijabilnost ukazuje na postojanje različitih poslovnih dinamika i faza u kojima se poduzetnici odlučuju na promjenu gospodarske djelatnosti. Konačno, raznolikost uzorka očituje se i u samim gospodarskim djelatnostima kojima su se poduzetnici bavili prije i nakon promjene, što ukazuje na visoku heterogenost poduzetničkih djelovanja. Tako su, primjerice, zabilježeni prijelazi iz sektora trgovine u savjetodavne ili arhitektonske djelatnosti, iz ugostiteljstva u građevinarstvo, iz uslužnih u proizvodne djelatnosti te niz drugih promjena koje ilustriraju složenost prilagodbi unutar poduzetničkog ciklusa. Ukupno gledano odabrani uzorak, iako metodološki ograničen izazovima dostupnosti ispitanika, osigurava reprezentativan spektar iskustava, djelatnosti i regionalnih karakteristika nužnih za kvalitativnu interpretaciju fenomena namjere promjene gospodarske djelatnosti kod „odraslih“ poduzetnika.

5.1.4. Područje istraživanja

S obzirom na istraživačke ciljeve i potrebe analize regionalnog konteksta tri odabrane županije (IŽ, ZŽ i VSŽ) obilježavaju raznolike društvene, gospodarske i političke uvjete. Ovakav izbor omogućuje usporednu analizu ponašanja „odraslih“ poduzetnika unutar različitih razvojnih okruženja te pomaže u identifikaciji regionalno specifičnih čimbenika koji mogu utjecati na namjere (Liñán i sur., 2011; Davidsson, 1995). Tablicom 17 na sljedećoj stranici pruža se kratki pregled ključnih karakteristika triju županija koje predstavljaju područje na kojemu je provedeno empirijsko istraživanje s naglaskom na poduzetničku strukturu, gospodarske značajke i relevantne sektorske pokazatelje.

Tablica 17. Osnovni pokazatelji područja istraživanja

Izvor: samostalna obrada autora

Pokazatelj	IŽ	ZŽ	VSŽ
Površina u (m ²) ¹	2.813	3.646	2.454
Broj stanovnika ²	199.541	162.255	139.105
BDP po stanovniku (u €) ³	20.856	14.656	10.845
BDV (u €) ⁴	3.400.000	2.000.000	1.300.000
Najveći udio u BDV-u prema područjima gospodarskih djelatnosti NKD 2007. ⁵	G, H, I B, C, D, E L	G, H, I O, P, Q L	O, P, Q B, C, D, E G, H, I
Udio u ukupnom broju pravnih osoba prema područjima gospodarskih djelatnosti NKD 2007. ⁶	F G M	F I S	S R G
Zaposleni u pravnim osobama prema područjima gospodarskih djelatnosti NKD 2007. ⁷	I C G	G I P	C O G, I, P
Stopa nezaposlenosti (%) ⁸	3,1	5,8	11,7
Broj poduzetnika ⁹	12.805	6.405	2.612
Zaposleni kod poduzetnika ¹⁰	57.532	29.080	20.933
Prosječna mjesečna neto plaća zaposlenih kod poduzetnika (u €) ¹¹	1.040	918	816
Neto dobit poduzetnika (u €) ¹²	484.582.000	390.778.000	174.677.000
Indeks razvijenosti (RH = 100) ¹³	107,250	104,439	90,843

Osim pokazatelja poput BDP-a, BDV-a, broja pravnih osoba i zaposlenima u njima, a koji su već spomenuti u potpoglavlju „Gospodarski sustav u Republici Hrvatskoj i promjene gospodarskih djelatnosti u regionalnom kontekstu“, od pokazatelja iz [Tablice 17](#) treba istaknuti indeks razvijenosti. Ovaj se kompozitni pokazatelj koristi za usporedbu društveno-gospodarskog razvoja temeljem standardiziranih vrijednosti pokazatelja poput dohotka,

¹ Izvor: Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske (n.d.)

² Izvor: ibid

³ Izvor: ibid

⁴ Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (n.d.e)

⁵ Izvor: ibid

⁶ Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2025a)

⁷ Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (n.d.e)

⁸ Izvor: Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske (n.d.)

⁹ Izvor: Financijska agencija (2024)

¹⁰ Izvor: ibid

¹¹ Izvor: ibid

¹² Izvor: ibid

¹³ Izvor: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije Republike Hrvatske (n.d.)

zaposlenosti, obrazovanja i demografskih kretanja. Stoga ovaj pokazatelj predstavlja ključni alat za usmjeravanje sredstava iz državnog proračuna i europskih fondova (Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije Republike Hrvatske, 2024).

Smještena na zapadnom dijelu RH s populacijom od 199.541 stanovnika, IŽ zauzima ključni geografski položaj gotovo u središtu Europe (Istarska županija, n.d.). Zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i učinkovitim prometnim vezama između Europe i Mediterana, zaštititi prirodnih resursa, dosljednosti regionalne političke dinamike, IŽ se dosljedno svrstava među gospodarski najrazvijenije županije u RH. Gospodarstvo IŽ odlikuje se višestrukim i dinamičnim sastavom (Istarska županija – Regione Istriana, 2024). Turizam ostvaruje visoke prihode i služi kao značajan katalizator gospodarske aktivnosti unutar regije. IŽ je tradicionalno najposjećenija turistička regija u RH, s 4.873.947 dolazaka i ukupno 27.907.047 noćenja u 2024. (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2025c). Osim turizma, ključni sektori koji podupiru gospodarski napredak IŽ obuhvaćaju proizvodnju, poljoprivredu i enogastronomiju (Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.).

ZŽ, smještena u središtu hrvatske obale Jadrana, služi kao ključna veza između sjeverne i južne Hrvatske (Zadarska županija, n.d.). Ima 162.255 stanovnika i jedna je od najvećih i najraznolikijih administrativnih jedinica u zemlji. ZŽ pridonosi otprilike 2,5 – 3 % hrvatskom gospodarstvu, sa značajnim utjecajem u turizmu, pomorskom prometu, ribarstvu i marikulturi (Zadarska županija, 2022; Hrvatska gospodarska komora, n.d.). Bogata kulturna i povijesna baština čine osnovu snažnog turističkog sektora, posebno u nautičkom turizmu, pri čemu je 56 od 206 nautičkih luka u RH smješteno u ZŽ, pokrivajući preko 1,1 milijun m² za nautičke aktivnosti i nudeći 4.298 vezova (Hrvatska gospodarska komora, 2022). U 2024. godini u ZŽ je zabilježeno 1,9 milijuna turističkih dolazaka i približno 10,5 milijuna noćenja, što čini 10 % hrvatskog turizma (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2025c). Zajedno s turizmom, prehrambena industrija, ribarstvo, marikultura i pomorstvo čine ključne gospodarske sektore u ZŽ. Županija zauzima vodeću poziciju u RH u ribarstvu i marikulturi, koji su ključni izvozni resursi s preko 50 % ulova ribe na hrvatskoj strani Jadrana (Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.).

VSŽ najistočnija je administrativna jedinica u RH s populacijom od 139.105 stanovnika, pri čemu njezin geografski položaj postaje sve važniji zbog rasta prometne i logističke industrije (Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.). U županiji se nalazi ključna prometna infrastruktura, uključujući glavne cestovne, željezničke i vodene veze poput paneuropskih

koridora X i Vc, autoceste Zagreb-Lipovac-Beograd i luke Vukovar (Razvojna agencija Vukovarsko-srijemske županije, 2022). VSŽ usvaja napredne tehnologije i inovacije prilagođene drvoprerađivačkoj i poljoprivredno-prehrambenoj industriji, budući da ima više od 145.000 hektara plodnog poljoprivrednog zemljišta i više od 69.000 hektara šuma, prvenstveno visokokvalitetnog hrasta lužnjaka (Hrvatska gospodarska komora, 2021). U tom kontekstu, relativno niži operativni troškovi u usporedbi s drugim regijama RH (uključujući smanjene troškove rada, porezne poticaje, itd.) i postojeći okvir institucija za potporu poduzetnicima predstavljaju čimbenike koji bi mogli potaknuti razvoj dodatnih industrijskih sektora (Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.).

Usporedna analiza odabranih županija ukazuje na značajne razlike u razini gospodarskog razvoja, sektorskoj strukturi i poduzetničkoj aktivnosti. IŽ, kao jedna od najrazvijenijih u RH, pruža primjer stabilnog i diverzificiranog gospodarstva, dok ZŽ pokazuje dinamičan razvoj temeljen na turizmu, prometu i prehrambenoj industriji. S druge strane, VSŽ suočava se s izazovima u pogledu razine gospodarske razvijenosti i tržišta rada, ponajprije vidljive kroz nižu razinu gospodarske aktivnosti, manju poduzetničku gustoću i ograničene mogućnosti zapošljavanja no istovremeno posjeduje znatan potencijal temeljen na prirodnim resursima i logističkom položaju. Ovakva regionalna raznolikost dodatno opravdava izbor ovih županija kao istraživačkih lokacija jer omogućuje uvid u ponašanje poduzetnika u različitim institucionalnim okvirima, čime se povećava analitička vrijednost dobivenih kvalitativnih podataka.

5.1.5. Provođenje polustrukturiranih intervjua

Kvalitativne metode polustrukturiranih intervjua odnose se na razgovore koji se temelje na unaprijed pripremljenom vodiču s jasno određenim pitanjima i temama koje se trebaju obraditi, ali istodobno zadržavaju fleksibilnost i prilagodljivost tijekom izvođenja. Ova se metoda pokazala prikladnom pri istraživanju u sklopu ovog doktorskog rada jer je omogućila prikupljanje detaljnih narativa ispitanika te je pružila prostor da ispitanici slobodno izraze svoja razmišljanja, iskustva i percepcije, koristeći vlastiti jezik i pojmovnik (Neergard i Leitch, 2015; Ritchie i Lewis, 2014; Eriksson i Kovalainen, 2011). Pri tome je naglasak stavljen na njihovu motivaciju, unutarnje dileme, kontekstualne prepreke i strategije prilagodbe tijekom oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Kako je ovo kompleksan i višeslojan fenomen, koji je često emocionalno uvjetovan i povezan s identitetom ispitanika, upravo je

intervjuiranje omogućilo dublje razumijevanje subjektivnih značenja i osobnih tumačenja u skladu s konstruktivističkim pristupom kvalitativnom istraživanju.

Primarni je cilj bio organizirati po jedan skupni intervju u svakoj od tri odabrane županije uz predviđeni broj od šest do osam ispitanika po skupnom intervjuu. Skupni intervjui predstavljaju uobičajenu tehniku kvalitativnog istraživanja kojoj je cilj istražiti kako pojedinci percipiraju određeni fenomen u interakciji s drugima koji dijele slična iskustva. Osnovna načela skupnih intervjua uključuju grupnu dinamiku, interaktivnost i reflektivnost, budući da ispitanici ne iznose samo svoja mišljenja već ih nadograđuju, modificiraju i uspoređuju u odnosu na komentare drugih (Krueger i Casey, 2014; Morgan, 1996). Time se generiraju slojevitiji uvidi u stavove, iskustva i interpretacije nego što bi to bilo moguće isključivo putem individualne komunikacije. Dinamika grupne interakcije omogućava da ispitanici međusobno reagiraju na iznesene stavove, čime se potiče dublje promišljanje i isticanje vlastitih uvida. Time se stvara prostor za razumijevanje složenih aspekata poduzetničkog ponašanja koji često ostaju neizrečeni u kontekstu individualnih intervjua.

Međutim, unatoč jasno definiranom metodološkom planu, u stvarnoj provedbi došlo je do značajnih organizacijskih izazova, ponajprije zbog niskog odziva ispitanika, njihovih vremenskih ograničenja i nespremnosti na grupni razgovor. Iako su bili potvrđeni termini i lokacije, odziv je u nekim slučajevima bio znatno ispod očekivanog broja. U ZZ, skupnom intervjuu koji je bio održan uživo prisustvovao je samo jedan, u VSŽ četiri, a u IŽ pet ispitanika. Budući da niti naknadni pokušaji dopunjavanja skupina dodatnim ispitanicima nisu dali rezultata, istraživačka strategija je fleksibilno prilagođena. Pristupilo se organizaciji *online* verzija skupnih intervjua, putem platforme *Zoom*, kako bi se povećala fleksibilnost i omogućilo sudjelovanje ispitanicima koji nisu mogli fizički prisustvovati. *Online* format omogućio je smanjenje logističkih barijera, poput potrebe za putovanjem i fizičkom prisutnošću, čime se povećala pristupačnost za ispitanike, ali je istodobno donio i određene metodološke izazove. U usporedbi s tradicionalnim skupnim intervjuima, *online* intervjui često podrazumijevaju ograničene mogućnosti neverbalne komunikacije, tehničke poteškoće i potencijalno smanjenu razinu interakcije među ispitanicima. U provedbi ovoga istraživanja, međutim, tehničke poteškoće nisu zabilježene, što je omogućilo neometano provođenje svih planiranih intervjua te očuvanje kontinuiteta komunikacije i kvalitete prikupljenih podataka. Time se potvrđuje da, uz odgovarajuću pripremu i motiviranost ispitanika, *online* skupni intervjui mogu biti jednako informativni i učinkoviti u generiranju kvalitetnih podataka (Archibald i sur., 2019). Međutim,

ni u *online* formatu nije bilo moguće izbjeći izostanke: jedan iz ZZ, jedan iz VSŽ te četiri ispitanika iz IŽ sudjelovala su u *online* skupnim intervjuima koji su organizirani zasebno za svaku od odabranih županija.

S obzirom na ograničenu mogućnost oblikovanja dovoljno brojnih skupnih intervjuja, a s ciljem održavanja istraživačke dubine i osiguravanja validnosti podataka, skupni su intervjui metodološki dopunjeni individualnim intervjuima. Individualni su se intervjui pokazali posebno korisnima za istraživanje osjetljivijih aspekata i osobnih dilema, osobito u slučajevima kada grupni kontekst može ograničiti otvorenost ispitanika (Guest i sur., 2017). Na taj su način individualni intervjui omogućili dublje uvide u osobne motive, uvjerenja i dileme jer su ispitanici izražavali višu razinu otvorenosti i introspekcije. Navedeno je bilo izraženo u situacijama kada su ispitanici govorili o pogrešnim poslovnim odlukama, osobnim preprekama, osjećaju nesigurnosti ili nezadovoljstvu prethodnom gospodarskom djelatnošću. Ovakav tip intervjuja pokazao se dragocjenim i u slučajevima kad bi specifična iskustva ispitanika mogla biti potisnuta ili nadglasana u skupnom kontekstu. U skladu s tim, u VSŽ je dodatno proveden jedan individualni intervju uživo, dok su u ZZ provedena tri individualna intervjuja uživo i jedan *online* intervju, čime se dosegao minimalno planirani prag od šest ispitanika po županiji. U IŽ, s obzirom na već ostvareni uzorak od devet ispitanika (putem dva skupna intervjuja, uživo i *online*), nije bilo potrebe za dodatnim individualnim intervjuima. Ukupno je provedeno 14 intervjuja uživo (uključujući skupne i individualne) dok je dodatnih 7 intervjuja (uključujući skupne i individualne) održano *online* putem Zoom platforme. Ukupna distribucija ispitanika po županijama i modelima provođenja prikazana je Tablicom 18 na sljedećoj stranici.

Tablica 18. Ukupna distribucija sudionika istraživanja polustrukturiranim intervjuima po županijama i tipu intervjuja

Izvor: samostalna obrada autora

Županija	Skupni intervju – uživo	Skupni intervju – online	Individualni intervju – uživo	Individualni intervju – online	Ukupno
IŽ	5	4	0	0	9
VSŽ	4	1	1	0	6
ZŽ	1	1	3	1	6
Ukupno	10	6	4	1	21

Unatoč izmjenama u prvotno planiranom načinu provedbe, plan provođenja empirijskog istraživanja polustrukturiranim intervjuima nije bitno narušen. Kombinacija skupnih i individualnih intervjuja osigurala je ne samo dovoljnu brojnost ispitanika i regionalnu ravnotežu, nego i veću raznolikosti uvida pruženih od strane ispitanika. Time je zadržana metodološka dosljednost i osigurana pouzdanost u dobivenim podacima.

Priprema za provođenje intervjuja uključivala je dogovaranje termina i mjesta susreta s ispitanicima pri čemu su ispitanici inicijalno kontaktirani putem javno dostupnih brojeva telefona i adresa e-pošte. Istraživanje im je najprije ukratko predstavljeno, a potom su sami birali termin i lokaciju razgovora. Na samom početku svakog intervjuja, ispitanicima su još jednom detaljno predstavljani ciljevi istraživanja, svrha provođenja intervjuja, način obrade podataka, okvirno trajanje razgovora te mjere zaštite anonimnosti i povjerljivosti. Uz izričiti pristanak ispitanika, gotovo svi intervjui su snimani diktafonom, dok je u jednom slučaju, zbog odbijanja audio snimanja, razgovor bilježen ručno te potom pretvoren u digitalni oblik. *Online* intervjui provedeni putem platforme *Zoom* također su snimljeni uz prethodno dobiveno dopuštenje ispitanika. Time je osigurana vjerodostojnost i preciznost prikupljenih podataka. Premda je vodič za provođenje intervjuja unaprijed strukturiran, redoslijed postavljanja pitanja često je varirao, zavisno od tijeka razgovora. Također su korištena potpitanja koja su omogućila dublje razjašnjenje stavova i iskustava ispitanika. Takva fleksibilnost u provedbi omogućila je prilagodbu komunikacije svakom ispitaniku te pridonijela većoj otvorenosti i spontanosti odgovora, osobito kod osjetljivijih tema. Intervjui su provedeni u vremenskom razdoblju od 10. lipnja 2025. do 24. srpnja 2025. Prosječno trajanje svih individualnih intervjuja bilo je 45 minuta, najkraći je trajao 30 minuta, a najduži 1 sat i 9 minuta. Prosječno trajanje svih skupnih intervjuja bilo je 1 sat i 36 minuta, najkraći je trajao 1 sat i 32 minute, a najduži 1 sat i 43 minute.

Na kraju svakog intervjua izrađen je detaljan transkript s ciljem objektivnijeg prikaza stavova i mišljenja koje su ispitanici iznijeli tijekom razgovora. Proces transkripcije bio je dodatno olakšan korištenjem programskog alata *MAXQDA 24* (Rädiker i Gizzi, 2024; Gizzi i Rädiker, 2021; Loxton, 2021; Rädiker i Kuckartz, 2020) koji omogućuje upravljanje pauzama potrebnima za precizno transkribiranje. Transkripcija predstavlja jednu od metoda primijenjenih tijekom prve faze analize prikupljenih podataka u skladu s podjelom procesa refleksivne tematske analize na šest faza (Braun i Clarke, 2022), prikazanih Slikom 12.



Slika 12. Faze provođenja refleksivne tematske analize

Izvor: obrada autora prema: Braun i Clarke (2022)

Svi su transkripti grupirani po županijama. Ova je struktura slijedila metodološku logiku doktorskog rada i omogućila da se kasnije, uz interpretativnu analizu značenja, provedu i sistematske usporedbe među županijama. Odnosno, već u fazi upoznavanja s podacima planirana je i komplementarna dimenzija analize rezultata koja omogućuje pregled učestalosti i raspodjele kodova između županija. Time su konceptualno i operativno povezana istraživačka pitanja s prikupljenim podacima. Autor doktorskog rada je višekratnim čitanjem i pregledom transkripata bilježio početne ideje, pretpostavke i zapažanja o mogućim obrascima značenja,

kontradikcijama i kontekstualnim odrednicama putem funkcija *Memo* i *Comments* u *MAXQDA 24* programskom alatu s ciljem razvoja bogatog i kontekstualiziranog razumijevanja sadržaja prije formalnog kodiranja.

Na temelju validiranog konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua u drugoj je fazi refleksivne tematske analize primijenjeno kodiranje cjelokupnog skupa podataka kroz dva kruga, odnosno primjenom deduktivnog i induktivnog pristupa. Kodiranje u tom smislu podrazumijeva dodjelu oznaka smislenim dijelovima teksta pri čemu one mogu biti deskriptivne ili složenije. Upravo kroz ovaj proces podatci su strukturirani i pripremljeni za daljnju interpretaciju (Rädiker i Kuckartz, 2020; Saldaña, 2015). U praksi se pojmovi kod, konstrukt, kategorija, tema i koncept često preklapaju pri čemu programski alati poput *MAXQDA 24* najčešće sve obuhvaćaju terminom „kod“ (Kuckartz i Rädiker, 2023). Prije samog početka kodiranja definirana su operativna pravila:

1. Jedinica kodiranja: semantički zaokružena izjava (rečenica ili odlomak) u kojoj ispitanik izričito ili implicitno govori o čimbeniku iz validiranog konceptualnog okvira ili pripadajućeg vodiča.
2. Opseg kodiranog odlomka: dio teksta koji je nužan za razumijevanje smisla koda.
3. Značenje koda: za svaki je kod načinjena kodna bilješka (funkcija *Code Memo* unutar programskog alata *MAXQDA 24*) s definicijom, povezanim pitanjem iz vodiča i njegovim ciljem, tipičnim primjerima te granicama, odnosno pravilima uključivanja/isključivanja koja određeni kod razlikuju od sličnih. Primjer kodne bilješke je prikazan [Slikom P5](#) u Prilogu doktorskog rada.

Ovaj je pristup usklađen s metodološkim preporukama za prvi krug kodiranja (Kuckartz i Rädiker, 2023; Rädiker i Kuckartz, 2020; Saldaña, 2015; Kuckartz, 2014) te je poslužio kao priprema za drugi krug kodiranja, koji je proveden induktivno.

U trećoj fazi refleksivne tematske analize fokus se pomaknuo s pojedinačnih kodova na šire obrasce značenja. Dok je prethodna faza bila usmjerena na detaljnu dekompoziciju podataka putem deduktivno-induktivnog kodiranja, cilj treće faze bio je integrirati kodove u potencijalne tematske cjeline koje obuhvaćaju ponavljajuće obrasce značenja u iskustvima ispitanika na razini cijelog skupa podataka. Pojedinačni slučajevi mogu ukazivati na određenu ideju, ali tek njezino ponavljanje u više konteksta pruža osnovu da postane tema. Kodovi tako funkcioniraju kao fragmenti značenja, dok teme integriraju te fragmente u šire cjeline koje odražavaju način

na koji ispitanici povezuju različite čimbenike u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Nakon oblikovanja potencijalnih tema u prethodnoj fazi, četvrta faza bila je usmjerena na provjeru njihove valjanosti, usklađenosti i razlikovnosti. Ovaj postupak slijedi preporuke Braun i Clarke (2022; 2006), prema kojima se provjera provodi na dvjema razinama:

1. U odnosu na kodirane odlomke unutar svake potencijalne teme. Pritom se provjeravalo tvore li potencijalne teme homogenu cjelinu ili uključuju heterogene sadržaje.
2. U odnosu na cjelokupni skup podataka. Ključno pitanje bilo je odražava li potencijalna tema uistinu obrazac značenja ili se temelji na ograničenom broju izoliranih navoda.

Konačni cilj ove faze bio je oblikovati teme koje imaju jasan organizirajući koncept, prepoznatljive granice i koje pridonose analitičkoj priči usklađenoj s istraživačkim pitanjem.

Peta faza predstavlja završni analitički korak u kojem se svaka prethodno pregledana i razvijena tema precizira, dobivajući jasno središnje značenje i razgraničene granice. Na taj način razvijena tema uklapa se u analitički narativ usklađen s istraživačkim pitanjima. U ovoj fazi fokus je na sustavnoj razradi sljedećih elemenata:

1. Što tema znači (što temu „drži na okupu”)?
2. Koje obrasce značenja tema obuhvaća, odnosno ne obuhvaća (što uključuje/isključuje; razgraničenja prema susjednim temama)?
3. Kako tema pridonosi objašnjenju namjere promjene gospodarske djelatnosti (na koji način tema pridonosi odgovoru na glavno istraživačko pitanje i kako se uklapa u cjelinu nalaza)?

U provedbi ove faze ispitani su odnosi između pojedinačnih čimbenika i širih obrazaca značenja, uključujući regionalne varijacije. Time su teme oblikovane kao interpretativne jedinice (a ne kao puka taksonomija kodova) koje objašnjavaju kako i zašto „odrasli“ poduzetnici oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. U ovoj su fazi također razvijani nazivi tema koji su, u skladu s preporukama Braun i Clarke (2022; 2006), oblikovani tako da budu jasni i deskriptivni, analitički usmjereni te koncizni i upečatljivi.

Završna faza refleksivne tematske analize odnosila se na izvještavanje pri čemu su rezultati predstavljeni kroz konsolidirane tematske prikaze za svaku županiju, uz navođenje reprezentativnih citata ispitanika. Time se povezao opis obrazaca značenja uspostavljenih tema sa širim teorijskim okvirom. Na taj je način osigurana interpretativna dubina u objašnjavanju čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i

njihove povezanosti s regionalnim kontekstima. Odnosno, rezultati su u izvještajnom dijelu analizirani u odnosu na istraživačka pitanja čime je osigurana integracija empirijskih nalaza i teorijskog okvira te uspostavljena osnova za razumijevanje procesa oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Na temelju tih uvida, analitički je fokus u nastavku usmjeren na fazu koja slijedi nakon oblikovanja namjere - njezinu provedbu.

Kako bi se razumio puni opseg poduzetničke dinamike, nužno je razmotriti fazu koja slijedi po oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti, a odnosi se na provedbu ove namjere. Razumijevanje čimbenika koji provedbu namjere ubrzavaju ili usporavaju ključno je za otklanjanje jaza između namjere i ponašanja, što je čest nedostatak istraživanja koja se zaustavljaju na razini namjera. Premda obuhvat prikupljenih podataka nije bio dovoljan za razvoj pune refleksivne tematske analize u smislu bogatog skupa tema, dostupni su navodi ipak omogućili uvid u specifične obrasce i okolnosti koje su posredovale u procesu provedbe namjere promjene gospodarske djelatnosti. U skladu s preporukama Braun i Clarke (2022), refleksivna tematska analiza ne zahtijeva jednak intenzitet podataka u svim segmentima, već naglašava identifikaciju obrazaca značenja ondje gdje se oni pojavljuju. Na taj način i ograničen skup podataka može pružiti važne empirijske dokaze. U ovom je slučaju analizom identificirano nekoliko ključnih čimbenika koji djeluju između namjere promjene gospodarske djelatnosti i njezine provedbe, premda oni nisu oblikovali zasebne tematske cjeline.

Osim već spomenutih funkcija *Code Memo* i *Comments*, ovaj se doktorski rad u okviru provedene kvalitativne analize oslanjao na širok spektar naprednijih funkcionalnosti programskog alata *MAXQDA 24*, čime je osigurana metodološka dosljednost, sustavna obrada i transparentno prikazivanje rezultata. Iako se u literaturi ističe važna metodološka dilema u pogledu povezivanja učestalosti pojavljivanja određenih kodova i njihove stvarne važnosti (Kuckartz i Rädiker, 2023), primjena funkcija kao što su *Code Matrix Browser*, *Code Relations Browser*, *Summary Grid* i *Summary Tables* u ovom je doktorskom radu bila metodološki opravdana iz nekoliko razloga:

1. Korištenjem navedenih funkcija omogućeno je sistematiziranje i preglednost opsežnog skupa podataka, čime je olakšan prijelaz od pojedinačnih kodiranih odlomaka prema širim obrascima značenja.
2. Vizualizacije i kvantifikacije pridonijele su identifikaciji tipičnih i atipičnih slučajeva te su pomogle u prepoznavanju sličnosti i razlika među županijama. Time je

omogućeno preciznije uočavanje regionalnih obrazaca i kontekstualnih specifičnosti, što je u skladu s ciljevima doktorskog rada.

3. Brojčani pokazatelji nisu interpretirani izolirano, nego su dopunjavani refleksivnom interpretacijom navoda ispitanika. Drugim riječima, funkcije su služile kao alat za strukturiranje podataka i uočavanje potencijalnih tema, dok je konačna interpretacija ostala utemeljena u kvalitativnim uvidima i kontekstu izjava ispitanika.

Stoga se kvantitativni prikazi u ovom doktorskom radu ne tumače kao dokaz važnosti sam po sebi, već kao metodološki dodatak koji pridonosi transparentnosti i pouzdanosti kvalitativne analize.

Provedba refleksivne tematske analize bila je kontinuirano usklađivana s validiranim konceptualnim okvirom čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajućim vodičem za provođenje polustrukturiranih intervjua primjenom deduktivno-induktivnog kodiranja (Saldaña, 2015). Analitički pristup nadopunjen je komplementarnom primjenom kvalitativne analize sadržaja (Kuckartz i Rädiker, 2023; Kuckartz, 2014), čije su se faze, od pripreme i organizacije podataka do razvoja kategorija, kodiranja i izvještavanja, pokazale uvelike kompatibilnima s primijenjenim istraživačkim postupkom. Takav integrirani metodološki okvir osigurao je dosljednost na trima razinama:

1. strukturirano ispitivanje unaprijed određenih čimbenika,
2. dubinsku interpretaciju značenja koja ispitanici pridaju tim čimbenicima,
3. sustavnu usporedbu obrazaca među županijama i drugim relevantnim grupama.

Refleksivna tematska analiza omogućila je interpretaciju značenja i konteksta prikupljenih podataka na semantičkoj i latentnoj razini, dok je kvalitativna analiza sadržaja pridonijela strukturiranju i usporedivosti podataka kroz tablične i vizualne prikaze.

5.2. Kvantitativna analiza podataka o promjeni gospodarske djelatnosti

U okviru ovog potpoglavlja prikazani su rezultati analize temeljene na podacima iz Registra DZS-a s ciljem prepoznavanja obrazaca u promjenama gospodarskih djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima i pripadajućim poslovnim subjektima. Time se pruža deskriptivni uvid u ključne karakteristike populacije i dinamiku promjena na razini analiziranih županija. Sukladno prethodno opisanoj populaciji istraživanja, primjenom metoda deskriptivne statistike provedena je kvantitativna analiza podataka na temelju dijela Registra DZS-a. Ovom analizom

utvrđeni su tipologija i regionalni obrasci promjena gospodarskih djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima te je stvoren temelj za kvalitativnu fazu primarnog empirijskog istraživanja.

Ukupna populacija istraživanja iz Registra DZS-a koja ispunjava kriterije opisane u potpoglavlju „Definiranje uzorka istraživanja“ obuhvatila je 969 poslovnih subjekata. Od ukupnog je broja 65,2 % poslovnih subjekata (632) smješteno u IŽ, 21,4 % (207) u ZŽ, a 13,4 % (130) u VSŽ. Podatci prikazani u Tablicama 19, 20 i 21 odnose se na strukturu poslovnih subjekata u populaciji istraživanja s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik, oblik vlasništva i podrijetlo kapitala, prema županijama.

Tablica 19. Distribucija poslovnih subjekata po županijama prema pravno-ustrojbenom obliku

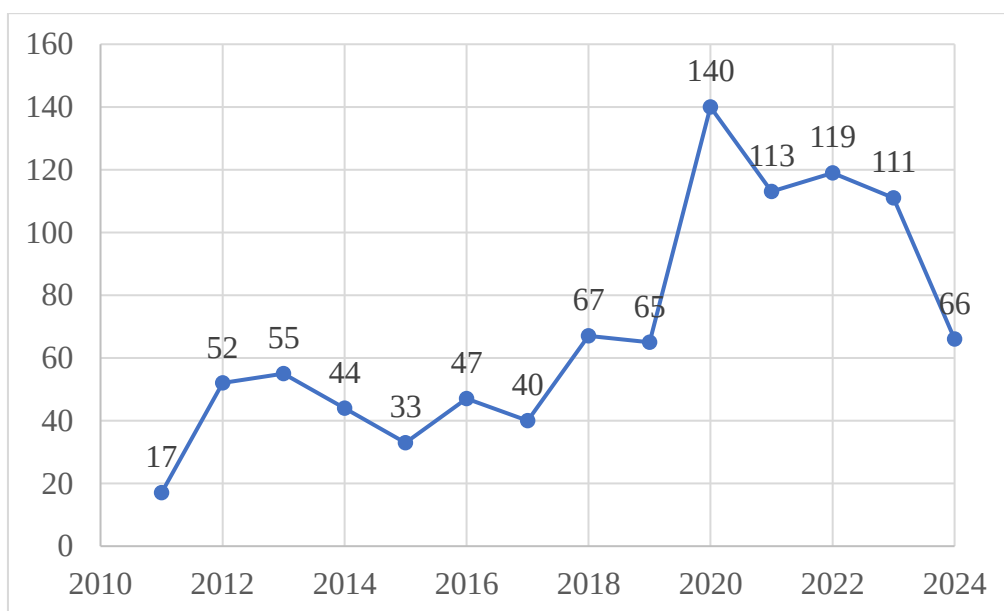
Izvor: samostalna obrada autora

Pravno-ustrojbeni oblik	Županija	Broj poslovnih subjekata	Udio u županiji (%)
Društvo s ograničenom odgovornošću	IŽ	595	94,1
	ZŽ	195	94,2
	VSŽ	113	86,9
Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću	IŽ	37	5,9
	ZŽ	8	3,9
	VSŽ	13	10
Zadruga	IŽ	-	-
	ZŽ	4	1,9
	VSŽ	3	2,3
Dioničko društvo	IŽ	-	-
	ZŽ	-	-
	VSŽ	1	0,8

Rezultati prikazani u Tablici 19 pokazuju da u sve tri analizirane županije uvjerljivo prevladavaju d.o.o.-i koji čine 94,1 % poslovnih subjekata u IŽ, 94,2 % u ZŽ te 86,9 % u VSŽ. J.d.o.o.-i zauzimaju znatno manji udio s 5,9 % u IŽ, 3,9 % u ZŽ i 10 % u VSŽ. Zadruge su zastupljene samo u ZŽ i VSŽ s udjelima od 1,9 % odnosno 2,3 %, dok se d.d.-i pojavljuju isključivo u VSŽ, s udjelom od 0,8 %. Ovakva struktura jasno ukazuje na dominaciju d.o.o.-a kao prevladavajućeg pravno-ustrojnog oblika među poslovnim subjektima koji su promijenili gospodarsku djelatnost u svim analiziranim županijama uz manju, ali prisutnu zastupljenost j.d.o.o.-a i marginalnu zastupljenost drugih oblika.

U analiziranoj populaciji istraživanja dominantan oblik vlasništva čini privatno vlasništvo koje obuhvaća 97,8 % svih poslovnih subjekata. Ostali oblici vlasništva prisutni su u znatno manjoj mjeri: društveno ili državno vlasništvo zastupljeno je s 1,1 % poslovnih subjekata, zadružno vlasništvo s 0,7 %, dok staro mješovito vlasništvo čini tek 0,4 % analizirane populacije. U analiziranoj populaciji istraživanja veliku većinu čine poslovni subjekti s domaćim kapitalom s udjelom od 89,6 %. Poslovni subjekti sa stranim kapitalom čine 15,8 % analizirane populacije. Staro mješovito vlasništvo zastupljeno je u vrlo malom broju slučajeva (2,6 %).

Iako analizirani podatci obuhvaćaju vremensko razdoblje od gotovo 14 godina, kako je prikazano Grafikonom 1, važno je naglasiti da se od 2020. do 2023. godine dogodila gotovo polovica svih promjena glavne gospodarske djelatnosti u analiziranoj populaciji poslovnih subjekata (49,8 %), kako je prikazano Tablicom 20 na sljedećoj stranici. Najveći broj poslovnih subjekata promijenio je šifru glavne gospodarske djelatnosti prema NKD 2007. područjima u vremenskom razdoblju između 2020. i 2023. godine s posebno izraženom brojnošću u 2020. godini (14,5 %), a potom nešto nižim, ali i dalje stabilno visokim udjelima u 2021. (11,7 %), 2022. (12,3 %) i 2023. godini (11,5 %).



Grafikon 1. Distribucija promjene glavnih gospodarskih djelatnosti poslovnih subjekata prema godinama

Izvor: samostalna obrada autora

Treba napomenuti kako izračun s Grafikona 1 ne obuhvaća cijelu 2024. godinu već samo prvih šest mjeseci (do srpnja, kada su podatci preuzeti od DZS-a).

Tablica 20. Broj promjena glavne gospodarske djelatnosti poslovnih subjekata po županijama prema godinama

Izvor: samostalna obrada autora

Godina	Županija	Broj poslovnih subjekata	Udio godišnje promjene u ukupnim promjenama 2011.- 2024. u županiji (%)
2020	IŽ	95	15
	ZŽ	27	13
	VSŽ	18	13,8
2021	IŽ	72	11,4
	ZŽ	25	12,1
	VSŽ	16	12,3
2022	IŽ	84	13,3
	ZŽ	23	11,1
	VSŽ	12	9,2
2023	IŽ	66	10,4
	ZŽ	27	13
	VSŽ	18	13,8

Promatrano prema županijama, iz Tablice 20 uočava se da je u IŽ tijekom 2020. godine zabilježen najveći udio godišnjih promjena gospodarskih djelatnosti u ukupnim promjenama zabilježenima u vremenskom razdoblju od 2011. do 2024. godine (15 %). Nakon toga slijedi postupno smanjenje udjela u 2021. (11,4 %) i 2023. godini (10,4 %) uz blagi porast u 2022. (13,3 %). Sličan obrazac vidljiv je i u ZŽ gdje se udio promjena kretao između 11,1 % i 13 %, pri čemu nije zabilježen izraženiji pad ili rast što upućuje na stabilniji ritam prilagodbi gospodarskih djelatnosti u odnosu na IŽ. Konačno, VSŽ pokazuje ponešto drukčiji trend: iako je 2020. godina imala relativno visok udio promjena (13,8 %), on se 2022. godine smanjio na 9,2 %, a zatim ponovno povećao na 13,8 % u 2023. godini. U cjelini, sve tri županije prate sličan obrazac povećane dinamike promjena u vremenskom razdoblju neposredno nakon 2020. godine no razlike u intenzitetu i stabilnosti udjela upućuju na različite razine prilagodljivosti poslovnih subjekata regionalnim uvjetima i sektorskim obilježjima lokalnih gospodarstava.

Nastavljajući prikaz vremenske dimenzije podataka o promjenama glavne gospodarske djelatnosti u populaciji istraživanja, Tablicom 21 na sljedećoj stranici prikazani su rezultati vezani za starost poslovnog subjekta (u mjesecima) prilikom promjene glavne gospodarske djelatnosti.

Tablica 21. Starost poslovnog subjekta (u mjesecima) prilikom promjene glavne gospodarske djelatnosti po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Pokazatelj		IŽ	ZŽ	VSŽ	Ukupno
Aritmetička sredina		168,272	162,3	145,415	163,93
Standardna devijacija		89,751	90,858	86,756	89,831
95 %-tni interval pouzdanosti za aritmetičku sredinu	Donja granica	161,261	149,849	130,361	158,267
	Gornja granica	175,283	174,75	160,47	169,593
Mod		46	61	65	46
Medijan		155	149	120,5	148,5
Donji kvartil		87	81	69,25	83
Gornji kvartil		236	224	209,75	229,75
Interkvartilni raspon		149	143	140,5	146,75

Rezultati deskriptivne statistike o starosti poslovnih subjekata u trenutku promjene glavne gospodarske djelatnosti ukazuju na nekoliko važnih obrazaca. Na razini ukupne populacije prosječna starost poslovnih subjekata pri promjeni iznosi 163,9 mjeseci (oko 13,6 godina), dok je medijan nešto niži i iznosi 148,5 mjeseci. Ova razlika, zajedno s nižom vrijednošću moda (46 mjeseci), upućuje na blagu pozitivnu asimetriju distribucije: iako značajan dio poslovnih subjekata promjenu izvršava već u ranim fazama razvoja, prosjek podižu stariji poslovni subjekti unutar kojih se promjena izvršava u kasnijim fazama poslovanja. Interkvartilni raspon (146,75) dodatno pokazuje da se većina poslovnih subjekata odlučuje na promjenu u relativno širokom rasponu starosti, od ranih do zrelijih faza poslovanja. Nadalje, analiza po županijama otkriva određene razlike. U IŽ prosječna starost pri promjeni (168,3 mjeseca) viša je nego u ukupnoj populaciji, a medijan (155 mjeseci) potvrđuje obrazac kasnijih promjena. U ZŽ prosječna je starost (162,3 mjeseca) gotovo identična prosjeku ukupne populacije, a medijan (149 mjeseci) sugerira vrlo sličan obrazac distribucije. VSŽ pokazuje donekle drukčiji obrazac: prosječna je starost poslovnih subjekata u trenutku promjene (145,4 mjeseca) niža od one u ostale dvije županije, a i medijan (120,5 mjeseci) jasno upućuje na ranije promjene gospodarske djelatnosti.

Tablice 22 do 25 u nastavku prikazuju podatke o promjenama glavne gospodarske djelatnosti na razinama NKD-a 2007. područja, pri čemu se mogu prepoznati određeni obrasci i trendovi karakteristični za pojedine županije.

Tablica 22. Područja gospodarskih djelatnosti koja su poslovni subjekti najčešće napuštali po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Županija	Područje gospodarske djelatnosti	Broj poslovnih subjekata	Udio u ukupnim promjenama 2011.-2024. u županiji (%)
Ukupno	G	288	29,7
	F	128	13,2
	N	92	9,5
IŽ	G	179	28,3
	F	93	14,7
	N	60	9,5
ZZ	G	63	30,4
	N	27	13
	F	25	12,1
VSŽ	G	46	35,4
	C	17	13,1
	A	15	11,5

Analiza prikazana Tablicom 22 pokazuje da su, promatrano na razini cjelokupne populacije istraživanja, promjene glavne gospodarske djelatnosti najčešće započinjale izlaskom iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) koje obuhvaća gotovo trećinu svih slučajeva (29,7 %). Slijede područja gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) s 13,2 % i N (Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti) s 9,5 %. Promatrano na razini pojedinačnih županija, udjeli su izraženi u odnosu na ukupni broj poslovnih subjekata koji su promijenili gospodarsku djelatnost u toj županiji. Na razini županija zadržava se isti osnovni obrazac kao i na razini cjelokupne populacije istraživanja no s određenim specifičnostima. U IŽ dominira područje gospodarske djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla) s 28,3 % udjela svih promjena na razini županije, dok područja gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) i N (Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti) čine značajan dodatak s 14,7 %, odnosno 9,5 %. U ZZ, iako također prevladava područje gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla) s 30,4 %, uočava se nešto veći naglasak na područje gospodarskih djelatnosti N (Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti) koje čini 13 % svih izlazaka. VSŽ pokazuje odstupanje od ovog obrasca: iako područje gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla) ostaje prva

izlazna točka s 35,4 % svih promjena, ovdje se na drugo i treće uvrstavaju područja gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) i A (Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo) s 13,1 %, odnosno 11,5 %.

Tablica 23. Područja gospodarskih djelatnosti u koja su poslovni subjekti najčešće prelazili po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Županija	Područje gospodarske djelatnosti	Broj poslovnih subjekata	Udio u ukupnim promjenama 2011.-2024. u županiji (%)
Ukupno	I	162	16,7
	C	140	14,4
	F	116	12
IŽ	I	107	16,9
	F	77	12,2
	C	75	11,9
ZŽ	I	43	20,8
	C	30	14,5
	G	21	10,1
VSŽ	C	35	26,9
	F	19	14,6
	G	15	11,5

Podatci iz Tablice 23 o područjima gospodarskih djelatnosti u koja su poslovni subjekti najčešće prelazili pokazuju jasan obrazac u kojemu, promatrano na razini cjelokupne populacije istraživanja, najveći udio zauzima područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) sa 16,7 %, a slijede područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 14,4 % i područje gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) s 12 %. Promatrano na razini pojedinačnih županija, udjeli su izraženi u odnosu na ukupni broj poslovnih subjekata koji su promijenili gospodarsku djelatnost u toj županiji. Na županijskoj su razini vidljive određene razlike. U IŽ područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) prednjači s udjelom od 16,9 % u svim promjenama na razini županije, dok su područja gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) i C (Prerađivačka industrija) također značajno zastupljena s 12,2 %, odnosno 11,9 %. U ZŽ dominira područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) s udjelom od 20,8 %, ali je jače prisutno područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 14,5 % te područje gospodarskih

djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) 10,1 %. U VSŽ posebno se ističe područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 26,9 % udjela, a slijedi područje gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) s 14,6 %. Područje gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) zauzima treće mjesto s udjelom od 11,5 %.

Tablica 24. Najčešće promjene među područjima gospodarskih djelatnosti po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Županija	Područje gospodarske djelatnosti	Broj poslovnih subjekata	Udio u ukupnim promjenama 2011.-2024. u županiji (%)
Ukupno	G → C	68	7
	G → I	54	5,6
	G → M	38	3,9
IŽ	G → C	39	6,2
	G → I	34	5,4
	G → M	26	4,1
	G → F	26	4,1
ZZ	G → I	15	7,2
	G → C	10	4,8
	G → M	8	3,9
VSŽ	G → C	19	9,2
	G → I	5	2,4
	G → A	5	2,4
	G → H	5	2,4
	A → C	5	2,4

Najčešće promjene među područjima gospodarskih djelatnosti, prikazane Tablicom 24, dokazuju da je, promatrano na razini cjelokupne populacije istraživanja, područje gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) bilo polazišna točka najvećeg broja promjena. Na razini cjelokupne populacije poslovni su subjekti najčešće prelazili iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) u područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija), sa 7 % svih promjena glavne gospodarske djelatnosti. Zatim slijede prelasci u područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) s 5,6 % te područje gospodarskih djelatnosti M (Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti) s 3,9 %. Promatrano na razini pojedinačnih županija, udjeli su izraženi u odnosu

na ukupni broj poslovnih subjekata koji su promijenili gospodarsku djelatnost u toj županiji. U IŽ prepoznaje se sličan obrazac no dodatno se ističe prijelaz iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) u područje gospodarskih djelatnosti F (Građevinarstvo) sa 6,2 % udjela u svim promjenama na razini županije. I u ZŽ bilježi se slična orijentacija kao na razini cjelokupne analizirane populacije s ipak nešto većim naglaskom na prijelaz iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) u područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) koji čini 7,2 % svih prijelaza. U VSŽ je obrazac bitno drugačiji. Premda i u ovoj županiji izrazito dominira prijelaz iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) u područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija) s 9,2 % udjela, posebno je zanimljiva dinamika prelaska iz područja gospodarskih djelatnosti A (Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo) u područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija), s 2,4 % udjela, kao i iz područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala) u područje gospodarskih djelatnosti H (Prijevoz i skladištenje) također s 2,4 % udjela.

Tablica 25. Najčešće promjene među sektorima gospodarskih djelatnosti po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Županija	Područje gospodarske djelatnosti	Broj poslovnih subjekata	Udio u ukupnim promjenama 2011.-2024. u županiji (%)
Ukupno	III → II	146	15,1
	III → IV	131	13,5
	IV → III	95	9,8
IŽ	III → IV	92	14,6
	III → II	91	14,4
	IV → III	66	10,4
ZŽ	III → IV	30	14,5
	IV → III	25	12,1
	III → II	24	11,6
VSŽ	III → II	31	23,8
	II → III	13	10
	III → IV	9	6,9
	I → II	9	6,9

Podatci o najčešćim prijelazima između sektora prikazani Tablicom 25 na prethodnoj stranici pokazuju kako se najveći broj promjena gospodarskih djelatnosti, promatrano na razini cjelokupne populacije istraživanja, odvija između tercijarnog sektora i ostalih sektora što ukazuje na njegovu ulogu polazišne točke poduzetničkih aktivnosti. Najčešće promjene polaze iz tercijarnog u sekundarni sektor (15,1 %) te iz tercijarnog u kvartarni sektor (13,5 %), ali se promjena događa i u obrnutom smjeru sa značajnim povratkom iz kvartarnog u tercijarni sektor (9,8 %). Promatrano na razini pojedinačnih županija, udjeli su izraženi unutar ukupnog broja poslovnih subjekata koji su promijenili gospodarsku djelatnost u toj županiji. U IŽ su naglašeni prijelazi između tercijarnog i kvartarnog sektora s 14,6 % udjela u svim prijelazima na razini županije te između tercijarnog i sekundarnog sektora (14,4 %). Sličan obrazac prevladava i u ZŽ u kojoj je nešto veći naglasak ipak stavljen na obostrane prijelaze između kvartarnog i tercijarnog sektora s 14,5 % prijelaza iz tercijarnog u kvartarni i 12,1 % prijelaza iz kvartarnog u tercijarni sektor. VSŽ se ističe specifičnim obrascem: ovdje dominira prelazak iz tercijarnog u sekundarni sektor s 23,8 % udjela, a također se važnim ističe prijelaz iz primarnog u sekundarni sektor (10 %).

Provedenom kvantitativnom analizom podataka Registra DZS-a analizirana je struktura, učestalost i vremenska dinamika promjena glavne gospodarske djelatnosti među populacijom istraživanja, odnosno „odraslim“ poduzetnicima u analiziranim županijama. Rezultati pružaju pregled prostorne i sektorske raspodjele poslovnih subjekata kao i obrasce promjena između različitih područja i sektora gospodarske djelatnosti prema NKD 2007.

5.3. Rezultati primarnog kvalitativnog istraživanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

U ovom su potpoglavlju prikazani rezultati kvalitativne analize temeljene na podacima prikupljenima kroz individualne i skupne polustrukturirane intervju s uzorkom „odraslih“ poduzetnika. Kvalitativni pristup omogućio je dublje razumijevanje međusobnog djelovanja unutarnjih i vanjskih čimbenika koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Na temelju uvida iz izravnih iskustava ispitanika, rezultati pružaju detaljniji prikaz procesa i okolnosti u kojima se ta namjera oblikuje.

5.3.1. Stvaranje početnih kodova

Prvi krug kodiranja proveden je deduktivno, uz dosljednu primjenu unaprijed definiranih i validiranih čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Na najvišoj hijerarhijskoj razini kodnog sustava nalaze se četiri osnovne kategorije:

1. unutarnja (osobna) razina čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
2. vanjska (situacijska) razina čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
3. čimbenici provedbe namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
4. razno.

Za razliku od prve tri kategorije koje se odnose na razine kojima pripadaju čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika iz validiranog konceptualnog okvira i pripadajućeg vodiča za provođenje polustrukturiranih intervjua, posljednja je kategorija stvorena kako bi privremeno obuhvatila odlomke teksta koji se u početnoj fazi kodiranja nisu mogli jednoznačno smjestiti u ostale kategorije. Ova je kategorija obuhvatila manji broj čimbenika koji nisu bili predviđeni u početnoj strukturi, ali su se logično nadovezivali na postojeći okvir, što je u skladu s preporukama Braun i Clarke (2006). Na središnjoj hijerarhijskoj razini kodnog sustava nalaze se tematske podskupine čimbenika preuzete iz validiranog konceptualnog okvira i pripadajućeg vodiča. Ovoj razini pripadaju, primjerice, kognitivni čimbenici, osobine ličnosti, normativno okruženje, itd. Na najnižoj hijerarhijskoj razini kodnog sustava nalaze se pojedinačni, operacionalizirani kodovi. Ovi kodovi odgovaraju pojedinačnim čimbenicima iz validiranog konceptualnog okvira (primjerice, prethodno radno iskustvo, potraga za izazovima, obitelj i prijatelji, itd.) te čimbenicima koji objašnjavaju specifične aspekte provedbe (realizacije) namjere promjene gospodarske djelatnosti, a koji su definirani sukladno vodiču za provođenje polustrukturiranih intervjua. Hijerarhijske razine kodnog sustava nakon prvog kruga kodiranja prikazane su [Slikom P6](#) u Prilogu doktorskog rada. Već su u prvom krugu kodiranja označeni i ključni navodi ispitanika, ističući po jedan glavni čimbenik koji je utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti kod svakog ispitanika. Ti su odlomci posebno obilježeni funkcijom *Colored Marker*, što je kasnije olakšalo njihovo izdvajanje i analitičku obradu (Rädiker i Kuckartz, 2020).

Ponovnim čitanjem transkripata i analizom kodiranih odlomaka tijekom drugog kruga kodiranja, koji je proveden primjenom induktivnog pristupa, identificirane su četiri šire dimenzije koje strukturiraju način na koji su ispitanici govorili o svojim iskustvima:

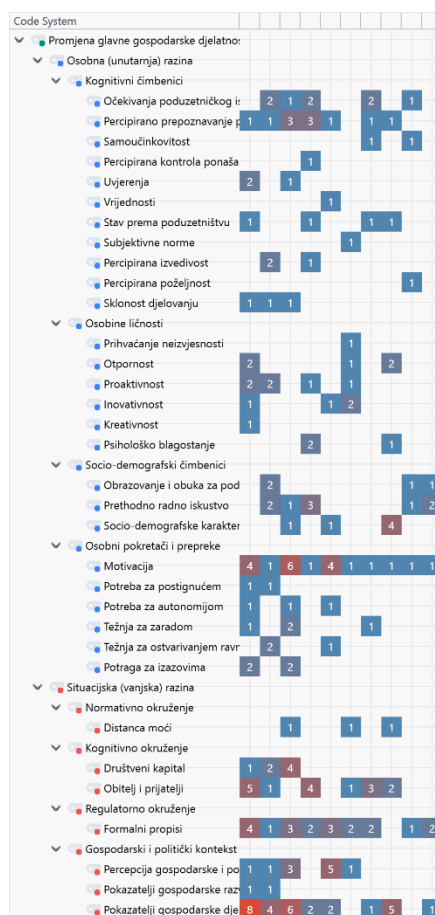
1. čimbenici koji su utjecali na oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti,
2. čimbenici koji su utjecali na pokretanje poduzetničkog pothvata,
3. općenito viđenje fenomena povezanih s poduzetništvom,
4. osvrt na sadašnje poslovanje i okolnosti koje ga obilježavaju.

Hijerarhijske razine kodnog sustava nakon drugog kruga kodiranja prikazane su [Slikom P7](#) u Prilogu doktorskog rada. Unutar svake od četiri šire dimenzije i dalje se nalaze unutarnji (osobni) i vanjski (situacijski) čimbenici kao osnovne kategorije čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika na najvišoj hijerarhijskoj razini. Kao i u slučaju kodnog sustava tijekom prvog kruga kodiranja, na središnjoj se hijerarhijskoj razini nalaze tematske podskupine čimbenika preuzete iz validiranog konceptualnog okvira i pripadajućeg vodiča. Ove se tematske podskupine odnose na, primjerice, kognitivne čimbenike, osobine ličnosti, normativno okruženje, itd. Konačno, na najnižoj se hijerarhijskoj razini ponovno nalaze operacionalizirani kodovi koji se odnose na pojedinačne čimbenike iz validiranog konceptualnog okvira i pripadajućeg vodiča, kao što su, primjerice, prethodno radno iskustvo, potraga za izazovima ili obitelji i prijatelji, itd.

Tijekom drugog kruga kodiranja primijenjena je funkcija *Smart Coding Tool*, koja omogućuje pregledavanje kodiranih odlomaka te pruža uvid u preklapajuće kodove. Ova je funkcija korištena za provjeru dosljednosti i učinkovito prekodiranje/grupiranje odlomaka, primjerice kad se uoči da dio navoda bolje pripada nekom drugom kodu. Primjer korištenja funkcije *Smart Coding Tool* prikazan je [Slikom P8](#) u Prilogu doktorskog rada. Kako bi se ustanovila poveznica između validiranog konceptualnog okvira i stvarnih izjava ispitanika, izrađeni su prvi sažetci po ispitanicima i po kodovima, koristeći funkcije *Summary Grid* i *Summary Tables*. *Summary Grid* omogućio je izradu konsolidiranih prikaza, odnosno sažetih bilješki za svaki pojedinačni kod, povezujući ga s ispitanikom koji ga je istaknuo. Na taj je način stvorena jasna poveznica između izvornih navoda ispitanika i kasnijeg tematskog objedinjavanja. Primjer korištenja ove funkcije prikazan je na [Slici P9](#) u Prilogu doktorskog rada (u vizualnom su prikazu nazivi ispitanika uklonjeni radi zaštite anonimnosti). *Summary Tables* su korištene za izradu pregleda i konsolidaciju prethodno zabilježenih sažetaka po kodovima i po ispitanicima, zasebno za svaku županiju. Ovaj je korak omogućio prijelaz s deduktivno-induktivnog faze kodiranja prema prepoznavanju obrazaca značenja među kodovima. Primjer ove funkcije prikazan je na

[Slici P10](#) u Prilogu doktorskog rada (u vizualnom su prikazu nazivi ispitanika zatamnjeni radi zaštite anonimnosti). Dakle, *Summary Grid* je služio kao mikrorazina analize (što je svaki ispitanik rekao o određenom kodu), dok su *Summary Tables* funkcionirali kao mezorazina (kako se obrasci značenja ponavljaju ili razlikuju među ispitanicima i grupama).

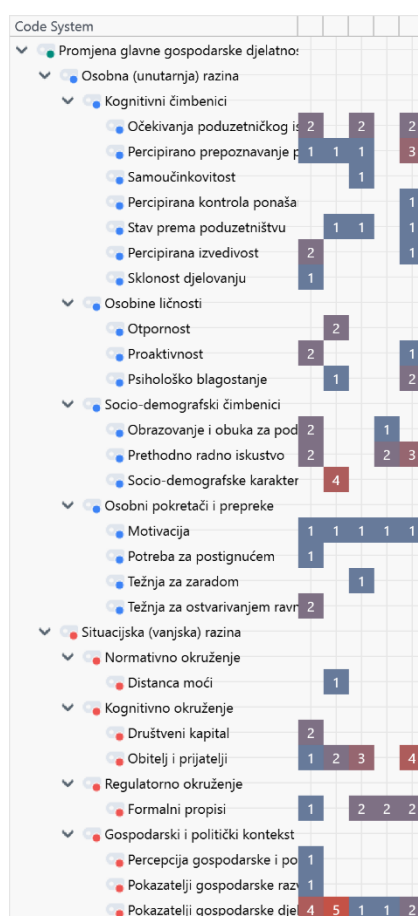
Uz opisane sažetke, paralelno je razvijena i struktura vizualizacija korištenjem funkcija *Code Matrix Browser* i *Code Relations Browser*. *Code Matrix Browser* korišten je za usporedbu distribucije kodova na razini cijelog uzorka te među županijama. Vizualizacija se prikazuje u obliku toplinskih mapa s numeričkim vrijednostima koje označavaju učestalost pojavljivanja pojedinog koda. Time se omogućuje brza identifikacija obrazaca i odstupanja, što olakšava kvalitativnu interpretaciju. Usporedba raspodjele kodova koji se odnose na čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika na razini cijelog uzorka te među županijama prikazana je Slikama 13, 14, 15 i 16 u nastavku (u vizualnom su prikazu nazivi ispitanika u stupcima uklonjeni radi zaštite anonimnosti).



Slika 13. Raspodjela kodova na razini uzorka istraživanja

Izvor: samostalna obrada autora

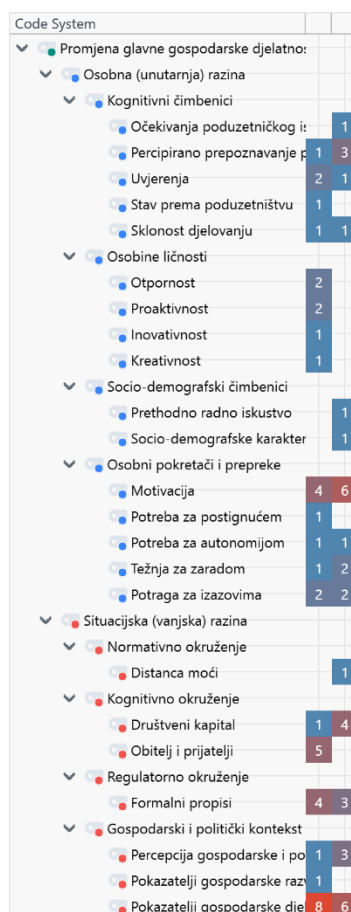
Rezultati sa Slike 13 na prethodnoj stranici pokazuju kako na razini uzorka istraživanja prevladavaju kodovi, odnosno čimbenici na unutarnjoj razini, među kojima je od strane ispitanika uvjerljivo najčešće spomenuta motivacija koju slijedi percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost. U manjoj mjeri ispitanici spominju prethodno radno iskustvo, očekivanja poduzetničkog ishoda, socio-demografske karakteristike, itd. Premda ih ima manje nego unutarnjih, vanjski su čimbenici također značajno prisutni te predstavljaju neke od najčešće spominjanih čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Primjerice, učestalost spominjanja pokazatelja gospodarske djelatnosti prevladava na razini uzorka. Nešto manje su zastupljeni čimbenici formalnih propisa te obitelj i prijatelja koje slijede percepcije gospodarske i političke klime te drugi vanjski čimbenici. Prikaz učestalosti spominjanja svakog pojedinog koda prikazan je u [Tablici P11](#) u Prilogu doktorskog rada.



Slika 14. Raspodjela kodova u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Rezultati sa Slike 14 na prethodnoj stranici pokazuju kako u ZŽ dominiraju čimbenici na unutarnjoj razini, među kojima su od ispitanika najčešće spomenuti prethodno radno iskustvo, očekivanja poduzetničkog ishoda te percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost. U nešto manjoj mjeri slijede motivacija i socio-demografske karakteristike te grupa ostalih čimbenika. Također su značajno prisutni čimbenici na vanjskoj razini, pogotovo kada je riječ o pokazateljima gospodarske djelatnosti, koji predstavljaju pojedinačni čimbenik najčešće spomenut od ispitanika u ovoj županiji. Neznatno manje spomenuta je podrška dobivena od strane obitelji i prijatelja, a od značajnijih čimbenika na vanjskoj razini treba još istaknuti formalne propise. ZŽ pokazuje najveći intenzitet kodiranja što znači da su ispitanici najopširnije govorili o čimbenicima utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

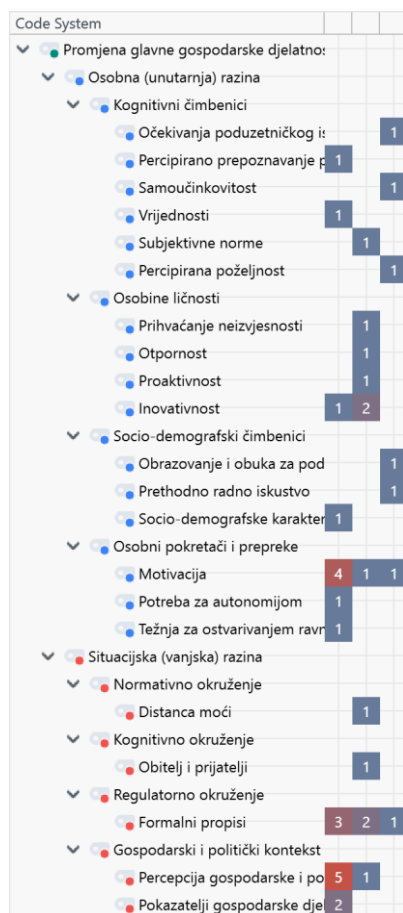


Slika 15. Raspodjela kodova u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

U IŽ se raspoznaje uravnoteženost između unutarnjih i vanjskih čimbenika. Rezultati sa Slike 15 pokazuju kako su među vanjskim čimbenicima od ispitanika uvjerljivo najčešće spomenuti pokazatelji gospodarske djelatnosti koje slijede formalni propisi, a u nešto manjoj mjeri

podrška od strane obitelji i prijatelja te društveni kapital kojim ispitanici raspolažu. Na unutarnjoj su razini kao čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti od ispitanika istaknuti u prvom redu motivacija koju u manjoj mjeri slijede potraga za izazovima i percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost.



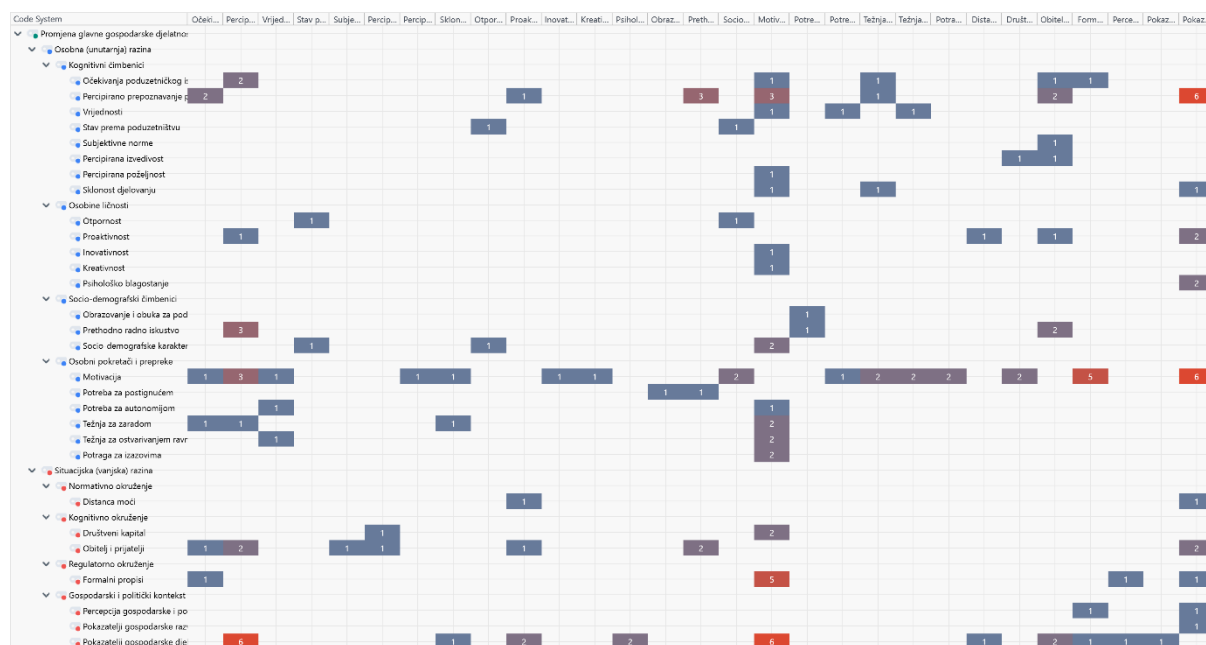
Slika 16. Raspodjela kodova u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Rezultati sa Slike 16 ukazuju kako je u VSŽ ukupna učestalost kodiranja niža nego u prethodno analiziranim županijama. Ipak, pojedini čimbenici imaju naglašenu ulogu i pokazuju selektivnu prisutnost što znači da snažno utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali ne kod svih ispitanika. Primjerice, među vanjskim čimbenicima takav obrazac pokazuju percepcija gospodarske i političke klime, a među unutarnjim čimbenicima riječ je o inovativnosti. S druge strane, nešto ujednačeniji obrazac pokazuju formalni propisi na vanjskoj razini te motivacija na unutarnjoj razini, budući da su spomenuti od većeg broja ispitanika.

Općenito, čimbenici na unutarnjoj razini pojavljuju se češće od čimbenika na vanjskoj razini u sve tri analizirane županije što je važna metodološka potvrda obrasca. Kada je riječ o univerzalno prisutnim čimbenicima koji su spomenuti ravnomjerno od ispitanika u svim županijama, ističu se motivacija među unutarnjim i formalni propisi među vanjskim čimbenicima.

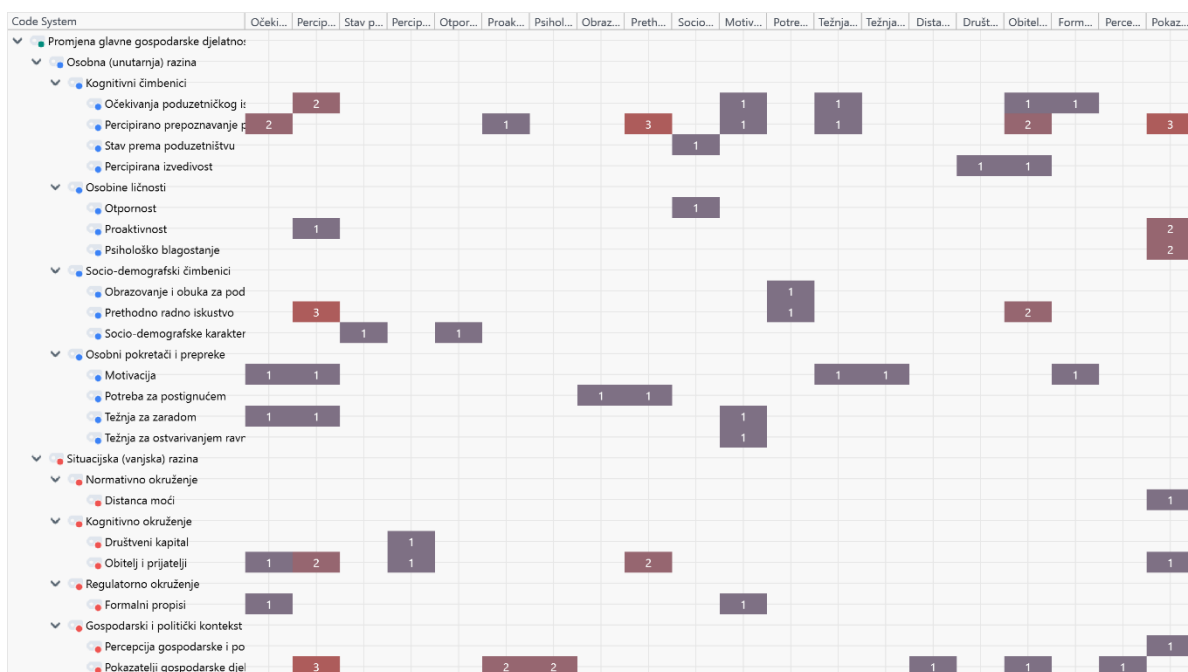
Code Relations Browser korišten je u drugoj fazi analize za istraživanje povezanosti među kodovima. Za razliku od *Code Matrix Browser*, koji prikazuje raspodjelu kodova, ova funkcija omogućuje uvid u to koji se kodovi najčešće pojavljuju zajedno u istim odlomcima, odnosno izjavama ispitanika. Ovakav je prikaz bio posebno koristan ne samo na razini čitavog uzorka, nego i za usporedbu među županijama jer je omogućio prepoznavanje regionalnih obrazaca u povezanosti kodova, kako je prikazano Slikama 17, 18, 19 i 20.



Slika 17. Međusobna povezanost kodova na razini uzorka istraživanja

Izvor: samostalna obrada autora

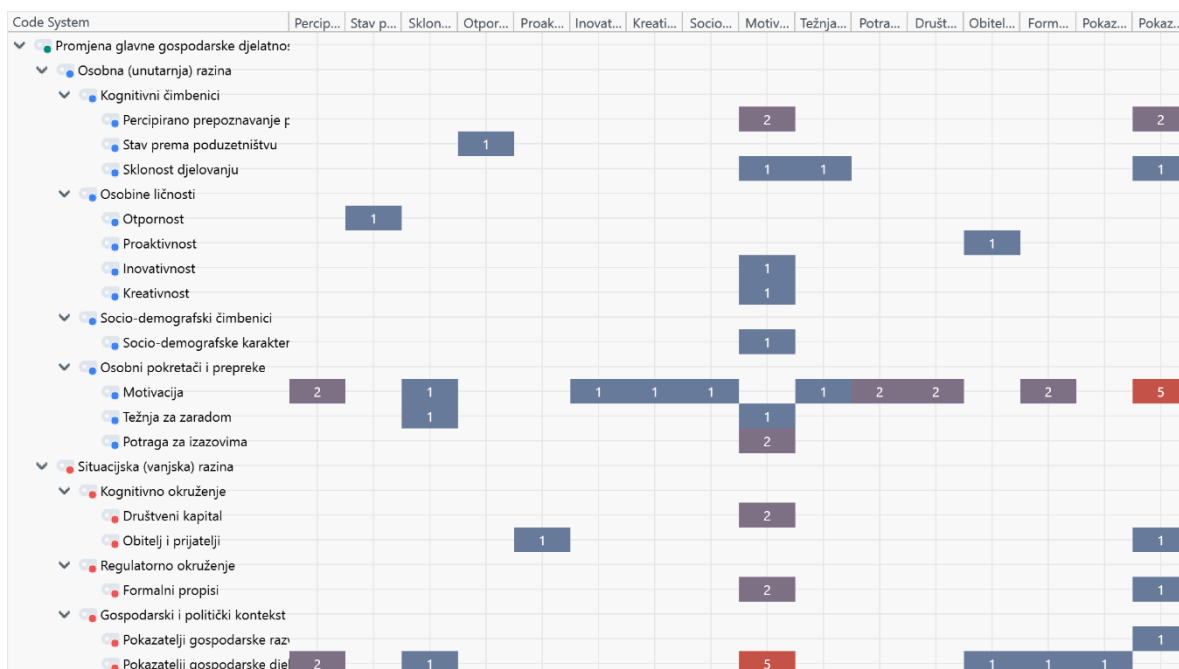
Na razini čitavog uzorka istraživanja ističe se povezanost između pokazatelja gospodarske djelatnosti te percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti, ali i motivacije što ukazuje na čestu povezanost unutarnjih i vanjskih čimbenika. Tome u prilog svjedoči i često isprepletanje između motivacije i formalnih propisa. Kada je, pak, riječ o čimbenicima koji pripadaju istoj razini, posebno se ističe povezanost unutarnjih čimbenika percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti s prethodnim radnim iskustvom i motivacijom.



Slika 18. Međusobna povezanost kodova u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

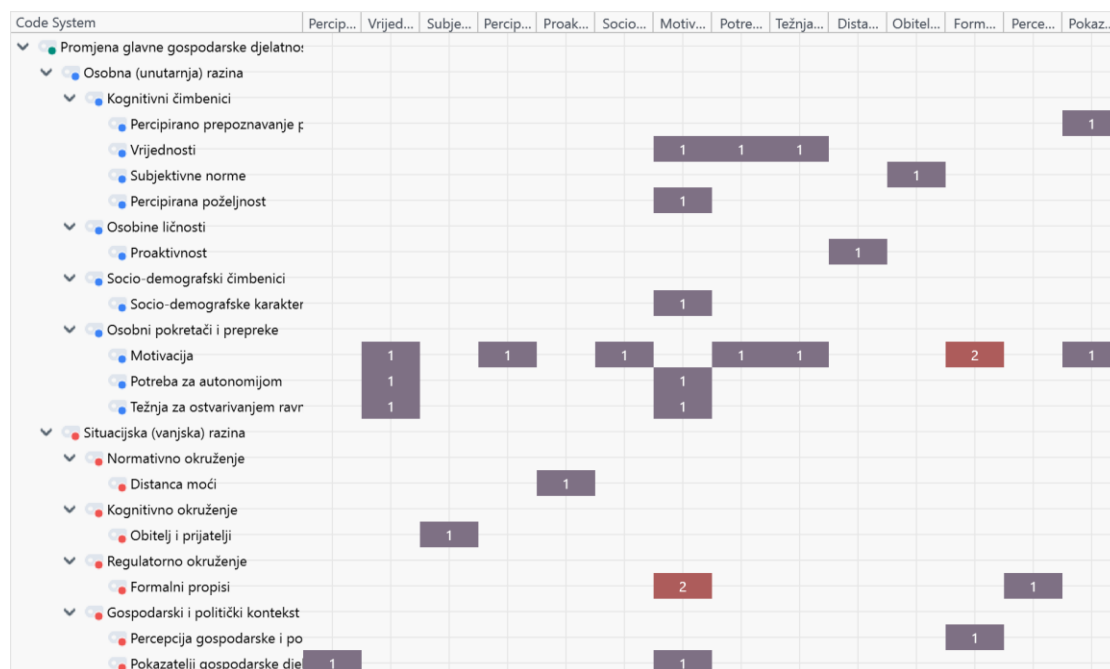
U ZŽ posebno se ističe povezanost između percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti s prethodnim radnim iskustvom, pokazateljima gospodarske djelatnosti, očekivanjima poduzetničkog ishoda te podrškom od strane obitelji i prijatelja. Navedeno sugerira da ispitanici u ovoj županiji često povezuju osobne procjene koristi s vlastitom sposobnošću uočavanja poduzetničkih prilika. Također, unutarnji se čimbenici često isprepliću s vanjskim (primjerice, psihološko blagostanje s obitelji i prijateljima) što ukazuje na dinamičnu interakciju individualnih i institucionalnih dimenzija.



Slika 19. Međusobna povezanost kodova u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

U IŽ naglašena je kombinacija motivacije s pokazateljima gospodarske djelatnosti, percipiranim prepoznavanjem prilika/poduzetničkom budnošću, potragom za izazovima, društvenim kapitalom i formalnim propisima. Percipirano prepoznavanje prilika također se često pojavljuje zajedno s pokazateljima gospodarske djelatnosti što sugerira da se poduzetničke prilike promatraju kroz prizmu regionalnog razvoja.



Slika 20. Međusobna povezanost kodova u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

U VSŽ prevladava povezanost formalnih propisa i motivacije, iako s manjim brojem zajedničkih pojava nego u ostalim županijama. Također, ukupna je frekvencija povezanosti kodova u ovoj županiji niža nego u ostalim analiziranim područjima, premda struktura ostaje konzistentna.

Na taj način vizualizacije nisu korištene samo kao prikaz učestalosti kodova, nego također kao alat za razumijevanje međusobne povezanosti različitih čimbenika u izjavama ispitanika. Funkcije *Code Matrix Browser* i *Code Relations Browser* poslužile su kao analitički orijentiri olakšavajući prepoznavanje regionalnih specifičnosti i potencijalnih tematskih obrazaca, a ne isključivo kao samostalno uporište za razvoj konačnih tema u reflektivnoj tematskoj analizi.

5.3.2. Razvoj potencijalnih tema

Polazište za provođenje treće faze reflektivne tematske analize činili su sažetci izrađeni pomoću funkcija *Summary Grid* i *Summary Tables* tijekom prethodne faze, budući da su omogućili prepoznavanje dominantnih obrazaca i varijacija među ispitanicima. Na taj je način stvorena stabilna osnova za daljnje grupiranje kodova, pri čemu se oni više ne promatraju izolirano, nego u međusobnim odnosima i u kontekstu istraživačkih pitanja. U nastavku se

predstavlja kako svaka potencijalna tema pokazuje unutarnju usklađenost i jasnu razlikovnost u odnosu na druge teme (Patton, 2014). Time se omogućuje promatranje različitih kodova kao dijelova šireg narativa o namjeri promjene gospodarske djelatnosti.

5.3.2.1. *Zadarska županija*

Detaljan prikaz svih potencijalnih tema, središnje ideje koja se nalazi u pozadini grupiranja kodova te njihove sažetke, moguće je pronaći u Tablici 26 na sljedećoj stranici. Radi lakšeg praćenja prikazanih rezultata i procesa grupiranja kodova u potencijalne teme, važno je pojasniti način označavanja učestalosti i tipa utjecaja pojedinih čimbenika koji su se pojavljivali u izjavama ispitanika. Označavanje učestalosti provedeno je prema broju ispitanika koji su izravno ili neizravno spominjali određeni čimbenik, pri čemu se koristi sljedeća skala:

- jedan ispitanik – 1,
- dva ispitanika – 2,
- dio ispitanika – 3,
- većina ispitanika – 4,
- gotovo svi ispitanici – 5,
- svi ispitanici – 6.

Ova oznaka ne predstavlja kvantitativnu mjeru u statističkom smislu, već pokazatelj prisutnosti određenog obrasca značenja. U skladu s pristupom Braun i Clarke (2022; 2006), frekvencije služe isključivo kao pomoćno sredstvo za identifikaciju dominantnih i marginalnih značenjskih jedinica, a ne kao temelj za kvantitativnu usporedbu. Također, u sažetcima kodova razlikuju se dvije razine izraženosti utjecaja pojedinog čimbenika:

- eksplicitno navođenje označava situacije u kojima ispitanici izravno povezuju određeni čimbenik s namjerom promjene gospodarske djelatnosti (primjerice, jasno navode izravan utjecaj nekog čimbenika),
- implicitno navođenje odnosi se na situacije u kojima čimbenik nije izravno povezan s namjerom promjene, već je spomenut u kontekstu utjecaja na neki od eksplicitno spomenutih čimbenika (isto tako, indikativni su i navodi koji se odnose na čimbenike navedene iz perspektive općeg poslovnog iskustva ili važnosti određenih okolnosti za sadašnje poslovanje, pri čemu se interpretativno prepoznaje posredan utjecaj čimbenika na namjeru promjene gospodarske djelatnosti).

Ovakav pristup omogućuje dosljedno i transparentno praćenje procesa u kojem su kodovi grupirani prema obrascima značenja koji se pojavljuju među ispitanicima, uz zadržavanje interpretativne fleksibilnosti koja je temeljna za refleksivnu tematsku analizu.

Tablica 26. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Naziv potencijalne teme
A ZŽ: Samoučinkovitost u procjeni i kontroli tržišnih mogućnosti
Središnja ideja
Namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje se kroz sustavno planiranje i detaljnu procjenu izvedivosti zamišljene promjene. Ispitanici analiziraju tržišne prilike i očekivane koristi u odnosu na vlastite resurse, pri čemu samoučinkovitost nadopunjuju racionalnim planiranjem i svjesnošću o razini osobne kontrole nad procesom promjene gospodarske djelatnosti. Kognitivni procesi nisu ograničeni na prepoznavanje prilika, nego uključuju i prosudbu realnih uvjeta, vremenskih okvira i financijske održivosti.
Sažetak kodova
Očekivanja poduzetničkog ishoda Većina ispitanika je tijekom procesa oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti projicirala raznolika, ali međusobno povezana očekivanja o ishodima takve promjene. U središtu tih očekivanja nisu uvijek bile financijske koristi, već često nefinancijski aspekti poput veće fleksibilnosti, osobnog zadovoljstva, ravnoteže između poslovnog i privatnog života te smanjenja radnog opterećenja. Pojedini su ispitanici očekivali višu kvalitetu životnog standarda i bolju usklađenost poslovnih aktivnosti s vlastitim sklonostima, dok su drugi isticali važnost dugoročne stabilnosti i mogućnosti međugeneracijskog prijenosa poslovanja. Uočljiva je i izražena svijest o tržišnim promjenama, pri čemu su ispitanici očekivani ishod temeljili na predviđanju potrošačkog ponašanja i industrijskih trendova, čime su pokazali visoku razinu strateškog razmišljanja. Osim osobnih perspektiva, u proces predviđanja uključivana su i iskustva drugih osoba iz poduzetničkog okruženja, što je služilo kao dodatni izvor sigurnosti i podršku pri oblikovanju namjere.
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost Uočavanje prilika, spomenuto kao čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti od gotovo svih ispitanika, ne proizlazi isključivo iz dugoročnog planiranja, već i iz svakodnevnog promišljanja i rutinske prakse istraživanja okoline, poput korištenja

interneta za inspiraciju ili promatranja lokalne dinamike tijekom sezonske neaktivnosti. Za namjeru promjene gospodarske djelatnosti značajnu ulogu imaju konkretni uvidi u promjene lokalnog tržišta, primjerice, prepoznavanje rasta građevinskih aktivnosti, logističkih potreba ili promjena u maloprodaji, što stvara osjećaj pravovremenosti i relevantnosti promjene. Percipirano prepoznavanje prilika često se temelji na praktičnim opažanjima i ranijem iskustvu, ali uključuje i sposobnost povezivanja tih opažanja s vlastitim resursima i sposobnostima.

Samoučinkovitost

Jedan je ispitanik eksplicitno, a dio ostalih implicitno, kao čimbenika koji je utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, naveo visoku razinu sigurnosti u vlastite sposobnosti i vještine, bez izraženih sumnji ili kolebanja. Takvo samopouzdanje nadilazi puku kognitivnu procjenu sposobnosti i uključuje emocionalno ukorijenjenu motivaciju za rad i stvaranje, što dodatno učvršćuje spremnost ispitanika na oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Percipirana kontrola ponašanja

Jedan je ispitanik govorio eksplicitno, dok je jedan kao čimbenika koji je utjecao na samu namjeru promjene gospodarske djelatnosti, implicitno istaknuo snažnu percepciju vlastite kontrole nad procesom promjene gospodarske djelatnosti. Ova je percepcija temeljena na racionalnom planiranju, izbjegavanju financijskog zaduživanja i korištenju postojećih resursa. Namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikovana je postupno, uz često isticanje jasno definirane podjele uloga unutar obitelji, što je dodatno pridonijelo osjećaju sigurnosti i upravljivosti situacijom od ispitanika.

Percipirana izvedivost

Osjećaj izvedivosti promjene koji je utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti među dvoje ispitanika eksplicitno, a među većinom implicitno, proizlazi iz racionalne procjene dostupnih resursa, vlastitih kapaciteta i tržišnih uvjeta, ali i iz konkretnih koraka koje su već poduzeli u pripreмноj fazi, poput edukacije, istraživanja tržišta, uspostavljanja dobavljačkih kanala i razvoja promotivnih alata. Percipirana izvedivost ne temelji se isključivo na subjektivnom optimizmu, već na utemeljenom uvjerenju da postoje svi preduvjeti za uspješnu provedbu ideje.

Naziv potencijalne teme

B ZŽ: Motivacija za postizanje profesionalnog ispunjenja i životne ravnoteže

Središnja ideja

Motivacija u pozadini namjere promjene gospodarske djelatnosti temelji se na želji za očuvanjem poduzetničkog identiteta koja proizlazi iz pozitivnog stava prema poduzetništvu. Ova je motivacija dodatno potaknuta težnjom za ostvarivanjem profesionalnog postignuća i uspostavljanjem bolje ravnoteže između poslovnog i privatnog života. Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz višedimenzionalne motivacijske strukture u kojoj se racionalni i emocionalni razlozi isprepliću: od potrebe za osobnim razvojem i potvrdom kompetencija do težnje za smanjenjem poslovnog pritiska i većom prisutnošću u obiteljskom životu.

Sažetak kodova

Stav prema poduzetništvu

Poduzetništvo se u narativima dijela ispitanika eksplicitno, a kod dijela ispitanika implicitno, pojavljuje kao nužan odgovor na strukturne izazove tržišta rada, ali i kao izvor osobne autonomije, identiteta i dostojanstva. Umjesto da napuste poduzetništvo u trenutcima poslovnih prekretnica, ispitanici oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti želeći očuvati kontinuitet, neovisnost i emotivnu povezanost s poslovanjem koje su sami izgradili. Ovaj stav često uključuje odbacivanje mogućnosti zaposlenja kod drugih te izražava snažno uvjerenje da poduzetništvo omogućuje bolju kontrolu nad vlastitim životom i obitelji.

Motivacija

Svi ispitanici opisuju motivaciju za namjeru promjene gospodarske djelatnosti, čime se ona pokazuje kao višedimenzionalni konstrukt koji obuhvaća širok raspon osobnih, obiteljskih, emocionalnih i poslovnih poticaja. U pojedinim slučajevima dominiraju egzistencijalni razlozi i osjećaj nužde, pri čemu namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz uvjeta financijske neodrživosti, osobne krize ili nedostatka alternativnih opcija. U drugim slučajevima, obiteljski kontekst i potreba za boljom životnom ravnotežom djeluju kao snažni emocionalni pokretači, posebno kada poduzetničke obveze narušavaju roditeljsku ulogu i kvalitetu života. Paralelno, neki ispitanici ističu isključivo racionalne i profesionalne motive, poput potrebe za usklađivanjem poslovanja s formalnim okvirom ili iskorištavanja specifičnih tržišnih prilika. Pojedini navodi dodatno dokazuju kombinaciju nužde i prilike kao dominantan obrazac, pri čemu negativni poslovni pritisci predstavljaju inicijalni pokretač za razmatranje novih poduzetničkih pravaca.

Potreba za postignućem

Potreba za postignućem kod jednog se ispitanika eksplicitno, a kod dvoje ispitanika implicitno, očituje kroz snažnu želju za profesionalnim ispunjenjem, osobnom

samopotvrdom i radom koji odražava vlastite interese, znanja i talente. Primjerice, jedan ispitanik novu gospodarsku djelatnost percipira kao područje u kojem se može ostvariti sinergija tehničkih kompetencija i kreativnog izraza, što direktno utječe na namjeru promjene djelatnosti tog ispitanika. Savjetodavna komponenta koju obuhvaća nova gospodarska djelatnost dodatno pojačava osjećaj vrijednosti vlastitog doprinosa jer uključuje ne samo operativnu izvedbu već i intelektualni i estetski angažman tog istog ispitanika u odnosu prema klijentima.

Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, izražavaju duboko nezadovoljstvo zbog narušene kvalitete života, osobito u kontekstu obiteljskih odnosa i slobodnog vremena, unutar prethodne gospodarske djelatnosti. Odsutnost iz obiteljskog života i osjećaj propuštanja ključnih trenutaka s djecom predstavljaju emocionalni teret koji nadilazi poslovnu dobit. Namjera promjene gospodarske djelatnosti ovih ispitanika utemeljena je na vrijednosnom preispitivanju prioriteta.

Naziv potencijalne teme:

C ZZ: Otpornost i proaktivnost kao psihološka osnova poduzetničkog djelovanja

Središnja ideja

Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz psihološke potrebe za stabilnošću i osjećajem osobne dobrobiti. Otpornost i proaktivnost omogućuju pojedincima da prevladaju emocionalne i poslovne krize, dok sklonost djelovanju odražava njihovu spremnost na praktično eksperimentiranje i prilagodbu tržišnim okolnostima. Upravo spoj psiholoških i akcijskih čimbenika stvara temelje za svrhovito i održivo preoblikovanje gospodarskih djelatnosti.

Sažetak kodova

Psihološko blagostanje

Dva ispitanika eksplicitno, a dio ispitanika implicitno, navode dugotrajno emocionalno nezadovoljstvo, frustraciju i osjećaj iscrpljenosti kao unutarnje okidače za preispitivanje održivosti prethodnih gospodarskih djelatnosti. Negativna emocionalna iskustva jasno su se očitovala kroz opise psihološkog pritiska uslijed loših međuljudskih odnosa i organizacijskih problema. U tom su kontekstu subjektivni osjećaj zadovoljstva, emocionalne ispunjenosti i dugoročne psihološke održivosti označeni kao važni kriterij pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Otpornost

Jedan ispitanik eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, iskazuju visoku razinu psihološke otpornosti kroz odlučnost da ne odustanu unatoč teškim okolnostima. Pritom jedan ispitanik ilustrativno navodi primjer odbacivanja mogućnosti povratka u inozemstvo. Motivacija za ostankom u lokalnom okruženju postaje dodatni izvor snage, a izazovi se ne doživljavaju kao prijetnje, već kao poticaji za namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Sklonost djelovanju

Jedan je ispitanik eksplicitno istaknuo kako je, unatoč skepticizmu iz okoline te uz ograničena saznanja o novom tržištu, poduzeo inicijativu kroz eksperimentalne aktivnosti poput ispitivanja potražnje i probne izrade proizvoda. Sklonost djelovanju u ovom kontekstu ne proizlazi iz impulsa već iz kombinacije opaženih prilika, ispitivanja tržišta i spremnosti na učenje kroz praksu. Dio ispitanika također implicitno ističe sklonost djelovanju kao važan čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Proaktivnost

Dva ispitanika eksplicitno, a dva implicitno, navode kako ne ostaju pasivni u trenucima stagnacije, već aktivno traže nova rješenja istraživanjem tržišta ili korištenjem internetskih izvora. Takva spremnost na brzo donošenje inicijativnih odluka proizlazi iz unutarnje motivacije i potrebe za očuvanjem kontrole nad poduzetničkim razvojem. Kod ispitanika ona dolazi do izražaja u obliku eksperimentalnog pristupa i testiranja prilika, čime se manifestira odbacivanje neučinkovitih gospodarskih djelatnosti i usmjeravanje prema budućim opcijama.

Naziv potencijalne teme

D ZŽ: Obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

Središnja ideja

Podrška užeg i šireg okruženja, u kombinaciji s obrazovnom, radnom i socio-demografskom pozadinom poduzetnika, stvara sigurnosnu podršku pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti. Obrazovanje među ispitanicima osnažuje sposobnost strateškog promišljanja i prepoznavanja prilika, dok ranija profesionalna iskustva i mreže poznanstava služe kao praktična i simbolička infrastruktura. Obiteljsko okruženje i prijateljske veze čine proces promjene gospodarske djelatnosti racionalnim, ali i društveno utemeljenim.

Sažetak kodova

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije

Obrazovanje i kontinuirano učenje, premda ne nužno za poduzetničke kompetencije, nego i u srodnim područjima, u izjavama se dva ispitanika eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, ističe kao izvor kognitivnih, analitičkih i strateških vještina koje omogućuju prepoznavanje i korištenje prilika. Formalno visokoškolsko obrazovanje, kao i neformalne edukacije, osnažuju poduzetnike da razviju specifične kompetencije potrebne za nove gospodarske djelatnosti, poput vizualizacije rješenja, odabira relevantnih informacija ili prilagodbe tržišnim uvjetima. Obrazovanje se također interpretira kao mehanizam osobnog osnaživanja i povećanja samopouzdanja.

Prethodno radno iskustvo

Dio ispitanika eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, ističu da su raniji formalni i neformalni angažmani, bilo kroz fizički rad, administrativne poslove, rad u obiteljskom kontekstu ili neformalne mentorske odnose, omogućili stjecanje specifičnih znanja, vještina i uvida koji su kasnije postali temelj za namjere promjene gospodarske djelatnosti. Iskustva stečena u različitim sektorima također pridonose većoj sigurnosti u vlastite sposobnosti, smanjenju percipiranog rizika i jačanju emocionalne povezanosti s budućom gospodarskom djelatnošću. U pojedinim slučajevima znanje i iskustvo bliskih osoba, poput supružnika, funkcioniraju kao društveni kapital koji dodatno olakšava namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Socio-demografske karakteristike

Potreba za uzdržavanjem obitelji i ostankom u lokalnoj zajednici eksplicitno djeluje kao ključni pokretač namjere promjene gospodarske djelatnosti jednog ispitanika. Također, životna dob i prethodno iskustvo oblikuju njegovu percepciju prihvatljivih opcija, pri čemu se poduzetništvo nameće kao strategija za održavanje obiteljskog standarda. Većina ispitanika, pak, navodi kako su različite socio-demografske karakteristike implicitno utjecale na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Društveni kapital

Društveni je kapital u slučaju jednog ispitanika eksplicitno, a u slučaju dijela ispitanika implicitno, odigrao važnu ulogu u namjeri promjene gospodarske djelatnosti, pružajući pristup resursima koji bi inače bili teško dostupni. Ispitanik, na čiju je namjeru promjene gospodarske djelatnosti društveni kapital implicitno utjecao, ilustrativno navodi kako se društveni kapital prvenstveno odnosi na veze s međunarodnim partnerima koje su mu omogućile razmjenu znanja, praktične edukacije, terenske obuke i prijenos tehnologije neophodan za početne faze poslovanja u novoj gospodarskoj djelatnosti. U tom se kontekstu

ističe spremnost dionika unutar mreže da dijele informacije i pruže konkretne prilike za učenje, čime se dodatno jača povjerenje i uzajamnost.

Obitelj i prijatelji

U većini navoda ispitanika eksplicitno, a kod dva ispitanika implicitno, pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti, podrška iz obiteljskog i prijateljskog okruženja nije bila pasivna već aktivna. Ulogu pokretača nerijetko imaju supružnici, čije profesionalne kompetencije, iskustvo ili poslovne aspiracije postaju osnova za oblikovanje zajedničke strategije prelaska u novu djelatnost. Također, roditelji često pružaju fizičku i logističku pomoć, a njihovo povlačenje iz aktivnog poslovanja može biti pokretač namjere promjene gospodarske djelatnosti. Prijatelji i poznanici, osobito iz susjedstva ili iz srodnih djelatnosti, posredno djeluju kao inicijatori namjera promjene gospodarske djelatnosti poslovnih ideja kroz savjete, razmjenu iskustava ili prijedloge o suradnji.

Naziv potencijalne teme

E ZZ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Središnja ideja

Ispitanici oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti unutar gospodarskog i političkog konteksta obilježenog regulatornim zahtjevima, infrastrukturnim ograničenjima i oscilacijama tržišta. Formalni propisi i pokazatelji gospodarskih djelatnosti djeluju istodobno kao ograničenja i poticaji, usmjeravajući poduzetnike prema održivijim gospodarskim djelatnostima. Doživljaj distance moći i institucionalne asimetrije dodatno potiče težnju za racionalizacijom poslovanja. Namjera je također potaknuta potrebom prilagodbe regionalnim tržišnim okolnostima, ali i svješću o važnosti strateškog usklađivanja s formalnim okvirom.

Sažetak kodova

Distanca moći

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, izražavaju osjećaj isključenosti iz procesa odlučivanja u prethodnoj gospodarskoj djelatnosti ukazujući na prisutnost nevidljivih struktura koje upravljaju djelatnošću, a čiji interesi i postupci ostaju izvan dosega pojedinaca poput njega. Takav doživljaj odnosa moći rezultira nepovjerenjem u institucije i osjećajem ograničene osobne kontrole nad poduzetničkim ishodima. Distanca moći ne djeluje samo kao strukturna prepreka, već i kao psihološki poticaj za traženje alternativne gospodarske djelatnosti u kojoj ispitanici mogu djelovati pod pravednijim uvjetima.

Formalni propisi

Bilo da je riječ o administrativnim zahtjevima, pravilima o klasifikaciji djelatnosti ili pristupu javnim izvorima financiranja, većina ispitanika eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, ukazuju na to da pravno-ustrojbeni okvir ne mora nužno biti rigidna prepreka, već i prilagodljiv sustav unutar kojeg je moguće upravljati gospodarskim djelatnostima. Ipak, prisutna je i svijest o složenosti propisa, osobito kada se radi o NKD-u, usklađivanju prihoda s glavnom registriranom djelatnošću te uvjetima natječaja za EU fondove. Neki ispitanici predviđaju buduće regulatorne zahtjeve i oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti s ciljem osiguravanja formalne prihvatljivosti poslovanja. U slučajevima gdje su ispitanici dobro informirani o zakonodavstvu i računovodstvenim pravilima, namjera promjene gospodarske djelatnosti često se oblikuje kao racionalna i proaktivna mjera usklađivanja s realnim poslovnim stanjem i regulatornim očekivanjima.

Percepcija gospodarske i političke klime

Percepcija gospodarske klime, posebice u kontekstu pandemije koronavirusa, pokazala se eksplicitno kao značajan vanjski čimbenik namjere promjene gospodarske djelatnosti jednog ispitanika. Navodeći da je smanjenje prometa uzrokovano pandemijskim uvjetima dovelo do destabilizacije dotadašnjeg poslovanja, ispitanik takvu promjenu tržišnih uvjeta percipira kao signal potrebe za prilagodbom, potičući razmatranje otpornijih djelatnosti. Većina ostalih ispitanika implicitno navodi percepciju gospodarske i političke klime kao čimbenik koji je utjecao na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije

Infrastrukturna ograničenja poput nedostatka funkcionalne plinske mreže i visokih troškova zakupa poslovnih prostora percipirani su kao konkretne prepreke koje su eksplicitno utjecale na održivost i širenje poslovanja u prethodnoj gospodarskoj djelatnosti jednog ispitanika. Ovakve lokalne strukturne slabosti ne djeluju samo kao pasivne prepreke poduzetničkom djelovanju, već i kao aktivni poticaji za namjeru promjene gospodarske djelatnosti, što implicitno potvrđuju i dodatna dva ispitanika.

Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Gotovo svi ispitanici eksplicitno, a jedan i implicitno, ukazuju na kombinaciju tržišnih, operativnih i organizacijskih izazova koji utječu na održivost prethodnih gospodarskih djelatnosti te potiču namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Među najčešće spominjanim problemima ističu se sezonalnost poslovanja, volatilnost prihoda, visoki fiksni troškovi, niska profitabilnost, kadrovska nestabilnost te nepovoljna lokalna tržišna dinamika. U mnogim slučajevima poteškoće u svakodnevnom upravljanju poduzećem, poput nedostatka

radne snage, administrativnog preopterećenja, krađa ili kašnjenja u plaćanju dodatno pojačavaju frustraciju i potiču razmišljanje o alternativnim gospodarskim djelatnostima koje percipiraju kao stabilnije i finansijski isplativije. Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi i iz subjektivne evaluacije tržišnog potencijala i osobnih resursa, a ne isključivo iz objektivnih pokazatelja.

Naziv potencijalne teme

F ZŽ: Instrumentalna motivacija

Središnja ideja

Težnja za zaradom, kao kontrast u odnosu na dominantne identitetske i emocionalne motive, premda rijetka, otkriva prisutnost utilitarne perspektive.

Sažetak koda

Težnja za zaradom

U navodu dva ispitanika eksplicitno, a jednog implicitno, prepoznaje se težnja za zaradom kao motivacijski čimbenik namjere promjene gospodarske djelatnosti, budući da su novu djelatnost razmatrali kroz prizmu ekonomske isplativosti, bez naglašene emocionalne ili identitetske povezanosti.

Struktura potencijalnih tema u ZŽ, prikazana Tablicom 26 na prethodnim stranicama, pokazuje visoku razinu konceptualne usklađenosti i jasno razgraničenje među kognitivnim, motivacijskim, psihološkim i kontekstualnim slojevima. U središtu obrazaca oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti nalaze se tri dominantne osi:

1. racionalna analiza tržišnih prilika i osjećaj osobne sposobnosti i kontrole nad procesom promjene,
2. motivacijska struktura utemeljena na potrebi za profesionalnim ispunjenjem i ravnotežom između poslovnog i privatnog života te
3. društveni, gospodarski i politički, odnosno institucionalni resursi koji čine okvir djelovanja.

Psihološki faktori poput otpornosti, proaktivnosti i psihološkog blagostanja nadovezuju se na motivacijski sloj, dok obrazovanje, obiteljska podrška i društveni kapital djeluju kao posrednici između osobnih resursa i tržišnog djelovanja. Pored toga, strukturne prepreke i poticaji ukazuju na prilagodbu ispitanika u odnosu na institucionalne zahtjeve, dok se težnja za zaradom pojavljuje kao rijetka, ali jasno diferencirana komponenta instrumentalne motivacije. Za razliku od motivacije nuždom, koja proizlazi iz potrebe za preživljavanjem ili intrinzične

motivacije koja je povezana s osobnim vrijednostima, težnja za zaradom označava racionalno usmjeren, svjestan ekonomski cilj. Ovaj motiv proizlazi iz promišljanja o učinkovitosti i opravdanosti poduzetničke promjene.

5.3.2.2. Istarska županija

Detaljan prikaz svih potencijalnih tema, središnje ideje koja se nalazi u pozadini grupiranja kodova te njihove sažetke, moguće je pronaći u Tablici 27 u nastavku teksta. Metodološke napomene vezane uz način označavanja učestalosti pojavljivanja čimbenika i razine izraženosti njihova utjecaja, koje su prethodno navedene u analizi ZŽ primjenjuju se jednako i u analizi IŽ, uz napomenu da su vrijednosti učestalosti prilagođene broju sudionika u ovom županijskom uzorku:

- jedan ispitanik – 1,
- dva ispitanika – 2,
- dio ispitanika – 3–5,
- većina ispitanika – 6–7,
- gotovo svi ispitanici – 8,
- svi ispitanici – 9.

Tablica 27. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Naziv potencijalne teme
A IŽ: Procjena tržišnih mogućnosti
Središnja ideja
Namjera promjene gospodarske djelatnosti temelji se na racionalnoj procjeni tržišnih prilika i očekivanih ishoda. Ispitanici pokazuju sposobnost analitičkog promišljanja i predviđanja tržišnih trendova, pri čemu procjenjuju potencijalnu dobit i održivost nove djelatnosti. U središtu procesa oblikovanja namjere nalazi se kognitivno razumijevanje tržišnih uvjeta, uzimajući u obzir promjene potražnje, konkurenciju i dostupne resurse.
Sažetak kodova
Očekivanja poduzetničkog ishoda Formulirano jednostavno kroz izraz „bit će nam lakše“, očekivanje jednog ispitanika odnosi se na poboljšanje ukupne kvalitete života kroz smanjenje fizičkog ili emocionalnog

opterećenja, veću financijsku ili organizacijsku stabilnost, ili bolju usklađenost poduzetničkih obveza s osobnim potrebama. U sličnom tonu dva ispitanika također, ali na implicitnoj razini, ističu očekivanja poduzetničkog ishoda kao čimbenik koji je uvelike pridonio namjeri promjene gospodarske djelatnosti.

Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost

Dio ispitanika eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, kao važan čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti navode sposobnost prepoznavanja poduzetničkih prilika koje proizlaze iz uočenih tržišnih praznina, dostupnih resursa ili konkretnih potreba lokalne zajednice. Percipirane prilike ne proizlaze isključivo iz strateških analiza, već često iz svakodnevnih interakcija s poslovnim okruženjem i društvenim signalima. Neki ispitanici promatraju neadekvatnost konkurencije i povezuju osobnu stručnost s mogućnošću diferencijacije, dok neki reagiraju na povoljne okolnosti kao što su dostupnost prostora ili primjeri iz okoline.

Naziv potencijalne teme

B IŽ: Motivacija vođena autonomijom, stvaralaštvom i profesionalnim ispunjenjem

Središnja ideja

Motivacija koja usmjerava namjeru promjene gospodarske djelatnosti obuhvaća širok spektar unutarnjih i vanjskih poticaja koji povezuju profesionalne ambicije, osobna uvjerenja i potrebu za kreativnim ispunjenjem. Poduzetništvo se doživljava kao produžetak osobnog identiteta i sredstvo samoostvarenja, što je izraz pozitivnog stava prema poduzetništvu, pri čemu motivacija proizlazi iz želje za neovisnošću, izazovima i stvaralačkim radom. Ispitanici procjenjuju poduzetničke prilike kroz etički okvir te nastoje uskladiti poslovne namjere s vlastitim uvjerenjima, osjećajem smisla i potrebom za razvojem.

Sažetak kodova

Uvjerenja

Uvjerenja poput autentičnosti, poštenja, pravedne raspodjele odgovornosti i priznanja rada funkcioniraju kao okviri unutar kojih dio ispitanika eksplicitno, a većina ispitanika implicitno, procjenjuju prihvatljivost prethodne i potencijalne gospodarske djelatnosti. Nepodudarnost između vlastitih etičkih standarda i obilježja prethodnog poslovnog okruženja djeluje kao snažan poticaj za preispitivanje i redefiniranje poduzetničkog angažmana.

Stav prema poduzetništvu

Kod jednog se ispitanika stav prema poduzetništvu eksplicitno pokazuje kao izrazito pozitivan, prožet snažnom osobnom identifikacijom s poduzetničkom ulogom i njezinim prednostima. Unatoč prethodnim poslovnim poteškoćama i realnim alternativama koje su nudile veću egzistencijalnu sigurnost, ispitanik odlučuje ostati u poduzetništvu što odražava visoku razinu otpornosti i unutarnje motivacije. Za dva je ispitanika također stav prema poduzetništvu važan čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali na implicitnoj razini.

Kreativnost

Jedan ispitanik eksplicitno izražava nezadovoljstvo prethodnim poslovanjem koje doživljava kao mehaničko i lišeno stvaralačkog potencijala. Time ukazuje na unutarnji raskorak između vlastitih sklonosti i prirode dotadašnjeg poslovnog angažmana. Kreativnost se ovdje ne shvaća samo kao estetska ili inovacijska dimenzija, već kao temeljni izvor profesionalnog smisla, motivacije i angažmana. Dva ispitanika također navode kreativnost kao čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali implicitno.

Motivacija

Izjave svih ispitanika otkrivaju da je namjera promjene gospodarske djelatnosti najčešće rezultat višedimenzionalnih motivacijskih obrazaca koji se kreću između osobne inicijative, tržišnih prilika i egzistencijalnih pritisaka. Dok neki ispitanici jasno ukazuju na motivaciju vođenu prepoznavanjem poslovnih mogućnosti, željom za većom specijalizacijom ili ostvarivanjem profesionalnih i osobnih ciljeva, neki naglašavaju nužnost i prilagodbu nepredvidivim okolnostima kao što su pandemijska kriza, birokratski zahtjevi ili gubitak prethodnih izvora prihoda. U većini slučajeva ispitanici kombiniraju strateško promišljanje, proaktivnost i pragmatično sagledavanje dostupnih resursa.

Potreba za postignućem

Jedan ispitanik eksplicitno izražava težnju za osobnim razvojem, profesionalnim ostvarenjem i izgradnjom identiteta kroz poduzetništvo, pri čemu namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi iz vanjskog pritiska. Poduzetništvo se ne percipira samo kao izvor prihoda, već kao platforma za ostvarenje osobnog potencijala, izražavanje vlastitih težnji i stvaranje profesionalne prepoznatljivosti. Dva ispitanika također se dotiču potrebe za postignućem kao čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali na implicitnoj razini.

Potreba za autonomijom

Dva ispitanika eksplicitno, a dva ispitanika implicitno, izražavaju nezadovoljstvo prethodnim iskustvima u kojima nisu imali stvarnu kontrolu nad poslovnim okruženjem, unatoč formalnom statusu poduzetnika. Naglašena je težnja za samostalnim odlučivanjem, osobnom odgovornošću i izražavanjem osobnih težnji.

Potraga za izazovima

Navodi triju ispitanika na eksplicitnoj, a dva ispitanika na implicitnoj razini, ukazuju na snažnu unutarnju potrebu za osobnim rastom, učenjem i dinamikom, pri čemu rutina djeluje demotivirajuće, a kompleksne i nepredvidive situacije poželjno. Za neke ispitanike izazovi potvrđuju vlastite sposobnosti i otpor prema konvencionalnim očekivanjima, dok za neke predstavljaju način održavanja profesionalne i psihološke ravnoteže. Pojavljuju se i elementi znatiželje i nemira kao osobnih karakteristika koje potiču stalnu potragu za novim prilikama.

Naziv potencijalne teme

C IŽ: Otpornost i proaktivnost kao izvori inovativnog poduzetničkog djelovanja

Središnja ideja

Psihološke i dinamične osobine kao unutarnji resursi omogućuju inovativno oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Otpornost i proaktivnost čine temeljnu jezgru poduzetničkog djelovanja, a sklonost djelovanju i inovativnost predstavljaju nadogradnju usmjerenu prema stvaranju novih poslovnih modela. Ispitanici iskazuju visoku razinu inicijative i prilagodljivosti, koristeći krize kao priliku za restrukturiranje i redefiniranje poslovnih strategija. Ispitanici kroz promjene gospodarskih djelatnosti postižu diferencijaciju i dugoročno preživljavanje u promjenjivim tržišnim uvjetima.

Sažetak kodova

Skлонost djelovanju

Umjesto pasivnog promišljanja ili čekanja povoljnih uvjeta, dva ispitanika eksplicitno, a dva implicitno, opisuju poduzimanje inicijativa koje su im omogućile testiranje tržišta, prilagodbu ponude te procjenu izvedivosti novih poduzetničkih smjerova. Bilo da se radi o eksperimentalnom uvođenju dodatne usluge unutar postojeće djelatnosti ili o odgovoru na uvjete krize, diverzifikacija ponude služi kao odgovor na destabilizaciju prethodne djelatnosti, pri čemu djelovanje prethodi promjeni i ima funkciju aktivnog ispitivanja u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Otpornost

Jedan ispitanik eksplicitno navodi da iako suočen s urušavanjem poslovnog partnerstva i ozbiljnim poteškoćama u poslovanju nije odustao od poduzetništva, već je oblikovao

namjeru o „obnovi poslovanja iznutra“. Istodobno, ispitanik izražava uvjerenje da je otpornost univerzalna karakteristika svih poduzetnika, što dodatno podcrtava njegovo shvaćanje zajedničkih poduzetničkih vrijednosti. Na sličan način dio preostalih ispitanika implicitno ističe otpornost kao važan čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Proaktivnost

Bilo da se radi o nezadovoljstvu pasivnim pristupom prethodne generacije ili o prilagodljivosti i inicijativi kao odgovoru pandemijskim promjenama tržišta, proaktivnost se ne očituje samo kroz početnu ideju, već i kroz spremnost na konkretne korake, eksperimentiranje i strateško usmjeravanje prema održivim gospodarskim djelatnostima. O navedenom svjedoče navodi dva ispitanika koji eksplicitno te jednog ispitanika koji implicitno ističe važnost proaktivnosti kao čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Inovativnost

Inovativnost se u navodu jednog ispitanika eksplicitno očituje kroz orijentaciju na specijalizaciju i diferencijaciju, čime se oblikuje prepoznatljiv i konkurentan tržišni identitet. Umjesto širenja poslovanja u više smjerova, ispitanik odabire usku tržišnu nišu u kojoj može ponuditi specifičnu vrijednost, pri čemu inovativnost postaje sredstvo za izgradnju održivog poslovnog modela. Takva orijentacija uključuje i kontinuirano učenje te razvoj jedinstvenih rješenja što se može također prepoznati i u navodima jednog ispitanika koji implicitno ističe važnost inovativnosti za namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Naziv potencijalne teme

D IŽ: Profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

Središnja ideja

Mreže povjerenja i osobno iskustvo funkcioniraju kao resursna podloga koja pruža sigurnost i kompetencije pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti. Društveni kapital te obiteljske mreže i pozadina čine temelj stabilnosti i kredibiliteta, dok profesionalna reputacija i akumulirano znanje iz različitih sektora nastali na temelju prethodnog radnog iskustva omogućuju znanje potrebno za novu gospodarsku djelatnost, smanjujući na taj način rizike. Obitelj i prijatelji nisu samo emocionalna podrška, već aktivni sudionici u procesu oblikovanja namjera, čime poduzetnička promjena postaje zajednički, socijalno ukorijenjen proces.

Sažetak kodova

Prethodno radno iskustvo

Jedan ispitanik eksplicitno, a dva implicitno, ističu da na namjeru promjene gospodarske djelatnosti utječu znanja, vještine i kompetencije razvijene tijekom dugogodišnjeg rada u različitim profesionalnim kontekstima koji su im omogućili visoku razinu znanja i vještina potrebnih za novu gospodarsku djelatnost. Osjećaj stručnosti i izvrsnosti u onome što rade dodatno je potaknuo spremnost ispitanika na prijelaz u novu gospodarsku djelatnost.

Socio-demografske karakteristike

Povećani zahtjevi za financijskom sigurnošću i potrebom za uravnoteženjem poslovnog i obiteljskog života djeluju kao snažan eksplicitni poticaj za namjeru promjene gospodarske djelatnosti jednog ispitanika. Ovaj ispitanik svoju namjeru promjene gospodarske djelatnosti povezuje s potrebom da uskladi poduzetničke aktivnosti s osobnom ulogom unutar obitelji. Na sličan način još jedan ispitanik svjedoči o važnosti socio-demografskih karakteristika za namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali na implicitnoj razini.

Društveni kapital

Dio ispitanika eksplicitno, a dio implicitno, naglašava da su interpersonalne mreže, uključujući profesionalna poznanstva, poslovna partnerstva, preporuke i reputaciju, važni izvori prilika i podrške pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti. Prethodno izgrađeno povjerenje s poslovnim partnerima omogućilo je pojedinim ispitanicima lakši prelazak u nove gospodarske djelatnosti. Osim identifikacije novih poslovnih mogućnosti, društveni kapital se očituje i kroz konkretne oblike podrške, kao što su savjeti, preporuke, zajednička ulaganja, ali i kroz izazove, poput nesklada u partnerskim odnosima u prethodnim gospodarskim djelatnostima. U kriznim situacijama, poput pandemije, postojeće mreže suradnje pokazale su se kao važni resursi za prilagodbu i kontinuitet poslovanja.

Obitelj i prijatelji

Obitelj i prijatelji kod dijela ispitanika na eksplicitnoj razini, a kod dijela ispitanika na implicitnoj razini, predstavljaju značajan socijalni resurs u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti, djelujući u obliku emocionalne, operativne i financijske podrške. U pojedinim slučajevima podrška prijatelja omogućava strateško preusmjeravanje dok obiteljska dinamika, iako ponekad obilježena početnim nerazumijevanjem, s vremenom prerasta u kohezivnu snagu koja potiče nastavak poduzetničkog puta. Ovi odnosi ne djeluju samo reaktivno, već i proaktivno, kroz dijeljenje odgovornosti te zajedničko ulaganje.

Naziv potencijalne teme

E IŽ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Središnja ideja

Regulativa, birokracija i formalni propisi percipiraju se kao nužno polje prilagodbe, gdje administrativne promjene postaju instrument opstanka. Vanjski gospodarski šokovi i percepcija političke nestabilnosti koja se prelijeva na regionalnu razinu dodatno potiču redefiniranje poslovnih modela. Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz nastojanja da se prevlada institucionalna nefleksibilnost i poveća tržišna prilagodljivost, uz stalno praćenje stvarnih gospodarskih okolnosti koje ukazuju na isplativost pojedinih gospodarskih djelatnosti.

Sažetak kodova

Distanca moći

Jedan ispitanik eksplicitno, a dva implicitno, izražavaju duboku frustraciju zbog tržišne dinamike u kojoj velike institucije, monopolisti i državni subjekti diktiraju uvjete poslovanja bez obzira na interese i kapacitete manjih poslovnih subjekata. Jednostrana moć, opisana od jednog ispitanika kao „kapitalističke metode na najbeskrupulozniji mogući način“, stvara osjećaj nepravde i isključenosti iz oblikovanja tržišnih pravila. U takvom okruženju oblikuje se namjera za promjenom prema gospodarskim djelatnostima koje nude pravednije uvjete.

Formalni propisi

Formalni propisi, osobito oni koji se odnose na klasifikacijske sustave, regulatorne uvjete poslovanja i kriterije za pristup potporama, pokazuju se kao važni vanjski čimbenici koji kod dijela ispitanika eksplicitno, a kod dijela implicitno, oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Ispitanici ističu kako zakonske i administrativne odredbe često izravno određuju smjer poduzetničkog djelovanja zato što predstavljaju preduvjet za formalno funkcioniranje ili pristup financijskim resursima. U nekim slučajevima, naime, promjena gospodarske djelatnosti služi kao tehnička prilagodba zahtjevima natječaja, zakona ili mirovinskog sustava. Osim toga, nelogičnosti i nesklad između stvarnog djelovanja i formalnog opisa gospodarske djelatnosti dodatno otežavaju konkurentnost i institucionalnu usklađenost, što kod poduzetnika stvara osjećaj ograničenja i potrebe za administrativnim prilagodbama.

Percepcija gospodarske i političke klime

Među čimbenicima gospodarske i političke okoline koje dio ispitanika ističe na eksplicitnoj, a dio na implicitnoj razini, posebno se izdvaja pandemija koronavirusa kao ključni makroekonomski šok koji je destabilizirao poslovne modele, izazvao višemjesečne prekide u prihodima i potaknuo osjećaj ranjivosti. U tom kontekstu, namjere promjene gospodarske djelatnosti nisu rezultat dragovoljnog izbora, već nužne prilagodbe kriznim okolnostima.

Osim pandemije, dodatni nepovoljni izvori uključuju gospodarske krize, geopolitičke događaje (primjerice rat u Ukrajini) i slabosti institucionalnog okvira, što stvara dojam strukturne nestabilnosti i smanjene tržišne predvidivosti.

Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije

Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije, uključujući specifičnosti lokalnog tržišta i razinu otvorenosti regionalne poslovne scene, eksplicitno su utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti kod jednog ispitanika. Ovaj ispitanik opisuje pokušaj uključivanja na lokalno tržište kao izazovan proces, obilježen slabom potražnjom za njegovim specifičnim uslugama te ograničenim pristupom lokalnim poslovnim mrežama. Takva percepcija lokalnog tržišta kao zatvorenog i nedovoljno fleksibilnog potiče namjeru promjene gospodarske djelatnosti kao strategiju prilagodbe i traženja veće usklađenosti s tržišnim prilikama. Još je jedan ispitanik implicitno naglasio važnost elemenata županijskog okruženja u namjeri promjene gospodarske djelatnosti.

Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Pokazatelji gospodarske djelatnosti, poput percipirane potražnje, tržišne zasićenosti, sektorskih ograničenja i financijske (ne)održivosti predstavljaju važan vanjski poticaj namjere promjene gospodarske djelatnosti kod svih ispitanika. Ispitanici dosljedno ukazuju na nesklad između prethodnih gospodarskih djelatnosti i stvarnih uvjeta na tržištu, bilo kroz pad prihoda, slabu prepoznatljivost djelatnosti, bilo kroz ograničen pristup tržišnim nišama. Pojedini su ispitanici namjeru promjene gospodarske djelatnosti temeljili na identificiranim tržišnim prilikama (primjerice rastući sektor luksuznog turizma ili investicijski val u niskogradnji), dok su drugi reagirali na negativne pokazatelje, poput prekomjerne ovisnosti o prekupcima, neisplativosti ili zatvorenosti tržišta.

Naziv potencijalne teme

F IŽ: Instrumentalna motivacija

Središnja ideja

Težnja za zaradom kao suprotnost dominantnim identitetskim i emocionalnim motivima, premda rijetka, otkriva pragmatičnu perspektivu kod koje je naglašena financijska korisnost.

Sažetak koda

Težnja za zaradom

Kod jednog ispitanika namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz nezadovoljstva razinom postojećih prihoda te uključuje proaktivno eksperimentiranje s novim poslovnim modelima u svrhu povećanja profitabilnosti. Ovaj ispitanik pritom demonstrira strateško

promišljanje i usmjerenost na diverzifikaciju poslovanja unutar postojećeg poslovnog okvira. Drugi, pak, ispitanik izravno navodi financijski motiv kao dominantan poticaj u svim poduzetničkim aktivnostima, bez oslanjanja na dublje osobne, kreativne ili društvene motive.

Tematsku strukturu IŽ, prikazanu Tablicom 27 na prethodnim stranicama, karakterizira jasno izražena refleksivnost i integracija kognitivnih, motivacijskih i psiholoških dimenzija. U središtu procesa oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti nalazi se kombinacija racionalnog vrednovanja tržišnih mogućnosti i intrinzične motivacije vođene autonomijom, kreativnošću i potrebom za profesionalnim ispunjenjem. Otpornost i proaktivnost u IŽ poprimaju inovativni karakter, djelujući kao pokretači namjera promjena gospodarskih djelatnosti. Istodobno, društveni kapital, obiteljska podrška i profesionalno iskustvo funkcioniraju kao izvori povjerenja i stabilnosti u procesu promjene. Na institucionalnoj razini distanca moći, regulatorni okvir i gospodarska nestabilnost percipiraju se kao čimbenici koji potiču prilagodbu, dok instrumentalna motivacija predstavlja marginalni, ali značajni kontrast u odnosu na dominantno identitetske i vrijednosne motive.

5.3.2.3. *Vukovarsko-srijemska županija*

Detaljan prikaz svih potencijalnih tema, središnje ideje koja se nalazi u pozadini grupiranja kodova te njihove sažetke moguće je pronaći u Tablici 28 na sljedećim stranicama. Metodološke napomene vezane uz način označavanja učestalosti pojavljivanja čimbenika i razine izraženosti njihova utjecaja, koje su prethodno navedene u analizi ZŽ i IŽ, primjenjuju se jednako i u analizi VSŽ, uz napomenu da su vrijednosti učestalosti prilagođene broju sudionika u ovom županijskom uzorku:

- jedan ispitanik – 1,
- dva ispitanika – 2,
- dio ispitanika – 3,
- većina ispitanika – 4,
- gotovo svi ispitanici – 5,
- svi ispitanici – 6.

Tablica 28. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Naziv potencijalne teme
A VSŽ: Samoučinkovitost u procjeni tržišnih mogućnosti
Središnja ideja
Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz racionalnog promišljanja o tržišnim prilikama i očekivanim koristima, ali i iz izraženog osjećaja uvjerenosti u vlastite sposobnosti da se one ostvare. Namjera promjene gospodarske djelatnosti stoga nije samo rezultat vanjskih tržišnih uvjeta, nego i percepcije osobne sposobnosti da se na njih odgovori na učinkovit način.
Sažetak kodova
Očekivanja poduzetničkog ishoda Namjera promjene gospodarske djelatnosti jednog ispitanika proizlazi iz vjerovanja da tržište može prihvatiti novu uslugu unatoč postojećoj konkurenciji, što odražava sposobnost pozicioniranja unutar razvijenog sektora. Iako ne naglašava financijske pokazatelje kao presudne ispitanik se oslanja na predviđanje stabilne ili rastuće potražnje, čime potvrđuje strateški pristup. Takva poduzetnička predviđanja temelje se na prethodnom iskustvu i procjeni tržišnih kretanja. U sličnom tonu još jedan ispitanik implicitno opisuje važnost očekivanja poduzetničkog ishoda za namjeru promjene gospodarske djelatnosti.
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost Jedan ispitanik eksplicitno opisuje percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost kroz sposobnost brzog uočavanja tržišne neravnoteže kao konkretne poslovne prilike. Njegova reakcija na višak radne snage u lokalnom okruženju, paralelno s izraženim potrebama za radnicima iz drugih regija, rezultirala je namjerom promjene gospodarske djelatnosti. Percipirano prepoznavanje prilike nije rezultat slučajnosti, već racionalne analize i predviđanja potencijalne potražnje. Još jedan ispitanik također opisuje kako je percipirano prepoznavanje prilika implicitno utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.
Samoučinkovitost Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, izražavaju kako njihova unutarnja sigurnost u vlastitu sposobnost i znanje ne proizlazi samo iz osobne percepcije kompetentnosti, već i iz usporedne analize tržišnog okruženja koje ocjenjuju kao nestručno i zasićeno ponudom slabije kvalitete. Vlastita stručnost na taj način postaje izvor diferencijacije i važan čimbenik koji utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Naziv potencijalne teme

B VSŽ: Motivacija vođena autonomijom, osobnim vrijednostima i društvenim normama

Središnja ideja

Motivacija koja usmjerava namjeru promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz duboko ukorijenjenih osobnih vrijednosti i potrebe za profesionalnom autonomijom usklađenom s obiteljskim prioritetima i društvenim očekivanjima. Pritom ispitanici poduzetništvo doživljavaju kao poželjan način usklađivanja osobnih ideala i poslovne prakse. Motivacija obuhvaća različite razine, od egzistencijalnih i obiteljskih poticaja do identitetskih i simboličkih značenja te se razvija kao proces koji povezuje individualnu slobodu, društvenu odgovornost i težnju za životnom ravnotežom.

Sažetak kodova

Vrijednosti

Jedan ispitanik eksplicitno navodi kako je namjeru promjene gospodarske djelatnosti oblikovao na temelju jasno istaknutih osobnih vrijednosti koje se isprepliću u profesionalnom i privatnom životu. U središtu njegove motivacije nalazi se težnja za autonomijom, kako financijskom, tako i organizacijskom koja pruža mogućnost provođenja vremena u krugu obitelji. Osim što pri tome naglašava važnost oslonca na vlastite kapacitete i ostvarivanje prihoda iz vlastitog rada, ispitanik izražava duboku emocionalnu povezanost s kreativnim aktivnostima koje mu donose zadovoljstvo. U sličnom tonu, većina ostalih ispitanika nabroja određene vrijednosti koje su implicitno utjecale na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Percipirana poželjnost

Jedan ispitanik eksplicitno ističe da namjera promjene gospodarske djelatnosti nije rezultat vanjskih pritisaka ili tržišnih kalkulacija, već je utemeljena na unutarnjoj motivaciji i dubokom osjećaju profesionalnog ispunjenja. Promjena naziva poduzeća u ovom slučaju dodatno potvrđuje emocionalnu i identitetsku povezanost s novom gospodarskom djelatnošću. Osim njega, jedan jedan ispitanik također opisuje kako je percipirana poželjnost implicitno utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Motivacija

Motivacija za namjeru promjene gospodarske djelatnosti naglašena je kod svih ispitanika kroz raznoliku kombinaciju vanjskih okolnosti i unutarnjih pokretača uključujući egzistencijalne pritiske, regulatorne promjene, osobne vrijednosti, identitetske težnje i

prepoznavanje poslovnih prilika. Uočen je širok raspon motivacijskih obrazaca: od prisilnih reakcija na financijsku neodrživost, kadrovske izazove ili nepovoljne institucionalne uvjete do proaktivnih i strateški utemeljenih namjera usmjerenih na povećanje poslovne fleksibilnosti, autonomije i profesionalne vjerodostojnosti. U mnogim slučajevima motivacija ne proizlazi iz jedne dominantne potrebe, već iz međudjelovanja više čimbenika.

Potreba za autonomijom

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, izražavaju težnju za profesionalnom neovisnošću i većom kontrolom nad vlastitim radom, pri čemu oslanjanje na osobne resurse, znanja i interese potvrđuje njihovu snažnu samousmjerenost. Namjera promjene gospodarske djelatnosti nije rezultat vanjske prisile, već osobne težnje prema slobodi odlučivanja. Aktivno istraživanje tržišnih mogućnosti dodatno ukazuje na zrelost poduzetničkih identiteta.

Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života

Jedan ispitanik eksplicitno, a drugi implicitno navode kako su dali prioritet roditeljskoj ulozi i svakodnevnoj prisutnosti u obiteljskom životu, što je postao dominantan kriterij u redefiniranju profesionalnog puta. Do namjere promjene gospodarske djelatnosti ne dolazi uslijed nezadovoljstva prethodnim poslovanjem niti ekonomske nužde, već se radi o izrazu svjesne odluke da se poduzetnički angažman uskladi s osobnim vrijednostima i obiteljskim obvezama.

Subjektivne norme

Jedan ispitanik navodi da je poduzetnička aktivnost u obitelji prisutna generacijama, stoga je obiteljska poduzetnička tradicija stvorila snažan osjećaj dužnosti i emocionalne povezanosti s nastavkom poslovanja, neovisno o promjenama u tržišnim uvjetima ili osobnim izazovima. S druge strane, još jedan ispitanik opisuje implicitan utjecaj stavova iz vlastitog okruženja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Naziv potencijalne teme

C VSŽ: Otpornost i proaktivnost kao inovativne strategije u uvjetima neizvjesnosti

Središnja ideja

Različite osobine unutar ove teme povezuje sposobnost djelovanja unatoč neizvjesnosti i pretvaranja okolnosti u prilike kroz inovaciju i spremnost na eksperiment. Otpornost i proaktivnost funkcioniraju kao ključni psihološki i ponašajni resursi za djelovanje u nestabilnim i nepredvidivim uvjetima. Ispitanici razvijaju inovativne pristupe poslovanju

kako bi preoblikovali okolnosti u prilike, dok prihvaćanje neizvjesnosti postaje sastavni dio poduzetničkog procesa, a ne prepreka.

Sažetak kodova

Prihvaćanje neizvjesnosti

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, pokazuju visoku razinu svijesti o tržišnoj nestabilnosti, osobito u pogledu promjenjive potražnje i ograničenih mogućnosti davanja pouzdanih poslovnih jamstava. Unatoč tim izazovima, ispitanici pokazuju spremnost na donošenje odluka u uvjetima neizvjesnosti. Umjesto da neizvjesnost doživljavaju kao zapreku, integriraju ju u proces promišljanja, koristeći dostupne informacije kako bi umanjili rizik i povećali kontrolu nad ishodima.

Otpornost

Otpornost kao sposobnost prilagodbe, a ne tvrdoglava ustrajnost u neodrživim uvjetima kao čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti eksplicitno se ističe od strane jednog ispitanika, a implicitno od većine ostalih. Jedan ispitanik slikovito navodi kako ne doživljava promjenu gospodarske djelatnosti kao znak poraza, već kao racionalno izbjegavanje „borbe protiv vjetrenjača“.

Proaktivnost

Navod jednog ispitanika pokazuje kako se oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti ne događa reaktivno, već kao rezultat predviđanja promjena i samoinicijativnog djelovanja. Umjesto čekanja daljnje stagnacije, ispitanik prepoznaje prve znakove zasićenja u postojećoj gospodarskoj djelatnosti te odmah započinje s istraživanjem alternativnih pravaca djelovanja. Ova usmjerenost na traženje „novih prostora“ ukazuje na strateško razmišljanje utemeljeno na aktivnom upravljanju vlastitim razvojem, a ne pukoj prilagodbi vanjskim uvjetima. Osim ovog ispitanika koji proaktivnost kao čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti navodi eksplicitno, još jedan ispitanik implicitno opisuje način na koji je ovaj čimbenik utjecao na njegovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Inovativnost

Jedan ispitanik identificira potpuno novu poslovnu ideju na domaćem tržištu i interpretira ju kao priliku za tržišnu diferencijaciju, čime pokazuje spremnost na iskorak izvan poznatog okvira. Inovacija se ovdje ne očituje samo u proizvodu, već i u samom načinu razmišljanja koji uključuje originalnost, predviđanje potreba i stvaranje novih tržišnih vrijednosti. Drugi ispitanik dodatno potvrđuje važnost inovativnosti kroz rano uvođenje novih tehnologija i

stalno ispitivanje mogućnosti poboljšanja, čime njegovo poduzetničko djelovanje postaje izravan odgovor na promjene na tržištu.

Naziv potencijalne teme

D VSŽ: Obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi kao temelj poduzetničke podrške

Središnja ideja

Kodovi se povezuju oko zajedničke ideje obrazovanja i radnog iskustva kao resursa koji smanjuju nesigurnost poduzetnika i pružaju im osjećaj kontinuiteta. Stručna znanja i dugogodišnja praksa stvaraju okvir za prepoznavanje prilika i održavanje profesionalnog identiteta, dok obiteljski odnosi daju emocionalnu i vrijednosnu stabilnost. Socio-demografski kontekst dodatno oblikuje granice i mogućnosti promjene gospodarske djelatnosti, povezujući ekonomske i osobne motive.

Sažetak kodova

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, opisuju stručne kvalifikacije ne samo kao skup tehničkih znanja, već kao temelj njihova osobnog i profesionalnog identiteta. Obrazovanje je poslužilo kao izvor sigurnosti i usmjerenja pri oblikovanju novog poslovnog modela, koji je u skladu s vrijednostima ispitanika i njihovim stručnim profilom. Iako se ne radi eksplicitno o obrazovanju za poduzetništvo, specijalizirano znanje percipirano je kao dovoljno snažan okvir za razvoj samopouzdanja, prepoznavanje mogućnosti i strukturiranje poslovnih aktivnosti.

Prethodno radno iskustvo

Višegodišnji rad u institucijama vezanima za specifično područje u kojemu je odabrana nova gospodarska djelatnost omogućio je jednom ispitaniku razvoj specijaliziranih znanja te uvida u specifičnosti poslovanja. Takvo iskustvo doživljava se kao resurs koji smanjuje nesigurnost i olakšava prijenos kompetencija. Jasna identifikacija vlastite stručnosti i interesa dodatno osnažuje osjećaj prihvatljivosti ulaska u novu gospodarsku djelatnost. Drugi ispitanik opisuje negativna iskustva doživljena tijekom prethodnog radnog iskustva kao poticajni čimbenik namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Socio-demografske karakteristike

Iako ne iznose detalje, kontekstualni okviri izjave jednog ispitanika eksplicitno, a drugog implicitno, sugeriraju da su osobne i obiteljske okolnosti bile važan poticaj namjere promjene gospodarske djelatnosti. Obiteljski odnosi i dinamika djeluju dvosmjerno, odnosno

kao ograničenje, ali i kao poticaj na osamostaljenje i traženje poduzetničkih rješenja koja omogućuju veću autonomiju.

Obitelj i prijatelji

Odbacivanje opcije iseljavanja iz zemlje i zadržavanje poslovanja u poznatom lokalnom okruženju kod jednog ispitanika, odražava normativnu i simboličku ulogu obitelji kao čimbenika koji usmjerava poduzetničke namjere. Uloga obitelji ne iscrpljuje se u pružanju resursa, već djeluje kao središnji izvor identiteta, pripadnosti i kontinuiteta. Na taj način utjecaj obitelji oblikuje okvire unutar kojih se razvija namjera promjene gospodarske djelatnosti. Dva ispitanika također opisuju utjecaj koji je obiteljska podrška, odnosno njezin izostanak, imala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, ali implicitno.

Naziv potencijalne teme

E VSŽ: Strukturne prepreke i poticaji

Središnja ideja

Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz pritiska regulatornog i političko-gospodarskog okruženja koje se doživljava kao nepoticažno i nepredvidivo. Dominacija interesnih skupina koja se ogleda u distanci moći, birokratska složenost i makroekonomske krize potiču poduzetnike da preispituju postojeće modele i usklađuju ih s novim institucionalnim zahtjevima. Ova prilagodba često nije motivirana tržišnim inovacijama, već potrebom za preživljavanjem i održavanjem profesionalnog legitimiteta. Proces promjene gospodarske djelatnosti odražava istodobno djelovanje vanjskih pritisaka i promišljene prilagodbe poduzetnika, pri čemu važnu ulogu ima usporedba pokazatelja između prethodne i nove gospodarske djelatnosti.

Sažetak kodova

Distanca moći

Jedan ispitanik eksplicitno, a jedan implicitno, izražava naglašenu percepciju strukturne neravnoteže između moćnih tržišnih dionika i manjih poduzetnika, pri čemu ukazuju na postojanje povezanosti između poslovnih elita i političko-gospodarskih struktura. Percepcija da „pravila“ igre diktiraju dominantni dionici uz političku potporu dovodi do osjećaja nemoći, ali i racionalnog zaključka da je zadržavanje u postojećoj djelatnosti neodrživo.

Formalni propisi

U većini slučajeva ispitanici eksplicitno, a u dva slučaja i implicitno, ukazuju na regulatorne promjene kao važne povode za namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Pri tome se NKD klasifikacija ne koristi samo radi opisivanja postojećih aktivnosti, već i kao instrument

prilagodbe formalnim kriterijima koji otvaraju pristup potporama, kreditima i institucionalnim pogodnostima. Uočava se i kritički stav prema fiskalnim i administrativnim opterećenjima, koja dodatno naglašavaju osjećaj nepoticajnog institucionalnog okruženja. Međutim, neki ispitanici iskazuju i potrebu za usklađivanjem registrirane gospodarske djelatnosti sa stvarnim operativnim fokusom, kako bi očuvali profesionalni integritet i jasno tržišno pozicioniranje. Namjera promjene gospodarske djelatnosti u ovim je slučajevima često rezultat racionalnog usklađivanja s administrativnim zahtjevima, a ne nužno tržišne promjene ili inovacije poslovnog modela.

Percepcija gospodarske i političke klime

Dio ispitanika ističe eksplicitan, a dio implicitan, utjecaj gospodarskih i političkih prilika iz okruženja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Ispitanici dosljedno izražavaju osjećaj nesigurnosti i ranjivosti uzrokovanih kriznim okolnostima poput globalne recesije, pandemije koronavirusa, energetske nestabilnosti i političkih tenzija. Ovi se šokovi ne doživljavaju samo kao prolazni poremećaji, već kao destabilizirajući događaji koji dugoročno narušavaju održivost poslovnih modela. Posebno se ističe nezadovoljstvo institucionalnim odgovorima: nefleksibilnost u provedbi pomoći, izostanak dijaloga i podrške dodatno pojačavaju percepciju nepovoljnosti poslovnog okruženja. Poduzetnici iskazuju svijest o potrebi diverzifikacije u suočavanju s promjenjivim uvjetima, pri čemu se promjena gospodarske djelatnosti promatra kao mehanizam prilagodbe s ciljem opstanka.

Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Pokazatelji gospodarske djelatnosti, osobito oni vezani uz tržište rada, operativne zahtjeve i sektorske specifične izazove, snažno utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, bilo da se radi o eksplicitnom utjecaju na dva ispitanika, bilo o implicitnom utjecaju, također na dva ispitanika. Ispitanici prepoznaju kadrovske poteškoće kao ključan ograničavajući faktor, osobito u djelatnostima koje zahtijevaju specifična znanja i vještine, poput ugostiteljstva. Istodobno, praćenje tržišne dinamike kao što je, primjerice, pojačana potražnja za radnicima u određenim sektorima, služi kao pokazatelj atraktivnosti i rasta pojedinih djelatnosti, čime se dodatno potiče razmatranje promjene smjera poslovanja. U oba slučaja, namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz konkretne analize realnih uvjeta poslovanja, pri čemu dostupnost radne snage i operativna izvedivost djeluju kao odlučujući elementi u procjeni gospodarske održivosti različitih sektora.

U VSŽ, kako je prikazano Tablicom 28 na prethodnim stranicama, oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika pokazuje racionalnu, ali i izrazito vrijednosno orijentiranu pozadinu. Kognitivnu dimenziju obilježava procjena tržišnih prilika utemeljena na osobnoj kompetenciji i samoučinkovitosti, dok je motivacijska dimenzija usmjerena na autonomiju, vrijednosti i subjektivne norme koje oblikuju poduzetničku praksu. Pri tome otpornost, proaktivnost i inovativnost djeluju kao ključni psihološki resursi u suočavanju s tržišnom neizvjesnošću. Obrazovanje, profesionalno iskustvo i obiteljski odnosi stvaraju temelje kontinuiteta i emocionalne stabilnosti, dok institucionalni kontekst obilježen distancom moći, regulatornim ograničenjima i gospodarskom nesigurnošću potiče strategije prilagodbe i usklađivanje poslovnih modela.

U trima analiziranim županijama uočava se zajednička tematska matrica koja se temelji na kognitivnim procjenama, psihološkim resursima i vrijednosno-identitetskim orijentacijama, dok resursi, mreže i institucionalni okvir tvore širu kontekstualnu dimenziju. Potencijalne teme oblikovane su kroz sljedeće skupine čimbenika:

1. procjena tržišnih mogućnosti,
2. motivacija (s intrinzičnim, identitetskim i egzistencijalnim dimenzijama),
3. otpornost i proaktivnost kao psihološki resursi,
4. obrazovna, profesionalna i socijalna podrška,
5. strukturne prepreke i poticaji te
6. instrumentalna motivacija (pojavljuje se povremeno).

U okviru ovog dijela analize primarnih podataka korištene su i vizualne funkcije, ponajprije *Creative Coding*, koje su služile za grupiranje srodnih kodova i izradu hijerarhijskog okvira. Takav vizualni prikaz omogućio je uočavanje kombinacija čimbenika zastupljenih u potencijalnim temama u različitim županijama, no konačno oblikovanje tema bilo je rezultat refleksivne interpretacije istraživača. Tematske karte koje sadrže potencijalne teme sažete Tablicama 26, 27 i 28 moguće je pronaći na Slikama 21, 22 i 23 na sljedećim stranicama.



Slika 21. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora



Slika 22. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora



Slika 23. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Prikazane slike predstavljaju nacrt tematske karte s popisom potencijalnih tema. Budući da se u ovoj fazi refleksivne tematske analize ne donose konačni zaključci, ponovnim pregledom svih kodiranih odlomaka i cjelokupnog skupa podataka u sljedećoj je fazi utvrđeno treba li pojedine teme spojiti, razdvojiti, redefinirati ili odbaciti.

5.3.3. Razvoj i naknadni pregled tema

Na prvoj razini naknadnog pregledavanja potencijalnih tema razvijenih u prethodnoj fazi analizirani su svi kodirani odlomci unutar potencijalnih tema. Pritom se provjeravalo tvore li oni homogenu cjelinu ili uključuju heterogene sadržaje. U tom je postupku ponovno korištena funkcija *Smart Coding Tool* (ranije prikazana [Slikom P8](#) u Prilogu doktorskog rada), koja je omogućila brzi pregled i usporedbu kodiranih odlomaka među ispitanicima i županijama te time olakšala procjenu njihove usklađenosti.

Na drugoj razini naknadnog pregledavanja potencijalnih tema razvijenih u prethodnoj fazi ispitivana je usklađenost potencijalnih tema s cjelokupnim skupom podataka. Ključno pitanje bilo je odražava li predložena tema uistinu obrazac značenja ili se temelji na ograničenom broju izoliranih navoda. Za tu svrhu ponovno su korištene funkcije *Summary Table* (ranije prikazana [Slikom P10](#) u Prilogu doktorskog rada), koja je omogućila uvid u distribuciju tema među ispitanicima i županijama te *Code Relations Browser* (ranije prikazani Slikama [18](#), [19](#) i [20](#)),

kojim su analizirana usporedna pojavljivanja kodova. Ovakav pristup omogućio je razlikovanje stabilnih interpretativnih cjelina od slučajnih skupova kodova, čime su uklonjena preklapanja i postignuta veća jasnoća u obrascima značenja.

Na temelju toga provedene su dvije vrste prilagodbi:

1. redefiniranje potencijalnih tema čiji nazivi nisu dovoljno precizno odražavali njihovu bit,
2. objedinjavanje potencijalnih tema koje su se pokazale različitim izrazima istog obrasca značenja.

U nastavku se prikazuju rezultati četvrte faze refleksivne tematske analize po županijama (Braun i Clarke, 2022; 2006), s naglaskom na način na koji su potencijalne teme dalje razvijane i revidirane u odnosu na temeljne obrasce oblikovane u prethodnoj fazi analize.

5.3.3.1. Zadarska županija

Sažet prikaz procesa razvoja i naknadnog pregleda tema za ZŽ moguće je pronaći u Tablici 29 u nastavku teksta.

Tablica 29. Razvoj i naknadni pregled tema u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Razina 1 (kodirani odlomci)
Potencijalna tema A ZŽ: Samoučinkovitost u procjeni i kontroli tržišnih mogućnosti Stabilna i bogata tema: brojni ispitanici isticali su kontinuirano praćenje tržišnih trendova, racionalne kalkulacije ishoda i promišljanje izvedivosti namjere promjene gospodarske djelatnosti. Usklađenost teme proizlazi iz spajanja očekivanja poduzetničkog ishoda, prepoznavanja prilika, percipirane izvedivosti, kontrole ponašanja i samoučinkovitosti u zajednički obrazac procjene mogućnosti i osobnih kapaciteta. Tema se jasno razlikuje u odnosu na ostale teme jer odražava kognitivni pristup koji se odnosi na sustavno promišljanje i planiranje, a ne emocionalni ili normativni poticaj.
Potencijalna tema B ZŽ: Motivacija za postizanje profesionalnog ispunjenja i životne ravnoteže Jasno oblikovana tema: ispitanici poduzetništvo doživljavaju kao životnu orijentaciju i identitetsku jezgru, a ne samo profesionalni izbor. Motivacija, potreba za postignućem i

težnja za ravnotežom između obiteljskog i poslovnog života nadopunjuju pozitivan stav prema poduzetništvu i pojačavaju osjećaj smisla kroz poduzetničko djelovanje. Tema je stabilna jer obuhvaća stavove i motive koji nadilaze ekonomske procjene.

Potencijalna tema C ZŽ: Otpornost i proaktivnost kao psihološka osnova poduzetničkog djelovanja

Usklađena tema: nošenje s psihološkim pritiscima, otpornost, sklonost djelovanju i proaktivnost tvore skup emocionalnih i psiholoških kapaciteta koji omogućavaju suočavanje s izazovima. Otpornost se pojavljuje kao resurs koji omogućava pretvaranje pritisaka u poticaj, dok proaktivnost i sklonost djelovanju naglašavaju spremnost na inicijativu i eksperimentiranje. Tema upućuje na dublju, emocionalnu dimenziju poduzetničkog djelovanja, u kojoj sposobnost samokontrole i unutarnja snaga imaju ključnu ulogu u namjeri promjene gospodarske djelatnosti.

Potencijalna tema D ZŽ: Obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

Raznolika, ali stabilna tema: uključuje obrazovanje, prethodno radno iskustvo, društveni kapital i obiteljsku pozadinu te podršku, a zajednička im je funkcija smanjenja nesigurnosti i pružanja opravdanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Tema prikazuje kako osobni i socijalni resursi stvaraju okvir povjerenja i osjećaj sposobnosti za djelovanje.

Potencijalna tema E ZŽ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Usklađena i stabilna tema: obuhvaća percepciju političkih i gospodarskih uvjeta koji ograničavaju ili potiču djelovanje. Ispitanici ističu regulatorne prepreke, troškove poslovanja, sezonalnost i tržišnu nestabilnost, ali prepoznaju i mogućnosti prilagodbe povoljnim tržišnim kretanjima unutar regionalnog okruženja. Tema se odnosi na vanjske uvjete koji oblikuju okvire unutar kojih se razvija namjera promjene gospodarske djelatnosti.

Potencijalna tema F ZŽ: Instrumentalna motivacija

Uža, ali jasno razlikovna tema: težnja za zaradom, iako rijetko izražena, jasno je suprotstavljena dominantnim identitetskim i intrinzičnim motivima. Ispitanici koji ju navode pokazuju pragmatičan pristup promjeni, pri čemu materijalna korist postaje primarni cilj.

Razina 2 (cijeli skup)

Potencijalna tema A ZŽ: Samoučinkovitost u procjeni i kontroli tržišnih mogućnosti

Kognitivni okvir. Ova je tema potvrđena kao samostalna i jasno se razlikuje u odnosu na ostale teme. Obuhvaća racionalne procjene izvedivosti, prepoznavanje prilika i kognitivne procese procjene vlastitih sposobnosti u odnosu na tržišne okolnosti. Ispitanici prikazuju

visok stupanj tržišne budnosti, analitičkog promišljanja i sposobnosti planiranja, što odražava kognitivni temelj namjere promjene gospodarske djelatnosti. Tema je stabilna i čini zaseban kognitivni okvir koji se razlikuje od emocionalno-motivacijskih i kontekstualnih dimenzija.

Potencijalna tema B ZŽ: Motivacija za postizanje profesionalnog ispunjenja i životne ravnoteže; potencijalna tema C ZŽ: Otpornost i proaktivnost kao psihološka osnova poduzetničkog djelovanja i potencijalna tema F ZŽ: Instrumentalna motivacija

Emocionalno-identitetski okvir. Ove tri potencijalne teme objedinjene su u usklađenu cjelinu koja prikazuje način na koji osobni stavovi i identitet, emocionalna otpornost i unutarnja motivacija zajedno oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Spoj identitetskih orijentacija i emocionalno-psiholoških resursa ukazuje na dublje obrasce osobnog smisla i samopotvrde, dok instrumentalna motivacija unosi kontrastan element koji ističe razliku između intrinzičnih i materijalnih pokretača.

Potencijalna tema D ZŽ: Obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

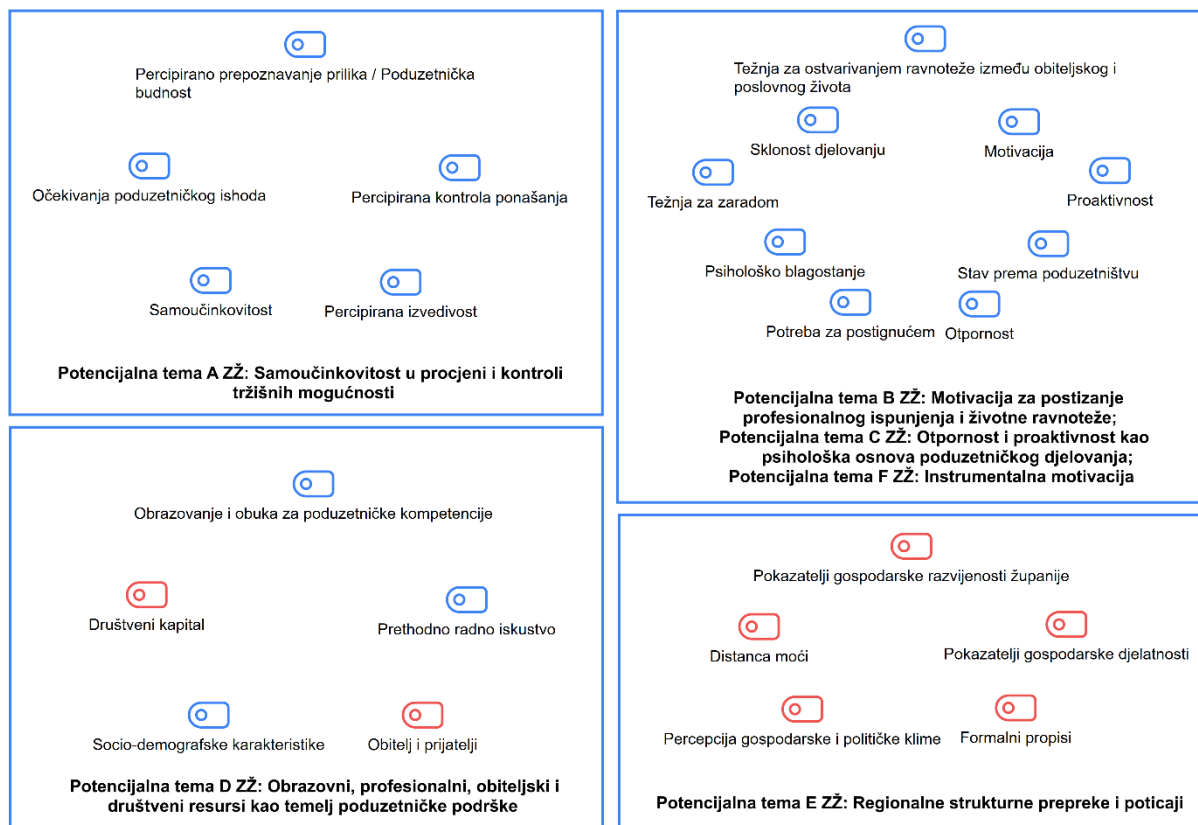
Resursni okvir. Ova je tema zadržana kao samostalna jer obuhvaća mikro- i mezorazinu podrške te resurse koji omogućavaju smanjenje neizvjesnosti i pružanje opravdanja i potvrde ispravnosti namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ova tema opisuje kako prethodno iskustvo, obrazovanje, obiteljska pozadina i socijalne mreže djeluju kao stabilizatori i posrednici između individualnih motivacijskih čimbenika i stvarnih mogućnosti djelovanja.

Potencijalna tema E ZŽ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Makroinstitucionalni okvir. Ova tema također ostaje zasebna jer prikazuje makroinstitucionalni i gospodarski kontekst koji oblikuje okvir mogućnosti i ograničenja djelovanja. Ispitanici opisuju regulatorne prepreke, tržišne rizike i institucionalne manjkavosti, ali i prilike koje proizlaze iz gospodarske dinamike i sezonalnosti tržišta, posebno iz perspektive regionalnih značajki tržišta i gospodarstva. Tema pruža vanjsku dimenziju analize, povezujući pojedinačne procese s institucionalnim okvirom.

U ZŽ proces oblikovanja i naknadne provjere tema doveli su do jasne i stabilne tematske strukture s jasno razgraničenim područjima značenja. Potencijalne teme B, C i F objedinjene su u širi emocionalno-identitetski okvir, dok su teme A, D i E zadržane kao samostalne, diferencirane cjeline koje obuhvaćaju kognitivne, resursne i makroinstitucionalne dimenzije. Ovakav pristup omogućio je precizno povezivanje motivacijskih i emocionalnih aspekata s

kognitivnim, resursnim i kontekstualnim procesima u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti. Konačni rezultat prikazan na Slici 24 pokazuje četiri jasno prepoznatljiva obrasca koji zajedno čine cjelovitu tematsku kartu.



Slika 24. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

5.3.3.2. Istarska županija

Sažet prikaz procesa razvoja i naknadnog pregleda tema za IŽ moguće je pronaći u Tablici 30 u nastavku teksta.

Tablica 30. Razvoj i naknadni pregled tema u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Razina 1 (kodirani odlomci)
Potencijalna tema A IŽ: Procjena tržišnih mogućnosti
Stabilna tema: ispitanici ju potvrđuju kroz učestale navode o uočavanju tržišnih praznina i, nešto manjim dijelom, o racionalnim procjenama koristi koje namjera promjene gospodarske djelatnosti donosi. Ispitanici u prepoznavanju prilika spajaju analitičko promišljanje s intuitivnim uvidom, čime se ova tema jasno izdvaja kao područje koje obuhvaća isključivo kognitivne procese.
Potencijalna tema B IŽ: Motivacija vođena autonomijom, stvaralaštvom i profesionalnim ispunjenjem
Bogata i slojevita tema: osobna uvjerenja, kreativnost, potreba za autonomijom i postignućem te motivacija i posebice potraga za izazovima tvore višedimenzionalni identitetski okvir. Poduzetništvo se opisuje kao način samopotvrde, stvaranja i slobode. Tema je stabilna jer spaja vrijednosne i motivacijske aspekte djelovanja.
Potencijalna tema C IŽ: Otpornost i proaktivnost kao izvori inovativnog poduzetničkog djelovanja
Usklađena tema: integrira otpornost, proaktivnost, inovativnost i sklonost djelovanju. Ispitanici opisuju sposobnost nošenja s krizama i eksperimentiranja kao emocionalnu i psihološku osnovu održivosti poduzetničkog pothvata. Tema odražava unutarnje sposobnosti potrebne za pretvaranje namjere promjene gospodarske djelatnosti u konkretno djelovanje.
Potencijalna tema D IŽ: Profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške
Stabilna tema: obiteljska pozadina i podrška, prethodno radno iskustvo i društveni kapital tvore mrežu podrške i izvora opravdanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ova tema oslikava mikro- i mezorazinu sigurnosne mreže ispitanika.
Potencijalna tema E IŽ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Usklađena tema: institucionalni okvir obuhvaća regulatorne i gospodarske faktore koji definiraju okvir djelovanja. Ispitanici ističu nefleksibilnost i nejednakost koji djeluju kao potisni čimbenici namjere promjene gospodarske djelatnosti, ali istovremeno primjećuju i mogućnosti pozitivnih prilagodbi i inovacija, posebno uzevši u obzir regionalni kontekst tržišta.

Potencijalna tema F IŽ: Instrumentalna motivacija

Ograničena, ali relevantna tema: materijalni motivi se pojavljuju kod manjeg broja ispitanika, što ilustrira heterogenost u temeljnim pokretačima namjere promjene gospodarske djelatnosti koji se razlikuju od prethodno naglašenih intrinzičnih motiva.

Razina 2 (cijeli skup)

Potencijalna tema A IŽ: Procjena tržišnih mogućnosti

Kognitivni okvir. Tema je potvrđena kao samostalna tema jer predstavlja čvrsto strukturiran kognitivni okvir koji obuhvaća racionalno promišljanje, predviđanje koristi i prepoznavanje tržišnih praznina. Ispitanici kombiniraju analitičke i intuitivne procese pri oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti čime ova tema jasno razlikuje mentalne procjene od emocionalnih i resursnih aspekata.

Potencijalna tema B IŽ: Motivacija vođena autonomijom, stvaralaštvom i profesionalnim ispunjenjem; potencijalna tema C IŽ: Otpornost i proaktivnost kao izvori inovativnog poduzetničkog djelovanja i potencijalna tema F IŽ: Instrumentalna motivacija

Emocionalno-identitetski okvir. Ove tri potencijalne teme spojene su u integrirani motivacijski emocionalno-identitetski blok koji prikazuje višeslojnu unutarnju strukturu poduzetničkog djelovanja. Tema povezuje temeljna osobna uvjerenja i stavove koji oblikuju motivacijske čimbenike i osobine ličnosti te odražavaju emocionalne sposobnosti ispitanika. Ovi elementi zajednički tvore sustav unutarnjih snaga koje omogućavaju oblikovanje i održavanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Instrumentalna motivacija pojavljuje se u manjoj mjeri, ali ima kontrastnu vrijednost koja dodatno naglašava intrinzičnu prirodu ostalih poticaja.

Potencijalna tema D IŽ: Profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

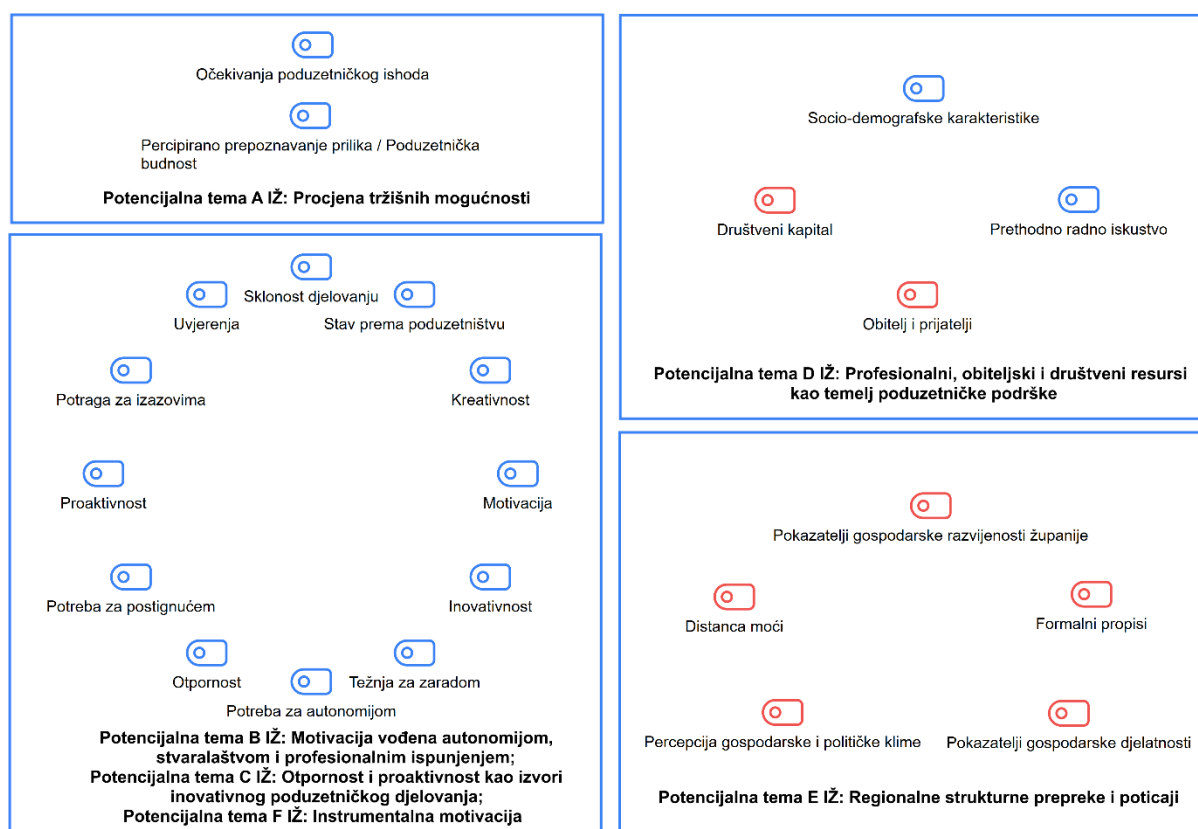
Resursni okvir. Tema je zadržana kao samostalna jer obuhvaća mikro- i mezorazinu podrške i sigurnosnu osnovu poduzetničkog djelovanja. Obiteljska pozadina, prethodno radno iskustvo i društveni kapital funkcioniraju kao podržavajući i stabilizirajući resursi,

omogućavajući pojedincima da smanje percipiranu nesigurnost i povećaju samopouzdanje prilikom promjene gospodarske djelatnosti.

Potencijalna tema E IŽ: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Makroinstitucionalni okvir. Ova tema ostaje jasno odvojena od ostalih jer prikazuje regulatorni i gospodarski okvir koji oblikuje okvir poduzetničkih mogućnosti. Ispitanici prepoznaju nefleksibilne i neujednačene institucionalne uvjete, ali i ističu prilike za inovaciju i prilagodbu unutar tih ograničenja, posebno iz perspektive regionalnih značajki tržišta i gospodarstva. Makroinstitucionalna dimenziju dopunjuje individualne i socijalne razine.

U IŽ, prilikom razvoja i naknadnog pregleda teme B, C i F integrirane su u širu motivacijsku emocionalno-identitetsku cjelinu, dok su teme A, D i E zadržane zasebno. Time su racionalne procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi prepoznate kao analitički temelj djelovanja, dok emocionalno-identitetski, resursni i instrumentalni motivi čine usklađenu strukturu poticaja namjere promjene gospodarske djelatnosti prikazanu Slikom 25.



Slika 25. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

5.3.3.3. Vukovarsko-srijemska županija

Sažet prikaz procesa razvoja i naknadnog pregleda tema za VSŽ moguće je pronaći u Tablici 31 u nastavku teksta.

Tablica 31. Razvoj i naknadni pregled tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Razina 1 (kodirani odlomci)
Potencijalna tema A VSŽ: Samoučinkovitost u procjeni tržišnih mogućnosti
Stabilna i dobro potkrijepljena tema: racionalne kalkulacije, procjene tržišnih signala i samoučinkovitost čine jezgru kognitivnog promišljanja. Ispitanici pokazuju povjerenje u vlastite kompetencije i sposobnost predviđanja mogućih ishoda, što potvrđuje njihov promišljen pristup procjeni izvedivosti promjene.
Potencijalna tema B VSŽ: Motivacija vođena autonomijom, osobnim vrijednostima i društvenim normama
Slojevita i bogata tema: osobne vrijednosti, percipirana poželjnost, motivacija, subjektivne norme, potreba za autonomijom i ravnotežom između obiteljskog i poslovnog života tvore integrirani okvir osobnih i društveno-normativnih uvjerenja. Tema je stabilna jer spaja intrinzične motive s društvenim očekivanjima, odmičući fokus od promatranja namjere promjene gospodarske djelatnosti samo kroz tržišne kalkulacije.
Potencijalna tema C VSŽ: Otpornost i proaktivnost kao inovativne strategije u uvjetima neizvjesnosti
Usklađena tema: otpornost, proaktivnost, inovativnost i prihvaćanje neizvjesnosti funkcioniraju kao psihološki alati prilagodbe. Tema jasno odražava sposobnost nošenja s neizvjesnošću i pretvaranje prepreka u prilike oblikovanjem namjere promjene gospodarske djelatnosti.
Potencijalna tema D VSŽ: Obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi kao temelj poduzetničke podrške
Stabilna tema: obrazovanje, prethodno radno iskustvo, podrška od strane prijatelja i obitelji, kao i obiteljska pozadina, čine temeljnu resursnu osnovu. Naglašava se uloga obrazovanja u stvaranju kompetencija te obitelji kao izvora emocionalne i logističke podrške.
Potencijalna tema E VSŽ: Strukturne prepreke i poticaji

Usklađena tema: distanca moći, formalni propisi, pokazatelji gospodarske djelatnosti i percepcija gospodarske i političke klime oblikuju institucionalni okvir u kojem se razvija namjera promjene gospodarske djelatnosti. Tema ukazuje na utjecaj vanjskih pritisaka na poduzetničko djelovanje.

Razina 2 (cijeli skup)

Potencijalna tema A VSŽ: Samoučinkovitost u procjeni tržišnih mogućnosti

Kognitivni okvir. Tema je potvrđena kao samostalna i stabilna jer obuhvaća racionalne procjene izvedivosti, prepoznavanje tržišnih prilika te oslanjanje na vlastite kompetencije i znanje. Ova kognitivna dimenzija čini temelj procjene realnih mogućnosti za promjenu gospodarske djelatnosti i njezinih očekivanih koristi iz pozicije osobne kompetentnosti te je jasno odvojena od motivacijskih i emocionalnih aspekata.

Potencijalna tema B VSŽ: Motivacija vođena autonomijom, osobnim vrijednostima i društvenim normama i potencijalna tema C VSŽ: Otpornost i proaktivnost kao inovativne strategije u uvjetima neizvjesnosti

Emocionalno-identitetski okvir. Ove su dvije teme objedinjene u usklađenu cjelinu koja prikazuje složeni obrazac. Konsolidacijom ovih tema oblikovana je stabilna i sadržajno bogata cjelina koja pokazuje kako se iza motivacije isprepliću vrijednosni i emocionalni procesi povezani s normativnim očekivanjima i osobnim uvjerenjima.

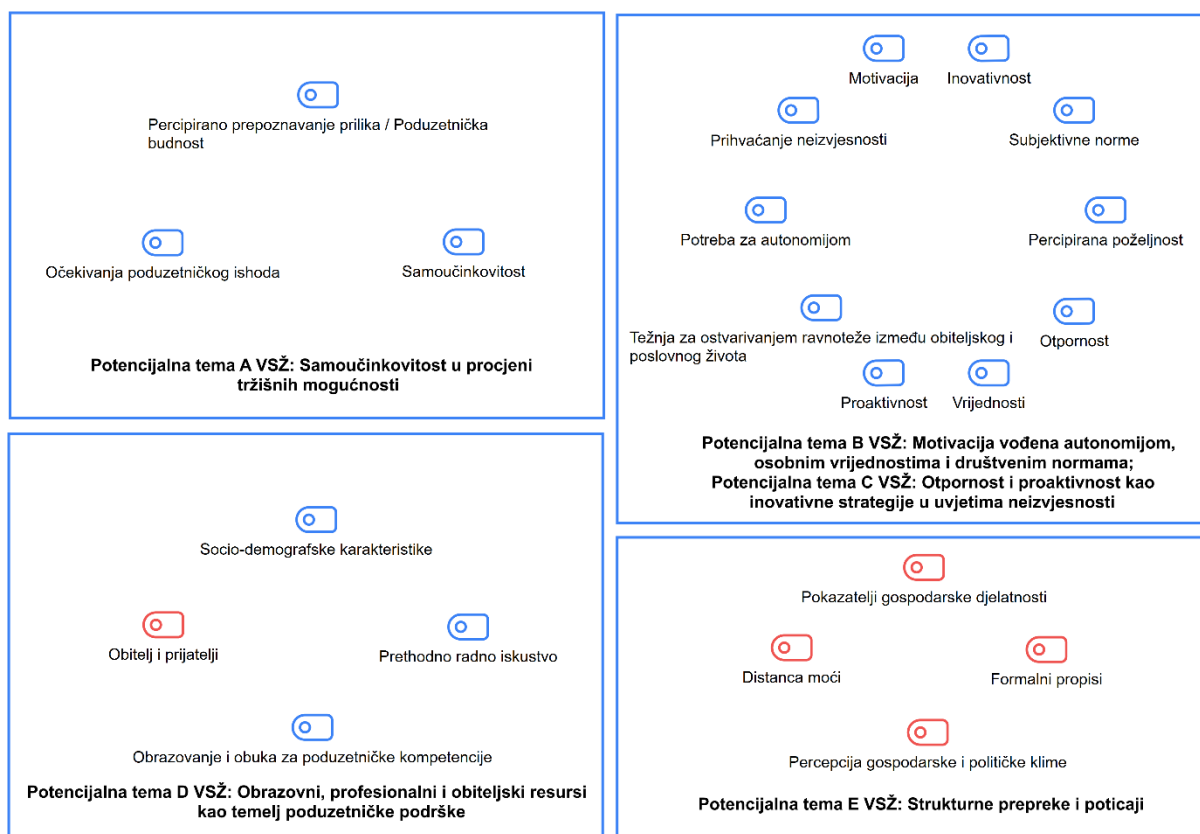
Potencijalna tema D VSŽ: Obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi kao temelj poduzetničke podrške

Resursni okvir. Tema je zadržana kao samostalna jer prikazuje obrazovne, profesionalne i obiteljske resurse koji pružaju podršku i opravdanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ova tema jasno razlikuje mikro- i mezorazinu kapitala (znanje, iskustvo, socijalne mreže) od individualnih i institucionalnih čimbenika, naglašavajući ulogu kapitala kao posrednika između namjere i djelovanja.

Potencijalna tema E VSŽ: Strukturne prepreke i poticaji

Makroinstitucionalni okvir. Ova tema ostaje odvojena jer opisuje makroinstitucionalne i gospodarske uvjete koji oblikuju okvir mogućnosti i ograničenja djelovanja. U fokusu su percepcija političke i gospodarske klime, regulatorni okvir i institucionalni odnosi moći koji zajednički definiraju eksterni kontekst unutar kojega poduzetnici oblikuju i procjenjuju svoju namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

I u VSŽ, kao i u ZŽ i IŽ, pregled i razvoj tema potvrdili su stabilnost kognitivnog, resursnog i institucionalnog okvira uz istodobno povezivanje tema B i C u zajednički motivacijski emocionalno-identitetski obrazac. Time je zadržana ravnoteža struktura u kojoj racionalne procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi, utemeljene na osobnim kompetencijama i psihološkoj otpornosti, djeluju komplementarno s raspoloživim resursima i institucionalnim okruženjem, što je prikazano Slikom 26.



Slika 26. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

U sve tri županije, razvoj i naknadni pregled tema potvrdili su postojanje četiri stabilna i jasno odvojena obrasca značenja koji se mogu prikazati kao međusobno povezana, ali konceptualno razgraničena tematska područja:

1. kognitivni okvir koji objašnjava kako ispitanici sustavno analiziraju okolnosti i vlastite mogućnosti prije oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti i kako se te procjene potom pretvaraju u djelovanje,

2. motivacijski emocionalno-identitetski okvir koji objašnjava zašto ispitanici oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti spajajući osobne vrijednosti, uvjerenja, identitet, odnosno stav prema poduzetništvu i emocionalne resurse i poticaje,
3. resursni okvir koji se odnosi na mikro- i mezorazinu (obiteljska podrška i pozadina, prethodno iskustvo, obrazovanje, društveni kapital) te pruža opravdanje i sigurnosnu mrežu za namjeru promjene gospodarske djelatnosti,
4. makroinstitucionalni okvir koji obuhvaća makroekonomske i regulatorne uvjete koji oblikuju prostor mogućnosti i ograničenja djelovanja, uključujući percepciju gospodarske klime, institucionalne prepreke i vanjske poticaje.

Zajednički obrasci u svim županijama dokazuju dosljednost teorijskog i metodološkog pristupa te stabilnost odnosa između kognitivnih, motivacijskih, resursnih i institucionalnih dimenzija u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

U sve tri županije sustav objedinjavanja užih potencijalnih tema u šire okvire pokazuje visoku razinu metodološke dosljednosti i refleksivne analitičke usklađenosti. Manji tematski klasteri nisu odbačeni, nego su reinterpretirani i objedinjeni u funkcionalne cjeline koje bolje odražavaju međusobne odnose među kodovima:

1. ZŽ: objedinjeni su identitetski, emocionalni i instrumentalni motivi u širi emocionalno-identitetski okvir, čime je postignuta usklađena struktura koja povezuje osobne stavove i emocionalne kapacitete s pragmatičnim poticajima. Ostale teme (kognitivna, resursna i institucionalna) zadržane su u zasebnim okvirima, što je omogućilo jasnu razliku između unutarnjih i vanjskih čimbenika.
2. IŽ: emocionalno-psihološki resursi i instrumentalna motivacija objedinjeni su s identitetskim i intrinzičnim motivima u širi emocionalno-identitetski okvir. Time je postignuto uravnoteženje između kreativnih i racionalnih aspekata djelovanja te između osobnih uvjerenja i pragmatičnih ciljeva.
3. VSŽ: objedinjeni su emocionalno-psihološki resursi s identitetskim i intrinzičnim motivima u zajednički emocionalno-identitetski obrazac, pri čemu otpornost i emocionalna stabilnost funkcioniraju kao poveznica između osobnih vrijednosti i stvarnih postupaka. Ostatak tematske strukture (kognitivni, resursni i institucionalni okvir) ostao je jasno razgraničen.

Premda razvoj i naknadni pregled tema za sve tri županije završava sličnom strukturom, ipak se bilježe razlike među njima, a i proces do postignute strukture nije identičan. Prethodna faza

refleksivne tematske analize koja se odnosi na traženje tema i grupiranje kodova u potencijalne cjeline pruža jasan uvid u početne obrasce i fragmentiranost podataka, dok ova faza prikazuje njihovo objedinjavanje i teorijsko oblikovanje stabilnih tematskih kategorija. Takva dvostupanjska logika analize metodološki objašnjava konačnu sličnost tematske strukture uz istodobno očuvanje regionalnih posebnosti procesa oblikovanja i kontekstualno utemeljenog tumačenja namjere promjene gospodarske djelatnosti.

5.3.4. Definiranje i imenovanje tema

S ciljem konačnog osmišljavanja naziva i definicija ponovno su korištene ranije spomenute funkcije *Summary Tables* (prikazana [Slikom P10](#) u Prilogu doktorskog rada) radi identifikacije tipičnih formulacija među ispitanicima te unaprijed označeni reprezentativni navodi (*Colored Marker*) kao ilustrativna potpora definicijama tema. U nastavku su, po županijama, prikazane konačno definirane i imenovane teme, s naglaskom na njihovu regionalnu konfiguraciju.

5.3.4.1. Zadarska županija

Prikaz procesa definiranja i imenovanja konačnih tema za ZŽ moguće je pronaći u Tablici 32 u nastavku teksta.

Tablica 32. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Zadarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Tema 1 ZŽ: „Prvo hladna glava, tek onda plan”: Samoučinkovitost u procjeni i kontroli tržišnih mogućnosti	
Kodovi	
Očekivanja poduzetničkog ishoda	
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	
Samoučinkovitost	
Percipirana kontrola ponašanja	
Percipirana izvedivost	
Granice	
Tema obuhvaća isključivo kognitivne procese procjene tržišnih prilika i ishoda te vlastitih kapaciteta i kontrole. Ne obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse	

(Tema 2), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3) niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Ova tema obuhvaća skup kognitivnih procesa kroz koje poduzetnici racionalno procjenjuju tržišne uvjete, moguće ishode i vlastitu kontrolu i sposobnost za prilagodbu. Očekivanja poduzetničkog ishoda djeluju kao mentalni okvir za predviđanje koristi i rizika, dok percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost odražava sposobnost uočavanja tržišnih praznina i pravovremenog reagiranja. Samoučinkovitost se očituje kroz uvjerenje u vlastitu kompetentnost da se uspješno provede promjena, dok percipirana kontrola ponašanja definira doživljaj osobne moći nad procesima koji vode prema cilju. Percipirana izvedivost povezuje sve prethodne kognitivne komponente u realističan sud o tome koliko je promjena ostvariva u praksi. Ovi kodovi zajedno čine misaoni sustav u kojem se namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje kao rezultat promišljenog usklađivanja između tržišne stvarnosti i osobnih kapaciteta. Ilustrativno, jedna ispitanica navodi:

Najprije smo analizirali brojke, razgovarali s kolegama koji su u toj branši i imaju iskustva i tek onda krenuli u oblikovanje namjere i ozbiljno promišljanje. Nije bilo mjesta slučajnosti. (I2)

Tema 2 ZŽ: „To sam ja, poduzetnik”: Motivacijska ravnoteža i psihološka otpornost u poduzetničkoj promjeni

Kodovi

Stav prema poduzetništvu

Potreba za postignućem

Psihološko blagostanje

Sklonost djelovanju

Proaktivnost

Motivacija

Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života

Otpornost

Težnja za zaradom

Granice

Tema obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i ishoda te vlastitih kapaciteta i kontrole (Tema

1), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3) niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Ova tema prikazuje unutarnju motivacijsku strukturu i psihološke resurse koji oblikuju emocionalno-identitetsku osnovu poduzetničkog djelovanja. Za ispitanike poduzetništvo nije samo profesija, nego sastavni dio osobnog identiteta. Stav prema poduzetništvu definira pozitivnu orijentaciju prema samostalnom djelovanju i percepciju poduzetništva kao osobne misije, dok potreba za postignućem pokreće kontinuiranu težnju za razvojem i potvrdom vlastite vrijednosti. Psihološko blagostanje odražava potrebu za zadovoljstvom i osobnim ispunjenjem koje proizlazi iz uspješne prilagodbe. Sklonost djelovanju i proaktivnost odražavaju spremnost na preuzimanje inicijative i odgovornost u donošenju odluka, čime se smanjuje razina nesigurnosti u poslovnom okruženju. Motivacija integrira sve ove elemente, dok težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života pokazuje kako profesionalni uspjeh ne može biti potpun bez osobne stabilnosti. Otpornost omogućuje psihološku snagu za oporavak od neuspjeha, a težnja za zaradom djeluje kao pragmatična komponenta koja osigurava materijalnu održivost. Ovi kodovi zajedno tvore psihološki mehanizam u kojem se osobni identitet i emocionalna stabilnost pretvaraju u trajnu motivaciju za promjenu djelatnosti. Jedan ispitanik ilustrativno opisuje:

Kad sam prolazio kroz probleme u prethodnom poslu, nisam se slomio. Rekao sam sebi, to je moj put, ja sam poduzetnik, i to me tjera naprijed. (I5)

Tema 3 ZŽ: „Bez njih ne bih mogao”: Obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

Kodovi

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije

Prethodno radno iskustvo

Socio-demografske karakteristike

Društveni kapital

Obitelj i prijatelji

Granice

Tema obuhvaća mikro- i mezorazine resursa i podrške koji omogućuju oblikovanje i provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i ishoda te vlastitih kapaciteta i kontrole (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2) niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Tema prikazuje kako se u stvaranju temelja za sigurnu promjenu gospodarske djelatnosti obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi međusobno nadopunjuju. Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije pridonose razvoju analitičkog mišljenja, planiranja i samopouzdanja, dok prethodno radno iskustvo osigurava praktična znanja i sposobnost snalaženja u različitim kontekstima. Socio-demografske karakteristike poput obiteljske strukture, životne dobi i ekonomskih uvjeta oblikuju pristup riziku i percepciju prihvatljivih mogućnosti. Društveni kapital pruža pristup mrežama povjerenja i znanja stvarajući uvjete za suradnju i razmjenu resursa. Obitelj i prijatelji predstavljaju emocionalnu i logističku potporu, ali i simbolički okvir koji podupire osjećaj pripadnosti ispitanika. Zajedničkim djelovanjem ovi elementi omogućavaju poduzetnicima da se oslone na raspoložive resurse, umanje razinu nesigurnosti te oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti kao proces koji je društveno utemeljen. Jedna ispitanica sažima taj osjećaj riječima:

Bez ljudi oko mene ne bih imala hrabrosti ni znanja da krenem u nešto novo. (I4)

Tema 4 ZŽ: „Igra po tuđim pravilima”: Regionalne strukturne prepreke i poticaji**Kodovi**

Distanca moći

Formalni propisi

Percepcija gospodarske i političke klime

Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije

Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Granice

Tema obuhvaća makroinstitucionalne uvjete koji oblikuju prostor mogućnosti i ograničenja za poduzetnike. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i ishoda te vlastitih kapaciteta i kontrole (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2) niti mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3).

Definicija

Tema analizira utjecaj makroinstitucionalnih čimbenika na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Distanca moći označava percepciju hijerarhijskih odnosa i ograničene uključenosti poduzetnika u procese odlučivanja, što stvara osjećaj nemoći, ali i poticaj na traženje autonomnih rješenja. Formalni propisi utječu na prilagodbu poslovanja kroz administrativne zahtjeve, porezne uvjete i regulatorne okvire, pri čemu su bolje informirani poduzetnici skloniji pravodobnim i proaktivnim promjenama. Percepcija gospodarske i

političke klime odražava doživljaj nestabilnosti i potrebe za redefiniranjem poslovnih strategija u skladu s promjenjivim okolnostima. Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije upućuju na strukturne prednosti i ograničenja lokalnog tržišta, dok pokazatelji gospodarske djelatnosti odražavaju konkretne izazove poput sezonalnosti, visine troškova i razine profitabilnosti. Svi ti elementi zajedno oblikuju institucionalni okvir u kojem poduzetnici nastoje uskladiti ograničenja i prilike, razvijajući strategije prilagodbe koje utječu na njihovu namjeru promjene djelatnosti. Kako je jedan ispitanik sažeo:

Pravila se stalno mijenjaju. Moraš ih znati i igrati po njima ako želiš opstati. (I1)

Tematska struktura u ZZ, prikazana Tablicom 32 na prethodnim stranicama, odražava složen, ali hijerarhijski jasno uređen proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. U središtu se nalazi kognitivno-racionalna jezgra (tema 1) u kojoj poduzetnici sustavno analiziraju tržišne mogućnosti, procjenjuju izvedivost i mogućnost kontrole te usklađuju osobne kapacitete s realnim prilikama. Na toj osnovi razvija se emocionalno-identitetska dimenzija (tema 2) u kojoj motivacija i psihološki resursi čine unutarnji poticaj za djelovanje. Ove dvije razine nadopunjuje resursni sloj (tema 3) u kojem prethodna iskustva poduzetnika i njihov društveni kapital djeluju kao mreža povjerenja i sigurnosti koja smanjuje rizik i opravdava poduzetničku promjenu. Na najširoj razini nalazi se makroinstitucionalni okvir (tema 4) koji definira granice mogućeg djelovanja i oblikuje prilike kroz regulatorne i tržišne uvjete. U cjelini, tematska konfiguracija pokazuje da se u ZZ namjera promjene gospodarske djelatnosti razvija kroz racionalno planiranu, emocionalno i resursno podržanu i institucionalno uvjetovanu prilagodbu tržišnim okolnostima.

5.3.4.2. Istarska županija

Prikaz procesa definiranja i imenovanja konačnih tema za IŽ moguće je pronaći u Tablici 33 u nastavku teksta.

Tablica 33. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Tema 1 IŽ: „Treba znati kad je trenutak”: Procjena tržišnih mogućnosti	
Kodovi	
Očekivanja poduzetničkog ishoda Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	
Granice	
Tema obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi, uključujući anticipaciju koristi i budnost prema tržišnim prazninama. Ne obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).	
Definicija	
Ova tema prikazuje racionalno-kognitivnu dimenziju procesa u kojem poduzetnici procjenjuju tržišne mogućnosti i očekivane ishode promjene gospodarske djelatnosti. Očekivanja poduzetničkog ishoda oblikuju okvir za procjenu koristi i rizika, dok percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost odražava sposobnost predviđanja tržišnih promjena i prepoznavanja „pravog trenutka“ za djelovanje. Ovi procesi ne uključuju samo analizu podataka, već i intuitivno razumijevanje dinamike tržišta temeljem prethodnog iskustva. Ispitanici pokazuju sklonost planiranju promjena na selektivni i vremenski promišljen način, pri čemu se namjere oblikuju kada je odnos između rizika i očekivane koristi procijenjen kao uravnotežen. Time se dokazuje da proces procjene nije odvojen od poduzetničke prakse, već čini dio promišljenog odlučivanja u kojem informiranost o tržištu i plansko razmišljanje pomažu racionalnom pristupu promjeni gospodarske djelatnosti. Ilustrativno, jedan ispitanik navodi: <i>U poslu moraš znati kad se otvorila rupa na tržištu. Ako to ne vidiš na vrijeme, netko drugi će je iskoristiti. (I11)</i>	
Tema 2 IŽ: „To što radim, to sam ja”: Autonomna motivacija i stvaralačka otpornost u poduzetničkoj prilagodbi	

Kodovi
Uvjerenja Stav prema poduzetništvu Kreativnost Sklonost djelovanju Otpornost Proaktivnost Inovativnost Motivacija Potreba za postignućem Potreba za autonomijom Potraga za izazovima Težnja za zaradom
Granice
Tema obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse koji omogućuju oblikovanje i održavanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi (Tema 1), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).
Definicija
Tema prikazuje duboko ukorijenjenu emocionalno-identitetsku dimenziju poduzetničkog djelovanja, u kojoj motivacija proizlazi iz osobnih uvjerenja, stvaralačkog izraza i potrebe za autonomijom. Uvjerenja i stav prema poduzetništvu predstavljaju temeljne vrijednosne orijentacije koje oblikuju osjećaj smisla i samopotvrde kroz poduzetničko djelovanje. Kreativnost omogućuje pronalaženje novih pristupa i redefiniranje poslovnih modela, dok sklonost djelovanju i proaktivnost osiguravaju pretvaranje ideja u konkretne inicijative. Otpornost održava emocionalnu stabilnost u kriznim okolnostima, a inovativnost se pojavljuje kao izraz stvaralačkog odgovora na promjene okoline. Motivacija i potreba za postignućem pokreću želju za razvojem i uspjehom, dok potreba za autonomijom naglašava važnost samostalnog odlučivanja i slobode djelovanja. Potraga za izazovima pokazuje težnju prema osobnom rastu, a težnja za zaradom zadržava pragmatičnu komponentu profesionalne održivosti. Ovi elementi zajedno čine dinamičan psihološki okvir u kojem se poduzetništvo doživljava kao oblik osobnog ispunjenja, pri čemu unutarnji motivi i stvaralačka energija

predstavljaju temelj oblikovanja i održavanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Jedan ispitanik ilustrativno navodi:

Meni nije cilj samo zaraditi. To što radim, to sam ja, to me definira. (I8)

Tema 3 IŽ: „Bez ljudi ne ide”: Profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške

Kodovi

Prethodno radno iskustvo

Socio-demografske karakteristike

Društveni kapital

Obitelj i prijatelji

Granice

Tema obuhvaća mikro- i mezorazine resursa i podrške, uključujući obiteljske, profesionalne i socijalne mreže koje omogućavaju oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Tema prikazuje kako mikro- i mezorazine socijalnih odnosa i iskustava oblikuju sigurnosni i resursni okvir namjere promjene gospodarske djelatnosti. Prethodno radno iskustvo omogućava akumulaciju stručnog znanja i reputaciju koji povećavaju samopouzdanje i smanjuju percipirani rizik. Socio-demografske karakteristike, poput obiteljske uloge, životne faze ili ekonomske stabilnosti određuju granice i poticaje djelovanja, dok društveni kapital povezuje poduzetnike s mrežama povjerenja, partnerstava i podrške. Obitelj i prijatelji predstavljaju izvor emocionalne, praktične i financijske podrške, ali također djeluju kao referentni okvir koji potvrđuje smislenost i društvenu prihvaćenost namjere promjene gospodarske djelatnosti. Njihova se uloga proteže od savjetodavne do aktivne suradničke, što pokazuje da oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti nije isključivo individualni čin, već proces koji se razvija u međuodnosu iskustva, pripadnosti i podrške. Zajedno ovi resursi čine mrežu koja smanjuje nesigurnost i omogućava da se namjera promjene pretvori u izvedivu strategiju. Jedan ispitanik kaže:

Da nije bilo ljudi oko mene koji su mi pružali podršku, bilo bi mi puno teže. Oni su mi dali sigurnost da mogu. (I14)

Tema 4 IŽ: „Tržište te ne čeka”: Regionalne strukturne prepreke i poticaji

Kodovi
Distanca moći Formalni propisi Percepcija gospodarske i političke klime Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije Pokazatelji gospodarske djelatnosti
Granice
Tema obuhvaća makroinstitucionalne uvjete koji oblikuju prostor poduzetničkih mogućnosti i ograničenja. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i očekivanih koristi (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), niti mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3).
Definicija
Tema prikazuje utjecaj političkih i gospodarskih uvjeta na poduzetničke namjere i prilagodbe. Distanca moći ukazuje na percepciju hijerarhijskih odnosa i dominaciju većih tržišnih i političkih dionika, što potiče težnju prema većoj autonomiji i traženju pravednijih tržišnih pozicija. Formalni propisi oblikuju administrativni okvir unutar kojeg se poduzetnici prilagođavaju klasifikacijama, natjecajnim uvjetima i fiskalnim zahtjevima, dok percepcija gospodarske i političke klime odražava osjećaj nesigurnosti uzrokovan krizama, pandemijom i globalnim promjenama. Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije ukazuju na razlike u regionalnim potencijalima, dostupnosti resursa i otvorenosti tržišta, a pokazatelji gospodarske djelatnosti opisuju realne prilike i ograničenja na mikroekonomskoj razini. Svi ovi čimbenici zajedno čine institucionalni kontekst koji djeluje i kao prepreka i kao poticaj, potičući poduzetnike na fleksibilnost, inovaciju i redefiniranje poslovnih modela radi očuvanja konkurentnosti i stabilnosti. Jedan ispitanik pojašnjava: <i>Sustav, odnosno tržište se ne mijenja zbog tebe. Ti moraš mijenjati sebe i svoj posao da preživiš. (I9)</i>

Tematska struktura u IŽ, prikazana Tablicom 33 na prethodnim stranicama, odražava dinamičnu ravnotežu između racionalne procjene, stvaralačke motivacije, socijalne podrške i institucionalnog okvira. U središtu procesa nalazi se kognitivna osnova (tema 1) u kojoj poduzetnici racionalno procjenjuju tržišne prilike i donose odluke na temelju očekivanih koristi. Na toj se podlozi razvija snažna emocionalno-identitetska dimenzija (tema 2) u kojoj se poduzetništvo doživljava kao osobni poziv, djelujući kao pokretač inovativnih prilagodbi.

Ova se unutarnja motivacijska jezgra nadopunjuje mrežom društvenih, profesionalnih i obiteljskih resursa (tema 3) koji pružaju podršku i sigurnost, pretvarajući individualne namjere u održive poduzetničke prakse. Cjelokupni proces odvija se unutar političkog i gospodarskog okvira (tema 4) koji istodobno ograničava i potiče promjene, usmjeravajući poduzetnike prema pragmatičnim strategijama preživljavanja i rasta. Takva konfiguracija pokazuje da se u IŽ namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje kao spoj refleksivne analize, kreativnog samoostvarenja i prilagodbe institucionalnim pravilima tržišne igre.

5.3.4.3. Vukovarsko-srijemska županija

Prikaz procesa definiranja i imenovanja konačnih tema za VSŽ moguće je pronaći u Tablici 34 u nastavku teksta.

Tablica 34. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Tema 1 VSŽ: „Znaš što tržište traži”: Samoučinkovitost u procjeni tržišnih mogućnosti	
Kodovi	
Očekivanja poduzetničkog ishoda	
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	
Samoučinkovitost	
Granice	
Tema obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i koristi te vlastitih kapaciteta, uključujući anticipaciju tržišnih ishoda i samouvjerenost u kompetencije potrebne za promjenu gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).	
Definicija	
Ova tema prikazuje racionalni i analitički okvir kroz koji poduzetnici procjenjuju tržišne prilike, vlastite kompetencije i očekivane ishode namjere promjene gospodarske djelatnosti. Očekivanja poduzetničkog ishoda djeluju kao predviđanje potencijalne koristi i rizika, dok percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost predstavlja aktivnu orijentaciju prema otkrivanju tržišnih praznina i trendova. Samoučinkovitost povezuje ta saznanja s	

unutarnjim uvjerenjem o vlastitoj sposobnosti provedbe promjene, čime se racionalna analiza pretvara u izvedivu namjeru. Ispitanici pokazuju visoku razinu pragmatičnog razmišljanja i tržišne orijentacije, pri čemu odluke donose na temelju kombinacije iskustva, znanja i realne procjene mogućnosti. Ova kognitivna struktura omogućuje im da uoče prilike i u uvjetima ograničenog tržišta, dok vjerovanje u vlastite kapacitete smanjuje doživljaj rizika. Na taj način namjera promjene gospodarske djelatnosti u ovoj temi proizlazi iz spoja racionalne kalkulacije, iskustvene budnosti i unutarnje kompetentnosti. Jedan ispitanik ilustrativno ističe:

Vidim što tržište traži i znam da to mogu ponuditi bolje od drugih. Tu je bila namjera.
(I19)

Tema 2 VSŽ: „To mora imati smisla za mene”: Vrijednosna motivacija i adaptivna otpornost u poduzetničkom djelovanju

Kodovi

Vrijednosti
Percipirana poželjnost
Subjektivne norme
Prihvatanje neizvjesnosti
Otpornost
Proaktivnost
Inovativnost
Motivacija
Potreba za autonomijom
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života

Granice

Tema obuhvaća emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse koji omogućavaju oblikovanje i održavanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i koristi te vlastitih kapaciteta (Tema 1), mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Tema prikazuje emocionalno-identitetsku jezgru poduzetničkog djelovanja, u kojoj se motivacija i otpornost temelje na vrijednostima, normama i osjećaju smisla. Vrijednosti čine temelj osobne orijentacije prema radu i poštenju, dok percipirana poželjnost izražava procjenu koliko je promjena gospodarske djelatnosti usklađena s individualnim idealima i

društvenim očekivanjima. Subjektivne norme pokazuju utjecaj obitelji, zajednice i šireg društva koji često definiraju što se smatra prihvatljivim ili poželjnim djelovanjem. Prihvatanje neizvjesnosti označava spremnost da se promjena prihvati unatoč rizicima, a otpornost i proaktivnost omogućuju dosljedno djelovanje i prilagodbu. Inovativnost se pojavljuje kao oblik kreativnog odgovora na ograničenja, dok motivi i potreba za autonomijom potiču unutarnji osjećaj kontrole i slobode u donošenju odluka. Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života povezuje racionalne i emocionalne aspekte, ističući potrebu za održivim i smislenim poslovnim ritmom. Ova tema prikazuje kako se poduzetništvo doživljava kao moralno i egzistencijalno ukorijenjena praksa u kojoj namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz integracije osobnih vrijednosti, emocionalne stabilnosti i prilagodljivog djelovanja. Jedna ispitanica naglašava:

Nisam namjeravala promjenu da bih zaradila više, nego da sve što radim ima smisla. Da se mogu pogledati u ogledalo, biti sa svojom djecom i biti mirna. (I21)

Tema 3 VSŽ: „Imati temelj znači imati sigurnost”: Obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi kao temelj poduzetničke podrške

Kodovi

Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije
Prethodno radno iskustvo
Socio-demografske karakteristike
Obitelj i prijatelji

Granice

Tema obuhvaća mikro- i mezorazine resursa i podrške, uključujući obiteljske, profesionalne i socijalne mreže koje omogućuju oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i koristi te vlastitih kapaciteta (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), niti makroinstitucionalne uvjete (Tema 4).

Definicija

Ova tema prikazuje kako obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi djeluju kao međusobno povezani izvori sigurnosti, znanja i opravdanja u procesu promjene gospodarske djelatnosti. Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije pridonose razumijevanju tržišnih mehanizama, dok prethodno radno iskustvo omogućuje realniju procjenu izvedivosti i lakše prepoznavanje poslovnih mogućnosti. Socio-demografske karakteristike, uključujući dob, obiteljski status i lokalnu ukorijenjenost, oblikuju percepciju rizika i dostupnost podrške.

Obitelj i prijatelji predstavljaju ključni emocionalni i operativni oslonac, djelujući kao sigurnosna mreža i izvor povjerenja. Ovi se resursi međusobno nadopunjuju: obrazovanje jača profesionalnu kompetentnost, iskustvo gradi kredibilitet, a obiteljska podrška osigurava psihološku stabilnost. U tom kontekstu, namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi iz impulzivnog djelovanja, već iz osjećaja pripremljenosti i uporišta u stečenim znanjima i iskustvima. Tema ukazuje da sigurnost nije samo materijalna, već i simbolička kategorija, odnosno rezultat osjećaja da pojedinac ima čvrst temelj znanja, iskustva i podrške na kojima može graditi novu poslovnu orijentaciju. Jedna ispitanica sažima:

Znaš tko si i što znaš. To ti daje sigurnost da kreneš, jer ideš u nepoznato. (I17)

Tema 4 VSŽ: „Prilagodi se da opstaneš”: Strukturne prepreke i poticaji

Kodovi

Distanca moći
Formalni propisi
Percepcija gospodarske i političke klime
Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Granice

Tema obuhvaća makroinstitucionalne uvjete koji oblikuju prostor mogućnosti i ograničenja za poduzetničko djelovanje. Ne obuhvaća kognitivne procese procjene tržišnih prilika i koristi te vlastitih kapaciteta (Tema 1), emocionalno-identitetske motive i psihološke resurse (Tema 2), niti mikro- i mezorazine resursa i podrške (Tema 3).

Definicija

Tema prikazuje makroinstitucionalni kontekst u kojem se oblikuje poduzetnička prilagodba, obilježen strukturnim ograničenjima i promjenjivim tržišnim uvjetima. Distanca moći odražava percepciju neravnopravnih odnosa između poduzetnika i institucija, pri čemu dominacija većih gospodarskih subjekata i političkih struktura stvara osjećaj ograničene kontrole. Formalni propisi djeluju kao nefleksibilni administrativni mehanizmi koji povećavaju troškove prilagodbe, dok percepcija gospodarske i političke klime oblikuje svijest o trajnoj nesigurnosti i potrebi za oprezom. Navedeni se uvjeti jasno očituju kroz pokazatelje gospodarske djelatnosti, osobito u promjenama zaposlenosti, potražnje i dostupnosti resursa. Iako ovi faktori predstavljaju prepreke, oni istodobno potiču razvoj strategija prilagodbe kroz redefiniranje poslovnih modela, diverzifikaciju aktivnosti i inovativne odgovore na nestabilnosti. Ispitanici pokazuju izrazitu sposobnost prilagodbe, interpretirajući institucionalna ograničenja kao izazov koji zahtijeva transformaciju. Tema

tako prikazuje poduzetničku otpornost kao odgovor na strukturne neravnoteže, pri čemu se namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje kroz stalno usklađivanje između institucionalne stvarnosti i vlastite strategije preživljavanja. Jedan ispitanik rezimira:

Ne možeš promijeniti okolinu u kojoj djeluješ, ali možeš promijeniti svoj smjer. To ti je jedini način da preživiš. (I20)

Tematska konfiguracija u VSŽ, prikazana Tablicom 34 na prethodnim stranicama, otkriva proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti koji se temelji na racionalnom promišljanju, vrijednosnoj orijentaciji i prilagodbi institucionalnim uvjetima. Kognitivno-analitička dimenzija (tema 1) predstavlja početnu fazu procesa u kojem poduzetnici realno i samouvjereno procjenjuju tržišne prilike i vlastite sposobnosti. Na toj se osnovi razvija emocionalno-identitetska struktura (tema 2) koja stvara moralni i psihološki okvir za djelovanje. Taj unutarnji sklop nadopunjuje se mrežom znanja, iskustva i socijalne podrške (tema 3) koja pruža stabilnost za provedbu namjere promjene. Cjelokupni proces odvija se unutar političkog i gospodarskog okruženja (tema 4), koje, iako restriktivno, potiče prilagodbu i inovativne odgovore na krizu. Općenito, rezultati pokazuju da se u VSŽ namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika razvija kao promišljen proces utemeljen na iskustvu, vrijednostima i otpornosti te u kojem prilagodba okolini postaje pokazatelj osobne i profesionalne snage.

Završna faza refleksivne tematske analize u sve tri županije rezultirala je stabilnim i usporedivim skupom od četiri tematske cjeline:

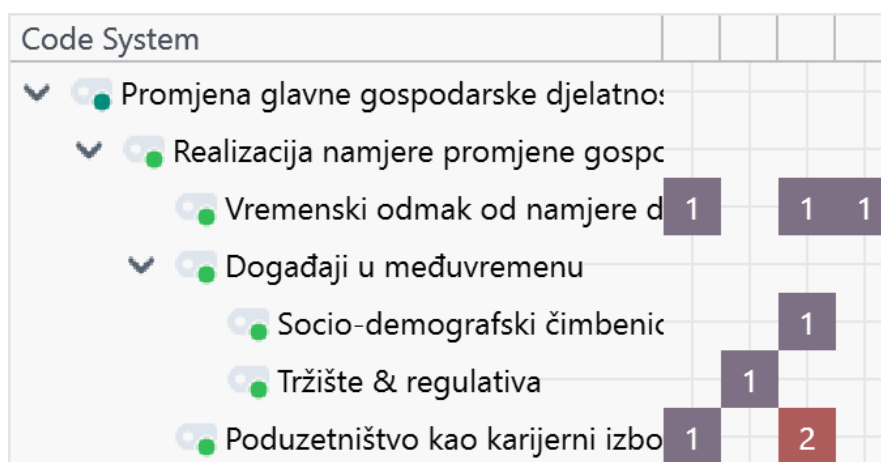
1. kognitivna procjena tržišnih mogućnosti,
2. emocionalno-identitetska motivacija,
3. resursna osnova utemeljena na znanju i podršci te
4. makroinstitucionalni kontekst.

Ove dimenzije odnose se na proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika koji se u svim županijama razvija kroz dinamični međuodnos racionalnih procjena, unutarnjih vrijednosti, resursne podrške i institucionalnih uvjeta.

5.3.5. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti

Za razliku od prvog dijela polustrukturiranog intervjua, usmjerenog na čimbenike koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, drugi je dio obuhvatio vremensko razdoblje između same namjere i njezine provedbe. Analiza pokazuje da su se ispitanici na ovaj segment intervjua osvrnuli u manjoj mjeri, što je rezultiralo skromnijim opsegom podataka i koncentracijom na nekoliko ključnih čimbenika.

Funkcija *Code Matrix Browser* korištena je i u ovom slučaju za usporedbu distribucije kodova među županijama (Slike 27, 28 i 29 na sljedećim stranicama), dok su sažetci izrađeni pomoću funkcija *Summary Grid* (primjer pružen [Slikom P12](#) u Prilogu doktorskog rada) i *Summary Tables* (primjer pružen [Slikom P13](#) u Prilogu doktorskog rada) poslužili kao polazište za prepoznavanje dominantnih obrazaca i varijacija u navodima.



Slika 27. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Zadarskoj županiji

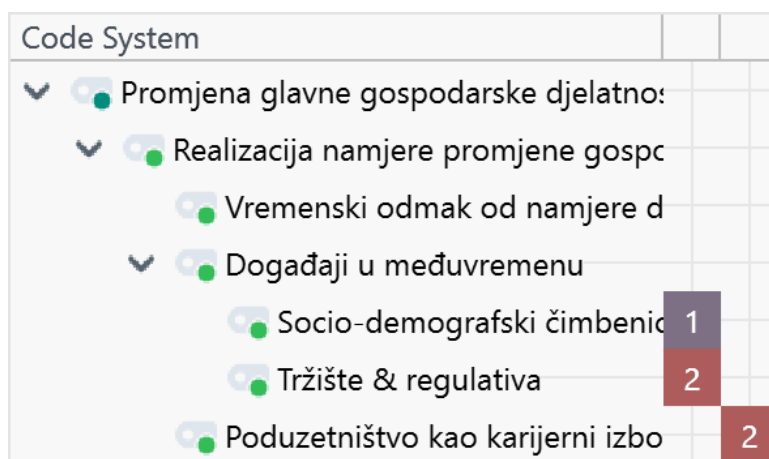
Izvor: samostalna obrada autora

Iz Slike 27 vidljivo je da su ispitanici u ŽŽ izdvojili četiri čimbenika koji osvjetljavaju provedbu namjere:

1. Vremenski odmak od namjere do promjene: vremenski odmak od namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika do njezine provedbe bio je kratak, što ukazuje na visoku razinu spremnosti, jasno definirane preduvjete te povoljne okolnosti koje su omogućile brzu tranziciju. U nekim primjerima promjena je provedena gotovo odmah nakon što su se ispunili vanjski ili osobni preduvjeti, dok je u drugim primjerima

promjena provedena uz visoku administrativnu i operativnu učinkovitost, pri čemu su prepreke bile minimalne.

2. Socio-demografski čimbenici: u slučaju jednog ispitanika obiteljska situacija, konkretno stjecanje diplome supruga/supruge predstavljalo je ključni trenutak koji je omogućio preregistraciju djelatnosti, pri čemu nije bilo drugih prepreka ni vanjskih ograničenja.
3. Tržište i regulativa: provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti u jednom je slučaju bila oblikovana kombinacijom tržišnih i regulatornih čimbenika. Promjena je inicirana na prijedlog knjigovođe, koji je na temelju rasta prometa i nesklada između stvarne i registrirane djelatnosti preporučio formalnu prilagodbu. Ipak, unatoč jasno prepoznatoj potrebi i namjeri o promjeni, sam je postupak bio produljen zbog administrativnih prepreka, složenih procedura i straha od mogućih inspekcijskih posljedica, što je rezultiralo odgodom formalne preregistracije unatoč faktičnom prelasku u novu djelatnost.
4. Poduzetništvo kao karijerni izbor: Ispitanici pokazuju visoku razinu afirmacije poduzetništva kao poželjnog karijernog izbora ističući ga kao priliku za profesionalnu autonomiju, tržišno vrednovanje vlastitih znanja te održivost unatoč promjenama gospodarske djelatnosti. Poduzetništvo se percipira kao fleksibilni okvir koji omogućuje kontinuiranu prilagodbu, pri čemu promjena djelatnosti nije prepreka, već funkcionalna strategija za očuvanje poslovne vitalnosti.

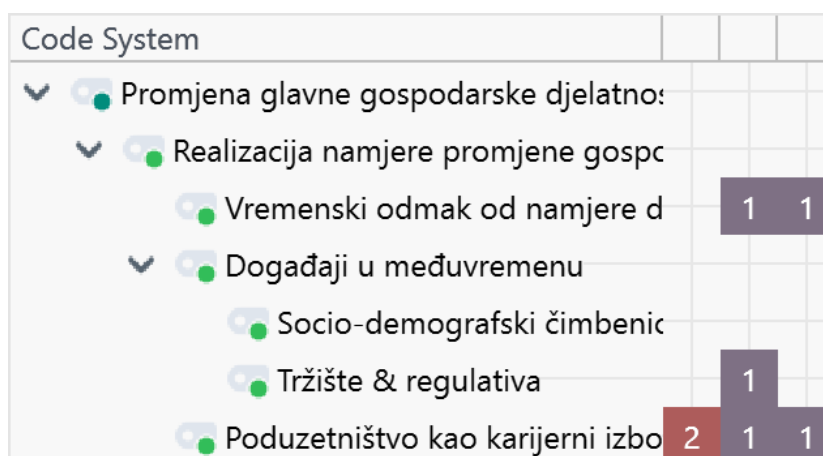


Slika 28. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Istarskoj županiji

Izvor: samostalna obrada autora

Slika 28 ukazuje da su ispitanici u IŽ istaknuli slične čimbenike koji su utjecali na provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti kao i u prethodno analiziranoj županiji, no pritom se nisu osvrtni na vremenski razmak između oblikovanja namjere i njezine provedbe:

1. Socio-demografski čimbenici: iako ispitanik nije izravno spominjao uobičajene sociodemografske čimbenike poput dobi, spola ili roditeljskog statusa, njegov opis obiteljske i poslovne situacije upućuje na to da su svakodnevne obveze imale utjecaj na provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti.
2. Tržište i regulativa: kao i u ZŽ, iskustvo ispitanika pokazuje dvojaku ulogu tržišnih i regulatornih čimbenika pri provedbi namjere promjene gospodarske djelatnosti. Promjena je potaknuta zahvaljujući brzom i stručnoj pomoći knjigovođe, međutim, provedba je bila usporena zbog administrativnih prepreka, uključujući odbijanje dokumentacije od trgovačkog suda zbog neadekvatnog imena poduzeća, što je produljilo proces preregistracije.
3. Poduzetništvo kao karijerni izbor: ispitanik opisuje poduzetništvo kao vlastiti karijerni izbor, preporučujući ga bez zadržke široj populaciji. Kratke, ali odlučne izjave signaliziraju visoku razinu osobnog zadovoljstva i afirmacije vlastitog poduzetničkog puta.



Slika 29. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Vukovarsko-srijemskoj županiji

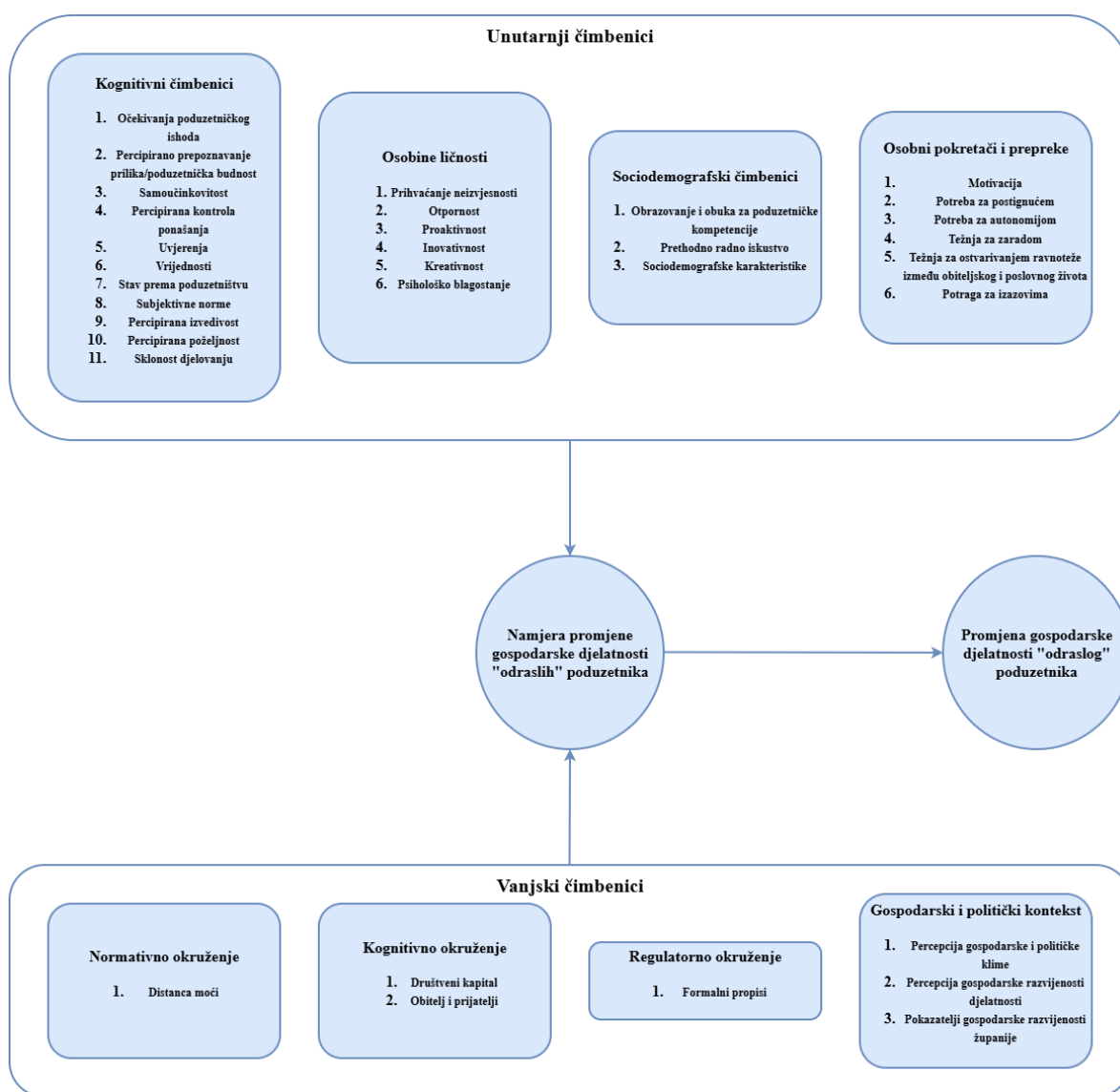
Izvor: samostalna obrada autora

Slikom 29 prikazano je da su ispitanici u VSŽ također izdvojili neke od čimbenika utjecaja na provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti:

1. Vremenski odmak od namjere do promjene: vremenski odmak između namjere i konkretne promjene gospodarske djelatnosti među ispitanicima varira, pri čemu se prepoznaju dva temeljna obrasca. U slučaju brze provedbe, promjena je provedena unutar nekoliko tjedana, što ukazuje na visoku razinu odlučnosti, prethodnu pripremljenost i odsustvo vanjskih prepreka. Suprotno tomu, drugi ispitanik svjedoči o duljem vremenskom razdoblju, koji je protekao između namjere i provedbe promjene (i do godinu dana), što upućuje na oprezniji i promišljeniji pristup.
2. Tržište i regulativa: u slučaju jedne ispitanice provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti doživljena je operativno jednostavnom zahvaljujući kombinaciji povoljnog regulatornog okvira i organizacijske fleksibilnosti karakteristične za male poslovne subjekte.
3. Poduzetništvo kao karijerni izbor: stavovi ispitanika pokazuju značajnu raznolikost, reflektirajući različita osobna iskustva. Dok neki ispitanici naglašavaju da se odluka o ulasku u poduzetništvo mora temeljiti na introspektivnoj procjeni vlastitih sposobnosti, drugi otvoreno izražavaju skepticizam i negativna iskustva, smatrajući poduzetništvo neodrživim bez iznimne ideje ili tržišne prednosti. Istovremeno, prisutni su i pozitivni stavovi koji poduzetništvo vide kao put prema profesionalnoj autonomiji i osobnom razvoju uz uvjet postojanja jasne vizije i spremnosti na preuzimanje rizika.

5.4. Rasprava rezultata istraživanja

Analizom empirijskih podataka prikupljenih polustrukturiranim intervjuima dokazano je da na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika utječe kombinacija unutarnjih (osobnih) i vanjskih (situacijskih) čimbenika. Ti čimbenici su u velikoj mjeri usklađeni s validiranim konceptualnim okvirom razvijenim u prethodnoj fazi istraživanja, prikazanim na [Slici 11](#). Slika 30 prikazuje konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika koji je testiran među objektima istraživanja.



Slika 30. Konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Izvor: samostalna obrada autora

Dominacija unutarnjih čimbenika u odnosu na vanjske djelomično proizlazi iz njihove veće zastupljenosti u validiranom konceptualnom okviru. Također, dominacija unutarnjih čimbenika sugerira da namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika proizlazi prvenstveno iz unutarnjih motiva i percepcija, a ne iz izravnih vanjskih pritisaka. Navedeno je usklađeno s nalazima znanstvenih istraživanja koja se usredotočuju na proučavanje čimbenika utjecaja na poduzetničku namjeru, odnosno namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata (Hou i sur., 2018; Jeger, 2013). Takav obrazac odražava dokazane teze o aktivnoj ulozi pojedinca u poduzetničkom procesu te važnosti osobnih spoznaja, iskustava i motivacije u interpretaciji vanjskih okolnosti (Carlsson i sur., 2013; Koellinger, 2008; Rauch i Frese, 2007; Shane, 2003; Mitchell i sur., 2002; Shane i Venkataraman, 2000; Simon i sur., 2000; Gartner, 1988). Istodobno, značajna prisutnost vanjskih čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika ukazuje da se osobne procjene ne razvijaju u vakuumu, nego u interakciji s institucionalnim kontekstom. Navedeno je također potvrđeno brojnim prethodnim istraživanjima kojima se ističu okolnosti koje određuju ponašanje i ulogu pojedinaca u poduzetničkom procesu i ekosustavu (Singer i sur., 2024; Autio i sur., 2018; Spigel, 2017; Stam, 2015; Isenberg, 2011; Welter i Smallbone, 2011; Aidis i sur., 2008; Wong, 2005; Gartner, 1985).

Na unutarnjoj razini jedan od najizraženijih čimbenika odnosi se na percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost kao oblik kognitivne osjetljivosti na promjene u okruženju. Rezultati pokazuju da su ispitanici skloni rekontekstualizaciji prilika, odnosno reinterpretaciji postojećih resursa i znanja radi njihova usklađivanja s novim tržišnim mogućnostima. To ilustrira izjava ispitanika:

Napišem oglas za dvije spremačice, meni se javi 60 osoba. I onda me kolege s mora zovu, daj, pošalji mi. Kažem ja, ne mogu ju ja poslati tebi nego otvaram agenciju za privremeno zapošljavanje i na taj način šaljemo ljude na more. (I19)

Ovakvi primjeri potvrđuju važnost sposobnosti prepoznavanja i procjene isplativih ideja kao ključne sastavnice inovativnosti i poduzetničkog djelovanja (Ardichvili i sur., 2003). Ispitanici tu inovativnost često manifestiraju kroz djelovanje na nezasićenim tržištima, što je vidljivo iz sljedećeg navoda:

Dakle, postoje trgovine da se može nešto kupiti. A da dobijete potpuno savjetovanje, instalaciju toga - toga u Istri nema. Barem što smo mi primijetili. Ja sam, dok sam bio u Rijeci još, kad sam preuzeo firmu sam tamo taj dio odrađivao, ali stalno me vukla ta

Istra jer sam od tuda i stalno me vuklo jer tu nema nitko. Imaju nekakvi tzv., ali to nije to. (I8)

Ova izjava pokazuje da se percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost često izražava kroz uvid u tržišne praznine, što je u skladu s nalazima Širec i Močnik (2017). Ove autorice ističu da su inovativni „odrasli“ poduzetnici skloniji djelovanju u manje konkurentnim okruženjima. Također, prepoznavanje prilika u istraživanju spomenutih autorica često proizlazi iz iskustvenog znanja akumuliranog u prethodnim poslovnim fazama, što potvrđuje i sljedeći navod:

Ajmo reći da sam i pretpostavila da će to biti jer u djelatnosti u kojoj sam ja radila punih 15 godina, radila sam za [naziv] kao njihov prodajni predstavnik za poslovni segment za Dalmaciju. I oni su polako počeli zatvarati poslovnice jer se sve prebacuje na online. Ja sam rekla, ljudi moji, mi za par godina nećemo uopće imati trgovine klasične, sve će ići online. A s tim će rasti i, znači, i sama usluga prijevoza. I sad se to ispostavilo tako da je to bilo nekakvo, ajmo reći, predznanje. (I2)

Takva iskustva omogućuju „odraslim“ poduzetnicima da procjenjuju održivost postojećih djelatnosti i prepoznaju nove razvojne mogućnosti, što potvrđuju i nalazi Calvo i sur. (2024), koji naglašavaju ulogu prethodnog iskustva i znanja iz socijalnih mreža poduzetnika u procesu identifikacije prilika. U pojedinim slučajevima, međutim, prilike nisu bile spontano uočene već aktivno tražene u razdobljima smanjene poslovne aktivnosti:

Mislim, to je taj period zime, ne radiš puno, surfaš po onom internetu, gledaš što radiš. (I6)

Ovaj jednostavan iskaz prikazuje percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost kao proces aktivnog traganja za novim mogućnostima, što je u skladu s uvidima istraživanja Grégoirea i sur. (2011), koji poduzetničko odlučivanje objašnjavaju kao kombinaciju automatskih i refleksivnih kognitivnih mehanizama. U kontekstu ovog doktorskog rada dokazano je da percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost predstavlja ključni kognitivni čimbenik koji povezuje iskustvo, znanje i razumijevanje tržišta s namjerom promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

Među kognitivnim čimbenicima koji značajno utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti posebno se ističu očekivanja poduzetničkog ishoda. Ovaj čimbenik obuhvaća predviđanje mogućih posljedica promjene djelatnosti, bilo u vidu dobitaka poput većeg prihoda, veće autonomije, itd. ili mogućih gubitaka poput stresa, rizika i neizvjesnosti. Time se ističe važnost kognitivnog procesa predviđanja, odnosno procjene vjerojatnosti i mogućih

ishoda vlastitih poduzetničkih odluka i namjera. Takvo predviđanje, kao što ističu Lent i sur. (2002), oblikuje motivaciju za prepoznavanje i iskorištavanje prilika povezanih s pozitivnim ishodima. Ispitanici su očekivanja najčešće povezivali s financijskim koristima, primjerice:

Mogućnost se otvarala kroz dizajniranje interijera da se na neki način nešto upriliči i zaradi. (I1)

Ipak, kod istog se ispitanika očituje i šire razumijevanje ishoda, koje uključuje prijenos poslovanja na sljedeću generaciju:

Danas-sutra će možda opet biti nekakva doregistracija, možda će se danas-sutra moja kćer početi baviti s tim pa će možda ona preuzeti čitavo poslovanje. (I1)

Takvi navodi upućuju na promišljanje o budućnosti kojim „odrasli“ poduzetnici procjenjuju moguće ishode prema vlastitim ciljevima i raspoloživim resursima. Njihova očekivanja proizlaze iz prethodnog iskustva i tržišnog znanja koji omogućuju realističnije procjene i smanjenje subjektivnog rizika, u skladu s nalazima Ranabahua i Barretta (2020) te Ayale Calvo i Manzana Garcíe (2010). O tome svjedoči i izjava:

Pa ja sam znala da je to potrebno. Postoji konzultantska industrija, postoji u tom području, ali ima i puno ponude i potražnje. A što se tiče ponude tih usluga, ima tu dosta i nestručnosti koja se nudi, a ja sam imala znanje tako da sam ja onda u to zbog toga krenula. (I16)

Očekivanja poduzetničkog ishoda oblikuju motivacijski okvir unutar kojeg se razvija namjera promjene gospodarske djelatnosti, djelujući kao poveznica između spoznaje i djelovanja te povezujući promišljanje o budućnosti s pripremom za konkretan poduzetnički korak. Ovaj je čimbenik važan jer ukazuje na to da namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi samo iz uočenih prilika, već i iz načina na koji poduzetnici procjenjuju vlastite izgleda za uspjeh i prihvaćaju rizik. Time je dokazano da kognitivna dimenzija poduzetničkog promišljanja ima presudnu ulogu u pretvaranju mogućnosti u stvarnu namjeru djelovanja.

Kada je riječ o osobinama ličnosti kao unutarnjem čimbeniku koji utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika posebno se ističe proaktivnost. Ona je usko povezana s ranije opisanim prepoznavanjem prilika/poduzetničkom budnošću te odražava spremnost pojedinca da djeluje prije nego što okolnosti to zahtijevaju. U iskazu jedne ispitanice jasno se očituje prijelaz od uočavanja izazova prema inicijativi za djelovanje:

I dobro je to išlo. Ali opet sam ja tražila kako uz taj proizvod, što bih radila još nešto. Nije dovoljno raditi samo jedan proizvod. Iako je, kažem, to dobro išlo. (I21)

Ovaj navod prikazuje fazu prijelaza od spoznaje o potencijalnim ograničenjima postojećeg poslovnog modela te izražava potrebu za njegovim proširenjem, pri čemu svijest o nužnosti diversifikacije postaje poticaj za namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Takvo ponašanje je u skladu s definicijom proaktivnosti kao anticipativnog i samoinicijativnog djelovanja (Crant, 1996). Proaktivnost se u iskazima ispitanika prepoznaje i kao oblik preventivnog djelovanja usmjerenog na izbjegavanje neželjenih posljedica. Jedna od ispitanica navodi:

I ja sam to, ono, odlučila presjeći. Jednostavno ne ide i to je to. Idemo dalje. Idemo nešto novo. (I2)

Ova odluka odražava svjesno preuzimanje kontrole nad nepovoljnom poslovnom situacijom i usmjeravanje prema promjeni s ciljem sprječavanja daljnjeg nazadovanja poslovanja. Takav pristup potvrđuje nalaze Ácsa i sur. (2010), prema kojima proaktivnost u zrelijim fazama poduzetničkog procesa predstavlja ključni poticaj rasta i tržišnog pozicioniranja. Pritom se proaktivnost ne ograničava samo na rješavanje postojećih problema, već uključuje i aktivno oblikovanje budućnosti. Jedan od ispitanika navodi:

Njezini roditelji su stariji ljudi. Oni ne žele dalje, ne žele naprijed. Mi, nazvat ću sebe mladi, uvijek imamo nešto novo i probali bi nešto napraviti naprijed i tu sam odlučio, ovoga, se maknuti. (I8)

Ovakav iskaz odražava proaktivnost kao unutarnju potrebu za napretkom, temeljenu na uvjerenju da budućnost ovisi o vlastitoj inicijativi. Time se potvrđuju nalazi Kiyaboa i Isage (2020) prema kojima „odrasli“ poduzetnici ostvaruju rast i konkurentsku prednost kada proaktivnost, inovativnost i spremnost na rizik djeluju kao međusobno povezani čimbenici diferencijacije. Proaktivnost se, stoga, pokazuje kao osobina ličnosti koja povezuje spoznaju o promjenama s voljom za djelovanjem, čime se objašnjava proces u kojem osobni poticaji prerastaju u namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Među unutarnjim čimbenicima koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti važnu ulogu imaju socio-demografski čimbenici, a među njima se posebno izdvaja prethodno radno iskustvo. Ono, iako ne mora biti poduzetničke naravi, omogućuje stjecanje specifičnog znanja, razvoj poslovnih mreža i dublje razumijevanje tržišnih mehanizama, čime povećava percipiranu izvedivost poduzetničkog ponašanja (Liguori i sur., 2018; Ucbasaran i sur., 2008; Colombo i Grilli, 2005). Takvo djelovanje jasno je prepoznatljivo u iskazu ispitanice koja navodi:

I onda sam se ja razmišljala da se prebacim na tu jednu drugu vrstu usluge, gdje bi moja firma bila, ajmo reći, ono, sve što god nekome treba. Za sva ta neka spajanja,

kontakte, promociju. Zapravo za sve ono što sam ja do sada radila, u čemu imam iskustva, što radim vrhunski. (I15)

Ovim je navodom dokazano da prethodno radno iskustvo stvara temelj za reinterpretaciju vlastitih znanja i njihovu prilagodbu novim poslovnim mogućnostima. U nekim slučajevima to iskustvo proizlazi iz formalnih zaposlenja, primjerice:

Poanta moje namjere bila je ta što sam se ja specijalizirala u tome. Znači, ja sam radila u jednom velikom računovodstvenom uredu gdje sam ja radila neprofitne, proračune, itd. (I4)

No, kod drugih se ispitanika radno iskustvo oblikovalo i kroz neformalne načine učenja i prakse, što pokazuje i sljedeći navod:

Taj period od srednje škole, pa praktički i vrijeme fakulteta sam radio na baušteli. Klesanje kamena, zidanje kompletno, opločnici... To je jedno znanje koje se godinama, ono, akumuliralo. (I6)

Ovi primjeri potvrđuju nalaze Calvo i sur. (2024), prema kojima akumulirano iskustvo omogućuje „odraslim“ poduzetnicima da aktivno procjenjuju održivost postojećih djelatnosti. Sukladno tome, mogu prepoznati i mogućnosti za promjenu. Dodatno, iskustvo pridonosi razvijanju razboritosti i kontrole rizika, što ilustrira sljedeći navod:

Svakako treba paziti. Znači, treba paziti na to da upravo ono što od samog starta govorim, da ne trebaš srljati u prevelike izazove. (I2)

Ovakvo promišljanje potvrđuje rezultate Pobletea (2018), koji ističe da „odrasli“ poduzetnici u planiranju rasta poduzetničkog pothvata pokazuju sklonost racionalnom procjenjivanju i postupnom pristupu. Činjenica da takav stav izražava ispitanica, a ne ispitanik, podudara se s nalazima Robichauda i sur. (2007), prema kojima se uspjeh „odraslih“ poduzetnica često temelji upravo na profesionalnom i životnom iskustvu. Prethodno radno iskustvo, dakle, pokazuje se kao važan oblik kognitivnog i praktičnog kapitala koji „odraslim“ poduzetnicima omogućuje da namjeru promjene gospodarske djelatnosti ne doživljavaju kao rizik, već kao priliku za primjenu i proširenje već stečenih kompetencija.

U sklopu osobnih pokretača i prepreka namjere promjene gospodarske djelatnosti, ispitanici su najčešće isticali motivaciju kao složen čimbenik koji se očituje kroz djelovanje potaknuto prilikom ili nuždom. Takva podjela, prepoznata u brojnim istraživanjima (Laguía i sur., 2022; Zhang i Ács, 2018; Arrighetti i sur., 2016; Wong i sur., 2005), potvrđena je i u ovom doktorskom radu. Dok neki ispitanici ističu prisilu kao dominantan poticaj te ističu kako je na

njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti utjecala „Sila, ništa drugo.“ (I5), drugi svoju namjeru promjene gospodarske djelatnosti tumače kroz prizmu ograničenih mogućnosti:

I razmatrajući mogućnosti, okolnosti, shvatiš da nemaš kaj. I onda sam iz vlastitih sredstava napravio nekakvu infrastrukturu u smislu građevinske operative. (I11).

S druge strane, dio ispitanika prepoznaje motivaciju iz prilike, što ilustrira izjava ispitanice:

Prepoznali smo tu priliku, znači, zašto bi netko sa strane? Na koncu konca, on bi bio ostao bez posla. I zašto ne? Idemo sad mi u to i tako smo, ovoga, razvili namjeru za otići u tu djelatnost. (I4)

Ova podjela između djelovanja iz prilike i iz nužde vidljiva je i u razmišljanju jednog ispitanika koji, iako nije upoznat s teorijskom i znanstveno utemeljenom razlikom među motivacijskim čimbenicima, ističe sljedeće:

Mislim da postoje tri glavna razloga zašto se to događa. Jedan je, ne znam točne nazive i kako bih to nazvao, ali bih rekao, ovako, prisila. Druga je prilika, a treća je, ono, ne znam kako bih rekao, osobno zadovoljstvo nekakvo, i tako dalje. (I19)

Ovim se navodom dokazuje da se motivacija „odraslih“ poduzetnika ne može svesti isključivo na termine ekonomske nužde ili prepoznavanja prilika, već uključuje i šire dimenzije osobnog značenja i zadovoljstva. U skladu s GEM tipologijom (Singer, 2024), poduzetništvo temeljeno na prilikama odražava dobrovoljno djelovanje usmjereno na iskorištavanje tržišnih mogućnosti najčešće s ciljem ostvarivanja promjene u svijetu, povećanja prihoda ili nastavka obiteljske tradicije. S druge strane poduzetništvo iz nužde javlja se u situacijama ograničenih alternativa, primjerice nakon gubitka posla. Na temelju ove razlike brojnim je istraživanjima proučavan način na koji motivacijske pobude utječu na ponašanje „odraslih“ poduzetnika. Primjerice, Širec i sur. (2025) navode kako su motivi egzistencijalne nužde povezani s većim strahom od neuspjeha i nižim razvojnim ambicijama, o čemu svjedoči izjava jednog ispitanika koji navodi:

Što se mene tiče, mene su uvijek, kao i sve, interesirali šoldi. Ja sam sitan bio, uvijek, i sitan sam danas. Znači, sve iz vlastitih sredstava. (I13)

Suprotno tome, pojedini ispitanici svjedoče o pomaku prema motivima samoostvarenja i ravnoteže između poslovnog i privatnog života:

Tu nije bilo ništa slično. I tako sam se ja onda upustila u jednu takvu avanturu gdje se to pokazalo jako dobro. [...] Najava je bila godinu dana da ću još to raditi. Svima sam rekla da godinu dana još radim i onda ću polako izaći iz toga. U međuvremenu, tih godinu dana, tražila sam nešto drugo što mogu raditi sama. Doslovno mogu raditi sama. Oslonjena na sebe, na svoje sposobnosti. [...] Da mogu raditi za svoju neku plaću

i da sa tim budem zadovoljna. I da budem kod kuće sa djecom. Evo, to mi je nekako bio fokus. (I21)

Ova izjava pokazuje da novoodabrana djelatnost može imati važnu ulogu u postizanju osobne stabilnosti i ravnoteže između poslovnog i obiteljskog života, pri čemu motivacija postaje sredstvo dugoročne održivosti. Takvi nalazi nadovezuju se na istraživanja Ácsa i sur. (2010), prema kojima se ponašanje „odraslih“ poduzetnika oblikuje interakcijom osobnih karakteristika, kulturnih vrijednosti i dugoročnih strateških orijentacija. U tom je kontekstu važan i sljedeći navod:

Utjecao je najprije moj odgoj iz kuće. Zato što si moj pokojni did i moj pokojni čaća volili raditi, stvarati. Znači, volim stvarati, ali to je obiteljski i to me dan-danas gura da nešto stvaram, da vidim zašto živim. [...] Pa je meni to predstavljalo zadovoljstvo da ne zatvaram firmu koja je 10, 12, 15 godina zdrava. (I1)

Ovaj primjer ilustrira motivaciju proizašlu iz obiteljskih i kulturoloških obrazaca, pri čemu se namjera promjene gospodarske djelatnosti povezuje s osjećajem kontinuiteta, osobnim zadovoljstvom i željom za očuvanjem poduzetničke tradicije. Motivacija se stoga pokazuje kao ključna spona između osobnih vrijednosti, iskustava i vanjskih okolnosti koje utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i način na koji oni definiraju smisao i svrhu promjene gospodarske djelatnosti.

Od vanjskih čimbenika na normativnoj razini ističe se samo jedan koji utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, pri čemu se taj utjecaj pojavljuje s manjom učestalošću. Riječ je o distanci moći, koja pruža vrijedne uvide u način na koji se namjera promjene oblikuje unutar okvira društvenih vrijednosti, normi i uvjerenja (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000). Ispitanici su često izražavali osjećaj nejednakosti u tržišnim odnosima i percepciju da političke i ekonomske strukture favoriziraju moćnije dionike. Jedna ispitanica navodi:

Jednostavno, kad su veliki igrači to preuzeli, koji su imali i potporu nekakve države, tu smo mi lagano od tog odustali i otvarali si nekakve nove prostore i nešto novo smo radili. Tako je došlo i do te namjere da se prebacimo u današnju djelatnost. (I17)

Ova izjava odražava percepciju tržišne neravnoteže i nejednakog pristupa resursima, pri čemu „veliki igrači“ simboliziraju koncentraciju moći i povlašteni položaj. Time se izražava kritika raspodjele moći i osjećaj bespomoćnosti ispitanice u odnosu na sustav koji bi joj trebao omogućiti podršku u poduzetničkim nastojanjima. Takva percepcija potvrđuje nalaze istraživanja Goela i Nelsona (2023), prema kojima neetične prakse i korupcija predstavljaju

značajnu prepreku razvoju „odraslih“ poduzetnika. Sličan stav iznosi i jedan ispitanik koji tvrdi:

Ali gore su opet neke druge struje. Znaš i sam tko to sve tamo drži. I, naravno, da su oni to tamo dirigirali. Tako da sam ja morao razmišljati o tome da se maknem odande i da promijenim djelatnost. (I5)

Ovim navodom ispitanik izražava osjećaj isključenosti iz procesa odlučivanja, pri čemu distanca moći poprima obilježja institucionalne prepreke koja ograničava njegovu autonomiju i sudjelovanje u procesima donošenja odluka. Takvi se stavovi podudaraju s nalazima Cullena (2020), koji ističe da visoka percepcija distance moći može potaknuti razvoj strategija izbjegavanja ili prilagodbe, ali i ograničiti proaktivno djelovanje „odraslih“ poduzetnika. Nadalje, ovi rezultati pružaju empirijsku potvrdu nalaza Bogatyreve i sur. (2019), koji su potvrdili da upravo visoka razina distance moći otežava provedbu poduzetničkih namjera i smanjuje spremnost na inovativno djelovanje. Distanca moći pokazuje se kao relevantni normativni čimbenik koji ne djeluje izravno na motivaciju „odraslih“ poduzetnika, već posredno, oblikujući njihovu percepciju pravednosti, mogućnosti i granica djelovanja unutar institucionalnog sustava. Konačno, rezultati istraživanja provedenog u ovom doktorskom radu svjedoče kako distanca moći snažno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti jer određuje razinu povjerenja poduzetnika u institucionalno okruženje i njihovu spremnost na prilagodbu unutar postojećih struktura.

U okviru kognitivne dimenzije vanjskog okruženja utjecaj obitelji i prijatelja pokazao se kao jedan od najčešće isticanih čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima. Ova dimenzija ne obuhvaća samo dostupnost znanja, vještina i resursa potrebnih za provedbu poduzetničkih aktivnosti (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000), nego i neposredne oblike podrške, razmjenu iskustava te oblikovanje osjećaja društvene prihvaćenosti poduzetničkog djelovanja. Jedan od najčešćih oblika obiteljske podrške ogleda se u financijskoj pomoći, što ilustrira izjava ispitanika:

I kad se ukazala prilika, mi smo to kupili, zadužili se. Sreća i Bog, ne kod banke, nego kod babe! Inače bi bili davno propali, da nije tako bilo. (I14)

Ova izjava ukazuje na oslanjanje na obiteljske izvore financiranja, što potvrđuje zaključke Ayale Calvo i Manzana Garcíe (2010), prema kojima se poduzetnici često suočavaju s ograničenim pristupom vanjskim izvorima kapitala te su prisiljeni posezati za osobnim ili obiteljskim sredstvima. Međutim, podrška obitelji i prijatelja ne iscrpljuje se samo u materijalnoj dimenziji. Jedna ispitanica ističe:

Moj suprug je radio već, ovoga, u toj branši i jednostavno je došla prilika pa smo i zbog toga namjeravali promijeniti gospodarsku djelatnost. (I2)

Ovaj navod ukazuje na prijenos iskustvenog znanja i mreže kontakata kroz obitelj, što je u skladu s nalazima Bosme i Schutjens (2011), koji su zaključili da pojedinci iz poduzetničkih obitelji ili s bliskim prijateljima poduzetnicima češće internaliziraju poduzetničke vrijednosti i norme. Sličnu važnost obiteljskog kontinuiteta naglašava i sljedeća izjava:

Obitelj kao takva, pošto je to sve začeo moj otac i pružao je svakodnevno vodstvo i pomoć, nismo željeli iseliti. Ostali smo, borimo se pa zato je i došlo do te namjere da promijenimo djelatnost. (I17)

Ova ispitanica promjenu gospodarske djelatnosti interpretira kao način očuvanja obiteljskog poduzetničkog nasljeđa i potvrđivanja međugeneracijskog kontinuiteta. Osim obitelji, važnu su ulogu u namjeri promjene gospodarske djelatnosti kod pojedinaca imali i prijatelji, što dokazuju sljedeći navod:

I, kažem, posložile su se neke stvari. I, dobro, gledaj, znaš, ja sam tada već namjeravao promijeniti djelatnost, ali možda da je netko drugi bio u kafiću, da nije taj moj susjed sjedio tamo, možda bi ja nešto drugo odabrao. (I5)

Ova izjava ilustrira ulogu socijalnih kontakata u prenošenju informacija i prepoznavanju prilika, što potvrđuju nalazi Ucbasarana i sur. (2009), prema kojima bliske mreže poznanika predstavljaju ključan izvor informacija za prepoznavanje i iskorištavanje novih prilika poslovanja. S druge strane, i izostanak podrške može potaknuti promjenu. To dokazuje izjava ispitanika:

Sve je funkcioniralo do prije dvije godine kad već otac i majka nisu mogli baš toliko fizički raditi. Nisu mogli meni pomoći, a toliko je bio obujam posla da ja više nisam mogao sam pa sam morao planirati nešto drugo. (I1)

U tom se kontekstu rezultati uklapaju u nalaze Cullena (2020), koji ističe da prepreke koje se odnose na socijalno umrežavanje (nedostatak obiteljske podrške, izostanak dostupnih izvora mentorstva i drugih poduzetnika) imaju veoma snažne utjecaje na poslovanje „odraslih“ poduzetnika. Zaključno, utjecaj obitelji i prijatelja pokazuje se kao višestruki kognitivni resurs koji istovremeno predstavlja izvor podrške, znanja i identitetskog kontinuiteta, ali i potencijalni poticaj za oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti kada ta podrška izostane.

Učestalo spominjanje formalnih propisa i administrativnih zahtjeva dokazuje važnost regulatornog okruženja kao čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Navodi ispitanika svjedoče o načinu na koji zakoni, fiskalne politike, tržišne

regulative i druge institucionalne intervencije utječu na njihove namjere. Na taj način ovi rezultati pružaju empirijsku potvrdu ranijih istraživanja koja ističu da institucionalno definirane razine formalnog okvira i pravne sigurnosti određuju granice i mogućnosti poduzetničkog djelovanja (Stenholm i sur., 2013; Spencer i Gómez, 2004; Busenitz i sur., 2000). Jedna ispitanica opisuje kako je upravo zakonski okvir bio izravan poticaj za promjenu djelatnosti:

To je bila moja dobra volja jer sam shvatila da velik dio primanja koja imam su zapravo poslovno savjetovanje. Evo ga, vrlo jednostavno. Znači, nije nikad mene ništa natjeralo na to. Jednostavno me zdrava logika natjerala, jer znam, poznajem računovodstvo i poznajem zakon i znam da ako se bavim s nečim što nije prodaja, da nije računovodstvo, da moram promijeniti djelatnost. (I4)

Ovaj primjer pokazuje kako regulatorne norme mogu djelovati kao racionalni mehanizam usmjeravanja poslovnog ponašanja, potičući pojedinca na usklađivanje s propisima. Slično navodi i jedan ispitanik:

Kad sam ja otišao u penziju, onda više nisam mogao držati obrt. I onda smo otvorili firmu. E, sad, kad smo otvorili konobu ja sam mogao ići malo manje na more. Imamo firmu, povećavaš broj ljudi, naravno, i više prihod nije iz faktura prodane ribe nego je iz kase prodanog tanjura. I onda smo na kraju to ugostiteljstvo. Zato je u statistici nama promjena djelatnosti. I ona je de iure promjena djelatnosti, ali de facto nije. (I14)

Ovaj navod pokazuje da promjena gospodarske djelatnosti ponekad može biti formalno-administrativna posljedica zakonskih zahtjeva, a ne nužno rezultat prepoznavanja i iskorištavanja tržišnih prilika. Takvi primjeri potvrđuju nalaze autora poput Pandeya i sur. (2020), van Deldena i sur. (2016) te Christensena (2013), koji upozoravaju na nesklad između formalno registriranih i stvarno dominantnih gospodarskih djelatnosti u okviru klasifikacijskih sustava. U sličnom kontekstu još jedan ispitanik tvrdi:

I u tome smislu smo mi namjeravali promijeniti djelatnost isključivo zato što nam je proizvodnja namještaja, odnosno opremanje objekata, prešla veliku većinu prometa. I zbog boljih poticaja, boljeg ostvarivanja mogućnosti poticanja i povlačenja sredstava iz raznoraznih ministarstava, odnosno EU fondova. Trgovina nam je bila prethodna djelatnost. Mada je za mene djelatnost po NKD-u bitna. Po meni je to isto, ono, ako ste vi u registraciji tvrtke naveli proizvodnju namještaja, trgovinu, OK, kao osnovnu djelatnost, primarnu, sekundarnu... Ali zakon je zakon i mi se moramo prilagođavati tom zakonu. (I20)

Ova izjava ukazuje na pragmatičan odnos prema institucionalnim pravilima. Ispitanik ih prihvaća kao nužan okvir koji, iako nesavršen, omogućava ostvarivanje konkretnih koristi.

Naime, ispitanici nove poslovne prilike u pozadini namjere promjene gospodarske djelatnosti često prepoznaju u pristupu izvorima financiranja, pri čemu se posebno ističe mogućnost financiranja sredstvima iz EU fondova. Tako još jedan ispitanik tvrdi:

Tad se desila potreba da mi to maknemo jer su naši osnovni prihodi stizali iz filma, iz videa. Samim time, natječaji koji su izlazili vani bili su segmentirani samo za filmske djelatnosti. Evo kao što je bio ovaj prošle godine za kreativne industrije gdje se nije mogao svatko prijaviti, osim ako nisi zadovoljavao, u stvari, po NKD-u taj dio. Tako da sam ja osobno, ono, želio to promijeniti jer se tu otvaralo i birokratski jako puno prostora za nekakva financiranja. Nekakvi natječaji, nekakvi EU projekti“ (I9)

Spominjanje uvjeta u ovom kontekstu ukazuje na osviještenost o okolnostima koje omogućuju daljnje poslovne poteze temeljem promjene gospodarske djelatnosti. Osim što su prethodni citati usklađeni sa zaključcima istraživanja Bosme i Schutjens (2011), koji naglašavaju da su za stabilnost i dugovječnost „odraslih“ poduzetničkih pothvata presudni institucionalna kvaliteta i dugoročna stabilnost okruženja, oni dodatno upućuju na širi kontekst razvoja hrvatskog gospodarstva. Naime, potencijal njegova rasta uvelike ovisi o pristupu fondovima EU, što potvrđuju i rezultati ranijih istraživanja (Funda i sur., 2023; Marošević, 2021). No, formalni propisi mogu djelovati i kao ograničavajući čimbenik. Jedan ispitanik navodi:

I u tom trenutku kad imaš ugovore potpisane s, ne znam, jedno 30-40 firmi, govorimo o godinama koje su njima napravile probleme, znači 2008., 2009., mi smo prije otvaranja potpisali ugovore s jedno 40-ak firmi koje bi koristile naše usluge. I dođe vam netko i kaže da ste u banani i sutra te firme više ne mogu koristiti reprezentaciju koju su inače koristile, nego moraju platiti iz svog džepa. I netko tko vam je dolazio na ručak barem jednom tjedno i svaki put na kavu, on vam dođe jednom mjesečno na kavu jer je mora on platiti. Nema više poslovanja, nema više firmi. (I19)

Ovaj navod pokazuje kako nepredvidive regulatorne promjene mogu destabilizirati poslovne odnose i potaknuti namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Time se potvrđuju nalazi Dvoulťýja (2018) i Guerrera i sur. (2021), prema kojima su stabilne institucije, predvidiva fiskalna politika i učinkoviti pravni okviri temeljni preduvjeti uspjeha „odraslih“ poduzetnika. Odnosno, neučinkovitost navedenih potpornih elemenata također utječe na neuspjeh „odraslih“ poduzetnika, potičući namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Regulatorno okruženje pritom se pokazuje kao dvoznačni čimbenik: s jedne strane poticajno djeluje jer usmjerava poduzetnike prema formalnoj usklađenosti i novim oblicima institucionalne podrške, dok s druge strane može imati ograničavajući učinak zbog institucionalne nestabilnosti i

administrativne nepredvidivosti koje nerijetko potiču namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Budući da su pokazatelji gospodarske djelatnosti najčešće spominjan čimbenik među ispitanicima, što prikazuje i [Slika 13](#), može se zaključiti da tržišni kontekst ima snažan utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Ispitanici su najčešće isticali izostanak tržišnih prilika u okviru prethodnih gospodarskih djelatnosti te njihovu prisutnost u novoodabranima kao presudan čimbenik utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Takvi navodi ukazuju na kontinuirano praćenje tržišnih trendova, profitabilnosti i sektorskih kretanja, pri čemu „odrasli“ poduzetnici reagiraju na signale okoline koji upućuju na smanjenje učinkovitosti postojećeg poslovnog modela ili na pojavu novih tržišnih mogućnosti. O tome svjedoči izjava jednog ispitanika:

Tu je meni ideja neka sinula. Meni je sezona gotova, bila nikakva, znaš, a tu je već počelo, ono, malo žešći tempo. Znači, počelo se tu graditi. (I5)

Ispitanik prepoznaje promjene u potražnji i rast aktivnosti u građevinskom sektoru, što je u skladu s nalazima Dilea i Garcíe Pereiro (2019), koji su utvrdili da se održivost „odraslih“ poduzetnika snažno povezuje s makroekonomskim uvjetima i stabilnošću tržišnog okruženja. Sličnu procjenu tržišnih okolnosti ilustrira i izjava jedne ispitanice:

Tu smo mi naišli na taj jedan problem, gdje nismo mogli zadovoljiti kvalitetu usluge, pružiti kvalitetnu uslugu i polako smo počeli zatvarati te neke ugostiteljske objekte i davati ih i u najam, je li. Nešto smo radili, nešto ne, a specifičnost rada u automat klubu sa strane radnog osoblja je da ne morate biti toliko stručan kao što morate biti stručan za konobara, za kuhara, za recepcionera, je li. Tu vam može doći netko tko je bilo koja srednja škola i gdje samo, evo, mora biti malo pažljiv, je li. (I18)

Ova izjava pokazuje kako ispitanica uspoređuje dva sektora; jedan u kojem je nedostajalo kvalificirane radne snage i drugi u kojem su zahtjevi za zaposlenike bili manji. Takva usporedba usmjerila je njezinu namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Time se dokazuje da „odrasli“ poduzetnici promjenu ne doživljavaju samo kao reakciju na okolnosti, nego i kao racionalnu prilagodbu tržišnim uvjetima, osobito u pogledu učinkovitosti i dostupnosti resursa. Dodatne uvide u utjecaj tržišnih okolnosti pruža i navod ispitanika koji ističe:

Jednostavno, došla je ta korona, promet je malo pao. Ja sam imao problem sa pronalaženjem djelatnika. (I6)

U ovom su slučaju pandemija i nedostatak radne snage djelovali kao neposredni vanjski poticaji za promjenu gospodarske djelatnosti. Takav obrazac u skladu je s nalazima Ayale Calvo i

Manzana Garcíe (2010), koji pokazuju da obilježja poduzetničkog pothvata poput promjena u financijskim pokazateljima te obilježja poslovnog okruženja, uključujući dostupnost radne snage i utjecaj pandemije, izravno utječu na uspješnost „odraslih“ poduzetnika. Pritom valja naglasiti da tržišni čimbenici djeluju i u prostornom kontekstu. Ispitanica koja se suočila s različitim tržišnim uvjetima u IŽ navodi:

Znači, to je isključivo dentalni turizam i oni uglavnom svatko ima nekog svoga tko dovede nekog svoga i njima, zapravo, takva jedna vrsta usluge u Istri ne treba. Jer sama Istra kao Istra već ima svoj neki dio ljudi koji dolaze i uvijek netko nekoga zna, je li tako? Tako da, zapravo, ono što sam Vam bila rekla, dio digitalnog marketinga sam ja već radila i ranije, kroz to samo posredništvo, međutim kako sam došla u Istru onda sam skužila kako tu nema baš neke vajde za mene da nastavim s tako nekim jednim poslovnim modelom i onda sam se, zapravo, morala prebaciti. (I7)

Ovaj primjer potvrđuje da tržišni pokazatelji nisu homogeni, već variraju među regijama, što odražava izraženu regionalnu neujednačenost hrvatskog gospodarstva (Singer i sur., 2024; Marošević, 2021; Vlada Republike Hrvatske, 2021a; 2021b; Braičić i Lončar, 2018). Zaključno, pokazatelji gospodarske djelatnosti predstavljaju ključan vanjski čimbenik koji „odraslim“ poduzetnicima pomaže u procjeni održivosti postojećeg poslovanja i utječe na namjeru njegove promjene. Tržišni kontekst pritom djeluje kao neposredno okruženje koje utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti.

Uz pokazatelje gospodarske djelatnosti usko je povezana percepcija gospodarske i političke klime koja se pokazala važnim čimbenikom namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Ovaj čimbenik obuhvaća šire nacionalno i međunarodno okruženje koje utječe na poduzetničke namjere: od ekonomskih ciklusa, inflacijskih pritisaka i porezne politike, do političke stabilnosti, povjerenja u institucije i mogućnosti korištenja poticajnih mjera (Nabi i Liñán, 2013; Goethner i sur., 2012; Iakovleva i sur., 2011). Riječ je o subjektivnoj procjeni društveno-političkih kretanja, pri čemu poduzetnici u vlastitu sliku o smjeru razvoja države, tržišta i Europske unije ugrađuju osobne dojmove, očekivanja i razinu optimizma. Na temelju takve procjene oblikuju vlastiti sud o poželjnosti i izvedivosti promjene gospodarske djelatnosti. Vanjski događaji poput gospodarskih kriza, promjena političkih vlasti, pandemija, ratova ili novih europskih regulativa pritom ne djeluju samo izvana, već postaju dio kognitivnog okvira kroz koji „odrasli“ poduzetnici procjenjuju rizike i prepoznaju prilike. Jedan ispitanik opisuje kako su makroekonomski pritisci izravno utjecali na potrebu promjene djelatnosti:

I došla je korona, naravno, ostali smo svi bez posla. I, ono, 8 mjeseci bez fakture, i tad smo shvatili da ćemo jako brzo se morati prilagođavati (I9)

Ova izjava pokazuje da se namjera promjene djelatnosti ne oblikuje samo kao posljedica unutarnjih motiva, nego i kao odgovor na šire gospodarske trendove. Ovakvi su navodi ispitanika usklađeni s prethodno spomenutim istraživanjem Dilea i Garcíe Pereiro (2019), koji održivost poslovanja „odraslih“ poduzetnika povezuju sa stabilnošću makroekonomskog okruženja. Slično svjedoči i druga ispitanica:

Ovo do sada je bilo sve jako loše. Nemamo toliko više aviona i letova koliko smo očekivali i koliko smo navikli nekad ranije. Malo nam je tu i ovaj rat u Rusiji napravio probleme, jer smo imali jako puno gostiju iz Rusije i Ukrajine, to nam fali. (I15)

Ovakvi navodi potvrđuju povezanost hrvatskog gospodarstva s turizmom kao dominantnim sektorom (Mikulić, 2024; Tica i sur., 2023; Vlada Republike Hrvatske, 2021a; 2021b; Tica, 2020; Gelo i Družić, 2015; Matković, 2003) te ranjivost poduzetnika globalnim poremećajima poput ratova ili pandemije (Funda i sur., 2023). U istom se kontekstu prepoznaje i izraženo nezadovoljstvo državnim upravljanjem tijekom kriznih razdoblja, što ilustrira izjava ispitanika:

I onda dođe korona, nitko iz turističke zajednice, bilo koje, gradske, županijske, državne, nije nazvao i pitao: jeste živi? Kako ste, kako ćete s plaćom, kako ćete s porezom, kako ćete sa strujom, sa plinom? Ne. Država je odredila nešto što će nam dati, koliko će, evo vam. A kad uzimaju, uzimaju koliko hoće. Nitko nas nije pitao je li mi možemo s tim preživjeti. Nitko nas nije pitao kako ćemo mi s radnicima. (I19)

Ovakvim se uvidima također pruža empirijsko opravdanje za prethodno spomenuto istraživanje Ayale Calvo i Manzana Garcíe (2010), koji povezuju obilježja poduzetničkog pothvata sa čimbenicima poslovnog okruženja kao odrednicama uspjeha „odraslih“ poduzetnika. Izrazito kritičan ton prema državi i institucijama odražava percepciju neučinkovitog i distanciranog sustava, što dodatno naglašava sljedeća izjava:

Nikad nije bilo ovako grozno, nikad nije država toliko sisala. Nikad nije bilo sve toliko pooštreno na način da jednostavno ubija poduzetnika u korijenu. [...] Jer vi u Hrvatskoj kao ljudi koji ste radišni, koji radite, koji želite graditi svoju budućnost na pravim temeljima, na pravim vrijednostima, bez prevara, laži, muljanja i političke iskaznice, vi ovdje nemate šanse. (I17)

Ovi navodi otkrivaju da poduzetnici percipiraju gospodarsku i političku klimu kao nestabilnu, nepredvidivu i represivnu, što kod njih izaziva osjećaj nesigurnosti i potiče na preispitivanje daljnjeg poslovnog usmjerenja. Takva percepcija makrookruženja ujedno dokazuje da namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi ne samo iz tržišnih i organizacijskih razloga, već i

iz šireg osjećaja političko-gospodarske dezorijentacije. Konačno, percepcija gospodarske i političke klime predstavlja završni element među vanjskim čimbenicima koji povezuje institucionalne, regulatorne i tržišne elemente u jedinstveni kontekst u kojem „odrasli“ poduzetnici oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti i pripadajuće vlastite procjene rizika, prilika i mogućnosti koje se pružaju.

Analiza uzoraka zajedničkih pojavljivanja određenih kodova u izjavama ispitanika (prethodno prikazana [Slikom 17](#)) pokazuje da pojedini čimbenici djeluju u komplementarnom odnosu, nadopunjujući se u procesu poduzetničkog promišljanja, oblikovanja namjere i odlučivanja. Najizraženija povezanost uočena je između pokazatelja gospodarske djelatnosti i percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti. Ta povezanost upućuje na to da se sposobnost prepoznavanja prilika ne razvija u izoliranom misaonom procesu, nego kroz neposredni kontakt s tržišnim okolnostima i promjenama u gospodarskom okruženju. „Odrasli“ poduzetnici interpretiraju promjene u potražnji, cijenama i resursima kao konkretne povratne informacije o mogućim smjerovima djelovanja, čime tržišni kontekst postaje kognitivni okvir koji utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Na taj način tržišni pokazatelji djeluju kao katalizator percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti, omogućavajući poduzetnicima da prilike ne samo prepoznaju, već i procijene njihovu izvedivost i pravodobnost. Nadalje, snažna povezanost uočena je i između motivacije te pokazatelja gospodarske djelatnosti i formalnih propisa, što upućuje na to da motivacijski poticaji nisu isključivo intrinzični, nego proizlaze iz percipiranih institucionalnih i tržišnih uvjeta. Promjene propisa, porezne politike ili mogućnost pristupa EU fondovima potiču osjećaj hitnosti i potrebu za djelovanjem, dok tržišni pokazatelji usmjeravaju odluke prema održivijim djelatnostima. Na taj način motivacija djeluje kao poveznica između vanjskih okolnosti i unutarnjih uvjerenja, odnosno kao mehanizam koji psihološki i spoznajni poticaj pretvara u namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Unutar skupine unutarnjih čimbenika posebno je izražena veza između percipiranog prepoznavanja prilika/poduzetničke budnosti, motivacije i prethodnog radnog iskustva. Ovaj odnos pokazuje da iskustvo pridonosi razvijanju sposobnosti prepoznavanja tržišnih prilika, dok motivacija potiče prijelaz s prepoznavanja prema namjeri konkretnog djelovanja. Iskustvo tako pruža znanje i sigurnost, percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost omogućava interpretaciju promjena, a motivacija ih preobražava u smjer i svrhu djelovanja.

Zaključno, analizom unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika moguće je uočiti složeni međuodnos kognitivnih, osobnih i kontekstualnih elemenata koji oblikuje način na koji „odrasli“ poduzetnici prepoznaju, procjenjuju i reagiraju na promjene u svojem poslovnom okruženju.

Usporedbom [Slike 30](#), koja prikazuje testirani konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, s ranije validiranim okvirom prikazanim na [Slici 11](#), može se zaključiti da pojedini čimbenici nisu empirijski dokazani, što upućuje na razlike između pretpostavljenih i stvarno izraženih obrazaca ponašanja među ispitanim „odraslim“ poduzetnicima. To se odnosi na sljedeće čimbenike:

1. stav prema promjeni,
2. sklonost riziku,
3. lokus kontrole,
4. samopouzdanje,
5. optimizam,
6. prethodno poduzetničko iskustvo,
7. težnja za društvenim statusom,
8. strah od neuspjeha,
9. individualizam vs. kolektivism,
10. podrška obrazovnih institucija te
11. postojanje uzora.

Stav prema promjeni se u ovom doktorskom radu nije pokazao kao čimbenik koji izravno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Iako Schwarz i sur. (2009) navode da pozitivan stav prema promjenama potiče prilagodljivost i otpornost, nijedan ispitanik nije istaknuo ovaj stav kao motivacijski element djelovanja. Sama činjenica da su ispitanici tijekom poduzetničkog puta mijenjali gospodarsku djelatnost upućuje na njihovu spremnost na promjene, ali ne i na njihovu reflektiranu percepciju promjene kao vrijednosti po sebi. Promjena se u narativima ispitanika ne pojavljuje kao cilj, već kao nužna reakcija na okolnosti, što sugerira da se stav prema promjeni ne doživljava kao samostalni pokretač, već kao posljedica prilagodbe tržišnim i kontekstualnim uvjetima, kako navodi jedan od ispitanika:

Nije jednostavno biti poduzetnik i mi se moramo prilagođavati sebi, zakonima, djelatnicima, dobavljačima... Svima. (I20)

Nadalje, niti sklonost preuzimanju rizika nije od strane ispitanika dokazana kao čimbenik koji izravno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Pojedini autori poput Fitzsimmonsa i Douglasa (2011) u tom kontekstu dovode u pitanje pretpostavku da je sklonost riziku razlikovna osobina poduzetnika. Vrlo ilustrativnim se u tom pogledu pokazuje navod jedne ispitanice koja tvrdi:

Ali znate zašto strah od rizika? Strah od rizika mi sad samo predstavljaju godine. Dakle, hoću reći, bojim se upravo radi tih okolnosti. (I21)

Na taj način ispitanica povezuje životnu dob i stečeno iskustvo s povećanim oprezom prema riziku. Njezin iskaz sugerira da „odrasli“ poduzetnici rizik ne doživljavaju kao poticaj, već kao čimbenik kojim je potrebno promišljeno upravljati. Iskustvo i dob time oblikuju racionalniji i pragmatičniji pristup promjenama, pri čemu sklonost riziku ne djeluje kao pokretačka snaga namjere promjene gospodarske djelatnosti, nego kao okolnost koja je može ograničiti.

Unatoč teorijskim pretpostavkama o važnosti unutarnjeg lokusa kontrole u poduzetničkom djelovanju, rezultati provedenog istraživanja ne dokazuju njegov izravan utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Premda Ehsanfar i sur. (2023) navode da su rezultati ranijih istraživanja o povezanosti lokusa kontrole i poduzetničke namjere često nedosljedni (Nasip i sur., 2017; Dinis i sur., 2013; Altinay i sur., 2012), uobičajeno se smatra da su pojedinci s izraženijim unutarnjim lokusom kontrole skloniji samoinicijativnom djelovanju i preuzimanju odgovornosti za ishode. U ovom istraživanju, međutim, takva povezanost nije dokazana. Navodi pojedinih ispitanika čak sugeriraju da se ishodi pripisuju vanjskim okolnostima ili slučajnostima, što upućuje na prevladavajući vanjski lokus kontrole. Tako jedan od ispitanika navodi:

Ali to je, ne znam, valjda je... To su sve te neke stvari koje su se poklopile, gdje je, jednostavno, možda i najbolje ne planirati nešto dugoročno. (I5)

Ovakav pogled odražava percepciju neizvjesnosti i ograničenog utjecaja pojedinca na poslovne ishode, pri čemu se namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje više kao reakcija na okolnosti nego kao rezultat unutarnje kontrole i proaktivnog djelovanja.

Premda se u teorijskim modelima poduzetničkog ponašanja samopouzdanje često promatra kao važan prediktor namjere djelovanja, rezultati provedenog istraživanja ne dokazuju njegov izravan utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Samopouzdanje, definirano kao opća percepcija pojedinca o vlastitoj sposobnosti da uspješno izvrši zadatke i ostvari ciljeve (Koellinger, 2008), razlikuje se od samoučinkovitosti po svojoj širini i emocionalnoj

komponenti jer ono ne odražava specifičnu procjenu sposobnosti u određenoj situaciji već općeniti osjećaj sigurnosti u sebe i stabilnosti. Tijekom provedenih intervjua nijedan ispitanik nije eksplicitno naveo samopouzdanje kao čimbenik koji je utjecao na njegovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti, što je u skladu s nalazima Mirande i sur. (2017), koji također nisu potvrdili njegovu značajnu ulogu u utjecaju na poduzetničku namjeru. Takav rezultat sugerira da se kod „odraslih“ poduzetnika namjera promjene gospodarske djelatnosti oblikuje više kroz reflektirane procjene izvedivosti i iskustvene uvide nego kroz opće emocionalne dimenzije samopouzdanja.

Unatoč teorijskim pretpostavkama da optimizam može pridonijeti ustrajnosti i otpornosti u poduzetničkom djelovanju, rezultati provedenog istraživanja ne dokazuju njegovu izravnu povezanost s namjerom promjene gospodarske djelatnosti. U okviru ovog doktorskog rada optimizam se definira kao opća sklonost pozitivnom očekivanju budućih ishoda (Hmieleski i Baron, 2009). Za razliku od samoučinkovitosti, koja se temelji na procjeni vlastitih sposobnosti, optimizam prvenstveno odražava emocionalno-afektivno očekivanje povoljnih rezultata, neovisno o stvarnoj kontroli nad situacijom. Tijekom provedenih intervjua nijedan ispitanik nije eksplicitno naveo optimizam kao utjecajni čimbenik, što je u skladu s nalazima Jina (2017), prema kojima optimizam ne pokazuje značajni učinak na poduzetničku namjeru. Odsustvo ovoga čimbenika u empirijskim rezultatima može se objasniti činjenicom da „odrasli“ poduzetnici namjere promjene gospodarske djelatnosti temelje više na racionalnoj procjeni tržišnih i institucionalnih okolnosti nego na općem emocionalnom očekivanju pozitivnog ishoda.

Prethodno poduzetničko iskustvo u ovom se doktorskome radu nije pokazalo kao čimbenik koji izravno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Iako brojni autori (Khoshmaram i sur., 2020; Nguyen i sur., 2019; Aloulou, 2016; Miralles i sur., 2016) ističu da ranija poduzetnička iskustva mogu razvijati specifične vještine i povećavati vjerojatnost budućeg poduzetničkog djelovanja, ispitanici u ovom istraživanju svoja iskustva nisu povezivali s namjerom promjene gospodarske djelatnosti na takav način. Umjesto poduzetničkog, češće su naglašavali općenito radno iskustvo i profesionalne kompetencije stečene u različitim sektorima, koje su im pomogle u razumijevanju tržišta i organizacijskih procesa. Primjerice, jedna ispitanica navodi:

Radila sam u tom području u drugim firmama, radila sam u Ministarstvu zaštite okoliša i to je moja uža specijalnost (I16).

Kada bi se i spominjalo poduzetničko iskustvo, ono je uglavnom služilo kao kontekst za razvijanje šireg načina razmišljanja, a ne kao izravni poticaj promjeni djelatnosti, što dokazuje i navod ispitanika:

Radio sam sa [naziv], kad smo radili strategije za godinu dana. Svaka pojedinačna firma, pa strategija firme, pa za godinu, pa za 5, pa tržišta analiza... To kod nas nema ništa. Radio sam sa [naziv], koji me naučio puno toga. Radio sam sa [naziv], koja me naučila puno toga, ali negativno. (I9)

Takav obrazac potvrđuje tvrdnje Zhanga i sur. (2019) prema kojima prethodno poduzetničko iskustvo može imati posredni učinak na pojedine čimbenike povezane s poduzetničkom namjerom, ali ne nužno i na samu namjeru.

U empirijskim nalazima ovog doktorskog rada težnja za društvenim statusom nije se pokazala kao značajni pokretač namjere promjene gospodarske djelatnosti. Premda Hessels i sur. (2008) ističu da želja za priznanjem, utjecajem i društvenim ugledom može djelovati kao važan unutarnji poticaj na postignuće, ispitanici su svoje namjere promjene gospodarske djelatnosti tumačili prije svega pragmatičnim razlozima, poput tržišnih prilika, održivosti poslovanja i osobnih okolnosti. Motiv društvenog statusa pritom je ostao u pozadini, bez izraženijeg utjecaja. Ovakav rezultat podudara se s nalazima Neire i sur. (2017) koji također nisu potvrdili značajnu povezanost između težnje za društvenim statusom i poduzetničkih namjera, što upućuje na to da su „odrasli“ poduzetnici skloniji vrednovati konkretne ishode i stabilnost poslovanja nego simboličke oblike društvenog priznanja.

Strah od neuspjeha u ovom se doktorskome radu nije pokazao kao čimbenik koji izravno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Iako istraživanja ističu da strah od neuspjeha može djelovati i kao prepreka i kao poticaj za promišljeno planiranje i proaktivno djelovanje (Arenius i Minniti, 2005), ispitanici ga u istraživanju u okviru ovog doktorskog rada nisu povezivali s vlastitim namjerama promjene gospodarske djelatnosti. Ovakav rezultat podudara se s nalazima Koellingera (2008), prema kojima strah od neuspjeha nema izravan utjecaj na poduzetničku namjeru. Međutim, kod pojedinih se ispitanika ovaj osjećaj pojavio u drukčijem obliku, ne kao strah od pogreške ili gubitka, već kao zabrinutost zbog mogućeg propuštanja prilike i kasnijeg žaljenja za neiskorištenim potencijalom. To zorno ilustrira izjava jednog ispitanika:

Mene je gonio strah, ogroman strah, da, i uvijek je bilo to jedno pitanje. Kao, ne želim, ne znam zašto je bio broj 40 u pitanju, ali uvijek je on bio, kao ne želim doživjeti 40.

godinu, okrenut se i pitat se gdje bih ja danas stajao da sam ja sa 24. godine otišao studirati svoju strast? Ovaj, šta ako se ja okrenem i, OK, kakav će moj život biti tada i hoću li ja biti zadovoljan? Hoću li ja čitav život žaliti? (I9)

Ovakva interpretacija otvara mogućnost da se strah u kontekstu namjere promjene gospodarske djelatnosti ne promatra isključivo kao inhibitoran, već i kao refleksivni poticaj na djelovanje, usmjeren na izbjegavanje budućeg nezadovoljstva i propuštenih prilika.

Analiza empirijskih podataka pokazala je da dimenzija individualizma nasuprot kolektivismu nije značajno utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Premda Hofstede (1980) ovu dimenziju definira kao temeljnu razliku između društava usmjerenih na pojedinca i onih orijentiranih na kolektiv, ispitanici su svoje motive i razloge objašnjavali isključivo kroz praktične, a ne kulturno uvjetovane perspektive. Takav rezultat podudara se s nalazima Miaoa i sur. (2018), prema kojima se odnos između ključnih prediktora i poduzetničke namjere ne razlikuje značajno među kulturama različitih orijentacija. Drugim riječima, kulturne vrijednosti ne predstavljaju presudan okvir u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti, već na površinu izlaze konkretni situacijski i tržišni poticaji koji usmjeravaju namjere „odraslih“ poduzetnika.

Empirijski nalazi ukazuju na to da ni podrška obrazovnih institucija ni postojanje uzora nisu imali vidljiv utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima. Premda kognitivna dimenzija institucionalnog okruženja, prema Stenholmu i sur. (2013), Spenceru i Gómezu (2004) te Busenitzu i sur. (2000), obuhvaća dostupnost znanja, vještina i mentalnih modela koji olakšavaju poduzetničko razumijevanje i djelovanje, ispitanici u istraživanju u okviru ovog doktorskog rada nisu prepoznali obrazovne programe ni primjere drugih poduzetnika kao izravan poticaj namjeri promjene gospodarske djelatnosti. Takav rezultat podudara se s istraživanjem Osorija i sur. (2017), prema kojem sveučilišna podrška nema značajan odnos s percipiranom poželjnošću ni izvedivošću kao prediktorima poduzetničkih namjera, osobito kada su programi usmjereni na teorijsko znanje bez praktične primjene. Slično tome, ni uloga uzora nije se pokazala presudnom, što potvrđuju nalazi Henleya i sur. (2017) koji navode da društveno ili obiteljsko poduzetničko okruženje može pružiti simboličku inspiraciju, ali ne nužno i konkretan poticaj za poduzetničke namjere.

Iz svega prethodno iznesenog može se jasno odgovoriti na glavno istraživačko pitanje: *koji čimbenici utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika?*

Sveukupno su definirana 33 čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, koja su podijeljena na unutarnje i vanjske. Unutarnji čimbenici obuhvaćaju skupine:

- kognitivni čimbenici koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - očekivanja poduzetničkog ishoda,
 - percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost,
 - samoučinkovitost,
 - percipirana kontrola ponašanja,
 - uvjerenja,
 - vrijednosti,
 - stav prema poduzetništvu,
 - subjektivne norme,
 - percipirana izvedivost,
 - percipirana poželjnost,
 - sklonost djelovanju,
- osobine ličnosti koje obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - prihvaćanje neizvjesnosti,
 - otpornost,
 - proaktivnost,
 - inovativnost,
 - kreativnost,
 - psihološko blagostanje,
- socio-demografski čimbenici koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije,
 - prethodno radno iskustvo,
 - socio-demografske karakteristike,
- osobni pokretači i prepreke koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - motivacija,
 - potreba za postignućem,
 - potreba za autonomijom,
 - težnja za zaradom,
 - težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života,
 - potraga za izazovima.

S druge strane, vanjski čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika obuhvaćaju dimenzije institucionalnog konteksta koje se odnose na:

- normativno okruženje koje obuhvaća pojedinačni čimbenik:
 - distanca moći,
- kognitivno okruženje koje obuhvaća pojedinačne čimbenike:
 - društveni kapital,
 - obitelj i prijatelji,
- regulatorno okruženje koje obuhvaća pojedinačni čimbenik:
 - formalni propisi,
- gospodarski i politički kontekst koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - percepcija gospodarske i političke klime,
 - pokazatelji gospodarske razvijenosti županije,
 - pokazatelji gospodarske djelatnosti.

Osim što je odgovoreno na glavno istraživačko pitanje, provedenim istraživanjem je *kreiran i testiran konceptualni okvir koji obuhvaća ključne čimbenike utjecaja*, čime je ujedno ostvaren primarni cilj ovog doktorskog rada. Na temelju cjelovitog analitičkog procesa dokazana je znanstvena utemeljenost i primjenjivost konceptualnog okvira koji objašnjava mehanizme utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti među „odraslim“ poduzetnicima.

Na temelju prethodno utvrđenih čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, sljedeći dio analize usmjerava se na ispitivanje njihovih razlika i specifičnosti u različitim regionalnim kontekstima. Time se otvara prostor za razmatranje sljedećeg istraživačkog pitanja, koje se odnosi na postojanje razlika među čimbenicima utjecaja s obzirom na specifičnosti regionalnih poduzetničkih ekosustava. Polazišnu točku u odgovoru na ovo pitanje predstavlja analiza statističkih podataka iz dijela Registra DZS-a, koji pružaju empirijski okvir za prepoznavanje osnovnih regionalnih obrazaca. Ti su nalazi nadopunjeni rezultatima refleksivne tematske analize, čime se omogućuje cjelovitije razumijevanje međuodnosa između regionalnog konteksta i čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

Distribucija poslovnih subjekata unutar istraživane populacije iz Registra DZS-a, prikazana [Tablicom 19](#), odražava realne razlike u gospodarskoj dinamici među analiziranim županijama. Brojčano dominiraju poslovni subjekti iz IŽ, slijede oni iz ZZ, dok su poslovni subjekti iz VSŽ najmanje zastupljeni. Takav obrazac uvelike se podudara s općom distribucijom registriranih

poslovnih subjekata među analiziranim županijama u analiziranom vremenskom razdoblju (od 1. srpnja 2011. do 25. lipnja 2024. godine), pri čemu IŽ prednjači s udjelom od 59,1 % (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, n.d.g; n.d.h). Ovi nalazi potvrđuju zaključke prethodnih istraživanja i strateških dokumenata u kojima se nejednaki stupanj regionalnog razvoja ističe kao dugotrajna strukturna značajka hrvatskog gospodarstva (Singer i sur., 2024; Marošević, 2021; Vlada Republike Hrvatske, 2021a; 2021b; Braičić i Lončar, 2018). Veća zastupljenost poslovnih subjekata iz IŽ u analiziranoj populaciji upućuje na višu razinu poduzetničke aktivnosti i dinamičniju gospodarsku strukturu u odnosu na ZZ i VSŽ. Ovakav obrazac može se dodatno tumačiti kroz koncept aglomeracijskih učinaka i regionalnih kompetencijskih baza, koje potiču učinkovitiji prijenos znanja, inovacija i resursa unutar lokalnih poduzetničkih ekosustava (Neffke i sur., 2018; 2011; Ács i sur., 2009; Bathelt i sur., 2004; Combes i Overman, 2004; Audretsch, 1998). U kontekstu koncepta poduzetničkih ekosustava, IŽ može se promatrati kao primjer teritorijalno ukorijenjenog sustava u kojem interakcija javnog, privatnog i obrazovnog sektora stvara poticajno okruženje za održivi rast i inovacije (Autio i sur., 2018; Spigel, 2017; Stam, 2015). S druge strane, manja zastupljenost poslovnih subjekata u ZZ i VSŽ ukazuje na ograničene poduzetničke kapacitete, što se prema institucionalnoj teoriji (Stenholm i sur., 2013; Scott, 1995; North, 1990) može tumačiti kao rezultat nedovoljno razvijenih normativnih, kognitivnih i regulatornih poticaja za poduzetničku aktivnost. Navedeno potvrđuje i obrada kvalitativnih podataka prethodno prikazanih Tablicama [32](#), [33](#) i [34](#). Radi jasnijeg prikaza sličnosti i razlika među županijama, Tablica 35 na sljedećoj stranici prikazuje usporednu matricu tema i pripadajućih kodova prepoznatih refleksivnom tematskom analizom. Ovakav prikaz omogućuje sintezu rezultata i identifikaciju ključnih obrazaca koji se ponavljaju u različitim regionalnim kontekstima, pri čemu se dosljedno zadržava teorijska i empirijska osnova analize.

Tablica 35. Usporedni prikaz tema i pripadajućih kodova po županijama

Izvor: samostalna obrada autora

Tematska cjelina		Županija		
		ZŽ	IŽ	VSŽ
Kognitivna procjena tržišnih mogućnosti	Naziv	„Prvo hladna glava, tek onda plan”: Samopouzdanost vrednovanje i kontrola nad tržišnim mogućnostima	„Treba znati kad je trenutak”: Vrednovanje tržišnih mogućnosti	„Znaš što tržište traži”: Samopouzdanost vrednovanje tržišnih mogućnosti
	Kodovi	• Očekivanja poduzetničkog ishoda • Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost • Samoučinkovitost • Percipirana kontrola ponašanja • Percipirana izvedivost	• Očekivanja poduzetničkog ishoda • Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	• Očekivanja poduzetničkog ishoda • Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost • Samoučinkovitost
Emocionalno-identitetska motivacija	Naziv	„To sam ja, poduzetnik”: Motivacijska ravnoteža i psihološka otpornost u poduzetničkoj promjeni	„To što radim, to sam ja”: Autonomna motivacija i stvaralačka otpornost u poduzetničkoj prilagodbi	„To mora imati smisla za mene”: Vrijednosna motivacija i adaptivna otpornost u poduzetničkom djelovanju
	Kodovi	• Stav prema poduzetništvu • Potreba za postignućem • Psihološko blagostanje • Sklonost djelovanju • Proaktivnost • Motivacija • Težnja za ostvarivanjem	• Uvjerenja • Stav prema poduzetništvu • Kreativnost • Sklonost djelovanju • Otpornost • Proaktivnost • Inovativnost • Motivacija • Potreba za postignućem	• Vrijednosti • Percipirana poželjnost • Subjektivne norme • Prihvatanje neizvjesnosti • Otpornost • Proaktivnost • Inovativnost • Motivacija

		ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života • Otpornost • Težnja za zaradom	• Potreba za autonomijom • Potraga za izazovima • Težnja za zaradom	• Potreba za autonomijom • Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života
Resursna osnova utemeljena na znanju i podršci	Naziv	„Bez njih ne bih mogao”: Obrazovni, profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške	„Bez ljudi ne ide”: Profesionalni, obiteljski i društveni resursi kao temelj poduzetničke podrške	„Imati temelj znači imati sigurnost”: Obrazovni, profesionalni i obiteljski resursi kao temelj poduzetničke podrške
	Kodovi	• Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije • Prethodno radno iskustvo • Socio-demografske karakteristike • Društveni kapital • Obitelj i prijatelji	• Prethodno radno iskustvo • Socio-demografske karakteristike • Društveni kapital • Obitelj i prijatelji	• Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije • Prethodno radno iskustvo • Socio-demografske karakteristike • Obitelj i prijatelji
Makroinstitucionalni kontekst	Naziv	„Igra po tuđim pravilima”: Strukturne prepreke i poticaji u regionalnoj perspektivi	„Tržište te ne čeka”: Strukturne prepreke i poticaji u regionalnoj perspektivi	„Prilagodi se da opstaneš”: Strukturne prepreke i poticaji
	Kodovi	• Distanca moći • Formalni propisi • Percepcija gospodarske i političke klime • Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije • Pokazatelji gospodarske djelatnosti	• Distanca moći • Formalni propisi • Percepcija gospodarske i političke klime • Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije • Pokazatelji gospodarske djelatnosti	• Distanca moći • Formalni propisi • Percepcija gospodarske i političke klime • Pokazatelji gospodarske djelatnosti

Osim uvida u Tablicu 35, dodatni analitički temelj za usporedbu tematskih cjelina po regionalnoj razdiobi pruža raspodjela kodova po županijama prikazana na Slikama [14](#), [15](#) i [16](#). Analiza raspodjele kodova omogućuje uvid u dominantne i marginalne obrasce značenja unutar pojedinih regionalnih konteksta te time nadopunjuje interpretaciju rezultata refleksivne tematske analize. U ZZ, koja prema pokazateljima BDP-a i indeksa razvijenosti (prikazani u [Tablici 17](#)) predstavlja srednje razvijen regionalni poduzetnički ekosustav na razini tri analizirane županije, najzastupljeniji su čimbenik pokazatelji gospodarske djelatnosti, kako je prikazano [Slikom 14](#). Slijede čimbenici obitelji i prijatelji te prethodno radno iskustvo i formalni propisi. Prevladavanje pokazatelja gospodarske djelatnosti upućuje na snažnu povezanost između strukture regionalnog gospodarstva i ponašanja „odraslih“ poduzetnika. Kako ističu Neffke i sur. (2018), gospodarska aktivnost na regionalnoj razini odražava akumulirane obrasce sektorske specijalizacije i raspodjele resursa, koji ujedno određuju i prostor mogućih prilagodbi unutar postojećih djelatnosti. Dominacija gospodarskih pokazatelja u ZZ stoga sugerira da su „odrasli“ poduzetnici primarno usmjereni na prilagodbe koje proizlaze iz tržišnih ciklusa, sezonalnosti i promjena u strukturi potražnje, što su karakteristike tipične za regionalna gospodarstva utemeljena na turizmu i uslužnim djelatnostima (Funda i sur., 2023; Tica i sur., 2023; Hrvatska gospodarska komora, 2022). Istodobno, prisutnost čimbenika poput obitelji i prijatelja te prethodnog radnog iskustva odražava važnost utjecaja društvenog i iskustvenog kapitala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Socijalne mreže i prethodna profesionalna iskustva često djeluju kao zamjena za institucionalnu podršku, čime se potvrđuju nalazi prema kojima se u zrelijim fazama poduzetničkog procesa poduzetnici sve više oslanjaju na unutarnje izvore znanja, iskustvo i osobne mreže (Calvo i sur., 2024; Koellinger i sur., 2007). Dodatno, prisutnost čimbenika formalnih propisa upućuje na razvijenu institucionalnu osviještenost, što je u skladu s ulogom regulatornog okvira koji kod „odraslih“ poduzetnika prije svega pridonosi održavanju stabilnosti poslovanja, a ne poticanju inovativnosti ili preuzimanja rizika (Guerrero i sur., 2021; Bosma i Schutjens, 2011). Među čimbenicima koji se u ZZ ne pojavljuju, ističu se subjektivne norme, uvjerenja, vrijednosti i percipirana poželjnost (unutar kognitivnih čimbenika), zatim prihvaćanje neizvjesnosti, inovativnost i kreativnost (unutar osobina ličnosti), te potraga za izazovima i potreba za autonomijom (među osobnim pokretačima i preprekama). Suprotno tome, u ZZ su prepoznati specifični čimbenici koji se ne pojavljuju u drugim županijama, poput percipirane izvedivosti i percipirane kontrole ponašanja (kognitivni čimbenici) te psihološkog blagostanja (osobine ličnosti). Ovi čimbenici upućuju na svjesnu procjenu vlastitih sposobnosti i resursa kao važnog utjecajnog čimbenika

na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, što potvrđuje postojanje instrumentalno orijentiranog poduzetničkog promišljanja (Bosma i Schutjens, 2011; Ács i sur., 2010; Ajzen, 1991; Shapero i Sokol, 1982). Prisutnost ovih čimbenika također upućuje na razvijene mehanizme procjene rizika i izvedivosti, što se u literaturi o „odraslim“ poduzetnicima povezuje s fazom konsolidacije i racionalnog upravljanja poslovanjem (Mitchellmore i Rowley, 2010; Armstrong i Hird, 2009). Dodatno, identifikacija čimbenika psihološkog blagostanja kao zasebnog elementa osobina ličnosti sugerira da su poduzetnici u ZŽ usmjereni na očuvanje stabilnosti i osobne ravnoteže, a ne na rast pod svaku cijenu (Brandstätter, 1997). Ovaj nalaz podudara se s istraživanjima koja pokazuju da „odrasli“ poduzetnici u zrelim fazama poslovanja nastoje uskladiti profesionalne ambicije s osobnim ciljevima i životnim prioritetima (Lukeš i Zouhar, 2024; Ayala i Manzano, 2014).

U IŽ, koja predstavlja najrazvijeniji regionalni poduzetnički ekosustav među analiziranima, kao i u slučaju ZŽ prevladava čimbenik pokazatelja gospodarske djelatnosti. Odmah zatim slijede motivacija i formalni propisi, kako je prikazano [Slikom 15](#). IŽ je gospodarski najraznolikija i najstabilnija među analiziranim županijama, s razvijenim uslužnim sektorom, industrijom, turizmom i snažnim mikro-poduzetništvom (Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d). Takva strukturalna zrelost odražava fazu u kojoj „odrasli“ poduzetnici djeluju u uvjetima institucionalne predvidivosti i tržišne stabilnosti, zbog čega njihova namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz optimizacije i strateškog preusmjeravanja postojećih poslovnih modela, a ne iz nužde ili preživljavanja. Istodobno, visoka zastupljenost čimbenika motivacije i formalnih propisa upućuje na to da su ispitanici svjesni regulatornog i gospodarskog institucionalnog okvira kao dijela poslovnog planiranja, dok motivacijska komponenta ukazuje na unutarnju usmjerenost prema rastu i samopotvrdi. Ovakva kombinacija elemenata tipična je za zrele ekonomske regije u kojima su formalna pravila i tržišni mehanizmi stabilni, a poduzetničko ponašanje utemeljeno na procjeni osobnih ambicija unutar realnih mogućnosti (Dileo i García Pereiro, 2019; Bosma i Schutjens, 2011; Ayala Calvo i Manzano García, 2010). Međutim, u IŽ je zabilježen veći broj odsutnih čimbenika nego u ZŽ, osobito među kognitivnim čimbenicima: samoučinkovitost, percipirana kontrola ponašanja, uvjerenja, vrijednosti, subjektivne norme, percipirana izvedivost i percipirana poželjnost nisu bili prisutni u iskazima ispitanika. Također izostaju i neke osobine ličnosti i socio-demografski čimbenici, poput prihvaćanja neizvjesnosti, psihološkog blagostanja, te obrazovanja i obuke za poduzetničke kompetencije. Među osobnim pokretačima i preprekama, ne pojavljuje se težnja za ravnotežom između poslovnog i obiteljskog života. Istodobno, u IŽ su identificirani

jedinstveni čimbenici koji se ne javljaju u drugim županijama poput uvjerenja (kognitivni čimbenici), kreativnosti (osobine ličnosti) i potrage za izazovima (osobni pokretači i prepreke). Ovi nalazi svjedoče o proaktivnoj dimenziji „odraslih“ poduzetnika u IŽ kao onih koji ne reagiraju na tržište, već ga aktivno oblikuju unutar stabilnog gospodarskog okvira (Kiyabo i Isaga, 2020; Ács i sur., 2010).

U VSŽ, najslabije razvijenom regionalnom poduzetničkom ekosustavu među analiziranima, najistaknutiji su čimbenici motivacija, formalni propisi i percepcija gospodarske i političke klime, kako je prikazano [Slikom 16](#). U gospodarstvima s ograničenim tržišnim potencijalom i institucionalnim slabostima namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi iz obilja prilika, već iz reakcije na sustavne prepreke. Upravo zato motivacija zauzima vodeće mjesto, ali ne kao izraz ambicije za inovacijama, već kao strategija opstanka i prilagodbe u okruženju obilježenom niskom potražnjom (Širec i sur., 2025; Singer i sur., 2024). Uloga formalnih propisa kao jednog od najistaknutijih čimbenika u ovoj županiji ukazuje na visoku ovisnost poduzetnika o regulatornim okvirima i birokratskim procedurama, koje u slabije razvijenim područjima često funkcioniraju kao ograničenje, a ne kao podrška (Scott, 1995; North, 1990). Među čimbenicima koji se ne pojavljuju u ovom kontekstu ističu se brojni kognitivni aspekti kao što su percipirana kontrola ponašanja, stav prema poduzetništvu, uvjerenja, percipirana izvedivost i sklonost djelovanju. Dodatno, izostaju i kreativnost te psihološko blagostanje (osobine ličnosti), dok su od osobnih pokretača i prepreka neizraženi potreba za postignućem, potraga za izazovima i težnja za zaradom. Na vanjskoj razini ne pojavljuju se društveni kapital (kao dio kognitivnog okruženja) ni pokazatelji gospodarske razvijenosti županije (kao dio gospodarsko-političkog konteksta). Suprotno tome, VSŽ pokazuje nekoliko jedinstvenih čimbenika, među kojima su vrijednosti, subjektivne norme i percipirana poželjnost (kognitivni čimbenici) te prihvaćanje neizvjesnosti (osobine ličnosti). Posebno je zanimljivo da se, unatoč općem nedostatku kognitivnih i osobnih čimbenika, pojavljuju vrijednosti, subjektivne norme i percipirana poželjnost, što ukazuje na izraženu društveno-normativnu dimenziju poduzetničkog ponašanja. U okolnostima nižeg gospodarskog razvoja, gdje su formalne institucije slabe, subjektivne norme preuzimaju ulogu neformalne regulacije ponašanja i oblikuju namjere kroz zajedničke obrasce očekivanja i socijalne konformnosti (Cullen, 2020). Na taj način, norme i vrijednosti djeluju kao nadomjestak za ograničenu institucionalnu podršku i smanjenu individualnu kontrolu. Istodobno, prisutnost čimbenika prihvaćanja neizvjesnosti pokazuje da „odrasli“ poduzetnici u VSŽ razvijaju prilagodljive strategije

suočavanja s rizikom, ne toliko u inovacijskom koliko u egzistencijalnom smislu, što je karakteristično za poduzetništvo potaknuto nuždom.

Osim distribucije i razine zastupljenosti određenih čimbenika na razini analiziranih županija, iznimno je važna interpretacija i identifikacija ključnih obrazaca unutar tematskih cjelina prikazanih [Tablicom 35](#). Na početku treba istaknuti kako se kognitivnom procjenom tržišnih mogućnosti ukazuje na različite načine vrednovanja tržišnih prilika i interpretiranja vlastitih sposobnosti među županijama. U ZŽ kognitivni okvir ima izraženo racionalno-analitički karakter, budući da poduzetnici detaljno procjenjuju tržišne podatke, vlastite kapacitete i razinu kontrole nad procesom promjene. Ključni kodovi poput samoučinkovitosti, percipirane izvedivosti i percipirane kontrole ponašanja upućuju na obrazac racionalnog, planskog odlučivanja, u kojem se namjera oblikuje kroz planiranje, procjenu rizika i procjenu izvedivosti. U tom se kontekstu kognitivna dimenzija pokazuje kao nužan preduvjet svake promjene. Suprotno tome, u IŽ kognitivni okvir ima intuitivniji karakter. Iako su prisutni isti temeljni kodovi, poput očekivanja ishoda i tržišne budnosti, oni se tumače manje kao rezultat racionalnog promišljanja, a više kao refleksivna procjena povoljnog trenutka za djelovanje. Fokus je pritom usmjeren na analitičko predviđanje okolnosti, dok se procjena vlastitih sposobnosti i izvedivosti manje ističe, što naglašava važnost intuitivnog osjećaja za pravodobno djelovanje. U VSŽ kognitivni okvir ponovno poprima analitički, ali oprezniji i defenzivni karakter. Poduzetnici racionalno procjenjuju tržišne uvjete, ali to čine unutar ograničenih strukturnih mogućnosti, usmjeravajući se na ostvarive ciljeve i vlastite kompetencije, dok se percepcija osobne kontrole nad ishodom promjene gospodarske djelatnosti manje ističe. Njihovo razmišljanje pritom ima pragmatičan karakter jer je primarno usmjereno na prilagodbu postojećim okolnostima, a ne na stvaranje inovacija. Kognitivna procjena tržišnih mogućnosti u trima županijama pokazuje različite oblike poduzetničke racionalnosti: u ZŽ prevladava racionalno-planerski pristup, u IŽ intuitivno-anticipativni, a u VSŽ pragmatično-prilagodljivi. Ova raznolikost pokazuje da kognitivni procesi u prepoznavanju tržišnih mogućnosti nisu univerzalni, već odražavaju razlike u gospodarskim okolnostima i razini tržišne dinamike svakog regionalnog poduzetničkog ekosustava.

Druga tema, koja se odnosi na emocionalno-identitetsku motivaciju, pokazuje najveće regionalne razlike, i to u obilježjima i funkciji motivacijskih struktura. U ZŽ motivacijski okvir proizlazi iz potrebe za profesionalnim ispunjenjem i psihološkim blagostanjem, pri čemu otpornost i motivacija imaju ulogu u očuvanju identiteta te ravnoteže između obiteljskog i

poslovnog života. Poduzetnici doživljavaju namjeru promjene gospodarske djelatnosti kao racionalno opravdanu, ali istodobno i emocionalno nužnu, odnosno kao način da ponovno uspostave osjećaj smisla i kontrole nad životom. Instrumentalni motivi poput ostvarivanja veće zarade imaju sporedno značenje. U IŽ, emocionalno-identitetska motivacija ima izraženo autonomni i stvaralački karakter. Poduzetništvo se shvaća kao osobni izraz i prostor samoostvarenja. Kodovi poput kreativnosti, potrebe za izazovima i sklonosti djelovanju upućuju na to da namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi iz reakcije na okolnosti, nego iz proaktivnog stvaralačkog impulsa i potrebe za samopotvrđivanjem. U ovoj su županiji intrinzični motivi, poput autonomije, postignuća i izazova, ključni pokretači, dok se zarada promatra kao pragmatičan, ali sporedan element održivosti. U VSŽ emocionalno-identitetska motivacija ima izraženu vrijednosnu i normativnu dimenziju. Vrijednosti i subjektivne norme predstavljaju središte motivacijskog sustava. Poduzetništvo se doživljava kao oblik odgovornosti prema obitelji, zajednici i vlastitim životnim načelima. U tom se kontekstu otpornost, inovativnost i proaktivnost ne očituju kroz težnju za rastom, nego kroz nastojanje da se očuvaju dostojanstvo, stabilnost i kontinuitet poslovanja. Usporedbom ovih obrazaca može se zaključiti da je emocionalno-identitetska motivacija u svakoj županiji oblikovana drugačijom dominantnom osobinom: u ZŽ je naglašena ravnoteža između profesionalnog i osobnog ispunjenja, u IŽ autonomija i kreativna samoaktualizacija, a u VSŽ vrijednosna prihvaćenost i moralna otpornost. Razlike odražavaju i kulturne obrasce regija: u ZŽ i IŽ prevladava individualističko-stvaralačka orijentacija, dok u VSŽ dominira kolektivističko-moralna komponenta.

Treća tema, koja se odnosi na resursnu osnovu utemeljenu na znanju i podršci, obuhvaća mikro- i mezorazine resursa koje u sve tri županije dokazuju važnost obiteljskih, profesionalnih i obrazovnih temelja no njihova struktura i funkcija znatno se razlikuju. U ZŽ obrazovni i osobito radni kapital predstavljaju racionalni temelj koji pruža osjećaj sigurnosti i smanjuje percipirani rizik. Obitelj ima važnu kohezivnu i poticajnu ulogu, jer njezina podrška i povezanost jačaju samopouzdanje poduzetnika te potiču njihovu otvorenost prema promjeni gospodarske djelatnosti. Takva se podrška najčešće doživljava kao zajednički pothvat, a ne samo kao emocionalni ili materijalni oslonac. U IŽ isti resursi, uz iznimku obrazovne pozadine, pružaju emocionalnu i logističku podršku, ali ostaju u funkciji pomoćnog resursa, odnosno kao podrška racionalno planiranoj promjeni. U VSŽ, resursi imaju kompenzacijsku funkciju: obrazovanje i iskustvo služe kao nadomjestak za institucionalnu nestabilnost, dok obitelj i lokalna zajednica predstavljaju izvor egzistencijalne sigurnosti. Razlike u ovoj temi pokazuju

da se izvori podrške i povjerenja u regionalnim poduzetničkim ekosustavima oblikuju u skladu s razinom institucionalne razvijenosti i društvenog kapitala. U ZZ podrška se najviše temelji na osobnim odnosima i suradnji, u IŽ na kombinaciji radnog iskustva i obiteljske potpore, dok je u VSŽ naglasak na obrazovanju i obitelji kao glavnim osloncima u nesigurnijem okruženju.

Izražene razlike među županijama uočene su u načinu interpretiranja makroinstitucionalnog konteksta. U ZZ ovaj se kontekst doživljava dvoznačno, odnosno kao prepreka, ali i kao nužno pravilo poslovanja koje zahtijeva racionalnu prilagodbu. Poduzetnici su svjesni ograničenja, ali ih integriraju u proces planiranja. U IŽ isti se institucionalni elementi interpretiraju pragmatično i fleksibilno. Sustav se ne percipira kao neprijateljski, nego kao okvir unutar kojeg se mogu pronaći alternativna rješenja. Namjera promjene u ovoj županiji se percipira kao strategija održavanja konkurentnosti, ne nužno preživljavanja. U VSŽ institucionalni okvir ima prisilan karakter. Gospodarske i političke okolnosti tumače se kao vanjska sila koja potiče namjeru promjene gospodarske djelatnosti više iz nužde nego iz strateške odluke. Međutim, upravo ta „egzistencijalna prisila“ postaje poticaj za inovativne i adaptivne strategije, pri čemu namjera promjene gospodarske djelatnosti postaje sredstvo preživljavanja. Navedeno pokazuje da makroinstitucionalni kontekst ne djeluje jednoznačno: on se internalizira kroz regionalne obrasce značenja, zavisno od stupnja ekonomske razvijenosti i gospodarskog kapitala regionalnog poduzetničkog ekosustava.

Dodatni uvid u obilježja promjena gospodarske djelatnosti pruža analiza prosječne starosti poslovnih subjekata u trenutku promjene, temeljena na podacima o istraživanoj populaciji iz Registra DZS-a, prikazanima [Tablicom 21](#). Uočene regionalne razlike u prosječnoj starosti poslovnih subjekata dokazuju važnost kontekstualnih uvjeta u procesu promjene gospodarske djelatnosti. Viša prosječna starost poslovnih subjekata u IŽ ($\bar{x} = 168,3$; $\delta = 89,8$) može se tumačiti kao pokazatelj odgođenog pristupanja promjenama u gospodarski stabilnijem i diversificiranijem okruženju. U takvom kontekstu razvijena tržišna infrastruktura i dostupnost institucionalne podrške smanjuju potrebu za brzim strateškim zaokretima, omogućujući poduzetnicima da promjene planiraju dugoročnije i postupnije. Nasuprot tome, niža prosječna starost poslovnih subjekata u VSŽ ($\bar{x} = 145,4$; $\delta = 86,8$) ukazuje na reaktivniji obrazac prilagodbe, u kojem se promjene gospodarske djelatnosti javljaju ranije, najčešće kao odgovor na tržišne pritiske, ograničenu lokalnu potražnju ili strukturne slabosti regionalnog gospodarstva. Kao što je vidljivo iz navedenog, razlika u starosti od 22,9 mjeseci između poslovnih subjekata u IŽ i VSŽ upućuje na različite razvojne dinamike i stupnjeve tržišne

zrelosti regionalnih poduzetničkih ekosustava, što se odražava i na tempo te način provođenja promjena gospodarske djelatnosti. Ovi obrasci sugeriraju da poduzetnici u manje razvijenim regijama češće djeluju pod utjecajem vanjskih okolnosti, dok oni u razvijenijim promjene provode selektivno i strateški, u skladu s akumuliranim resursima i poslovnom zrelošću. Takve razlike empirijski potvrđuju teorijske postavke o prostornoj utemeljenosti poduzetničkih odluka, prema kojima regionalne strukture, dostupnost resursa i kvaliteta institucionalne potpore oblikuju vremenski okvir i dinamiku poduzetničkog ponašanja (Guerrero i sur., 2021; Dileo i García Pereiro, 2019; Dvouletý, 2018; Bosma i Schutjens, 2011). Time se dodatno ističe da odluka o promjeni gospodarske djelatnosti nije samo rezultat individualne inicijative, već i odraz strukturnih uvjeta u kojima se poduzetnici nalaze.

Prethodno provedena analiza statističkih podataka o populaciji istraživanja u kombinaciji s nalazima refleksivne tematske analize omogućila je odgovor na istraživačko pitanje koje glasi: *postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih” poduzetnika s obzirom na različitost regionalnih poduzetničkih ekosustava?* Dobiveni rezultati dokazuju postojanje takvih razlika te ukazuju na to da se čimbenici koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti ne manifestiraju jednako u svim regionalnim kontekstima. Razlike su osobito vidljive u intenzitetu i konfiguraciji kognitivnih, motivacijskih, institucionalnih i resursnih čimbenika koji djeluju unutar pojedinih regionalnih poduzetničkih ekosustava. Nalazi dodatno dokazuju ostvarenje postavljenih ciljeva istraživanja, i to kroz:

- *utvrđivanje različitosti regionalnih poduzetničkih ekosustava, pri čemu su uočene varijacije u strukturi, razvijenosti i institucionalnoj podršci koje oblikuju ponašanje „odraslih” poduzetnika,*
- *identifikaciju prepreka i pokretača poduzetničke aktivnosti s obzirom na regionalne specifičnosti.*

Usporedba triju županija pokazuje da se pokretači poduzetničke aktivnosti najčešće odnose na tržišne prilike, osobnu motivaciju i obiteljsku podršku, dok se prepreke uglavnom vežu uz institucionalne i strukturne uvjete okruženja. U ZŽ pokretači su racionalno planiranje i iskustveno znanje potkrijepljeno potporom obitelji, dok prepreke proizlaze iz sezonalnosti tržišta i ograničene inovativnosti. U IŽ poduzetnike pokreće potreba za kreativnim izražavanjem i osobnim razvojem u stabilnom gospodarskom okruženju, a prepreke su vezane uz birokratske zahtjeve i preopterećenost administrativnim procedurama. U VSŽ motivaciju održavaju vrijednosti i osjećaj odgovornosti prema zajednici, dok su glavne prepreke

institucionalna nestabilnost, složeni propisi i nepovoljna gospodarsko-politička klima. Time se dokazuje da regionalne razlike u gospodarskoj razvijenosti presudno određuju ravnotežu između poticaja i ograničenja poduzetničke aktivnosti.

Kako bi se dodatno potkrijepili ovi nalazi i pokazalo na koji je način provedeno istraživanje pridonijelo ostvarenju postavljenih ciljeva, u sljedećem se dijelu rasprave detaljnije prikazuje na koji su način analizom obuhvaćeni regionalni obrasci promjene gospodarske djelatnosti. Time se pruža empirijski dokaz ostvarenja specifičnog cilja doktorskog rada koji glasi: *sistematizirati kretanja promjene gospodarske djelatnosti s obzirom na regionalne različitosti poduzetničkih ekosustava*.

Visoka zastupljenost poslovnih subjekata koji su promjenu glavne gospodarske djelatnosti započeli iz područja G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala), kako je prikazano [Tablicom 22](#), ukazuje na strukturnu važnost tercijarnog sektora u hrvatskom gospodarstvu, ali i na njegovu povećanu osjetljivost na promjene gospodarskih ciklusa. Takvi obrasci odgovaraju nalazima istraživanja o strukturnoj transformaciji hrvatskog gospodarstva tijekom posttranzicijskog razdoblja, koje ističe dominaciju uslužnih djelatnosti i njihovu podložnost makroekonomskim oscilacijama (Funda i sur., 2023; Peračković i sur., 2023; Tica i sur., 2023; Braičić i Lončar, 2018; Gelo i Družić, 2015). Na razini županija zadržava se isti osnovni obrazac. Daljnja analiza smjerova promjena prema NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti pokazuje da su poslovni subjekti najčešće prelazili u područje gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane), što ukazuje na snažnu uslužnu orijentaciju hrvatskog gospodarstva i izraženu povezanost poduzetničkih promjena s turizmom kao značajnim razvojnim sektorom (Mikulić, 2024; Funda i sur., 2023; Tica i sur., 2023; Vlada Republike Hrvatske, 2021a; 2021b; Tica, 2020; Gelo i Družić, 2015; Matković, 2003). Ovaj rezultat je posebno potvrđen na razini IŽ i ZZ, gdje postojeće regionalne kompetencije i infrastruktura generiraju nove poslovne prilike unutar istog sektora (Hrvatska gospodarska komora, n.d.; Istarska županija, n.d.; Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.; Zadarska županija, n.d.). Na sličan način visoka zastupljenost prerađivačkih i građevinskih djelatnosti kao područja u kojima se kreću promjene gospodarskih djelatnosti u VSŽ odražava povijesno ukorijenjenu industrijsku orijentaciju i ograničenu diverzifikaciju gospodarstva (Hrvatska gospodarska komora, 2021; Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.). Takva kretanja podupiru nalaze Neffkea i sur. (2018), prema kojima postojeći poduzetnički pothvati u pravilu jačaju regionalnu specijalizaciju.

Sažeto, najčešći prijelazi između područja gospodarskih djelatnosti ukazuju na dva temeljna obrasca poduzetničke prilagodbe koji odražavaju različite razvojne potencijale regionalnih ekosustava. U razvijenijim županijama, poput IŽ i ZŽ, promjene se pretežito odvijaju unutar uslužnih djelatnosti i prema komplementarnim sektorima poput građevinarstva i turizma. Navedeno potvrđuje tezu o transformacijskom poduzetničkom ponašanju, obilježenom proaktivnošću, prilagodljivošću i sposobnošću prepoznavanja tržišnih prilika u skladu s dinamikom poduzetničkog ekosustava (Autio i sur., 2018; Spigel, 2017; Stam, 2015; Isenberg, 2011). Ove promjene u IŽ usklađene su sa strateškim prioritetima navedenima u *Planu razvoja Istarske županije za razdoblje* (Istarska županija – Regione Istriana, 2024), koji naglašava važnost održivog turizma i diversifikacije gospodarske baze. Pomaci iz trgovine prema djelatnostima pružanja smještaja, prehrane, proizvodnje i građevinarstva odražavaju prilagodbu poduzetnika ciljevima regionalnog razvoja, dok prijelazi iz tercijarnog u kvartarni sektor ukazuju na postupni pomak prema znanjem intenzivnim djelatnostima, u skladu s regionalnim prioritetima inovacija i digitalizacije. Sličan obrazac zabilježen je i u ZŽ gdje su prijelazi iz trgovine prema djelatnostima turizma i ugostiteljstva u skladu sa strateškim usmjerenjem županije na jačanje turističkog identiteta i poticanje gospodarske diversifikacije. U kontekstu *Plana razvoja Zadarske županije 2021.–2027.* (Zadarska županija, 2022) ovakve promjene odražavaju nastojanje da se turizam nadogradi novim tehnološkim i proizvodnim sektorima, čime se jača otpornost regionalnog gospodarstva. Uočeni prijelazi iz tercijarnog prema kvartarnom sektoru sugeriraju otvaranje prema znanjem i inovacijama vođenim djelatnostima, dok promjene iz tercijarnog u sekundarni sektor ukazuju na uključivanje industrijskih aktivnosti s ciljem stvaranja stabilnijih i održivijih radnih mjesta. Nasuprot tome, u VSŽ prevladavaju prijelazi prema prerađivačkoj industriji i logistici, što ukazuje na stabilizacijske obrasce ponašanja i ovisnost o postojećim resursima te potvrđuje važnost povijesno ukorijenjenih gospodarskih struktura za namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Ovakav obrazac ujedno je u skladu s ciljevima *Plana razvoja Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje od 2021. do 2027.* (Razvojna agencija Vukovarsko-srijemske županije, 2022) koji naglašavaju revitalizaciju industrijske baze i jačanje proizvodnih te poljoprivrednih kapaciteta. Veći udio prijelaza iz poljoprivrede prema prerađivačkoj industriji ukazuje na transformaciju strukture gospodarstva i postupno smanjenje ovisnosti o primarnim djelatnostima u skladu s regionalnim nastojanjima usmjerenima prema diversificiranom i otpornijem gospodarstvu. Ovaj rezultat podržava teorijske postavke o kontinuitetu industrijskog i sektorskog nasljeđa i iskustva u manje razvijenim regijama (Neffke i sur., 2018; Gries i Naudé, 2010) gdje promjene

djelatnosti služe očuvanju egzistencije, a ne razvoju novih tržišnih niša. Ovim se nalazima ukazuje na to da pravac promjene gospodarske djelatnosti zavisi od interakcije individualnih sposobnosti i institucionalnih resursa ekosustava, čime se empirijski potkrepljuje teorijski okvir koji gospodarsku aktivnost tumači kao rezultat međudjelovanja individualne namjere, konteksta i strukture (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.).

Sistematizacijom ovih obrazaca moguće je zaključiti da regionalne razlike u gospodarskoj strukturi i razini razvijenosti određuju smjer i intenzitet promjena gospodarskih djelatnosti. U razvijenijim županijama (IŽ i ZŽ) promjene su vođene tržišnim prilikama i orijentirane prema sektorima visoke dinamičnosti i uslužne specijalizacije, dok u manje razvijenoj županiji (VSŽ) prevladavaju promjene potaknute strukturnim ograničenjima i egzistencijalnim pritiscima. Prema dosadašnjim spoznajama regije s većom gustoćom gospodarskih djelatnosti posjeduju razvijenije mreže institucionalne i infrastrukturne potpore, što potiče diverzifikaciju i prilagodbu gospodarskih struktura novim tržišnim okolnostima (Grillitsch i Sotarauta, 2020; Delgado i sur., 2010; Feldman i sur., 2005; Porter, 2003; Feldman i Audretsch, 1999).

Nakon što su analizom prethodnih nalaza identificirani obrasci promjena gospodarskih djelatnosti u skladu s regionalnim različitostima poduzetničkih ekosustava, nužno je dodatno razmotriti kontekstualne čimbenike koji su oblikovali smjer i intenzitet tih promjena kroz vrijeme. Posebnu važnost u tom pogledu imaju gospodarske krize koje predstavljaju snažne vanjske poticaje strukturnim prilagodbama i poduzetničkim preusmjeravanjima. Iako se u ovom istraživanju ne analizira izravni utjecaj globalne financijske krize iz 2008. godine, budući da poslovni subjekti u analiziranoj populaciji nisu mogli zadovoljiti kriterij „odraslih“ poduzetnika u tom vremenskom razdoblju, promatra se djelovanje novijih kriza, ponajprije one povezane s pandemijom koronavirusa. U sljedećem dijelu rasprave stoga se interpretira način na koji je ovaj makroekonomski poremećaj utjecao na smjerove kretanja promjene gospodarskih djelatnosti te u kojoj je mjeri oblikovao obrasce prilagodbe i otpornosti „odraslih“ poduzetnika. Time se ujedno dokazuje ostvarenje još jednog specifičnog cilja istraživanja: *interpretirati utjecaj gospodarskih kriza na smjerove kretanja promjene gospodarske djelatnosti.*

Koncentracija gotovo polovice svih promjena glavne gospodarske djelatnosti analizirane populacije istraživanja u vremenskom razdoblju između 2020. i 2023. godine jasno odražava utjecaj vanjskih šokova i strukturnih poremećaja na poduzetničko ponašanje. Pandemija koronavirusa predstavljala je jedan od najsnažnijih globalnih disruptivnih događaja u

proteklom vremenskom razdoblju s izraženim posljedicama na tržišnu potražnju, opskrbe lance i obrasce potrošnje (Mikulić, 2024; Funda i sur., 2023; van Zanten i van Tulder; 2021). U takvim su okolnostima brojni poduzetnici bili prisiljeni redefinirati tržišne niše, prilagoditi poslovne modele i diverzificirati djelatnosti kako bi osigurali održivost poslovanja. Ovi se nalazi mogu tumačiti u svjetlu teorija koje poduzetništvo promatraju kao proces prilagodbe na promjene u okruženju. U tom je kontekstu analiza populacije istraživanja usklađena s nalazima ranijih istraživanja koja ističu ulogu poduzetničke budnosti, odnosno sposobnosti uočavanja promjena i brzog reagiranja na tržišne nestabilnosti (Armstrong i Hird, 2009; Ucbasaran i sur., 2009; Koellinger i sur., 2007; Ardichvili i sur., 2003; Allinson i sur., 2000). Opažena povećana dinamika promjena gospodarskih djelatnosti u analiziranom vremenskom razdoblju stoga odražava kognitivnu prilagodljivost i reaktivnost „odraslih“ poduzetnika u razdobljima iznenadnih ekonomskih i društvenih pritisaka. Na dinamiku motivacijskih obrazaca u kriznim okolnostima ukazuju rezultati Calvo i sur. (2024) koji pokazuju da poduzetnici u ranim fazama poduzetničkog procesa odluke o rastu temelje na kratkoročnim ekonomskim projekcijama, dok „odrasli“ poduzetnici iskazuju ambicioznije razvojne ciljeve te se oslanjaju na iskustva i znanja stečena kroz mreže poduzetničkih uzora. Takvi nalazi dodatno potvrđuju da krizna razdoblja, unatoč ograničenjima, mogu djelovati kao katalizatori dugoročno orijentiranog poduzetničkog ponašanja.

Usporedba obrazaca promjene gospodarskih djelatnosti kroz analizirana vremenska razdoblja pokazuje da su gospodarske krize imale učinak na smjerove kretanja promjena gospodarskih djelatnosti, pri čemu se struktura prijelaza mijenjala od proizvodno orijentiranih prema uslužno orijentiranim sektorima. U tom se kontekstu analiza prikazana Tablicama [22](#), [23](#), [24](#) i [25](#) promatra u dva vremenska razdoblja: prije (2011. – 2019.) i poslije krize (2020. – 2024.). U vremenskom razdoblju prije izbijanja krize poduzetnici su češće napuštali područja gospodarskih djelatnosti G (Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla) i F (Građevinarstva), prelazeći u područje gospodarskih djelatnosti C (Prerađivačka industrija), što ukazuje na stabilizacijske motive i pokušaje konsolidacije poslovanja unutar tradicionalnih, materijalno intenzivnih sektora. Takvo usmjerenje odgovara teorijskim postavkama o obrascima osiguravanja kontinuiteta industrijskog i sektorskog nasljeđa i iskustva (Grillitsch i Sotara, 2020; Neffke i sur., 2018; Noseleit, 2013), prema kojima poduzetnici u razdobljima gospodarske stabilnosti teže zadržati poznate proizvodne okvire i koristiti postojeće resurse. Suprotno tome, u vremenskom razdoblju nakon izbijanja krize (2020. – 2024.) zabilježen je zaokret prema uslužnim i djelatnostima temeljenima na znanju,

ponajprije prema području gospodarskih djelatnosti I (Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) i području gospodarskih djelatnosti M (Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti). Ovaj pomak odražava reaktivnu prilagodbu tržišnim poremećajima i promjenama potražnje, ali i diverzifikaciju poslovnih modela prema sektorima s većim potencijalom brzog oporavka i likvidnosti (Vlada Republike Hrvatske, 2021a; 2021b; Martin i sur., 2016). Sličan se trend očituje i u analizi sektorskih prijelaza: dok su prije krize dominirali prijelazi iz tercijarnog u sekundarni sektor, što dokazuje veći udio proizvodnih i infrastrukturnih aktivnosti, nakon krize je vidljiv porast prijelaza iz tercijarnog u kvartarni sektor, čime se dokazuje pomak prema digitaliziranim, znanjem vođenim djelatnostima. Takva redistribucija sektorskih kretanja podupire tezu o rastu važnosti kognitivnog kapitala i fleksibilnosti kao preduvjeta otpornosti poduzetničkih ekosustava (Spigel, 2017). U cjelini, nalazi ukazuju da je gospodarska kriza djelovala kao katalizator strukturne transformacije: potaknula je poduzetnike da se preusmjere s tradicionalnih i kapitalno intenzivnih djelatnosti prema onima koje zahtijevaju višu razinu znanja, prilagodljivosti i digitalne integracije. Time su potvrđeni teorijski pristupi koji poduzetništvo u kriznim razdobljima tumače kao mehanizam evolucijske prilagodbe i priliku za inovativnu rekombinaciju resursa (Hernández-Sánchez i sur., 2020; Neira i sur., 2017; Arrighetti i sur., 2016).

Zaključno, nalazi pokazuju da je pandemija koronavirusa djelovala kao jedan od snažnih poticaja za promjenu strukture gospodarskih djelatnosti. Prije 2020. godine poduzetnici su se češće preusmjeravali iz trgovine i građevinarstva prema prerađivačkoj industriji, nastojeći konsolidirati poslovanje unutar tradicionalnih i materijalno intenzivnih sektora. Nakon izbijanja pandemije prevladava suprotan trend obilježen prelascima prema uslužnim i znanjem vođenim djelatnostima, osobito u područja pružanja smještaja i ugostiteljstva te stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti. Takav zaokret pokazuje da su poduzetnici suočeni s tržišnim poremećajima sve više usmjeravali poslovanje prema sektorima s većom fleksibilnošću, digitalnom komponentom i potencijalom za brži oporavak.

Poduzetničko djelovanje uvjetovano je i strukturnim obilježjima koja određuju razinu formalizacije poslovanja, raspoložive resurse, odgovornost vlasnika i fleksibilnost u donošenju odluka poslovnih subjekata. U skladu s time, u nastavku se rasprava usmjerava na analizu razlika između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih” poduzetnika s obzirom na različite pravno-ustrojbene oblike njihovih poduzetničkih pothvata,

čime se dodatno produbljuje razumijevanje institucionalnih i organizacijskih aspekata poduzetničkog ponašanja.

Prevladavanje d.o.o.-a u analiziranim županijama, kako je prikazano [Tablicom 19](#), upućuje na strukturnu homogenost hrvatskog gospodarskog sustava te odražava racionalnu procjenu poduzetnika o ravnoteži između fleksibilnosti i institucionalne sigurnosti. Ovaj pravno-ustrojbeni oblik osigurava institucionalno priznatu zaštitu poslovanja uz zadržavanje relativno visokog stupnja autonomije odlučivanja (Delić i sur., 2014). Sklonost ovom pravno-ustrojbenom obliku odražava i dominantni obrazac ponašanja „odraslih“ poduzetnika, koji se prema ranijim istraživanjima (Poblete, 2018; Pindado i Sánchez, 2017; Brandstätter, 2011; Ács i sur., 2010; Mitchelmore i Rowley, 2010; Armstrong i Hird, 2009) temelji na potrebi za stabilnošću i dugoročnim planiranjem, uz zadržavanje kontrole nad resursima i rizikom. S obzirom na to da je d.o.o. pravni oblik koji omogućuje ograničavanje osobne odgovornosti, ali i zadržavanje strateškog utjecaja vlasnika, ovaj izbor može se tumačiti kao izraz sklonosti prema kontroliranoj autonomiji, što je jedno od obilježja „odraslih“ poduzetnika. Homogena struktura pravnih oblika također upućuje na relativno nisku razinu institucionalne i organizacijske raznolikosti unutar analiziranih županija. Prema teoriji poduzetničkih ekosustava (Autio i sur., 2018; Spigel, 2017; Stam, 2015), takva homogenost može ograničiti međusektorsku interakciju, eksperimentiranje i razvoj inovacijskih modela jer različiti pravno-ustrojbeni oblici često podrazumijevaju različite obrasce upravljanja, motivacije i odnosa prema riziku. Prevladavanje d.o.o.-a sugerira konzervativan institucionalni okvir u kojem poduzetnici djeluju unutar poznatih i stabilnih formi, umjesto da traže inovativne organizacijske pristupe.

Sličan obrazac pravno-ustrojbenih okvira prisutan je u uzorku ispitanika koji su sudjelovali u kvalitativnom dijelu istraživanja. Time se dokazuje da uzorak ne iskrivljuje stvarnost, nego reflektira strukturnu realnost u kojoj većina „odraslih“ poduzetnika koji mijenjaju djelatnost posluje kroz d.o.o. Naime, distribucija uzorka prikazana [Tablicom 16](#) pokazala je izrazitu koncentraciju „odraslih“ poduzetnika u okviru d.o.o.-a, pri čemu čak 18 od ukupno 21 ispitanika posluje u ovom obliku, dok su preostala tri slučaja raspoređena na po jedan j.d.o.o. u ZZ i IŽ te jedan d.d. u VSŽ. Takva neravnoteža među skupinama unutar uzorka onemogućuje provedbu statistički ili analitički uravnotežene usporedbe među skupinama. Svaka uočena razlika mogla bi proizlaziti iz individualnih karakteristika ispitanika, a ne iz stvarnih obilježja pravno-ustrojbenog oblika. Time bi se narušila analitička valjanost zaključaka, kako

upozoravaju Patton (2014), Flick (2018) i Maxwell (2012). Osim toga, s obzirom na ograničeni broj slučajeva izvan skupine d.o.o.-a, nije metodološki opravdano provoditi reflektivnu tematsku analizu kakva je korištena za uspostavljanje obrazaca i razlika među županijama. Premda reflektivna tematska analiza, prema Braun i Clarke (2022), ne zahtijeva jednak intenzitet podataka u svim segmentima, ona ipak podrazumijeva dovoljnu dubinu i raznolikost empirijskih jedinica koje omogućuju oblikovanje tematskih cjelina i interpretativnih slojeva značenja. U ovom je slučaju obuhvat prikupljenih podataka bio nedostatan za razvoj punog tematskog okvira, ali su dostupni navodi ispitanika ipak omogućili prepoznavanje određenih obrazaca i okolnosti koje utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Stoga se umjesto pune tematske analize primjenjuje kvalitativna usporedba kodova prema pravno-ustrojbenom obliku poduzetničkog pothvata, čime se identificiraju indikativni obrasci odnosa između institucionalne forme i poduzetničkog ponašanja. Važno je naglasiti da niti jedan od navedenih ispitanika nije jedini nositelj pojedinog koda u okviru svoje županije, što dokazuje da njihova uključenost ne iskrivljuje značenjski okvir analize.

U ZZ, ispitanik čiji pothvat posluje kao j.d.o.o. pokazuje najširi raspon prepoznatih čimbenika u odnosu na ostale ispitanike čiji poduzetnički pothvati ne posluju kao d.o.o.-i. Čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti ovog ispitanika, prikazani [Slikom P14](#) u Prilogu doktorskog rada, najvećim se dijelom podudaraju s čimbenicima koji su naglašeni na razini županije, pri čemu nije naglašeno osam čimbenika: samoučinkovitost, percipirana kontrola ponašanja, stav prema poduzetništvu, otpornost, psihološko blagostanje, socio-demografske karakteristike, težnja za zaradom i distanca moći. Pri tome treba naglasiti kako u svojim navodima ispitanik obuhvaća sve prethodno naglašene skupine čimbenika, od kognitivnih do gospodarskog konteksta. Takav obrazac upućuje na visoku razinu individualne angažiranosti i reflektivnosti, što empirijski potvrđuje nalaze istraživanja Bosme i Schutjens (2011) koji za „odrasle“ poduzetnike naglašavaju ulogu samoprocjene sposobnosti i percepcije prilika u održavanju i konsolidaciji poslovanja. Profil ispitanika iz ZZ odražava sklad između osobne reflektivnosti, racionalnog planiranja i emocionalne motivacije, pri čemu namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz duboko integriranog skupa unutarnjih i vanjskih čimbenika. O tome svjedoči i sljedeći navod:

Jer sam ja i sebe, na neki način, zadovoljio to svoje neko znanje koje sam stekao. A opet, jako taj posao [nova djelatnost], se opet jako puno veže za sam dizajn, pošto sam [stručno usmjerenje] po struci, i stvarno volim i crtanje i sve. Tako da mi je stvarno lijepo pasalo kad mene netko zove i traži moj savjet. [...] I mislim da sam se tu najviše

zadovoljio s tim poslom, da sam se tu našao [...] Našli smo bolji posao, fizički ne lakši, ali, ovaj, nekako, za moj pojam, za mene, mislim da je puno, puno bolji posao. (I6)

U usporedbi s dominantnim obrascima županije, njegov pristup karakterizira veća introspektivnost, naglašena potreba za kvalitetom života i smislenim radom te sposobnost da izazove okoline pretvori u razvojne poticaje. On na tržišne promjene ne reagira impulzivno, već promišlja mogućnosti i djeluje kroz planirane korake. Uloga obitelji i društvenog kapitala dodatno dokazuje međuzavisnost unutarnjih i vanjskih čimbenika namjere, što ispitanik dokazuje sljedećim navodom:

Prva i osnovna stvar su djeca. To, to, da... Rodio sam se u Zadru, živio u Zadru, odrastao. Svako ljeto je bilo kupanje, uživanje. Djeca su nam se rodila 5.11.2015. Već je došlo to ljeto kad sam otvorio [prethodna djelatnost], 2016., i ja sa svojom djecom cijelo ljeto nisam bio dva puta na kupanju. I sad, ja zimi mogu ići na skijanje, tu u, ovaj, u Liku odeš sa djecom na sanjkanje. Ali ja živim u Zadru, rođen sam na moru, a moja djeca ne znaju plivati. I onda me to, ono, pogađa... kako ja u svojem gradu ne mogu priuštiti svojoj djeci da s njima bar svaki treći, četvrti dan, odem na kupanje. (I5)

Time se pruža empirijska podrška nalazima istraživanja Thébauda (2015) koji ističe važnost poticaja za usklađivanje poslovnog i obiteljskog života u poduzetničkim ishodima. Ukupni obrazac pokazuje da je kod ovog ispitanika namjera promjene djelatnosti rezultat povezivanja racionalnih procjena i osobnih motiva, pri čemu se promjena gospodarske djelatnosti doživljava kao način postizanja osobnog zadovoljstva i ravnoteže između poslovnog i privatnog života.

U IŽ ispitanik čiji poduzetnički pothvat posluje s istim pravno-ustrojbenim oblikom (j.d.o.o.) pokazuje znatno suženiji spektar prepoznatih čimbenika, ograničen na samo pet čimbenika koji su naglašeni također na razini županije. Čimbenici koju su utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti ovog ispitanika prikazani su [Slikom P15](#) u Prilogu doktorskog rada: percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost, motivacija, društveni kapital, formalni propisi i pokazatelji gospodarske djelatnosti. Izostanak čimbenika koji se odnose na osobine ličnosti i osobne pokretače i prepreke sugerira nižu razinu individualne refleksije o procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti te veći fokus stavlja na vanjske okolnosti i institucionalni okvir, kako ispitanik i navodi sljedećim riječima:

I kako se to događa u životu, stječete nekakva poznanstva i vidite nekakve prilike. Bio je jedan lokal na jednoj dosta frekventnoj lokaciji u Puli koji se davao u zakup. I tu prelazim, znači, iz te poljoprivrede u ugostiteljstvo. (I12)

Profil ispitanika iz IŽ odražava prilagodljiv pristup namjeri promjene gospodarske djelatnosti, u kojemu se unutarnji i vanjski čimbenici prepliću kroz pragmatično razumijevanje tržišnih i institucionalnih uvjeta. Time se pruža empirijska potvrda nalaza Guerrero i sur. (2021) koji navode kako se za „odrasle“ poduzetnike uspjeh u većoj mjeri oslanja na učinkovitost pravnog sustava, porezne i regulatorne okvire, dostupnost kredita i institucionalnu podršku. Namjera promjene gospodarske djelatnosti ovog ispitanika motivirana je utjecajem društvenog kapitala, formalnih propisa i percipiranog prepoznavanja prilika koje proizlaze iz pokazatelja specifičnih gospodarskih djelatnosti, što upućuje na razvijenu sposobnost strateškog prilagođavanja unutar postojećeg regulatornog okruženja. Za razliku od ispitanika koji promjene doživljavaju kao osobnu ili vrijednosnu prekretnicu, kod ovog ispitanika dominira racionalna evaluacija mogućnosti. Namjera promjene gospodarske djelatnosti postaje logičan odgovor na uvjete tržišta i politike potpore, što dokazuje sljedećim navodom:

Kod namjere promjene djelatnosti u mojem slučaju dogodila su se dva konkretna razloga. Prvo, kad smo se uz poljoprivredu odlučili baviti i ugostiteljstvom pa je moralo doći do te nadogradnje, ajmo reći, u djelatnosti. A drugi razlog, kako se bavimo poljoprivredom i stalno pratimo te natječaje, drugi razlog je čista birokracija. Dakle, u jednom od određenih europskih natječaja bila je stavka da primarna djelatnost mora biti uzgoj grožđa. I to je čista, puka formalnost koju smo odradili i to je to. Tako da, tu su te dvije promjene, jedna uzrokovana poslovnom odlukom, druga uzrokovano čistom birokracijom i papirologijom. (I12)

Iako percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost i društveni kapital imaju sličnu ulogu kao i kod ostalih ispitanika, kod ovog su ispitanika usmjereni na postizanje konkretnih operativnih koristi, a ne na stvaralačku preobrazbu poslovanja. Motivacija je, stoga, usmjerena na priliku i usklađivanje s pravilima sustava, a ne na nuždu ili osobno samoodređenje. Ovakav obrazac upućuje na visoku razinu institucionalne osviještenosti i prilagodljivosti.

U VSŽ ispitanica čiji poduzetnički pothvat posluje kao d.d. prepoznala je tek nekoliko temeljnih čimbenika koji su utjecali na njezinu namjeru promjene gospodarske djelatnosti, prikazanih [Slikom P16](#) u Prilogu doktorskog rada: motivaciju, percepciju gospodarske i političke klime te pokazatelje gospodarske djelatnosti. Ograničen broj prepoznatih čimbenika ukazuje na strukturnu nefleksibilnost i snažnu povezanost s institucionalnim pravilima i procedurama, što je karakteristično za d.d.. U ovakvim se organizacijama odluke o promjeni gospodarske djelatnosti uglavnom donose na razini upravljačke strukture, a ne od strane pojedinaca. Ovaj obrazac potvrđuje teorijske postavke prema kojima viši stupanj formalizacije

i odgovornosti može smanjiti prostor za poduzetničku fleksibilnost i osobnu inicijativu (Ireland i sur., 2003; Lumpkin i Dess, 1996; Zahra i Covin, 1995). Namjera promjene gospodarske djelatnosti ispitanice proizlazi iz reaktivnih i adaptivnih obrazaca ponašanja, pri čemu ključnu ulogu imaju ekonomski pritisci, makroekonomska nestabilnost i strukturna ograničenja tržišta rada, o čemu svjedoče sljedeći navodi:

Imali smo financijskih poteškoća, cijela ta namjera je tako nekako od toga krenula. Tamo negdje, od 2004. pa nadalje, pa ona 2008. je bila teška za nas vrlo, dogodilo nam se da smo postali nelikvidni i da nismo izvršavali redovito svoje financijske obaveze i rezultiralo je time da su nam, temeljem toga, naravno, i počeli ti naši operativni sustavi ne funkcionirati, pa za posljedicu toga smo imali otkazivanje radnika, je li. (I18)

Ovaj navod istovremeno pruža empirijsko utemeljenje nalazima istraživanja Dilea i Garcíe Pereiro (2019) i Dvouletýja (2018) koji navode kako se održivost „odraslih“ poduzetnika snažno povezuje s makroekonomskim uvjetima i dugoročnom stabilnošću okruženja. Dominantni motivacijski okvir temelji se na potrebi za očuvanjem poslovanja i prilagodbi nepovoljnim okolnostima, a ne na aktivnom prepoznavanju tržišnih prilika, što upućuje na osjetljivost i nestabilnost lokalne poduzetničke strukture (Hrvatska gospodarska komora, 2021; Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, n.d.). Namjera promjene gospodarske djelatnosti u ovom kontekstu, stoga, ne predstavlja izraz proaktivne ambicije, već strategiju očuvanja egzistencije kroz prilagodbu sustavnim ograničenjima. Time se potvrđuju nalazi istraživanja Honiga (2001) koji se odnose na izazove koji proizlaze iz nedostatnog financijskog kapitala i kompleksnog organizacijskog upravljanja, a s kojima se suočavaju „odrasli“ poduzetnici u okruženjima obilježenima političkim i gospodarskim nestabilnostima.

Sveukupno promatrano, ovim se dijelom rasprave pružio odgovor na istraživačko pitanje postavljeno u okviru ovog doktorskog rada: *postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzetničkog pothvata?* Ostvareni nalazi upućuju na postojanje takvih razlika no potrebno ih je promatrati s oprezom zbog ograničenja vezanih uz veličinu uzorka, strukturnu sličnost analiziranih subjekata i mali broj slučajeva izvan dominantnog oblika d.o.o. Stoga se rezultati trebaju tumačiti kao pokazatelji mogućih trendova, a ne kao konačni zaključci.

Nakon razmatranja razlika među čimbenicima utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzeća, potrebno je razmotriti i njihovu usporedbu s čimbenicima koji utječu na namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata. Time se

odgovara na posljednje istraživačko pitanje: *postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i čimbenika utjecaja na njihovu namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata?*

Integrativnim pregledom literature, čiji su nalazi sistematizirani u poglavljima „Teorijska polazišta poduzetništva i poduzetničke namjere“, „Uloga „odraslih“ poduzetnika u gospodarskom sustavu“ i „Istraživanja gospodarske djelatnosti“, oblikovan je prijedlog konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Taj okvir, prikazan [Slikom 10](#), obuhvaća širok raspon čimbenika prepoznatih u ranijim istraživanjima, od kognitivnih i osobnih do institucionalnih i kontekstualnih. Empirijskim testiranjem konceptualnog okvira, prikazanim na [Slici 30](#), zadržani su samo oni čimbenici čija je relevantnost dokazana analizom kvalitativnih podataka. Za određene čimbenike, iako teorijski utemeljene u istraživanjima poduzetničke namjere, nisu empirijski dokazani u kontekstu namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Usporedba prikazanih struktura pokazuje da sljedeći čimbenici koji odražavaju individualne sklonosti i psihološke dispozicije, karakteristični za fazu ulaska u poduzetništvo, nisu dokazani u fazi promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika: stav prema promjeni, sklonost riziku, lokus kontrole, samopouzdanje, optimizam, prethodno poduzetničko iskustvo, težnja za društvenim statusom, strah od neuspjeha, individualizam vs. kolektivizam, maskulinitet vs. feminitet, izbjegavanje neizvjesnosti, podrška obrazovnih institucija i postojanje uzora. Njihov izostanak u testiranom konceptualnom okviru upućuje na činjenicu da namjera promjene gospodarske djelatnosti ne proizlazi iz istih psiholoških, socijalnih i institucionalnih pretpostavki kao i početna namjera o ulasku u poduzetništvo. Ovakav nalaz nadovezuje se na zaključke prethodnih istraživanja kojima se ukazuje da se poduzetničko ponašanje mijenja tijekom samog poduzetničkog procesa te da se obrazac donošenja odluka „odraslih“ poduzetnika razlikuje od istog procesa kod potencijalnih i poduzetnika početnika (Calvo i sur., 2024; Pfeifer i Šarlija, 2024; Ranabahu i Barrett, 2020; Dileo i García Pereiro, 2019; Poblete, 2018; Pindado i Sánchez, 2017; Mueller i sur., 2012; Read i sur., 2009). Dok se u ranim fazama poduzetničkog procesa naglasak stavlja na osobine ličnosti i kognitivne čimbenike, u zrelijim fazama naglasak se premješta na kontekstualne i strukturne odrednice poput tržišnih prilika, regulatornog okruženja, institucionalne potpore i dostupnih resursa. Time se dokazuje da se namjera promjene gospodarske djelatnosti kod „odraslih“ poduzetnika razvija kroz drukčiji način razmišljanja i motivacije u kojem osobne dispozicije imaju manju ulogu, dok iskustvo, racionalna procjena i prilagodba okolnostima postaju ključni elementi. Ovi rezultati ne samo

da pružaju izravni odgovor na posljednje istraživačko pitanje, već ujedno dokazuje ostvarenje specifičnog cilja istraživanja: *interpretirati čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti u odnosu na čimbenike utjecaja na namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata*. Time se pridonosi dubljem razumijevanju evolucijske prirode poduzetničkog ponašanja i naglašava potreba da se poduzetničke namjere analiziraju u dinamičkom kontekstu životnog ciklusa poduzetnika, a ne isključivo u početnim fazama poduzetničkog djelovanja.

Nakon razmatranja čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, potrebno je osvrnuti se i na njezinu provedbu, odnosno na prijelaz od namjere prema konkretnom poduzetničkom djelovanju. Analiza rezultata iz tri županije pokazuje da prijelaz od oblikovane namjere prema njezinoj provedbi kod „odraslih“ poduzetnika ne slijedi jednostavan, linearan tijek, već se odvija u složenom međuodnosu osobnih karakteristika, obiteljskih i poslovnih okolnosti te institucionalnih i regulatornih uvjeta. Time se potvrđuje teza Sheerana (2002) o postojanju jaza između namjere i ponašanja, odnosno nesklada između planiranog i ostvarenog djelovanja koji se u ovom kontekstu očituje kroz varijabilne vremenske obrasce i raznolike vanjske prepreke i poticaje.

Empirijski nalazi pokazuju da vremensko razdoblje između oblikovanja namjere i provedbe promjene gospodarske djelatnosti ne predstavlja nužno znak odgađanja, već odražava različite stupnjeve pripremljenosti i procjene rizika među poduzetnicima. U ZŽ i VSŽ vremenska dimenzija pokazuje slične obrasce: dio poduzetnika provodi promjenu brzo, gotovo odmah po ispunjenju uvjeta, dok drugi proces odgađaju i planiraju kroz dulje vremensko razdoblje. Kratki vremenski interval između namjere i njezine provedbe ukazuje na visoku razinu samopouzdanja i dostupnost resursa, kako je potvrđeno ranijim istraživanjem Neneha (2019b) i Shirokove i sur. (2016). Navedeno potkrepljuje izjava jedne od ispitanica koja tvrdi:

Ja nisam imala ni problema s promjenom djelatnosti, ja mislim da sam je to napravila u roku pola sata. Otišla u Zagreb, pokraj Glavnog kolodvora, ne mogu se sjetiti više kako se zove. U Branimirovoj je ured, promijenila djelatnost i idući dan je to došlo na moj mail. I kraj priče.(I4)

Nasuprot tome, dulje vremensko razdoblje između namjere i provedbe, osobito u primjerima iz VSŽ, ukazuje na promišljeniji pristup i postupno prilagođavanje tržišnim i osobnim uvjetima. Takav obrazac odgovara nalazima Harime i sur. (2021) te Alama i sur. (2019), koji ističu važnost jačine motivacije i razine samoprocjene u procesu prelaska s namjere na konkretno poduzetničko djelovanje. Tako jedna ispitanica navodi:

Pa možda, eto, godinu dana. [...] Ma, to je sad specifično, jako specifična priča zato što je to bio moj bivši suprug i onda, na kraju, kako smo se mi razišli, tako se i on izvukao iz tvrtke. Tako da je to to. (I16)

U IŽ se vremenski interval pojavljuje implicitno, kroz opis nedostatka vremena zbog postojećih obaveza, što odgađa provedbu.

Uloga socio-demografskih čimbenika najjasnije se očituje kroz obiteljski kontekst, koji može djelovati i poticajno i ograničavajuće. U ZŽ obitelj pruža podršku i olakšava provedbu promjene gospodarske djelatnosti, dok u IŽ istodobno može predstavljati prepreku zbog radnih i obiteljskih obveza koje ograničavaju vrijeme i fleksibilnost poduzetnika. Tako jedan ispitanik navodi:

Nije dugo prošlo, što se ono kaže, od ideje do realizacije. To je bilo svega nekoliko mjeseci, dok je supruga odradila školovanje. Onog trenutka kad je odradila školovanje, otišli smo do javnog bilježnika, napravili izmjene i to je to. (I1)

Ovakvi nalazi potvrđuju važnost širih životnih okolnosti kod „odraslih“ poduzetnika, što je u skladu s modelima koji naglašavaju da provedba namjere zavisi ne samo od individualnih psiholoških varijabli, već i od obiteljskih i profesionalnih obaveza koje oblikuju stvarni kapacitet za djelovanje (Ruiz-Palomino i Martínez-Cañas, 2021; Schepers i sur., 2021). U VSŽ socio-demografski aspekti nisu eksplicitno naglašeni, što upućuje na manju ulogu obiteljskih okolnosti u provedbi u odnosu na druge čimbenike.

Tržišni i regulatorni čimbenici imaju dvosmjerni učinak, jer u nekim slučajevima mogu potaknuti, a u drugima usporiti provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti. U ZŽ i IŽ institucionalni posrednici (knjigovođe, javni bilježnici) olakšavaju administrativni prijelaz, dok birokratski zahtjevi i regulatorna nejasnoća mogu znatno usporiti proces. Primjerice, jedan ispitanik tvrdi:

Znači, onda sam ja to morao. Meni je, u stvari, knjigovođa sugerirao da ja to moram jer to je pretežita djelatnost. (I5)

Zanimljiv navod u tom kontekstu iznosi i ispitanica koja tvrdi:

Kažem, ono, zbog barijera, tih inspekcija i tog svega što ti je. Mislim, nepotrebno se čačka po tome i onda smo malo, ono, otegli taj dio da, ovoga, odmah ne promijenimo djelatnost. (I2)

Nasuprot tome, u VSŽ jednostavniji propisi i fleksibilnost manjih poduzeća omogućuju bržu prilagodbu:

Kad radite u manjim firmama, kao što je naša, stvari se poprilično brzo mogu odvijati. [...] Dakle, nama od odluke do realizacije treba, plafon, dva-tri tjedna do mjesec dana. Sam proces promjene je prilično jednostavan, to odete, prijavite, platite, registrirate i to je to. [...] Ali manje-više to prolazi sve bez imalo problema, s obzirom na to da vi možete mijenjati svoju djelatnost, realno, kako vi želite. Dakle, nema nikakvih niti zahtjeva koje vi morate ispuniti da biste vi promijenili svoju djelatnost. (I17)

Ovi rezultati potvrđuju spoznaje iz literature o važnosti vanjskih čimbenika, posebice institucionalne podrške i regulatorne učinkovitosti (Bogatyreva i sur., 2019; Oliveira i Rua, 2018) te sugeriraju da institucionalno okruženje može djelovati i kao transformativni čimbenik koji olakšava prelazak s namjere na ponašanje. Odnosno, regulatorni i tržišni okvir nisu statični, već djeluju kroz kombinaciju percepcija, institucionalne prakse i dostupnosti stručnih posrednika.

Dimenzija poduzetništva kao karijernog izbora dodatno naglašava subjektivnu dimenziju provedbe namjere. U ZZ i IŽ poduzetništvo se percipira kao afirmativni i poželjni profesionalni put, što je u skladu s nalazima o visokoj razini poduzetničke samopercepcije i unutarnjeg lokusa kontrole (Neneh, 2019b; Shirokova i sur., 2016), ali i prihvaćenosti poduzetništva kao karijernog odabira u društvu (Ruiz-Palomino i Martínez-Cañas, 2021; Schepers i sur., 2021). Jedan ispitanik tako navodi:

Apsolutno. Apsolutno bih preporučio poduzetništvo. Pogotovo za nekog tko možda ima nekakvo specifično znanje. Zašto ne? (I6)

U VSŽ su, međutim, stavovi raznolikiji i kreću se od izrazito pozitivnih do opreznih, što upućuje na različite razine samopouzdanja poduzetnika i različite načine doživljavanja rizika. Primjerice, jedna ispitanica ističe:

Ne. Apsolutno ne. Ne. Ni u kojem slučaju ne bih nekome preporučila da se bavi poduzetništvom. Vjerujte, najiskrenije ne. Po meni baš ako imate neku famoznu ideju, revolucionarnu koja će, ono, preokrenuti svijet, OK, onda da. Ali, ovako, apsolutno ne. (I17)

Takva raznolikost dokazuje da osobne razlike, zajedno s gospodarskim okolnostima i uvjetima u pojedinoj županiji, oblikuju povezanost između izražene namjere i njezine stvarne provedbe.

Sveukupno, rezultati ovog dijela istraživanja empirijski dokazuju važnost međudjelovanja unutarnjih i vanjskih čimbenika u procesu provedbe namjere promjene gospodarske djelatnosti. S jedne strane, unutarnji čimbenici poput samopouzdanja, razmišljanja o vlastitim

moogućnostima i podrške obitelji utječu na osobnu spremnost i motivaciju, dok vanjski čimbenici, poput učinkovitosti institucija, tržišnih uvjeta i regulatornih zahtjeva, određuju koliko brzo i u kojoj mjeri se namjera može pretvoriti u stvarno djelovanje. Dok ispitanici u ZŽ i IŽ poduzetništvo vide uglavnom afirmativno i naglašavaju važnost podrške i institucionalne učinkovitosti, u VSŽ su prisutne izraženije razlike i širi raspon iskustava, od pozitivnih do izrazito kritičnih. Ovakav nalaz nadopunjuje postojeće teorijske okvire poduzetničke namjere, potvrđujući da način promišljanja i pripremljenost „odraslih“ poduzetnika ne podrazumijeva automatski provedbu namjere, već ovisi o složenom odnosu između njihovih osobnih sposobnosti i okolinskih uvjeta (Ngo i sur., 2024; Tran i sur., 2024).

5.5. Znanstveni doprinos istraživanja

Znanstveni doprinos ovog doktorskog rada očituje se na trima razinama, teorijskoj, metodološkoj i empirijskoj, a koje zajedno čine cjelovit okvir za razumijevanje fenomena namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Ovaj doktorski rad predstavlja prvo sustavno istraživanje koje povezuje unutarnje i vanjske čimbenike u objašnjenju poduzetničke dinamike promjene gospodarske djelatnosti u zreloj fazi poduzetničkog procesa.

Teorijski doprinos proizlazi iz razvoja, validacije i testiranja konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Na temelju integrativnog pregleda literature i višefaznog empirijskog pristupa, doktorskim se radom proširuje postojeći teorijski korpus o poduzetničkoj namjeri, koji je u prethodnim istraživanjima bio gotovo isključivo usmjeren na fazu pokretanja poduzetničkog pothvata. Osim doprinosa razumijevanju poduzetničke namjere, analizom i sintezom relevantne znanstvene i stručne literature iz područja ponašanja „odraslih“ poduzetnika i promjene gospodarske djelatnosti sistematizirane su znanstvene spoznaje o predmetu istraživanja. Time su oblikovani temeljni teorijski uvidi za konstrukciju konceptualnog okvira čimbenika utjecaja. Ova sistematizacija omogućila je donošenje znanstvenih zaključaka o relevantnim konstruktima i njihovim međusobnim odnosima unutar predmeta istraživanja doktorskog rada, što predstavlja njegov znanstveni doprinos. Novi konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika definira i međusobno povezuje unutarnje (kognitivne čimbenike, osobine ličnosti, socio-demografske čimbenike te osobne pokretače i prepreke) i vanjske čimbenike (normativno, kognitivno i regulatorno

okruženje te gospodarski i politički kontekst) koji zajedno utječu na proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Time se poduzetnička namjera konceptualizira kao dinamičan i višerazinski, a ne kao jednokratni, misaoni proces. Doktorski rad tako kao novu teorijsku dimenziju, u istraživanje poduzetničkog ponašanja uvodi namjeru promjene gospodarske djelatnosti, čime se popunjava praznina u literaturi i obogaćuje teorijsko razumijevanje ponašanja „odraslih“ poduzetnika u kasnijim fazama poduzetničkog procesa. Konačno, doktorski rad također pridonosi razvoju znanstvene terminologije na hrvatskom jeziku, čime se jača nacionalni znanstveni korpus i osigurava dostupnost pojmovno precizne literature iz područja poduzetničkog istraživanja.

Metodološki doprinos dokorskog rada temelji se na integriranom (mješovitom) istraživačkom pristupu koji spaja kvalitativne i kvantitativne metode radi višedimenzionalnog razumijevanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Za utvrđivanje populacije i odabir uzorka korišteni su službeni statistički pokazatelji, koji su i analizirani kako bi se provjerile početne istraživačke pretpostavke. Primjenom Delfi metode stručnom je validacijom razvijen i potvrđen istraživački instrument, vodič za polustrukturirane intervjue, čime je osigurana teorijska i stručna utemeljenost predloženog konceptualnog okvira. Ovaj postupak pridonosi razvoju metodoloških standarda u istraživanju poduzetničke namjere jer uvodi sustavnu stručnu validaciju u ranoj fazi kvalitativnog istraživanja. Nadalje, primjenom reflektivne tematske analize, podržane kvalitativnom analizom sadržaja, na prikupljenim podacima omogućeno je dublje razumijevanje značenja koje ispitanici pridaju svojim iskustvima i motivima promjene gospodarske djelatnosti. Kombinacija ovih cjelovitih mješovitih metoda znanstvenog istraživanja do sada je nedostavno zastupljena u domaćim i međunarodnim istraživanjima ponašanja „odraslih“ poduzetnika te predstavlja inovativni metodološki pristup. Za razliku od većine znanstvenih i stručnih istraživanja poduzetničke namjere, koja se u pravilu oslanjaju na kvantitativne metode i anketne upitnike, ovaj doktorski rad primjenjuje kvalitativni i višefazni pristup koji omogućuje dublje razumijevanje procesa oblikovanja i provedbe specifične namjere poduzetnika u stvarnom kontekstu.

Empirijski doprinos proizlazi iz rezultata koji pokazuju da je oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika rezultat interakcije individualnih sposobnosti i regionalnih uvjeta, čime se dokazuje teorijski okvir koji gospodarsku aktivnost tumači kao proizvod međudjelovanja namjere, konteksta i strukture. Analiza triju županija različitog stupnja gospodarske razvijenosti (IŽ, ZŽ i VSŽ) ukazala je na regionalne obrasce poduzetničke

prilagodbe, od transformacijskih obrazaca u razvijenijim regijama do stabilizacijskih u manje razvijenima, čime je empirijski dokazana teza o utjecaju regionalnih poduzetničkih ekosustava na namjeru. Nadalje, provođenjem empirijskog istraživanja među „odraslim“ poduzetnicima, koji su uspješno proveli proces promjene gospodarske djelatnosti svojeg poduzetničkog pothvata, ovaj doktorski rad otklanja ograničenja tipična za istraživanja koja se temelje na neprovedenim namjerama. Budući da svaka poduzetnička namjera ne mora rezultirati konkretnim ponašanjem, izbor ovakvog uzorka omogućuje dublje razumijevanje čimbenika koji razlikuju namjeru od ponašanja. Na taj način doktorski rad pridonosi razumijevanju i nadogradnji postojećih teorijskih modela poduzetničke namjere, jer empirijski objašnjava kako određeni unutarnji i vanjski čimbenici djeluju u fazi tranzicije od namjere prema ponašanju. Konačno, empirijsko istraživanje identificiralo je ključne čimbenike s najvećim utjecajem na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, čime se pruža čvrsta empirijska osnova za buduća istraživanja i oblikovanje politika potpore u području: pokazatelja gospodarske djelatnosti, motivacije, formalnih propisa, obitelji i prijatelja, percipiranog prepoznavanja prilika, percepcije gospodarske i političke klime, prethodnog radnog iskustva, očekivanja poduzetničkog ishoda, društvenog kapitala i proaktivnosti.

Zaključno, doktorski rad ostvaruje znanstveni doprinos kroz:

- teorijsko proširenje razumijevanja poduzetničke namjere kroz razvoj i validaciju konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika,
- metodološku inovaciju u obliku kombinacije kvantitativnih metoda, Delfi metode i refleksivne tematske analize kao učinkovitog pristupa istraživanju kompleksnih poduzetničkih procesa,
- empirijski dokaz interakcije unutarnjih i vanjskih čimbenika u različitim regionalnim uvjetima, čime se obogaćuje postojeći korpus znanja o ponašanju „odraslih“ poduzetnika.

5.6. Ograničenja istraživanja

Tijekom provođenja istraživanja uočena su određena ograničenja u svim njegovim fazama, od desk analize sekundarnih izvora i kvantitativne obrade podataka do kvalitativnih postupaka koji su obuhvatili primjenu Delfi metode i polustrukturiranih intervjua. Njihovo prepoznavanje važno je radi pravilne interpretacije rezultata i realnog sagledavanja dosega zaključaka.

U kontekstu *desk* istraživanja sekundarnih podataka, ograničenja se prvenstveno odnose na nemogućnost pristupa određenim znanstvenim i stručnim radovima u okviru pretraživanih baza podataka, kao i publikacijama s vanjskih izvora, koje su mogle dodatno pridonijeti razumijevanju predmeta istraživanja. Dodatno ograničenje proizlazi iz činjenice da su analizirani izvori obuhvaćali isključivo publikacije na engleskom i hrvatskom jeziku, čime je izostavljena mogućnost uvida u literaturu na drugim jezicima, osobito onima zemalja sličnog gospodarskog i političkog konteksta, što bi moglo pridonijeti dubljem razumijevanju fenomena promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Nadalje, iako je provedena sustavna pretraga relevantnih baza podataka, uočena je heterogenost u terminologiji koja se koristi za opisivanje srodnih koncepata (primjerice, *business transformation*, *strategic renewal*, *activity shift*), što otežava potpunu usporedivost i može utjecati na širinu teorijske sinteze. Ovo se ograničenje posebno odnosi na pojam gospodarske djelatnosti, koji se u znanstvenoj literaturi često promatra u širokom, makroekonomskom smislu. U takvim slučajevima termin (engl. *economic activity*) obuhvaća ukupnost gospodarske aktivnosti određenog područja te se često poistovjećuje s pojmom gospodarske strukture, čime se gubi preciznost u analizi pojedinačnih promjena djelatnosti na razini poduzetnika i pripadajućih poslovnih subjekata.

U kvantitativnom dijelu istraživanja koji obuhvaća analizu podataka iz Registra DZS-a, ključno ograničenje odnosi se na obuhvat i kvalitetu baze podataka. Premda je riječ o službenom i metodološki utemeljenom izvoru DZS-a, uočen je niz problema poput neujednačenosti formata, duplih unosa, nepotpunog ažuriranja podataka o glavnoj gospodarskoj djelatnosti te mogućnosti pogrešne klasifikacije poslovnih subjekata. Dodatno, Registar DZS-a obuhvaća isključivo pravne osobe te izostavlja fizičke osobe koje obavljaju djelatnost (obrtnike i nositelje slobodnih zanimanja), čime se propušta važan segment poduzetničke populacije. Iako obrtnici, zbog same prirode obrta, rjeđe mijenjaju glavnu gospodarsku djelatnost, njihovo isključenje ograničava potpunost prikaza poduzetničke dinamike u RH. Unatoč temeljitom čišćenju i verifikaciji podataka, nije u potpunosti moguće isključiti mogućnost pogrešne interpretacije slučajeva u kojima formalna promjena NKD šifre ne odražava stvarnu promjenu poslovne orijentacije poslovnog subjekta. Naime, pojedini poslovni subjekti mogu promijeniti glavnu gospodarsku djelatnost iz formalnih razloga, primjerice radi usklađivanja s regulatornim zahtjevima ili pristupa određenim natjecajima, dok u praksi i dalje najveći dio svojih aktivnosti usmjeravaju na prethodnu ili usporedno registriranu djelatnost. Takve situacije, kako je naveo i jedan od ispitanika, mogu predstavljati promjenu *de iure*, ali ne i *de facto*, što dodatno otežava

precizno tumačenje kvantitativnih pokazatelja, osobito pri interpretaciji sektorskih prijelaza. Kako bi se navedeno ograničenje ublažilo, kvantitativna analiza dopunjena je kvalitativnim podacima, čime se omogućila triangulacija rezultata i pouzdanije tumačenje.

U fazi provedbe Delfi metode ograničenja se odnose prije svega na sastav i veličinu uzorka stručnjaka. U istraživanju su sudjelovali predstavnici znanstvene zajednice i javnih institucija, dok su druge skupine dionika, poput nevladinih organizacija, financijskih institucija i poduzetničkih potpornih centara, bile isključene iz uzorka. Iako je ta odluka metodološki opravdana usmjerenošću na integraciju znanstvenih i institucionalnih perspektiva, njihovo neuključivanje moglo je ograničiti širinu uvida u čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti, osobito u pogledu praktične primjene politika i financijskih instrumenata. Dodatno, opsežnost upitnika kao instrumenta prikupljanja stručnih uvida koji je obuhvatio velik broj pitanja o različitim skupinama čimbenika mogla je djelovati zamorno na sudionike, što je u pojedinim slučajevima moglo utjecati na razinu koncentracije i detaljnost odgovora. Također, budući da je proces validacije konceptualnog okvira temeljen na subjektivnim procjenama stručnjaka, određena razina interpretativne pristranosti ne može se u potpunosti isključiti. Nadalje, unatoč visokoj razini slaganja među sudionicima u završnom krugu, postoji mogućnost da su pojedini sudionici prilagodili odgovore percepciji grupnog konsenzusa, što može ograničiti izraženost različitih mišljenja.

Najizraženija metodološka ograničenja odnose se na fazu polustrukturiranih intervjua provedenih s „odraslim“ poduzetnicima. Iako je primijenjeno svrhovito uzorkovanje s jasnim kriterijima uključivanja, veličina uzorka (21 ispitanik) ograničava mogućnost generaliziranja rezultata na širu populaciju poduzetnika u RH. Dodatno, fokus istraživanja isključivo na hrvatski kontekst i tri odabrane županije (ZŽ, IŽ i VSŽ) omogućuje dublji uvid u regionalne specifičnosti, ali istodobno ograničava mogućnost usporedbe s drugim hrvatskim regijama i međunarodnim kontekstima, čime se smanjuje opća prenosivost nalaza. Nadalje, uzorak obuhvaća poduzetnike iz triju županija koje se razlikuju po stupnju gospodarske razvijenosti, no unutar svake od njih postoje dodatne intraregionalne razlike koje nisu posebno obuhvaćene analizom. To ograničava mogućnost sagledavanja nijansi lokalnih poduzetničkih ekosustava i može utjecati na preciznost interpretacije konteksta. Dodatno, u strukturi uzorka zamjetna je izrazita prevaga d.o.o.-a (18 od ukupno 21 ispitanika), dok su d.d.-i i j.d.o.o.-i zastupljeni tek pojedinačno. Takva neravnoteža ograničava mogućnost dubljeg uvida u razlike među pravno-ustrojbenim oblicima poduzetničkih pothvata, što je bilo jedno od istraživačkih pitanja ovog

doktorskog rada. Nadalje, istraživanje obuhvaća isključivo poduzetnike koji su proveli promjenu gospodarske djelatnosti, a nisu uključeni oni koji takvu promjenu trenutno planiraju ili su je ranije namjeravali, ali je nisu proveli. Razlog tomu je što službeni registri, uključujući baze podataka DZS-a i srodne administrativne izvore, ne evidentiraju poduzetnike u fazi planiranja promjene djelatnosti. Do takvih ispitanika moguće je doći isključivo neformalnim putem, što je metodološki i logistički složeno, osobito s obzirom na usku nišu „odraslih“ poduzetnika koji razmatraju takvu namjeru. Time je izostao dublji uvid u inhibitore provedbe poduzetničke namjere, što bi moglo dodatno rasvijetliti proces oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Posebno treba istaknuti i vremensko ograničenje istraživanja. Kvantitativni dio obuhvaća vremensko razdoblje od 2011. do 2024. godine, što omogućuje uvid u dugoročne trendove, ali ne obuhvaća učinke mogućih budućih strukturnih promjena koje će proizaći iz implementacije *Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine* ili *Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026.*, kao i drugih razvojnih politika. Stoga se rezultati trebaju tumačiti kao pokazatelj zatečenih obrazaca, a ne kao prediktivni model budućih kretanja. Dodatno, nisu bili dostupni pokazatelji koji bi pratili poslovanje poduzetnika prije i nakon promjene gospodarske djelatnosti, što bi omogućilo objektivnu procjenu „uspješnosti“ promjene gospodarske djelatnosti. Takvi pokazatelji mogli bi dodatno potkrijepiti subjektivne iskaze ispitanika o opravdanosti i učincima provedbe oblikovane namjere, čime bi se osigurala dublja empirijska validacija nalaza. Nadalje, budući da su analitičke jedinice istraživanja definirane prema NKD 2007., potrebno je uzeti u obzir metodološko ograničenje koje proizlazi iz činjenice da su podatci o poslovnim subjektima ranije vođeni u okviru sustava NKD 2002., što otežava dugoročnu usporedivost i praćenje kontinuiteta gospodarskih djelatnosti. U trenutku dovršetka ovog istraživanja (2025.) stupila je na snagu nova klasifikacija NKD 2025., zbog čega analitički okvir rada više nije u potpunosti usklađen s aktualnim klasifikacijskim sustavom. Ova promjena dodatno naglašava potrebu za oprezom pri interpretaciji rezultata te upućuje na to da su nalazi utemeljeni na klasifikacijskom sustavu koji se ne mijenja u skladu s brzim transformacijama novih gospodarskih djelatnosti (primjerice, digitalne usluge, platformna ekonomija), zbog čega postoji rizik da pojedine suvremene oblike poslovanja poduzetnika nije bilo moguće adekvatno klasificirati ili prepoznati u analizi.

Pored toga, budući da su ispitanici retrospektivno opisivali okolnosti i motive svojih odluka, prisutan je rizik od subjektivnog reinterpreteranja događaja, zaborava ili racionalizacije prošlih

iskustava, što može utjecati na pouzdanost izjava. Isto tako, u kvalitativnim istraživanjima poput ovog uobičajen je problem ograničene otvorenosti sudionika, osobito kada je riječ o dijeljenju neuspjeha, osobnih osjećaja ili misli s drugima. Nespremnost pojedinih ispitanika da o takvim temama govore otvoreno mogla je utjecati na dubinu prikupljenih uvida i razinu refleksivnosti iskaza. Također, u kontekstu skupne dinamike intervjua postoji mogućnost utjecaja grupne interakcije na iskaze ispitanika, što može smanjiti autentičnost individualnih perspektiva. Neki su ispitanici tijekom provođenja intervjua iznijeli manji broj uvida u svoja iskustva, dijelom zbog vremenskog ograničenja, a dijelom zbog dominacije drugih ispitanika, unatoč poticanju na sudjelovanje od strane istraživača. Ove razlike u izraženosti pojedinih ispitanika mogle su djelomično utjecati na dubinu i uravnoteženost kvalitativnih nalaza.

Dodatne poteškoće u obradi podataka odnosile su se na transkripciju. U pojedinim slučajevima prisutne su dvosmislenosti, nerazgovjetni dijelovi izjava ili elementi kolokvijalnog govora obilježeni regionalnim dijalektima, što je otežalo preciznu interpretaciju pojedinih značenja. Također, kao i u većini kvalitativnih istraživanja, treba uzeti u obzir i subjektivnost istraživača kao provoditelja intervjua i analitičara prikupljenih podataka. Iako su tijekom cijelog procesa poduzete mjere za osiguravanje transparentnosti i refleksivnosti, interpretacija nalaza u određenoj je mjeri uvjetovana osobnim istraživačkim iskustvom, teorijskim usmjerenjem i kontekstualnim razumijevanjem autora doktorskog rada. Ove razine subjektivnosti, iako neizbježne, naglašavaju važnost interpretativne svjesnosti u procesu kvalitativne analize.

Sveukupno, navedena ograničenja ne umanjuju znanstvenu vrijednost istraživanja, već upućuju na područja u kojima bi buduća istraživanja mogla unaprijediti metodološki pristup i proširiti interpretativni okvir. Kombiniranjem kvantitativnih i kvalitativnih metoda postignuta je visoka razina pouzdanosti nalaza i omogućeno višedimenzionalno razumijevanje čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Ipak, rezultati se trebaju tumačiti u granicama specifičnog konteksta uzorka, institucionalnih okvira i vremenskog obuhvata istraživanja.

5.7. Aplikativni doprinos istraživanja i preporuke za implementaciju rezultata istraživanja

Aplikativni doprinos doktorskog rada ogleda se u stvaranju temelja za praktičnu primjenu dobivenih znanstvenih spoznaja u oblikovanju razvojnih politika i strateškom planiranju gospodarskih djelatnosti.

Rezultati istraživanja omogućavaju primjenu konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika za oblikovanje preporuka koje mogu usmjeriti poduzetničke i gospodarske politike na nacionalnoj i regionalnoj razini. Na temelju identificiranih čimbenika, doktorski rad pruža dublje razumijevanje regionalnih obrazaca poduzetničke dinamike i sistematizira smjerove promjena gospodarskih djelatnosti s obzirom na gospodarsku razvijenost i sektorske specifičnosti. Time se ističu čimbenici na koje se može djelovati institucionalnim mjerama i politikama potpore. Empirijski nalazi također omogućavaju da se konceptualni okvir primijeni kao alat za procjenu spremnosti „odraslih“ poduzetnika na promjenu djelatnosti i prepoznavanje prepreka koje otežavaju provedbu njihovih namjera. Na taj način, konceptualni okvir može poslužiti regionalnim razvojnim agencijama, potpornim institucijama i tijelima javne uprave za prepoznavanje potreba i planiranje mjera za jačanje poduzetničke prilagodljivosti.

Istraživanje utjecaja gospodarskih kriza na promjene gospodarskih djelatnosti pridonijelo je boljem razumijevanju otpornosti i prilagodljivosti poduzetnika, osobito u sektorima osjetljivima na tržišne promjene. Dobiveni nalazi mogu se praktično primijeniti pri oblikovanju mjera u strateškim dokumentima, poput *Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine*, *Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026.* te županijskih razvojnih planova. U kontekstu izrade razvojnih dokumenata i strateških politika, važno je istaknuti da učinkovito planiranje budućeg gospodarskog razvoja zahtijeva sustavno uzimanje u obzir regionalnih razlika u resursima, strukturi djelatnosti i razini poduzetničke dinamike. Razvojni planovi i strategije trebaju, stoga, biti prilagođeni specifičnostima pojedinih regija kako bi se osiguralo ravnomjernije iskorištavanje potencijala i smanjenje teritorijalnih nejednakosti. Također, nalazi su posebno korisni za izradu kontingencijskih planova koji omogućavaju izgradnju učinkovitijih, na znanstvenim nalazima utemeljenih politika. Doprinos doktorskog rada ogleda se i u prepoznavanju metodoloških i sadržajnih nedostataka službenih statističkih

baza, što otvara mogućnost unaprjeđenja sustava prikupljanja i klasifikacije podataka te razvoja preciznijeg sustava praćenja gospodarskih promjena u stvarnom vremenu.

Sveukupno, rezultati doktorskog rada imaju neposrednu primjenjivu vrijednost za donositelje politika, regionalne razvojne dionike i same poduzetnike, kojima pružaju dublji uvid u obrasce i logiku poduzetničkih transformacija, potičući time oblikovanje održivih i konkurentnih poduzetničkih ekosustava u RH. Iz tih saznanja proizašla je potreba za konkretnim smjernicama koje mogu poduprijeti daljnji razvoj poduzetničkog okruženja. Polazeći od rezultata provedenog istraživanja, u ovom se dijelu doktorskog rada formuliraju preporuke za donositelje politika, sukladno specifičnom cilju doktorskog rada: *osmisliti preporuke donositeljima politika o mjerama utjecaja na odabrane čimbenike kojima se potiče gospodarski rast i razvoj*. Cilj je ovih preporuka pridonijeti stvaranju poticajnog okruženja koje omogućava održive promjene gospodarskih djelatnosti i jača otpornost gospodarstva. Preporuke su temeljene na empirijskim nalazima, teorijskim pretpostavkama o višerazinskom djelovanju čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika te strateškim smjernicama nacionalnih i regionalnih razvojnih dokumenata: *Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030.*, *Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021.–2026.*, *Planu razvoja Zadarske županije 2021.-2027.*, *Planu razvoja Istarske županije za razdoblje 2022.-2027.* te *Planu razvoja Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje od 2021. do 2027.* Odabrani čimbenici predstavljaju one koje su ispitanici najčešće isticali kao ključne u oblikovanju njihove namjere promjene gospodarske djelatnosti, a ujedno imaju i najveći potencijal za unaprjeđenje javnih politika.

1. Pokazatelji gospodarske djelatnosti

- Rezultati istraživanja: istraživanjem je dokazano da poduzetnici namjeru promjene gospodarske djelatnosti često temelje na promatranju konkretnih tržišnih i sektorskih pokazatelja. Primjerice, kretanja potražnje u turizmu, građevinarstvu, prijevozu, itd.. Ti pokazatelji služe kao glavni pokazatelji pri procjeni rizika i procjeni dugoročne održivosti planirane djelatnosti.
- Implikacija za donositelje politika: s obzirom na to da poduzetnici namjere promjene gospodarske djelatnosti često temelje na neformalnim i djelomičnim informacijama, javne institucije trebale bi sustavno poboljšavati dostupnost i razumljivost gospodarskih pokazatelja koji su im važni za donošenje poslovnih odluka.

- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uspostava višerazinske platforme gospodarskih pokazatelja koja bi integrirala županijske, nacionalne i međunarodne podatke o promjenama prema područjima gospodarskih djelatnosti, razinama zaposlenosti i prihodima poduzeća. Podatci bi trebali biti vizualno prikazani, usporedivi između različitih razina te popraćeni kratkim analitičkim komentarima koji olakšavaju praćenje trendova i identifikaciju razvojnih prilika.
- Poveznica s rezultatom istraživanja: takav bi sustav omogućio poduzetnicima lakši pristup relevantnim informacijama, racionalnije planiranje i smanjenje nesigurnosti u procesu promjene gospodarske djelatnosti. Istodobno, usporedba sektorskih pokazatelja na županijskoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini omogućila bi prepoznavanje sektora s većom dodanom vrijednošću i boljim razvojnim potencijalom, čime se poduzetničke odluke usmjeravaju prema održivijim i konkurentnijim područjima djelovanja.

2. Motivacija

- Rezultati istraživanja: dokazano je da poduzetnici navode motivaciju kao ključni čimbenik namjere promjene gospodarske djelatnosti te ju povezuju s kvalitetom života, osobnim zadovoljstvom i usklađivanjem poslovnih i obiteljskih prioriteta. U razvijenijim županijama motivacija je proaktivna i razvojno orijentirana, dok je u manje razvijenima češće reaktivna i potaknuta nuždom.
- Implikacija za donositelje politika: ove razlike upućuju na potrebu diferenciranih programa potpore po županijama, koji bi u razvijenijim područjima poticali proaktivnu i razvojno orijentiranu motivaciju kroz inovacije, umrežavanje i profesionalni razvoj, dok bi u manje razvijenim županijama naglasak bio na poticanju otpornosti, sigurnosti i socijalne stabilnosti poduzetnika. Takvi programi trebaju prepoznati emocionalne i životne poticaje koji stoje iza poduzetničkih odluka, a ne svoditi ih isključivo na ekonomske pokazatelje.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uvođenje županijskih programa poticanja ravnoteže i otpornosti među poduzetnicima. Ovi bi programi uključivali mentorske i psihološke radionice te kratke savjetodavne programe o organizaciji poslovanja s ciljem smanjenja stresa i jačanja osobne motivacije za promjenu djelatnosti. Na taj se način podrška širi s ekonomskih i tehničkih aspekata na one koji pridonose dugoročnoj održivosti i zadovoljstvu poduzetnika.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o motivaciji kao ključnom unutarnjem pokretaču namjere promjene gospodarske djelatnosti ukazuje da institucionalna podrška mora uključivati razumijevanje psiholoških, emocionalnih i vrijednosnih aspekata poduzetničkog djelovanja. To znači da mjere potpore trebaju biti oblikovane tako da prepoznaju različite motive koji stoje iza poduzetničkih odluka, od potrebe za samopotvrđivanjem i osobnim razvojem do težnje za sigurnošću i stabilnošću. Integriranjem ovih subjektivnih dimenzija u politike i programe (npr. kroz personalizirano savjetovanje, prilagodbu edukacija profilu poduzetnika ili uključivanje psiholoških instrumenata procjene motivacijskih obrazaca) osigurava se da institucionalna potpora ne djeluje generički, nego da odražava stvarne potrebe i pokretače različitih skupina poduzetnika.

3. Formalni propisi

- Rezultati istraživanja: više ispitanika istaknulo je da su formalni zahtjevi i birokratske procedure često izravan pokretač namjere promjene gospodarske djelatnosti, osobito kada natječaji ili regulatorne promjene uvjetuju prilagodbu NKD klasifikacije. Ovaj čimbenik ima izražen utjecaj u djelatnostima vezanima za EU fondove i javne potpore.
- Implikacija za donositelje politika: rezultati upućuju na potrebu sustavnijeg razlikovanja promjena koje proizlaze iz stvarne transformacije poslovnog modela od onih koje su potaknute administrativnim zahtjevima. U tom kontekstu, DZS bi mogao, u suradnji s drugim relevantnim institucijama, razviti mehanizam evidentiranja i kategorizacije promjena gospodarskih djelatnosti prema njihovoj stvarnoj prirodi, bilo da se radi o „strukturnim“ ili „administrativnim“, čime bi se omogućilo preciznije praćenje poduzetničkih dinamika i donošenje činjenično utemeljenih politika razvoja. Time bi se istodobno povećala transparentnost evidencija o gospodarskim promjenama.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se, uz uspostavu jedinstvene digitalne platforme, koja bi omogućila istodobno podnošenje zahtjeva za promjenu gospodarske djelatnosti u svim relevantnim registrima (DZS, FINA, Porezna uprava), osmišljavanje natječaja i programa potpore koji ne bi uvjetovali promjenu gospodarske djelatnosti kao formalni preduvjet za sudjelovanje. Na taj bi se način smanjila učestalost „administrativnih“ promjena koje ne proizlaze iz stvarne potrebe prilagodbe tržištu, a administrativni bi sustav postao funkcionalniji i usklađeniji s razvojnim ciljevima poduzetnika. Dodatno, korištenje EU fondova treba usmjeriti i na programe koji olakšavaju prijelaz poduzetnika u novu gospodarsku djelatnost, uz očuvanje postojećih

poslovnih kapaciteta i zaposlenosti. Projekti financirani strukturnim i investicijskim fondovima EU, poput Europskog socijalnog fonda, mogu se koristiti za financiranje edukacija, savjetodavnih usluga, digitalne transformacije i pilot-projekata prilagodbe poslovanja, čime se potiče održiv razvoj poduzetništva.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: time se izravno potvrđuje u doktorskom radu postignut nalaz o ulozi formalnih propisa kao vanjskog pokretača namjere promjene djelatnosti te potrebi za većom predvidivošću, koherentnošću i transparentnošću administrativnih postupaka. Uvođenje diferenciranog praćenja i integriranih sustava prijave promjena gospodarskih djelatnosti predstavlja važan korak prema stvaranju stabilnijeg institucionalnog okvira koji podržava stvarne, a ne formalno uvjetovane poduzetničke promjene.

4. Obitelj i prijatelji

- Rezultati istraživanja: rezultati su pokazali da su obiteljske i prijateljske mreže jedan od ključnih oblika društvenog kapitala koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Njihova uloga nadilazi emocionalnu podršku i obuhvaća konkretne oblike pomoći, poput zajedničkog donošenja odluka, financijskog sudjelovanja, savjetovanja i operativne suradnje u vođenju poslovanja.
- Implikacija za donositelje politika: javne politike trebale bi prepoznati neformalne mreže kao važan element poduzetničke infrastrukture jer one pridonose otpornosti, prijenosu znanja i emocionalnoj stabilnosti u procesima poslovne promjene. To podrazumijeva usmjeravanje dijela institucionalne potpore na jačanje obiteljskih i prijateljskih mreža kao važnih nositelja neformalnog učenja i društvenog kapitala u poduzetništvu.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uspostava programa tzv. „obiteljske potpore poduzetništvu“ u sklopu županijskih razvojnih agencija, koji bi nudio radionice, savjetovanja i grupne aktivnosti za poduzetnike i njihove članove obitelji s ciljem jačanja međusobne komunikacije, razumijevanja i suradnje tijekom procesa promjene gospodarske djelatnosti. U okviru takvih programa mogu se organizirati i skupovi za razmjenu iskustava među poduzetnicima, na kojima bi se raspravljalo o načinima suočavanja s pritiscima i izazovima koji prate promjene djelatnosti, uz poseban naglasak na očuvanju emocionalne stabilnosti i važnosti socijalne podrške u poduzetničkom okruženju.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o presudnoj ulozi obiteljskih i prijateljskih mreža dokazuje da se promjena gospodarske djelatnosti odvija u društvenom, a ne isključivo individualnom kontekstu. Time se ukazuje na potrebu da institucionalna podrška prepozna i vrednuje obiteljske i neformalne mreže kao ključne dionike poduzetničke održivosti ne samo kroz formalne programe, već i kroz politike koje potiču međusobno učenje, razmjenu iskustava i kolektivnu otpornost poduzetničkih zajednica.

5. Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost

- Rezultati istraživanja: rezultati istraživanja pokazuju da sposobnost prepoznavanja tržišnih prilika uvelike razlikuje „odrasle“ poduzetnike s proaktivnim obrascima ponašanja od onih čije su namjere promjene gospodarske djelatnosti potaknute nuždom. U IŽ i ZŽ percipirano je prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost povezano s inovativnošću i diversifikacijom ponude, dok je u VSŽ izraženija orijentacija pragmatičnim prilagodbama tržištu. Takvi nalazi dokazuju da poduzetnička budnost nije jednako raspoređena među županijama, već se oblikuje pod utjecajem dostupnosti informacija, institucionalne podrške i obrazovnih mogućnosti.
- Implikacija za donositelje politika: potrebno je ojačati institucionalne mehanizme koji sustavno potiču razvoj poduzetničke budnosti i sposobnosti prepoznavanja prilika, ne samo kroz gospodarske instrumente već i kroz obrazovni sustav. To uključuje uvođenje kurikuluma koji razvijaju inovativnost, kreativnost i rješavanje problema na svim razinama obrazovanja, od ranog i osnovnog odgoja do srednjoškolskih i sveučilišnih programa, kao i kroz neformalne oblike obrazovanja, radionice kreativnosti i programe cjeloživotnog učenja. Dodatno, potrebno je poticati suradnju obrazovnih institucija, istraživačkih centara i poduzetnika kako bi se osnažio transfer tehnologije i omogućio razvoj primjenjivih inovacija u lokalnim i regionalnim kontekstima.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uspostava regionalnih digitalnih baza podataka koje bi objedinjavale informacije o lokalnim i nacionalnim investicijama, gospodarskim kretanjima, natjecajima i tehnološkim trendovima te omogućavale pregled tržišnih prilika po sektorima. Ove baze trebale bi biti povezane s obrazovnim i savjetodavnim platformama koje poduzetnicima nude alate za analizu tržišta i procjenu održivosti ideja.
- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o percipiranom prepoznavanju prilika/poduzetničkoj budnosti kao kognitivnom pokretaču namjere promjene

gospodarske djelatnosti dokazuje potrebu da institucionalna podrška obuhvati razvoj sposobnosti uočavanja i vrednovanja poslovnih prilika. Sustavno jačanje poduzetničke budnosti kroz obrazovne i informacijske kanale omogućava stvaranje dugoročno otpornijeg i inovativnijeg poduzetničkog okruženja, posebno u županijama s nižim razinama gospodarske dinamike.

6. Percepcija gospodarske i političke klime

- Rezultati istraživanja: rezultati istraživanja pokazali su da percepcija nestabilne gospodarske i političke klime značajno utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Neizvjesnost u pogledu porezne politike, čestih regulatornih izmjena i neujednačenih političkih odluka pojačava osjećaj rizika te povećava nepovjerenje u institucionalnu zaštitu poduzetnika. Sudionici su isticali kako tromost javne uprave otežava donošenje poduzetničkih odluka te nerijetko dovodi do odgađanja namjeravanih promjena gospodarske djelatnosti.
- Implikacija za donositelje politika: potrebno je osigurati veću predvidivost gospodarskih politika i transparentniju komunikaciju između državnih institucija i poduzetnika, osobito u razdobljima reformi i promjena zakonskih okvira. Ključan je razvoj dugoročno stabilnog poreznog sustava koji će smanjiti regulatorni rizik, kao i unaprjeđenje pravosudnog sustava radi učinkovitijeg rješavanja gospodarskih sporova. Uz to, nužno je jačati institucionalnu pouzdanost kroz daljnju digitalizaciju zemljišnih knjiga, registara poslovnih subjekata i postupaka prijave gospodarskih promjena, čime bi se povećala pravna sigurnost i predvidivost poslovnog okruženja. Takve mjere, zajedno s otvorenijim pristupom informacijama o planiranim reformama, mogu znatno pridonijeti smanjenju percepcije rizika među poduzetnicima.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uvođenje periodičnih pregleda gospodarske stabilnosti i reformskih procesa, koje bi zajednički objavljivali Vlada Republike Hrvatske, Hrvatska gospodarska komora i županijske razvojne agencije. Ti bi pregledi, u obliku sažetih izvješća ili interaktivnih digitalnih prikaza, jednostavnim i razumljivim jezikom objašnjavali aktualne i planirane promjene te njihove moguće učinke na poduzetništvo i gospodarske djelatnosti. Time bi se povećala informiranost i povjerenje poduzetnika te smanjila njihova osjetljivost na političke i ekonomske neizvjesnosti. Dodatno, potrebno je izraditi akcijske planove razvoja poduzetništva na razini svake županije, koji bi operacionalizirali nacionalne i regionalne razvojne strategije u skladu s lokalnim specifičnostima i gospodarskom strukturom. Takvi

planovi trebaju sadržavati ciljeve, mjere i instrumente podrške prilagođene stupnju razvijenosti, dominantnim djelatnostima i poduzetničkim kapacitetima pojedine županije, čime se osigurava usklađenost poduzetničkih politika s teritorijalnim potencijalima i izazovima.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o percepciji gospodarske i političke klime dokazuje njezinu ulogu kao vanjskog čimbenika koji oblikuje razinu sigurnosti i spremnosti poduzetnika na djelovanje. Kada poduzetnici doživljavaju institucionalni i gospodarski okvir kao nestabilni, povećava se njihova sklonost odgađanju promjena djelatnosti zbog straha od nepovoljnog trenutka za ulaganje, nesigurnosti u pogledu propisa i sumnje u učinkovitost zaštitnih mehanizama. Takvo stanje produžava razdoblja neaktivnosti i smanjuje dinamiku poduzetničkih prilagodbi, što dugoročno može negativno utjecati na konkurentnost i inovativnost gospodarstva.

7. Prethodno radno iskustvo

- Rezultati istraživanja: rezultati istraživanja pokazuju da prethodno radno iskustvo, osobito ono stečeno u različitim sektorima, povećava sposobnost procjene izvedivosti poslovnih odluka i prepoznavanja tržišnih prilika. „Odrasli“ poduzetnici s raznolikim profesionalnim iskustvom češće mijenjaju djelatnost iz strateških razloga, oslanjajući se na stečene vještine i spoznaje, dok poduzetnici s ograničenim iskustvom češće reagiraju reaktivno na vanjske poticaje i tržišne pritiske. Ovaj nalaz dokazuje da iskustvena širina pridonosi refleksivnijem i promišljenijem oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti.
- Implikacija za donositelje politika: potrebno je institucionalno poticati razmjenu iskustava i intersektorsko učenje među poduzetnicima, kako bi se povećala njihova sposobnost predviđanja tržišnih promjena i prilagodbe novim uvjetima poslovanja. Razvijanjem sustava koji omogućuju prijenos znanja između poduzetnika različitih sektora i generacija, jača se kapacitet poduzetnika za strateško odlučivanje.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se razvoj programa tzv. „iskustvom do prilagodbe“, kojim bi županijske razvojne agencije sustavno poticale mentorsku suradnju između poduzetnika iz različitih sektora te omogućile kratkoročne razmjene iskustava i programe praćenja rada. Uz to, potrebno je unaprijediti postojeće sustave mentorstva i poticati uključivanje poduzetnika u međunarodne mentorske mreže, čime bi se omogućilo prenošenje dobrih praksi, međunarodno umrežavanje i pristup

inovativnim modelima poslovnog razvoja. Na taj bi se način ojačala sposobnost poduzetnika za učenje kroz iskustvo i povećala otpornost poduzetničkih ekosustava.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o važnosti prethodnog radnog iskustva dokazuje njegovu ulogu kao prediktora namjere promjene gospodarske djelatnosti, osobito u kontekstu razvoja sektorskog znanja, profesionalne refleksivnosti i razvojne proaktivnosti. Sustavno poticanje prijenosa iskustva kroz institucionalne i međunarodne mentorske programe pridonosi razvoju poduzetnika koji su spremniji prepoznati prilike, racionalno procijeniti rizike i strateški pristupiti promjenama djelatnosti.

8. Očekivanja poduzetničkog ishoda

- Rezultati istraživanja: dokazano je postojanje povezanosti namjere promjene gospodarske djelatnosti i očekivanja o poboljšanju financijskih rezultata, smanjenju troškova, boljem tržišnom položaju ili povećanju osobnog zadovoljstva i kvalitete života. Međutim, pokazalo se da su ta očekivanja često oblikovana subjektivnim dojmovima, osobnim iskustvima i intuicijom, a rjeđe na temelju objektivnih tržišnih analiza.
- Implikacija za donositelje politika: potrebno je razviti institucionalne mehanizme koji pomažu poduzetnicima u realističnom vrednovanju poslovnih očekivanja prije nego što se oblikuje namjera promjene gospodarske djelatnosti. To uključuje sustave edukacije o analizi tržišta i upravljanju rizicima, razvoj alata za procjenu isplativosti i scenarijskih modela te dostupnost stručnih savjeta o održivosti poslovnih planova. Na taj se način smanjuje jaz između subjektivne percepcije i objektivne tržišne realnosti, čime se povećava kvaliteta i dugoročna stabilnost poduzetničkih odluka.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uspostava županijskih savjetovališta za poslovne transformacije u sklopu razvojnih agencija, gdje bi poduzetnici mogli testirati izvedivost svojih planova promjene gospodarske djelatnosti kroz financijske simulacije, analize tržišnih trendova i konzultacije s ekonomskim i sektorskim stručnjacima. Savjetovališta bi trebala nuditi integrirane programe procjene rizika i planiranja poslovnih scenarija te poticati suradnju s visokim učilištima i istraživačkim institucijama kako bi se osigurala metodološka i analitička podrška poduzetnicima. Uz to, potrebno je osmisliti programe potpore namijenjene poduzetnicima koji se nalaze u prijelaznom vremenskom razdoblju između oblikovane namjere promjene gospodarske djelatnosti i njezine provedbe. Ovi bi programi pružali stručnu, administrativnu i

financijsku podršku u fazi testiranja poslovnih koncepata, izrade investicijskih planova i prilagodbe poslovnih modela, čime se povećava vjerojatnost uspješne provedbe promjena i smanjuje rizik od odustajanja zbog proceduralnih ili financijskih prepreka.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o ulozi očekivanja poduzetničkog ishoda dokazuje njihovu funkciju kognitivnog pokretača u procesu oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti. Kada su očekivanja temeljena na realnim procjenama tržišnih potencijala i rizika, povećava se vjerojatnost donošenja održivih i dugoročno učinkovitih odluka. Suprotno tome, pretjerano optimistična ili neprovjerena očekivanja dovode do impulzivnih i kratkoročnih reakcija. Institucionalna podrška usmjerena na razvoj reflektivnog promišljanja, analitičkih vještina i pristupa pouzdanim podacima može značajno pridonijeti smanjenju ovog nesrazmjera te potaknuti promjene gospodarskih djelatnosti utemeljene na racionalnim i informiranim procjenama.

9. Društveni kapital

- Rezultati istraživanja: istraživanje je pokazalo da društveni kapital, kroz profesionalne kontakte, poslovna udruženja i neformalne mreže, predstavlja značajan čimbenik koji utječe na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. U županijama s razvijenijim oblicima poslovnog povezivanja, poput IŽ, prisutan je veći udio inovacijskih i strateških promjena djelatnosti, dok u slabije umreženim sredinama prevladavaju reaktivne promjene motivirane nužnošću.
- Implikacija za donositelje politika: jačanje društvenog kapitala i međusektorske suradnje može potaknuti poduzetnike na inovativne i razvojno orijentirane promjene gospodarskih djelatnosti, istodobno smanjujući poslovne rizike i povećavajući pristup znanju, resursima i tržištima. Donositelji politika trebaju društveni kapital promatrati kao strateški resurs regionalnog razvoja i poticati institucionalne oblike umrežavanja koji podupiru prijenos znanja, međupoduzetničku suradnju i kolektivnu otpornost.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uspostava regionalnih mreža suradnje poduzetnika koje bi okupljale poduzetnike iz komplementarnih gospodarskih djelatnosti te omogućavale razmjenu iskustava i razvoj zajedničkih projekata, primjerice kroz klastere, tematske platforme ili inovacijske centre. Istodobno je potrebno osnažiti djelovanje gospodarskih komora i sektorskih udruženja kao ključnih nositelja društvenog kapitala te osmisliti potporne programe za formiranje novih udruženja u sektorima visoke dodane vrijednosti, posebno onima povezanim s

digitalnom transformacijom, zelenim tehnologijama i održivim turizmom. Time bi se potaknula institucionalizacija mreža suradnje koje pridonose razvoju inovativnih kapaciteta i konkurentnosti regionalnih gospodarstava.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o ulozi društvenog kapitala dokazuje njegovu važnost kao vanjskog čimbenika koji povećava poduzetničku otpornost, inovativnost i spremnost na promjenu gospodarske djelatnosti. Umreženi poduzetnici raspolažu širim spektrom informacija, povratnih mehanizama i resursa, što smanjuje percepciju rizika i povećava sposobnost donošenja refleksivnih, strateških odluka. Sustavno jačanje društvenog kapitala kroz institucionalnu podršku time postaje ključnim instrumentom za poticanje promjena gospodarskih djelatnosti utemeljenih na znanju i suradnji.

10. Proaktivnost

- Rezultati istraživanja: sukladno nalazima istraživanja, karakteristike uspješnijih poduzetnika su sposobnost predviđanja promjena i spremnost da djeluju prije nego što nastupe krizne situacije. Njihovo ponašanje temelji se na strateškom promišljanju, planiranju i kontinuiranom praćenju tržišnih trendova. U razvijenijim županijama, poput IŽ i ZZ, proaktivnost proizlazi iz refleksivne procjene prilika i dugoročne orijentacije prema rastu, dok je u manje razvijenim područjima, poput VSŽ, češće reaktivna i povezana s nuždom ili odgovorom na vanjske pritiske.
- Implikacija za donositelje politika: potrebno je sustavno poticati razvoj proaktivnih poduzetničkih vještina koje uključuju planiranje, strateško predviđanje i preuzimanje inicijative. Javne politike trebaju prepoznati proaktivnost kao ključnu kompetenciju koja pridonosi otpornosti poduzetničkog sektora i njegovoj sposobnosti prilagodbe promjenjivim tržišnim uvjetima. To podrazumijeva razvoj obrazovnih i potpornih mehanizama koji promiču anticipativno razmišljanje, refleksivno odlučivanje i preuzimanje odgovornosti za vlastiti razvoj, čime se smanjuje zavisnost od vanjskih poticaja i subvencija.
- Preporuka donositeljima politika: preporučuje se uvođenje modula koji razvijaju stratešku proaktivnost u postojeće županijske i nacionalne programe osposobljavanja poduzetnika. Ovi bi moduli trebali obuhvaćati teme predviđanja tržišnih promjena, scenarijskog planiranja i preventivnog upravljanja rizicima. Također je potrebno osmisliti specijalizirane edukacijske programe koji bi poduzetnicima omogućili bolje razumijevanje proceduralnih, financijskih i strateških aspekata promjene gospodarske djelatnosti, uključujući praktične smjernice o koracima prijave i provedbe promjene,

analizi tržišnih učinaka i razvoju novih poslovnih modela. Uz to, potrebno je unaprijediti i poticati razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja iz područja poduzetništva, uvesti i širiti sustav vaučera za dodatno usavršavanje te jačati suradnju obrazovnih institucija i gospodarskih komora u razvoju praktičnih programa. Poseban naglasak treba staviti na promicanje pozitivnog imidža poduzetništva i promjena, razvijanje kulture u kojoj se neuspjeh prepoznaje kao sastavni dio procesa učenja i inoviranja te poticanje javnih inicijativa koje afirmiraju proaktivne primjere dobre prakse. Na taj način institucionalna podrška postaje mehanizam oblikovanja mentaliteta usmjerenog prema djelovanju, učenju i prilagodbi.

- Poveznica s rezultatom istraživanja: nalaz o proaktivnosti kao prediktoru namjere promjene gospodarske djelatnosti dokazuje da spremnost na predviđanje promjena i samoinicijativno djelovanje razlikuje poduzetnike koji promjene doživljavaju kao prilike od onih koji na njih reagiraju tek kada postanu nužne. Proaktivnost je time pokazatelj razvojne zrelosti poduzetnika, koje se mogu sustavno poticati kroz obrazovne i institucionalne programe. Kroz integraciju cjeloživotnog učenja, valorizaciju poduzetničkog iskustva i promicanje kulture inovativnosti i otpornosti, donosi se okvir koji podržava poduzetnike da promjene ne percipiraju kao prijetnju, nego kao prirodan i poželjan element vlastitog napretka.

Kroz gore predložene mjere ostvaren je postavljeni cilj ovog doktorskog rada: *osmisliti preporuke donositeljima politika o mjerama utjecaja na odabrane čimbenike kojima se potiče gospodarski rast i razvoj*. Njihova implementacija zahtijeva višerazinsku koordinaciju između nacionalne, regionalne i lokalne razine te uključivanje različitih dionika (razvojnih agencija, strukovnih udruženja, obrazovnih institucija i poduzetničkih potpornih organizacija). Zajednički učinak predloženih preporuka jest stvaranje sustava koji potiče transformacijsko poduzetništvo, utemeljeno na činjenično utemeljenim odlukama, proaktivnom djelovanju i mrežnoj suradnji, čime se povećava otpornost hrvatskog gospodarstva i smanjuju regionalne razvojne nejednakosti.

6. Zaključak

Ovim su doktorskim radom istraženi čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika u RH s posebnim naglaskom na regionalne specifičnosti. Proučavanje „odraslih“ poduzetnika od osobite je važnosti jer upravo oni predstavljaju nositelje gospodarske aktivnosti. Njihovi poduzetnički pothvati izravno pridonose zapošljavanju, inovacijama i otpornosti gospodarstva. Promjene koje oni iniciraju, uključujući i one koje se odnose na promjenu gospodarske djelatnosti, imaju višestruke učinke na regionalnu specijalizaciju, produktivnost i prilagodbu tržišnim kretanjima. Stoga se djelovanje „odraslih“ poduzetnika može promatrati kao mehanizam strukturne obnove gospodarstva.

Istraživanje u sklopu ovog dokorskog rada proizašlo je iz potrebe za proširenjem postojećih spoznaja o poduzetničkoj namjeri. Ona se u znanstvenim radovima uglavnom razmatra u kontekstu pokretanja, a značajno se rjeđe istražuju promjene unutar postojećih poduzetničkih pothvata. Stoga ovaj rad nastoji ispuniti tu prazninu u znanstvenim istraživanjima. Dok se poduzetnička aktivnost uobičajeno mjeri kroz pokazatelje rane faze poduzetničkog procesa, aktivnost „odraslih“ poduzetnika, koja odražava sposobnost prilagodbe, puno je rjeđe predmet istraživanja. Ponašanje „odraslih“ poduzetnika pruža uvid u kapacitete gospodarstva za transformaciju i dugoročni rast. Razumijevanje čimbenika koji utječu na njihove namjere promjene gospodarske djelatnosti ima iznimnu teorijsku i praktičnu vrijednost. Fokus na namjeru proizlazi iz spoznaje da je ona najsnažniji prediktor ponašanja pojedinca. Namjera prethodi odluci i djelovanju te odražava razinu predanosti i usmjerenosti prema određenom cilju. Razumijevanje namjere u kontekstu ovog dokorskog rada omogućuje dublji uvid u proces donošenja odluka prije nego što one rezultiraju konkretnim promjenama u poslovanju. Istraživanjem namjere promjene gospodarske djelatnosti moguće je identificirati čimbenike koji potiču ili sprječavaju ovo specifično ponašanje, što pridonosi oblikovanju učinkovitijih mjera podrške „odraslim“ poduzetnicima u fazi razmatranja i planiranja promjena.

Ovaj je doktorski rad, stoga, usmjeren na razumijevanje procesa u kojem „odrasli“ poduzetnici, pod utjecajem različitih osobnih, organizacijskih i kontekstualnih čimbenika, oblikuju namjeru promjene djelatnosti. Takav pristup omogućio je dublje razumijevanje ponašanja poduzetnika u zrelim fazama poduzetničkog procesa te analizu načina na koje reagiraju na tržišne, institucionalne i regulatorne promjene. Time rad pridonosi proširenju teorijskog okvira poduzetničke namjere izvan najčešće istraživanih okvira pokretanja poduzetničkog pothvata

te razvija temelje za razumijevanje promjene gospodarske djelatnosti kao specifičnog oblika poduzetničkog ponašanja. Uključivanjem regionalnih obilježja i gospodarskih struktura u analitički okvir ovog doktorskog rada pruža se cjelovitiji pogled na međudnos individualnih odluka poduzetnika i šireg gospodarskog sustava, čime pridonosi znanstvenom razumijevanju poduzetništva kao pokretača strukturnih promjena i dugoročne gospodarske otpornosti.

Istraživanje na kojem se temelji ovaj doktorski rad provedeno je u više faza, kombinirajući integrativni pregled znanstvene i stručne literature s kvantitativnim i kvalitativnim metodama u primarnom istraživanju. U kvalitativnom dijelu istraživanja primijenjene su Delfi metoda te refleksivna tematska analiza i kvalitativna analiza primarnih podataka prikupljenih individualnim i skupnim intervjuima s „odraslim“ poduzetnicima u tri hrvatske županije: IŽ, ZŽ i VSŽ. Kvantitativni dio istraživanja obuhvatio je analizu sekundarnih podataka o promjenama gospodarske djelatnosti na temelju Registra DZS-a. Odabir županija uključenih u istraživanje temelji se na različitim razinama njihove gospodarske razvijenosti i strukturnim obilježjima njihovih poduzetničkih ekosustava. IŽ predstavlja primjer visoko razvijenog i diverzificiranog poduzetničkog ekosustava s izraženom orijentacijom prema turizmu i uslugama, ZŽ odražava srednju razinu razvijenosti uz snažan turistički i rastući industrijski sektor, dok VSŽ ilustrira gospodarski slabije razvijen, ali industrijski i poljoprivredno usmjeren poduzetnički ekosustav. Takav odabir omogućio je istraživanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika u različitim razvojnim kontekstima i institucionalnim uvjetima, čime su rezultati dobili izraženiju komparativnu i interpretativnu vrijednost te se moglo odgovoriti na postavljeno istraživačko pitanje o razlikama u namjerama „odraslih“ poduzetnika s obzirom na regionalni poduzetnički ekosustav u kojem djeluju. Istraživanje poduzetničkog ponašanja zahtijeva uvažavanje regionalnih razlika jer se ono ne oblikuje u vakuumu, već pod snažnim utjecajem lokalnih resursa, tržišnih mogućnosti, institucionalne potpore i društvenih normi. Regionalni pristup omogućuje razumijevanje načina na koji različite kombinacije gospodarskih, kulturnih i institucionalnih obilježja utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Takva regionalna kontekstualizacija omogućuje identifikaciju obrazaca koji ostaju nevidljivi u istraživanjima usmjerenima isključivo na nacionalnu razinu.

Primijenjeni višefazni istraživački pristup dodatno je osnažio opisanu regionalnu kontekstualnu perspektivu. Integrativnim pregledom literature teorijski su razjašnjene veze između regionalnog razvoja, strukturnih promjena i poduzetničkog ponašanja. Nadalje je kroz

sintezu dosadašnjih znanstvenih spoznaja izrađen prijedlog konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Ovaj je prijedlog konceptualnog okvira Delfi metodom stručno validiran, kako bi se došlo do konceptualnog okvira koji uključuje institucionalna i znanstvena gledišta o regionalnim specifičnostima. Struktura ekspertnog uzorka, koja je obuhvatila stručnjake različitih regionalnih pripadnosti i razvojnih konteksta, dodatno je dokazala važnost regionalne orijentiranosti istraživanja čimbenika koji oblikuju poduzetničke namjere i procese gospodarskih promjena. U završnoj fazi, podatci prikupljeni kroz skupne i individualne polustrukturirane intervju s „odraslim“ poduzetnicima omogućili su empirijsku provjeru načina na koje regionalne prilike, prepreke i poticaji utječu na oblikovanje i provedbu namjere promjene gospodarske djelatnosti. Takva kombinacija metoda omogućila je objedinjavanje različitih perspektiva, od teorijskog razumijevanja i stručne validacije do empirijske provjere. Time je dokazana važnost kontekstualnog sagledavanja poduzetništva kao procesa koji se razvija u međuodnosu pojedinca i prostora djelovanja. Kombiniranjem rezultata iz svake metodološke faze ostvarena je metodološka triangulacija koja je omogućila provjeru dosljednosti nalaza te njihovu integraciju u jedinstven interpretativni okvir. Time je osigurano dublje razumijevanje odnosa između unutarnjih čimbenika i institucionalnog konteksta u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika.

Integrativnim pregledom literature i analizom sekundarnih podataka ostvareni su ciljevi doktorskog rada povezani s identifikacijom i sintezom postojećih spoznaja o poduzetničkoj namjeri, ponašanju „odraslih“ poduzetnika i promjenama gospodarske djelatnosti. Primjena navedene metode istraživanja rezultirala je upitnikom za validaciju prijedloga konceptualnog okvira koji sažima ključne čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Provedenom analizom i sintezom recentne znanstvene i stručne literature iz područja poduzetničke namjere obuhvaćene su ključne teorije i modeli koji objašnjavaju nastanak i oblikovanje poduzetničke namjere. Kritičkim pregledom relevantnih istraživanja identificirani su najčešće analizirani unutarnji čimbenici koji su svrstani u skupine kognitivnih čimbenika, osobina ličnosti, osobnih pokretača i prepreka te socio-demografskih čimbenika. Istovremeno je naglašena njihova povezanost s vanjskim uvjetima koji se odnose na normativnu, kognitivnu, regulatornu i gospodarsko-političku dimenziju konteksta. Time je postignut prvi specifični cilj ovog doktorskog rada koji je poslužio kao teorijska osnova za kasniju interpretaciju nalaza o namjeri promjene gospodarske djelatnosti: *provesti analizu i sintezu recentne znanstvene i stručne literature iz područja poduzetničke namjere*. Nadalje, u

okviru druge teorijske cjeline, koja se odnosi na pojam gospodarske djelatnosti i dinamike njezinih promjena, integrativnim pregledom literature obuhvaćene su znanstvene i stručne spoznaje koje analiziraju procese strukturnih prilagodbi, inter- i intraindustrijske prijelaze te čimbenike koji potiču ili ograničavaju promjene u gospodarskoj strukturi. Analizom literature utvrđeno je da su promjene gospodarskih djelatnosti odraz kako individualnih odluka poduzetnika, tako i šireg institucionalnog i makroekonomskog okruženja. Ovim dijelom istraživanja ostvaren je drugi specifični cilj doktorskog rada, odnosno *provedene su analiza i sinteza recentne znanstvene i stručne literature iz područja promjene gospodarske djelatnosti* te je omogućeno razumijevanje šireg ekonomskog i strukturnog konteksta u kojem se oblikuje namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Treći specifični cilj doktorskog rada kojim su *provedene analiza i sinteza recentne znanstvene i stručne literature iz područja ponašanja „odraslih“ poduzetnika* ostvaren je kroz sustavno i metodološki opravdano proučavanje znanstvene i stručne literature koja istražuje specifičnosti ponašanja poduzetnika u zrelijim fazama poduzetničkog procesa. Posebna je pozornost posvećena razlikama između ponašanja „odraslih“, potencijalnih te poduzetnika početnika, kao i ulogi iskustva, kognitivnih procesa i akumuliranog kapitala i resursa u procesu prilagodbe institucionalnim promjenama. Osim usporedbe različitih faza poduzetničkog razvoja, analizirane su i šire ekonomske i društvene funkcije „odraslih“ poduzetnika kao nositelja stabilnosti, inovacijskog kontinuiteta i prijenosa znanja unutar gospodarstva. Time je dodatno naglašena njihova uloga u održavanju gospodarske dinamike, očuvanju zapošljavanja i prilagodbi strukturnim promjenama, čime se dokazuju kao važni dionici u transformacijskim procesima suvremenih gospodarstava. Na taj se način pridonijelo razumijevanju razvoja i prilagodbe ponašanja „odraslih“ poduzetnika unutar postojećih poslovnih okvira.

Različitim znanstvenim metodama prikupljanja i analiziranja podataka odgovoreno je na glavno istraživačko pitanje: *koji čimbenici utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika?* Nalazi dokazuju da je riječ o složenom i višedimenzionalnom procesu u kojemu prevladavaju unutarnji čimbenici, ali se njihovo djelovanje ostvaruje u interakciji s vanjskim čimbenicima. Time je dokazana teza o interaktivnom karakteru poduzetničkog ponašanja. Sveukupno su definirana 33 čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, koja su podijeljena na unutarnje i vanjske. Unutarnji čimbenici obuhvaćaju skupine:

- kognitivni čimbenici koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - očekivanja poduzetničkog ishoda,

- percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost,
- samoučinkovitost,
- percipirana kontrola ponašanja,
- uvjerenja,
- vrijednosti,
- stav prema poduzetništvu,
- subjektivne norme,
- percipirana izvedivost,
- percipirana poželjnost,
- sklonost djelovanju,
- osobine ličnosti koje obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - prihvaćanje neizvjesnosti,
 - otpornost,
 - proaktivnost,
 - inovativnost,
 - kreativnost,
 - psihološko blagostanje,
- socio-demografski čimbenici koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije,
 - prethodno radno iskustvo,
 - socio-demografske karakteristike,
- osobni pokretači i prepreke koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - motivacija,
 - potreba za postignućem,
 - potreba za autonomijom,
 - težnja za zaradom,
 - težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života,
 - potraga za izazovima.

S druge strane, vanjski čimbenici utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika obuhvaćaju dimenzije institucionalnog konteksta koje se odnose na:

- normativno okruženje koje obuhvaća pojedinačni čimbenik:
 - distanca moći,
- kognitivno okruženje koje obuhvaća pojedinačne čimbenike:

- društveni kapital,
- obitelj i prijatelji,
- regulatorno okruženje koje obuhvaća pojedinačni čimbenik:
 - formalni propisi,
- gospodarski i politički kontekst koji obuhvaćaju pojedinačne čimbenike:
 - percepcija gospodarske i političke klime,
 - pokazatelji gospodarske razvijenosti županije,
 - pokazatelji gospodarske djelatnosti.

Istraživanjem je utvrđeno da su ispitanici najčešće isticali sljedeće čimbenike, navedene redoslijedom prema učestalosti njihova spominjanja: pokazatelji gospodarske djelatnosti, motivacija, formalni propisi, obitelj i prijatelji, percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost, percepcija gospodarske i političke klime, prethodno radno iskustvo, očekivanja poduzetničkog ishoda, proaktivnost te distanca moći. Prepoznati čimbenici zajedno oblikuju dinamičan međuodnos koji određuju način na koji „odrasli“ poduzetnici prepoznaju, procjenjuju i reagiraju na promjene u svojem poslovnom okruženju. Dominacija unutarnjih čimbenika dokazuje da namjera promjene proizlazi prvenstveno iz unutarnjih motiva, spoznaja i percepcija, dok vanjski čimbenici djeluju najčešće posredno, oblikujući institucionalne, tržišne i kulturne okvire unutar kojih se ta namjera razvija. Na temelju gore predstavljenih nalaza *kreiran je i testiran konceptualni okvir namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika koji obuhvaća čimbenike utjecaja*, čime je ostvaren jedan od specifičnih ciljeva ovog doktorskog rada. Testirani konceptualni okvir kompariran je s izvornim prijedlogom konceptualnog okvira koji je obuhvaćao širok raspon čimbenika oblikovanih na temelju teorijskih modela namjere pokretanja poduzetničkog pothvata. Analizom je utvrđeno da se namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika ne temelji na istim psihološkim, socijalnim i institucionalnim pretpostavkama kao početna poduzetnička namjera. Određeni čimbenici, iako teorijski utemeljeni u istraživanjima poduzetničke namjere, nisu dokazani u kontekstu namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Riječ je o stavu prema promjeni, sklonosti riziku, lokusu kontrole, samopouzdanju, optimizmu, prethodnom poduzetničkom iskustvu, težnji za društvenim statusom, strahu od neuspjeha, individualizmu nasuprot kolektivizmu, maskulinitetu nasuprot feminiteta, izbjegavanju neizvjesnosti, podršci obrazovnih institucija i postojanju uzora. U fazi promjene gospodarske djelatnosti ključnu ulogu preuzimaju iskustvo, racionalna procjena tržišnih prilika, institucionalna podrška i dostupni resursi, dok osobne dispozicije, percepcija

rizika, samopouzdanje i težnja za statusom, koji su značajni u fazi ulaska u poduzetništvo, gube na važnosti, čime se dokazuje evolucija poduzetničkog ponašanja kroz životni ciklus poduzetnika. Time se dokazuje da poduzetničke namjere u zrelim fazama poslovanja proizlaze prije svega iz refleksivnog i adaptivnog promišljanja, a ne iz afektivnih i motivacijskih poticaja karakterističnih za početne faze poduzetničkog djelovanja. Ovim je nalazima ujedno odgovoreno na postavljeno istraživačko pitanje o *razlikama između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti i onih koji oblikuju namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata*, čime je ostvaren cilj istraživanja kroz *interpretaciju čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti u odnosu na čimbenike utjecaja na namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata*.

Analiza regionalnih razlika dodatno je produbila razumijevanje međuodnosa između čimbenika koji utječu na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i šireg socioekonomskog konteksta odabranih županija. Na temelju prethodno utvrđenih čimbenika, istraživanje je usmjereno na ispitivanje njihovih razlika i specifičnosti u regionalnim poduzetničkim ekosustavima, čime je odgovoreno na istraživačko pitanje: *postoje li razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na različitost regionalnih poduzetničkih ekosustava?* Kombinacija podataka iz Registra DZS-a i nalaza refleksivne tematske analize omogućila je cjelovit uvid u povezanost regionalnog konteksta i čimbenika koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Rezultati su dokazali jasne razlike među poduzetnicima koji dolaze iz županija koje se nalaze na različitim razinama gospodarske razvijenosti.

Distribucija poslovnih subjekata u analiziranoj populaciji odražava realne razlike u gospodarskoj dinamici među županijama, pri čemu IŽ prednjači, ZŽ zauzima srednji položaj, a VSŽ zaostaje u pogledu poduzetničke aktivnosti. Ovakav obrazac dokazuje dugotrajnu strukturnu neravnotežu regionalnog razvoja u RH te ukazuje na različite razine zrelosti i funkcionalnosti poduzetničkih ekosustava. IŽ se može promatrati kao razvijeni i diverzificirani regionalni poduzetnički ekosustav, ZŽ kao tranzicijski i djelomično sezonalno uvjetovan, a VSŽ kao strukturno ograničen i institucionalno slabiji kontekst.

U ZŽ istaknuti su emocionalno-identitetski i resursni motivi povezani s prilagodbom tržišnim promjenama i kriznim okolnostima, što je u skladu s obilježjima srednje razvijene regije čije se gospodarstvo snažno oslanja na turizam. Namjera promjene gospodarske djelatnosti u ovom se kontekstu oblikuje racionalno, ali je istodobno ukorijenjena u osobnim i obiteljskim

poticajima, pri čemu važnu ulogu imaju prethodno radno iskustvo i podrška obitelji. Dominacija čimbenika poput pokazatelja gospodarske djelatnosti, obitelji i prijatelja te formalnih propisa ukazuje na pragmatičan pristup prilagodbi i racionalno planiranje u uvjetima promjenjive potražnje. U IŽ, gospodarski najrazvijenijem regionalnom poduzetničkom ekosustavu obuhvaćenim ovim doktorskim radom, prevladavaju kreativni i inovacijski poticaji, praćeni racionalnim promišljanjem tržišnih mogućnosti i strateškim planiranjem. Namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi iz težnje za optimizacijom postojećih poslovnih modela i stvaranjem novih prilika, a ne iz potrebe za preživljavanjem. Pritom su motivacija, pokazatelji gospodarske djelatnosti i formalni propisi među najizraženijim čimbenicima, što odražava visoku razinu institucionalne podrške, tržišne stabilnosti i osobne proaktivnosti. Ovi nalazi dokazuju da su poduzetnici u IŽ više orijentirani prema razvojnim, nego reaktivnim promjenama, čime se ovaj kontekst ističe kao primjer zrelog i funkcionalnog poduzetničkog ekosustava. U VSŽ, najslabije razvijenom regionalnom poduzetničkom ekosustavu obuhvaćenim ovim doktorskim radom, ključnu ulogu imaju čimbenici motivacije, formalnih propisa i percepcije gospodarske i političke klime. Ovdje namjera promjene gospodarske djelatnosti proizlazi pretežito iz potrebe za prilagodbom sustavnim ograničenjima i institucionalnim slabostima. Motivacija se pritom tumači kao strategija opstanka, a ne kao izraz ambicije ili rasta. Prisutnost čimbenika vrijednosti, subjektivnih normi i percipirane poželjnosti dodatno ukazuje na važnost društveno-normativne dimenzije, gdje poduzetničko djelovanje proizlazi iz osjećaja odgovornosti prema obitelji i zajednici, a ne primarno iz tržišnih poticaja. Analiza prosječne starosti poslovnih subjekata u trenutku promjene gospodarske djelatnosti dodatno dokazuje ove razlike. Viša prosječna starost poslovnih subjekata u trenutku promjene gospodarske djelatnosti u IŽ ukazuje na dugoročno planirane promjene u stabilnom okruženju, dok niža starost u VSŽ sugerira reaktivne i brže prilagodbe pod utjecajem vanjskih okolnosti. Ovi obrasci ukazuju da poduzetnici u razvijenijim regionalnim poduzetničkim ekosustavima promjene provode strateški i selektivno, dok oni u manje razvijenima reagiraju na ograničenja tržišta i institucionalne slabosti.

Sinteza rezultata refleksivne tematske analize također dokazuje da se među analiziranim županijama razlikuju obrasci kognitivnih, motivacijskih i resursnih čimbenika koji oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Kognitivna procjena tržišnih mogućnosti pokazuje različite oblike poduzetničke racionalnosti. U ZŽ prevladava promišljen pristup, pri čemu poduzetnici odluke temelje na analitičkoj procjeni tržišnih podataka i vlastitih resursa. U IŽ izražen je intuitivan pristup koji se temelji na iskustvu, kreativnosti i sposobnosti

prepoznavanja povoljnog trenutka za promjenu. U VSŽ, pak, dominira prilagodljiv pristup koji odražava oprezno ponašanje u uvjetima gospodarske i institucionalne nestabilnosti. Ovi obrasci dokazuju da kognitivni procesi u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti nisu univerzalni, već zavise od gospodarske razvijenosti i tržišne dinamike regionalnog okruženja. Emocionalno-identitetska motivacija također se razlikuje među županijama. U ZŽ naglašena je potreba za ravnotežom između profesionalnog i osobnog ispunjenja, u IŽ dominiraju autonomija i kreativno samoostvarenje, dok su u VSŽ istaknute vrijednosna i moralna otpornost temeljene na odgovornosti prema obitelji i zajednici. Ove razlike upućuju na različite poduzetničke orijentacije među županijama, od individualno razvojne i inovativne u ZŽ i IŽ do društveno odgovorne i zajednički utemeljene u VSŽ, što odražava različite obrasce razumijevanja poduzetništva i njegove uloge u lokalnoj zajednici. Razlike su uočene i u resursnoj podršci koja podupire namjeru promjene gospodarske djelatnosti. U ZŽ ključni izvori podrške proizlaze iz osobnih odnosa, profesionalne suradnje i obiteljske kohezije. U IŽ prevladava kombinacija radnog iskustva i obiteljske potpore, koja se nadopunjuje institucionalnim mehanizmima podrške. U VSŽ obrazovanje i obitelj predstavljaju glavne izvore podrške u nesigurnijem i slabije razvijenom institucionalnom okruženju. Ovi obrasci ukazuju da se izvori podrške i povjerenja u regionalnim poduzetničkim ekosustavima oblikuju u skladu s njegovom razinom razvijenosti. Dodatno, među županijama su uočene razlike i u načinu tumačenja gospodarsko-političke dimenzije institucionalnog konteksta. U ZŽ ona se doživljava dvoznačno: s jedne strane kao skup administrativnih i regulatornih ograničenja, a s druge kao prostor u kojem se, uz razumijevanje pravila i procedura povezanih prvenstveno s financiranjem iz nacionalnih i EU fondova, mogu prepoznati i iskoristiti razvojne prilike. U IŽ ova se dimenzija institucionalnog okvira tumači još fleksibilnije: kao sustav koji, unatoč složenosti, nudi mogućnosti za inovativno djelovanje i strateško pozicioniranje unutar postojećih institucionalnih granica. Nasuprot tome, u VSŽ gospodarske i političke okolnosti doživljavaju se kao vanjski pritisak koji potiče promjenu više iz nužde nego iz izbora. Ipak, upravo taj osjećaj pritiska potiče razvoj inovativnih i prilagodljivih strategija koje omogućavaju opstanak. Ovi nalazi ukazuju da gospodarsko-politička dimenzija institucionalnog okruženja ne djeluje jednako na sve poduzetnike, već se u svakom regionalnom poduzetničkom ekosustavu tumači i usvaja na različite načine, zavisno od stupnja gospodarske razvijenosti.

Ovi rezultati dokazuju važnost kontekstualnog pristupa u proučavanju poduzetništva, naglašavajući da se namjera promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika ne može tumačiti izvan regionalnih poduzetničkih ekosustava u kojima se odvija. Time se empirijski

dokazuje teza da regionalni kontekst ne djeluje samo kao pozadinski okvir, već kao aktivni čimbenik koji oblikuje obrasce poduzetničkog promišljanja i djelovanja, utječući na način na koji „odrasli“ poduzetnici prepoznaju prilike, procjenjuju rizike i oblikuju namjere o promjeni gospodarske djelatnosti. U ZZ se pokretači poduzetničke aktivnosti odnose na racionalno planiranje i iskustveno znanje potkrijepljeno potporom obitelji, dok prepreke proizlaze iz sezonalnosti turističkog tržišta i ograničene inovativnosti. U IŽ pokretače poduzetničke aktivnosti čine kreativnost i osobna motivacija u stabilnom gospodarskom okruženju, dok se prepreke odnose na administrativne zahtjeve i regulatorna ograničenja. U VSŽ pokretače poduzetničke aktivnosti čine vrijednosti i osjećaj odgovornosti prema zajednici, a prepreke proizlaze iz institucionalne nestabilnosti, složenih propisa i nepovoljne gospodarsko-političke klime. Na taj su način u okviru ovog doktorskog rada *utvrđene razlike, prepreke i pokretači poduzetničke aktivnosti u različitim regionalnim poduzetničkim ekosustavima*, što su i bili specifični ciljevi ovog doktorskog rada.

Kako bi se *sistematizirala kretanja promjene gospodarske djelatnosti s obzirom na regionalne različitosti poduzetničkih ekosustava*, što je još jedan od specifičnih ciljeva ovog doktorskog rada, provedena je analiza sekundarnih kvantitativnih podataka Registra DZS-a. Analiza je pokazala da se smjerovi i obrasci promjena među županijama razlikuju. U IŽ i ZZ promjene se najčešće odvijaju unutar uslužnih djelatnosti, osobito između trgovine i turizma, što dokazuje visoku zastupljenost poslovnih subjekata koji u tim županijama djeluju unutar sektora visoke tržišne dinamike. Takva kretanja povezana su s transformacijskim poduzetničkim ponašanjem, koje uključuje prepoznavanje prilika, prilagodbu tržišnim promjenama i strateško širenje djelatnosti. U tim su županijama promjene usklađene s regionalnim razvojnim planovima koji naglašavaju održivi turizam, inovacije i diversifikaciju gospodarstva. Treba naglasiti kako se turizam, unatoč izraženoj sezonalnosti i osjetljivosti na vanjske šokove, smatra sektorom visoke tržišne dinamike zbog stalne prilagodbe potražnji, ubrzanog ciklusa inovacija, snažnog međusektorskog povezivanja te sposobnosti generiranja multiplikativnih učinaka na lokalno gospodarstvo. Nasuprot obrascima kretanja promjena gospodarskih djelatnosti u IŽ i ZZ, u VSŽ promjene se pretežito usmjeravaju prema prerađivačkoj industriji, građevinarstvu i logistici. Ovakvi obrasci odražavaju oslanjanje na postojeće resurse i industrijsko nasljeđe, pri čemu promjene imaju više stabilizacijsku nego razvojnu funkciju. Navedeno dokazuje da u manje razvijenim regionalnim ekosustavima promjene djelatnosti češće predstavljaju način prilagodbe i očuvanja poslovanja nego rezultat strateške diversifikacije. Ipak, smjer kretanja djelatnosti u VSŽ u velikoj je mjeri usklađen sa strateškim dokumentima županije, osobito s

Planom razvoja Vukovarsko-srijemske županije 2021.–2027., koji naglašava revitalizaciju industrijske baze, jačanje poljoprivredno-prehrambenog sektora i razvoj logističkih kapaciteta povezanih s prometnim koridorima. Time se dokazuje da promjene, iako uglavnom stabilizacijskog karaktera, djelomično pridonose dugoročnim ciljevima regionalne politike, osobito kroz povezivanje proizvodnih i prometno-logističkih djelatnosti. U cjelini, rezultati pokazuju da regionalne razlike izravno utječu na smjer i intenzitet promjena gospodarskih djelatnosti. U razvijenijim županijama promjene su tržišno potaknute i usmjerene prema sektorima veće dodane vrijednosti, dok su u manje razvijenim uglavnom reaktivne i povezane s ograničenim mogućnostima lokalnog gospodarstva. Time je dokazano da dinamika promjena gospodarskih djelatnosti nije slučajna, nego odražava međudnos individualnih namjera poduzetnika i strukturnih obilježja regionalnog poduzetničkog ekosustava.

U okviru ostvarenja specifičnog cilja ovog doktorskog rada *interpretirani su utjecaji gospodarskih kriza na smjerove kretanja promjene gospodarske djelatnosti*. Analiza pokazuje da je pandemija koronavirusa djelovala kao snažan poticaj strukturnim prilagodbama i promjenama u obrascima poduzetničkog ponašanja. Gotovo polovica svih zabilježenih promjena glavne gospodarske djelatnosti dogodila se između 2020. i 2023. godine, što jasno upućuje na povećanje poduzetničke aktivnosti potaknute kriznim okolnostima. U tom su vremenskom razdoblju poduzetnici redefinirali tržišne niše, prilagodili poslovne modele i diverzificirali djelatnosti kako bi osigurali otpornost i održivost poslovanja. U usporedbi s vremenskim razdobljem prije krize, kada su promjene bile usmjerene prema tradicionalnim i materijalno intenzivnim sektorima, nakon 2020. godine prevladava zaokret prema uslužnim i djelatnostima temeljenima na znanju. Najčešći prijelazi bilježe se prema područjima pružanja smještaja, ugostiteljstva te stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti. Ovakav pomak pokazuje da su krizna razdoblja potaknula razvoj fleksibilnijih, digitalno orijentiranih i inovativnih poduzetničkih pothvata, čime su poduzetnici povećali otpornost na tržišne poremećaje. Ovakva kretanja upućuju na to da su krizna razdoblja djelovala kao kontekstualni okvir unutar kojeg su se mijenjali načini poduzetničkog odlučivanja i procjene tržišnih prilika. Promjene gospodarskih djelatnosti u kriznim razdobljima ne predstavljaju samo reakciju na vanjske pritiske, već i oblik prilagodbe temeljen na iskustvu, poduzetničkoj budnosti i sposobnosti prepoznavanja novih prilika.

Osvrćući se na razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzetničkih pothvata, treba

istaknuti homogenost pravnih oblika u uzorku (s dominacijom d.o.o.-a) koja odražava realnu strukturu hrvatskog poduzetničkog sektora i institucionalnu sklonost stabilnim, regulatorno predvidivim oblicima poslovanja. Ipak, analiza pojedinačnih slučajeva koji se odnose na j.d.o.o. i d.d. unutar uzorka istraživanja dokazala je da se razlike javljaju na razini kompleksnosti i vrste refleksivnosti, budući da različiti pravno-ustrojbeni oblici poslovanja podrazumijevaju različite razine formalne strukture, odgovornosti i organizacijske fleksibilnosti. U okviru analiziranog uzorka prevladavaju d.o.o.-i, čija stabilnost i institucionalna prepoznatljivost odražavaju racionalnu sklonost „odraslih“ poduzetnika prema sigurnim, predvidivim i upravljivo autonomnim oblicima poslovanja. Kod j.d.o.o.-a primjetan je naglasak na individualnoj refleksivnosti, osobnoj angažiranosti i prilagodbi tržišnim okolnostima, pri čemu se promjenu gospodarske djelatnosti doživljava kao sredstvo postizanja životne ravnoteže i osobnog ostvarenja, uz oslanjanje na formalne propise, društveni kapital i dostupne poticaje. Konačno, kod d.d.-a namjera promjene gospodarske djelatnosti češće se oblikuje u okviru kolektivnih upravljačkih struktura te je uvjetovana formalnim pravilima i primarno predstavlja odgovor na makroekonomske pritiske i institucionalna ograničenja u pogledu gospodarskog i političkog konteksta. Takvi nalazi upućuju na to da pravno-ustrojbeni oblik djeluje kao okvir koji posredno oblikuje način na koji „odrasli“ poduzetnici procjenjuju mogućnosti, upravljaju rizikom i oblikuju namjeru promjene gospodarske djelatnosti. Ipak, treba imati na umu da homogena struktura pravnih oblika (s dominacijom d.o.o.-a) unutar uzorka, populacije, ali i na nacionalnoj razini otežava usporedbe među skupinama različitih pravno-ustrojbenih oblika. Uzevši u obzir navedene zaključke ovog dijela istraživanja te povezana ograničenja, može se zaključiti da se različiti pravno-ustrojbeni oblici ne razlikuju samo prema formalno-pravnim obilježjima, već i prema načinu na koji oblikuju refleksivne, motivacijske i strateške procese koji prethode promjeni gospodarske djelatnosti. Time se dokazuje da pravno-ustrojbeni oblik poslovanja ima posrednu, ali važnu ulogu u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika. Na taj se način pruža odgovor na istraživačko pitanje doktorskog rada kojim se propituju *razlike između čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika s obzirom na pravno-ustrojbeni oblik poduzetničkih pothvata*.

U okviru istraživanja *osmišljene su preporuke donositeljima politika o mjerama utjecaja na odabrane čimbenike kojima se potiče gospodarski rast i razvoj*, čime je ostvaren jedan od specifičnih ciljeva ovog doktorskog rada. Oblikovane su preporuke za donositelje politika usmjerene na stvaranje poticajnog okruženja koje podržava održive promjene gospodarskih

djelatnosti i jača otpornost regionalnih poduzetničkih ekosustava. Preporuke su temeljene na empirijskim nalazima, teorijskim postavkama o višerazinskom djelovanju čimbenika te strateškim razvojnim dokumentima RH i analiziranih županija. Konkretno, rezultati istraživanja ukazuju na skup čimbenika na koje je moguće djelovati institucionalnim mjerama i razvojnim politikama s ciljem jačanja otpornosti i održivosti poduzetničkih ekosustava. Prije svega, istaknuta je potreba za unaprjeđenjem sustava gospodarskih pokazatelja koji bi omogućili poduzetnicima donošenje činjenično utemeljenih odluka i smanjili razinu neizvjesnosti u procesima promjene djelatnosti. Uz to, rezultati ukazuju na važnost diferenciranih programa potpore koji bi među poduzetnicima adresirali razlike u motivacijskim obrascima, potičući proaktivnost, otpornost i dugoročnu orijentaciju prema razvoju. Jednako značajno pokazalo se i pitanje formalnih propisa, pri čemu su ispitanici naglašavali potrebu za većom transparentnošću, funkcionalnošću i predvidivošću administrativnih postupaka, osobito u dijelu koji se odnosi na promjene klasifikacija djelatnosti i pristup programima potpore. Istraživanje je također dokazalo važnost obiteljskih i prijateljskih mreža kao izvora društvenog kapitala koji pruža emocionalnu, savjetodavnu i operativnu podršku tijekom procesa promjene djelatnosti, čime se poduzetnička otpornost promatra u širem društvenom kontekstu. Posebno mjesto zauzima i sposobnost prepoznavanja tržišnih prilika, odnosno poduzetnička budnost, koja se može sustavno poticati kroz obrazovne programe, cjeloživotno učenje i razvoj informacijskih kanala koji omogućuju pravovremeni pristup relevantnim tržišnim podacima. U tom smislu, obrazovne institucije i razvojne agencije imaju važnu ulogu u razvoju refleksivnog i anticipativnog načina razmišljanja poduzetnika. Nadalje, istraživanjem je dokazano da stabilnost gospodarsko-političke klime te jasnoća i dosljednost regulatornog okvira značajno utječu na formiranje namjere promjene djelatnosti, što ukazuje na potrebu za većom institucionalnom predvidivošću i pouzdanošću. Empirijski nalazi također upućuju na važnost prethodnog radnog iskustva i mogućnosti prijenosa znanja među poduzetnicima različitih sektora. Time se otvara prostor za razvoj mentorskih i edukacijskih programa koji podupiru razmjenu iskustava, kolektivno učenje i razvoj sektorskih kompetencija. Nadalje, pokazalo se da očekivanja poduzetničkog ishoda imaju važnu kognitivnu ulogu u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti, zbog čega se preporučuje unaprjeđenje institucionalnih mehanizama koji pomažu poduzetnicima u realističnom vrednovanju poslovnih odluka. U tom kontekstu, savjetodavni alati, analitičke platforme i programi evaluacije poslovnih planova mogu imati važnu ulogu u smanjenju jaza između subjektivnih očekivanja i tržišne stvarnosti. Konačno, istraživanje dokazuje da društveni kapital i proaktivnost imaju presudnu ulogu u stvaranju održivih poduzetničkih ekosustava.

Umrežavanje, međusobna suradnja i razmjena znanja među poduzetnicima omogućavaju bržu prilagodbu tržišnim promjenama, dok proaktivno i anticipativno djelovanje predstavlja ključnu kompetenciju koja razlikuje poduzetnike sklonije inovacijama od onih koji djeluju reaktivno. Zaključno, provedba opisanih preporuka podrazumijeva bolju koordinaciju između nacionalne, regionalne i lokalne razine te aktivno uključivanje razvojnih agencija, obrazovnih institucija i poduzetničkih potpornih organizacija. Implementacijom predloženih mjera pridonijet će se razvoju poduzetništva utemeljenog na racionalnom planiranju, činjenično utemeljenim odlukama i međusobnoj suradnji poduzetnika. Takav integrirani pristup koji povezuje empirijski utemeljene preporuke, međuinstitucionalnu suradnju i diferencirane oblike podrške poduzetnicima može pridonijeti smanjenju regionalnih razvojnih nejednakosti, povećanju prilagodljivosti poduzetničkih ekosustava i poticanju održivog gospodarskog rasta i razvoja.

Ostvareni rezultati istraživanja pružili su odgovore na postavljena istraživačka pitanja i ostvarili postavljene ciljeve doktorskog rada. Time je ostvaren znanstveni i aplikativni doprinos ovoga doktorskog rada. Znanstveni doprinos ovog doktorskog rada ogleda se u razvoju, validaciji i testiranju konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, čime se proširuje postojeći korpus znanja o poduzetničkoj namjeri na novu dimenziju ponašanja u zreloj fazi poduzetničkog procesa. Metodološki doprinos proizlazi iz integracije kvalitativnih i kvantitativnih metoda u kontekstu istraživanja poduzetničke namjere „odraslih“ poduzetnika, čime se otvara prostor za dublje i višeslojno razumijevanje dinamike poduzetničkog odlučivanja i ponašanja. Aplikativni doprinos ogleda se u mogućnosti korištenja rezultata za oblikovanje ciljanih javnih politika, institucionalnih potpora te programa obrazovanja i obuke usmjerenih na jačanje otpornosti i prilagodljivosti poduzetnika.

Polazeći od znanstvenih doprinosa i uočenih ograničenja istraživanja, buduća bi istraživanja trebala nadograditi razvijeni konceptualni okvir i produbiti razumijevanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika kroz teorijsko, metodološko i kontekstualno proširenje. Empirijska validacija konceptualnog okvira na većem i raznolikijem uzorku „odraslih“ poduzetnika, uz primjenu kvantitativnih metoda, poput modeliranja strukturnih jednadžbi, omogućila bi provjeru međuzavisnosti unutarnjih i vanjskih čimbenika te izgradnju prediktivnog modela namjere promjene gospodarske djelatnosti. Takva bi analiza pružila snažniji empirijski temelj za procjenu relativne važnosti pojedinih skupina čimbenika i njihova međudjelovanja u različitim gospodarskim kontekstima.

Istodobno, primjena kvalitativnih pristupa, osobito longitudinalnih studija slučaja, mogla bi omogućiti praćenje procesa oblikovanja i transformacije namjere promjene gospodarske djelatnosti tijekom vremena. Takav pristup posebno je koristan za razumijevanje kako se namjera oblikuje, prilagođava ili se odustaje od nje u različitim fazama promjene gospodarske djelatnosti. Kombiniranjem kvalitativnih i kvantitativnih podataka o ishodima promjene, kao što su financijski, tržišni i organizacijski pokazatelji poduzetničke aktivnosti, moguće je uspostaviti poveznicu između subjektivno oblikovane namjere promjene gospodarske djelatnosti i objektivno mjerljivih rezultata poslovanja. Na taj bi se način pridonijelo smanjenju jaza između percepcije i stvarnog učinka poduzetničkih odluka.

Posebno je vrijedno usmjeriti buduća istraživanja prema „odraslim“ poduzetnicima kod kojih je trenutno prisutna namjera promjene gospodarske djelatnosti. Takav bi uzorak omogućio identifikaciju poticajnih čimbenika s jedne strane te prepreka, inhibirajućih čimbenika i razloga za odustajanje od namjere s druge strane. Time bi se bolje razumjele okolnosti koje prevladavaju u vremenskom razdoblju između oblikovane namjere i njezine provedbe. Dodatno, konceptualni okvir razvijen ovim istraživanjem može se proširiti i primijeniti na poduzetnike u drugim fazama poduzetničkog procesa, primjerice na poduzetnike početnike koji upravljaju poduzetničkim pothvatima kraće od 42 mjeseca. Takva bi primjena omogućila usporedbu dinamike i strukture čimbenika koji utječu na istu vrstu namjere, koja se odnosi na promjenu gospodarske djelatnosti, ali kod različitih tipova poduzetnika. Nadalje, kako bi se istraživanje prilagodilo aktualnim trendovima i transformacijama gospodarstva, konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti potrebno je proširiti uključivanjem novih konstrukata koji odražavaju suvremene oblike poduzetničkih promjena poput digitalne tranzicije, zelenih inovacija, cirkularnih poslovnih modela i održivog poduzetništva.

Metodološki pristup budućih istraživanja trebao bi uzeti u obzir i promjene u sustavu klasifikacije gospodarskih djelatnosti (NKD 2025.), čime bi se omogućilo preciznije praćenje novih sektorskih obrazaca i transformacija unutar rastućih područja djelatnosti. Osim toga, potrebno je objedinjavanje različitih registara u jedinstven kako bi se uključilo sve tipove poslovnih subjekata poput d.d.-a, j.d.o.o.-a i obrta te kako bi se bolje razumjelo utjecaj veličine, pravno-ustrojbenog oblika i organizacijskih kapaciteta poduzeća na dinamiku promjene gospodarske djelatnosti.

U analitičkom smislu, korisno bi bilo dublje ispitati rodne i generacijske razlike u oblikovanju namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, s obzirom na to da različite životne faze i društvene uloge mogu oblikovati motivaciju, percepciju rizika i spremnost na promjenu. Slično tomu, proširenje uzorka na veći broj regija, uključujući urbane i ruralne kontekste, omogućilo bi sagledavanje intraregionalnih razlika i prepoznavanje različitih obrazaca poduzetničke prilagodljivosti. Time bi se dodatno potvrdila važnost regionalnog pristupa u proučavanju poduzetničkih namjera i ponašanja.

Na kraju, buduća bi istraživanja mogla uključiti i međunarodne komparativne analize koje bi omogućile provjeru univerzalnosti i kontekstualne prilagodljivosti razvijenog konceptualnog okvira. Usporedba zemalja s različitim institucionalnim i kulturnim obilježjima pridonijela bi razumijevanju kako različiti gospodarski sustavi oblikuju proces namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika te bi time dodatno osnažila teorijsku i praktičnu vrijednost ovog istraživačkog područja.

Zaključno, ovaj doktorski rad ne samo da popunjava teorijsku prazninu u razumijevanju procesa oblikovanja namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika, nego i pruža empirijski utemeljene spoznaje koje ukazuju na važnost regionalnih konteksta u tumačenju poduzetničkog ponašanja. Rezultati dokazuju da dinamika i logika promjene gospodarske djelatnosti nisu jedinstvene na razini zemlje, već se oblikuju pod utjecajem različitih regionalnih uvjeta. U razvijenijim županijama obilježenima većom tržišnom dinamikom, promjene se najčešće javljaju kao strateški izbor i rezultat prepoznavanja novih prilika, dok u manje razvijenim županijama imaju obilježja prilagodbe i stabilizacijskog odgovora na ekonomske pritiske. Takve razlike upućuju na to da je oblikovanje namjere promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika proces koji se odvija u međudodnosu individualnih motiva i regionalnih strukturnih okvira. Dokazano je da promjena gospodarske djelatnosti nije samo odraz prilagodbe tržištu, već i izraz evolucije poduzetničkog identiteta, kompetencija i sposobnosti da se unutar različitih regionalnih ekosustava stvara nova vrijednost i pridonosi dugoročnoj održivosti gospodarstva.

Literatura

1. Abdinnour, S., & Adeniji, S. O. (2023). Empirical analysis of the impact of entrepreneurial activity on economic growth of Global Entrepreneurship Monitor (GEM) countries. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 13(1), 12. doi: [10.1007/s40497-023-00355-3](https://doi.org/10.1007/s40497-023-00355-3)
2. Ács, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15–30. doi: [10.1007/s11187-008-9157-3](https://doi.org/10.1007/s11187-008-9157-3)
3. Ács, Z. J., Márkus, G., & Szerb, L. (2010). Measuring the entrepreneurial behavior of the established businesses: An individual and a country-level investigation. *4th GEM Research Conference*. London, Ujedinjeno Kraljevstvo, rujan. Raspoloživo na: <https://www.researchgate.net/265275120/links/54944a980cf295177ccf6548.pdf> [pristupljeno: 12. prosinca 2023.]
4. Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116–132. doi: [10.1016/j.ijme.2016.03.001](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001)
5. Agu, A. G., & Nwachukwu, A. N. (2020). Exploring the relevance of Igbo Traditional Business School in the development of entrepreneurial potential and intention in Nigeria. *Small Enterprise Research*, 27(2), 223–239. doi: [10.1080/13215906.2020.1752789](https://doi.org/10.1080/13215906.2020.1752789)
6. Agu, A. G., Kalu, O. O., Esi-Ubani, C. O., & Agu, P. C. (2021). Drivers of sustainable entrepreneurial intentions among university students: an integrated model from a developing world context. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 22(3), 659–680. doi: [10.1108/IJSHE-07-2020-0277](https://doi.org/10.1108/IJSHE-07-2020-0277)
7. Aiginger, K., & Rodrik, D. (2020). Rebirth of Industrial Policy and an Agenda for the Twenty-First Century. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 20(2), 189–207. doi: [10.1007/s10842-019-00322-3](https://doi.org/10.1007/s10842-019-00322-3)
8. Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656–672. doi: [10.1016/j.jbusvent.2008.01.005](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.005)

9. Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. U: Kuhl, J. & Beckmann, J. (ur.), *Action Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg: Springer-Verlag, str. 11-39.
10. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: [10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
11. Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. doi: [10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x](https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x)
12. Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. U: Albarracin, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (ur.), *The Handbook of Attitudes*. New York: Psychology Press, str. 173–221
13. Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324. doi: [10.1002/hbe2.195](https://doi.org/10.1002/hbe2.195)
14. Akbari, M., Irani, H. R., Zamani, Z., Valizadeh, N., & Arab, S. (2024). Self-esteem, entrepreneurial mindset, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100934. doi: [10.1016/j.ijme.2024.100934](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100934)
15. Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, Ch. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour: theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 50. doi: [10.1186/s40497-019-0175-1](https://doi.org/10.1186/s40497-019-0175-1)
16. Albulescu, C. T., & Tămășilă, M. (2016). Exploring the role of FDI in enhancing the entrepreneurial activity in Europe: a panel data analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 629–657. doi: [10.1007/s11365-015-0360-9](https://doi.org/10.1007/s11365-015-0360-9)
17. Ali, J., Jabeen, Z., & Burhan, M. (2023). Measuring factors influencing entrepreneurial intention across gender in India: evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Database. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(1), 63–82. doi: [10.1108/JRME-08-2021-0105](https://doi.org/10.1108/JRME-08-2021-0105)
18. Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñán, F. (2019). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323–1342. doi: [10.1007/s11365-018-0529-0](https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0)

19. Allen, T. D., Greenhaus, J. H., & Edwards, J. (2010). The meaning of work–family balance: An empirical exploration, *Academy of Management Annual Meeting*. Montreal, Kanada, 6. – 10. kolovoza.
20. Allinson, C. W., Chell, E., & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 31-43. doi: [10.1080/135943200398049](https://doi.org/10.1080/135943200398049)
21. Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4). doi: [10.1016/j.jik.2022.100239](https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100239)
22. Aloulou, W. J. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1142–1164. doi: [10.1108/JSBED-02-2016-0028](https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2016-0028)
23. Aloulou, W. J., Shatila, K., & Ramadani, V. (2024). The Impact of Empowerment on Women Entrepreneurial Intention in Lebanon: The Mediating Effect of Work–Life Balance. *FIIB Business Review*, 1-16. doi: [10.1177/23197145241241402](https://doi.org/10.1177/23197145241241402)
24. Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499. doi: [10.1016/j.ijhm.2011.07.007](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007)
25. Altinay, L., Kromidha, E., Nurmagambetova, A., Alrawadieh, Z., & Madanoglu, G. K. (2022). A social cognition perspective on entrepreneurial personality traits and intentions to start a business: Does creativity matter? *Management Decision*, 60(6), 1606–1625. doi: [10.1108/MD-12-2020-1592](https://doi.org/10.1108/MD-12-2020-1592)
26. Andersson, M., & Larsson, J. P. (2016). Local entrepreneurship clusters in cities. *Journal of Economic Geography*, 16(1), 39–66. doi: [10.1093/jeg/lbu049](https://doi.org/10.1093/jeg/lbu049)
27. Arafat, M. Y., & Saleem, I. (2017). Examining start-up Intention of Indians through cognitive approach: a study using GEM data. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 13. doi: [10.1186/s40497-017-0073-3](https://doi.org/10.1186/s40497-017-0073-3)
28. Aragon-Sanchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernandez, A. J. (2017). A missing link: the behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 752–768. doi: [10.1108/IJEBr-06-2016-0172](https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2016-0172)
29. Archibald, M. M., Ambagtsheer, R. C., Casey, M. G., & Lawless, M. (2019). Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection: Perceptions and Experiences of

- Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods*, 18. doi: [10.1177/1609406919874596](https://doi.org/10.1177/1609406919874596)
30. Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123. doi: [10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4)
 31. Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247. doi: [10.1007/s11187-005-1984-x](https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x)
 32. Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. doi: [10.1348/014466601164939](https://doi.org/10.1348/014466601164939)
 33. Armstrong, S. J., & Hird, A. (2009). Cognitive style and entrepreneurial drive of new and mature business owner-managers. *Journal of Business and Psychology*, 24, 419-430. doi: [10.1007/s10869-009-9114-4](https://doi.org/10.1007/s10869-009-9114-4)
 34. Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: a field study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(6), 835-859. doi: [10.1108/IJEBr-12-2015-0326](https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0326)
 35. Asante, E. A., & Affum-Osei, E. (2019). Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, 98, 227–235. doi: [10.1016/j.jbusres.2019.02.006](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.006)
 36. Audretsch, B. (1998). Agglomeration and the location of innovative activity. *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2), 18–29. doi: [10.1093/oxrep/14.2.18](https://doi.org/10.1093/oxrep/14.2.18)
 37. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22. doi: [10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x)
 38. Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95. doi: [10.1002/sej.1266](https://doi.org/10.1002/sej.1266)
 39. Avella, R. J. (2016). Delphi Panels: Research Design, Procedures, Advantages, and Challenges. *International Journal of Doctoral Studies*, 11, 305–321. doi: [10.28945/3561](https://doi.org/10.28945/3561)
 40. Ayala Calvo, J. C., & Manzano García, G. (2010). Established business owners' success: influencing factors. *Journal of developmental entrepreneurship*, 15(03), 263-286. doi: [10.1142/S1084946710001555](https://doi.org/10.1142/S1084946710001555)

41. Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of economic psychology*, 42, 126-135. doi: [10.1016/j.joep.2014.02.004](https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004)
42. Backhouse, R. E., & Medema, S. G. (2009). Retrospectives: On the Definition of Economics. *Journal of Economic Perspectives*, 23(1), 221–233. doi: [10.1257/jep.23.1.221](https://doi.org/10.1257/jep.23.1.221)
43. Bacq, S., Hartog, C., & Hoogendoorn, B. (2016). Beyond the Moral Portrayal of Social Entrepreneurs: An Empirical Approach to Who They Are and What Drives Them. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 703–718. doi: [10.1007/s10551-014-2446-7](https://doi.org/10.1007/s10551-014-2446-7)
44. Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350. doi: [10.1016/j.jbusvent.2018.01.004](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004)
45. Badri, R., & Hachicha, N. (2019). Entrepreneurship education and its impact on students' intention to start up: A sample case study of students from two Tunisian universities. *The International Journal of Management Education*, 17(2), 182–190. doi: [10.1016/j.ijme.2019.02.004](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.02.004)
46. Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254. doi: [10.1111/etap.12095](https://doi.org/10.1111/etap.12095)
47. Bai, X., Cheng, D., & Chen, Y. (2022). Research on factors affecting serial entrepreneurial intention: An interpretive structure model. *Frontiers in Psychology*, 13, 992141. doi: [10.3389/fpsyg.2022.992141](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.992141)
48. Baily, M. N., Bartelsman, E. J., & Haltiwanger, J. C. (2001). Labor productivity: structural change and cyclical dynamics. *Review of Economics and Statistics*, 83(3), 420–433. doi: [10.1162/00346530152480072](https://doi.org/10.1162/00346530152480072)
49. Baluku, M. M., Leonsio, M., Bantu, E., & Otto, K. (2019). The impact of autonomy on the relationship between mentoring and entrepreneurial intentions among youth in Germany, Kenya, and Uganda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 170–192. doi: [10.1108/IJEBr-10-2017-0373](https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2017-0373)
50. Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 18(2), 132–138. doi: [10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)

51. Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. doi: [10.1016/j.iemeen.2017.04.001](https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2017.04.001)
52. Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brío-González, J. del. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2), 100184. doi: [10.1016/j.iemeen.2021.100184](https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2021.100184)
53. Bastian, B. L., Metcalfe, B. D., & Zali, M. R. (2019). Gender Inequality: Entrepreneurship Development in the MENA Region. *Sustainability*, 11(22), 6472. doi: [10.3390/su11226472](https://doi.org/10.3390/su11226472)
54. Bathelt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28F(1), 31–56. doi: [10.1191/0309132504ph469oa](https://doi.org/10.1191/0309132504ph469oa)
55. Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987a). A Comparison of Entrepreneurs and Managers of Small Business Firms. *Journal of Management*, 13(1), 99–108. doi: [10.1177/014920638701300108](https://doi.org/10.1177/014920638701300108)
56. Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987b). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of business venturing*, 2(1), 79-93. doi: [10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
57. Berge, T. J., & Jordá, Ó. (2011). Evaluating the Classification of Economic Activity into Recessions and Expansions. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 3(2), 246–277. doi: [10.1257/mac.3.2.246](https://doi.org/10.1257/mac.3.2.246)
58. Bernard, A. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2010). Multiple-product firms and product switching. *American economic review*, 100(1), 70-97. Raspoloživo na: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.100.1.70> [pristupljeno: 10. prosinca 2023.]
59. Bernoster, I., Rietveld, C. A., Thurik, A. R., & Torrès, O. (2018). Overconfidence, Optimism and Entrepreneurship. *Sustainability*, 10(7), 2233. doi: [10.3390/su10072233](https://doi.org/10.3390/su10072233)
60. Bhatti, M. A., A Al Doghan, M., Mat Saat, S. A., Juhari, A. S., & Alshagawi, M. (2021). Entrepreneurial intentions among women: does entrepreneurial training and education matters? (Pre- and post-evaluation of psychological attributes and its effects on entrepreneurial intention). *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(2), 167–184. doi: [10.1108/JSBED-09-2019-0305](https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2019-0305)

61. Bhaskar, A. U., & Garimella, S. (2017). A Study of Predictors of Entrepreneurial Intentions: Development of Comprehensive Measures. *Global Business Review*, 18(3), 629–651. doi: [10.1177/0972150917701782](https://doi.org/10.1177/0972150917701782)
62. Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188. doi: [10.1111/jsbm.12242](https://doi.org/10.1111/jsbm.12242)
63. Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. doi: [10.5465/amr.1988.4306970](https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970)
64. Bird, B., & Schjoedt, L. (2017). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. U: Brännback, M., & Carsrud, A. (ur.), *International Studies in Entrepreneurship*. Cham: Springer, str. 379–409.
65. Block, J. H., Fisch, C. O., Lau, J., Obschonka, M., & Presse, A. (2019). How Do Labor Market Institutions Influence the Preference to Work in Family Firms? A Multilevel Analysis Across 40 Countries. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(6), 1067–1093. doi: [10.1177/1042258718765163](https://doi.org/10.1177/1042258718765163)
66. Bogatyreva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96, 309–321. doi: [10.1016/j.jbusres.2018.11.034](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.034)
67. Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A.-M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. doi: [10.3390/su12031267](https://doi.org/10.3390/su12031267)
68. Bosma, N., & Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of regional science*, 47, 711–742. doi: [10.1007/s00168-010-0375-7](https://doi.org/10.1007/s00168-010-0375-7)
69. Botha, M., & Taljaard, A. (2019). The bidirectional relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurial competencies for nascent and existing entrepreneurs. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 22(1). doi: [10.4102/sajems.v22i1.2230](https://doi.org/10.4102/sajems.v22i1.2230)
70. Botha, M., & Sibeko, S. (2024). The upside of narcissism as an influential personality trait: exploring the entrepreneurial behaviour of established entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(3), 469–494. doi: [10.1108/JEEE-09-2021-0340](https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2021-0340)

71. Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016). Attitude Toward Entrepreneurship: Structure, Prediction from Behavioral Beliefs, and Relation to Entrepreneurial Intention. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(2), 433–460. doi: [10.1007/s13132-014-0227-2](https://doi.org/10.1007/s13132-014-0227-2)
72. Braičić, Z., & Lončar, J. (2018). Prostorna koncentracija i regionalna raspodjela gospodarskih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. *Croatian Geographical/Hrvatski Geografski Glasnik*, 80(2). Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/213788> [pristupljeno: 9. svibnja 2024.]
73. Brandstätter, H. (1997). Becoming an entrepreneur—a question of personality structure?. *Journal of economic psychology*, 18(2-3), 157-177. doi: [10.1016/S0167-4870\(97\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00003-2)
74. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. doi: [10.1191/1478088706qp063oa](https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa)
75. Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. London: SAGE Publications Ltd.
76. Braunerhjelm, P., Andersson, M., & Eklund, J. (2022). Pioneering Entrepreneurship Research: How, by Whom, and when. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 18(2), 75-158. doi: [10.1561/0300000103](https://doi.org/10.1561/0300000103)
77. Brinkmann, S., & Kvale, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
78. Bruton, G., Sutter, C., & Lenz, A.-K. (2021). Economic inequality – Is entrepreneurship the cause or the solution? A review and research agenda for emerging economies. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106095. doi: [10.1016/j.jbusvent.2021.106095](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106095)
79. Bruyat, C., & Julien, P.-A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165–180. doi: [10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)
80. Bui, T. H. V., Nguyen, T. L. T., Tran, M. D., & Nguyen, T. A. T. (2020). Determinants Influencing Entrepreneurial Intention among Undergraduates in Universities of Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 369–378. doi: [10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.369](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.369)
81. Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 473–499. doi: [10.1111/etap.12006](https://doi.org/10.1111/etap.12006)
82. Busenitz, L. W., Gómez, C., & Spencer, J. W. (2000). Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal*, 43(5), 994–1003. doi: [10.5465/1556423](https://doi.org/10.5465/1556423)

83. Calvo, N., Neira, I., & Atrio, Y. (2024). Analysis of entrepreneurs' motivations and role models for growth expectations in the time of coronavirus. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 841-866. doi: [10.1007/s11365-023-00905-x](https://doi.org/10.1007/s11365-023-00905-x)
84. Camelo-Ordaz, C., Diánez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261–277. doi: [10.1016/j.brq.2016.03.001](https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001)
85. Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, C., Persson, L., & Ylinenpää, H. (2013). The evolving domain of entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 41(4), 913–930. doi: [10.1007/s11187-013-9503-y](https://doi.org/10.1007/s11187-013-9503-y)
86. Carruthers, T. J., Venter, M. W., & Botha, M. (2019). The relationship between entrepreneurial competencies and the recurring entrepreneurial intention and action of existing entrepreneurs. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), 1-15. Raspoloživo na: <https://hdl.handle.net/10520/EJC-175748e513> [pristupljeno: 9. kolovoza 2024.]
87. Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship and regional development*, 19(1), 89-107. doi: [10.1080/08985620601002246](https://doi.org/10.1080/08985620601002246)
88. Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 327–348. doi: [10.1016/j.jebo.2004.05.007](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.05.007)
89. Chaudhary, R. (2017). Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education and Training*, 59(2), 171–187. doi: [10.1108/ET-02-2016-0024](https://doi.org/10.1108/ET-02-2016-0024)
90. Chien-Chi, C., Sun, B., Yang, H., Zheng, M., & Li, B. (2020). Emotional Competence, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention: A Study Based on China College Students' Social Entrepreneurship Project. *Frontiers in Psychology*, 11. doi: [10.3389/fpsyg.2020.547627](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.547627)
91. Christensen, J. L. (2013). The ability of current statistical classifications to separate services and manufacturing. *Structural Change and Economic Dynamics*, 26, 47-60. doi: [10.1016/j.strueco.2013.06.002](https://doi.org/10.1016/j.strueco.2013.06.002)
92. Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 22(1), 29-49. doi: [10.1016/j.jbusvent.2004.12.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001)

93. Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research Policy*, 34(6), 795–816. doi: [10.1016/j.respol.2005.03.010](https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.010)
94. Combes, P. P., & Overman, H. G. (2004). The spatial distribution of economic activities in the European Union. U: Henderson, J. V., & Thisse, J.-F. (ur.), *Handbook of regional and urban economics*. Amsterdam: North Holland, str. 2845-2909
95. Constantine, C. (2017). Economic structures, institutions and economic performance. *Journal of Economic Structures*, 6(2). doi: [10.1186/s40008-017-0063-1](https://doi.org/10.1186/s40008-017-0063-1)
96. Crant, M. J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49. Raspoloživo na: <https://www.researchgate.net/publication/247954830.pdf> [pristupljeno: 12. rujna 2024.]
97. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
98. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc.
99. Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100639. doi: [10.1016/j.ijme.2022.100639](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100639)
100. Cullen, U. (2020). Sociocultural factors as determinants of female entrepreneurs' business strategies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 144-167. doi: [10.1108/JEEE-04-2019-0046](https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0046)
101. Čondić-Jurkić, I. (2010). Analiza sektorskih promjena u hrvatskom gospodarstvu između 2000.-2007. godine. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 8(1), 173-192. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/87517> [pristupljeno: 16. lipnja 2024.]
102. Dabić, M., Vlačić, B., Kiessling, T., Caputo, A., & Pellegrini, M. (2023). Serial entrepreneurs: A review of literature and guidance for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(3), 1107-1142. doi: [10.1080/00472778.2021.1969657](https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1969657)
103. Dalziel, M. (2007). A systems-based approach to industry classification. *Research Policy*, 36(10), 1559–1574. doi: [10.1016/j.respol.2007.06.008](https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.06.008)
104. Dana, L. P., & Dana, T. E. (2005). Expanding the scope of methodologies used in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 79. doi: [10.1504/IJESB.2005.006071](https://doi.org/10.1504/IJESB.2005.006071)

105. Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), 41–62. doi: [10.1080/08985629500000003](https://doi.org/10.1080/08985629500000003)
106. Davidsson, P. (2003). The Domain of Entrepreneurship Research: Some Suggestions. U: Katz, J. A. and Shepherd, D. A. (ur.), *Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Leeds: Emerald Group Publishing Limited, str. 315-372.
107. Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331. doi: [10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
108. Davidsson, P., & Wiklund, J. (2007). Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future*. U: Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (ur.), *Entrepreneurship*. Berlin: Springer, str. 245-265.
109. Davidsson, P. (2016). *Researching Entrepreneurship*. Cham: Springer International Publishing.
110. Davis, D. R., & Weinstein, D. E. (2002). Bones, Bombs, and Break Points: The Geography of Economic Activity. *American Economic Review*, 92(5), 1269–1289. doi: [10.1257/000282802762024502](https://doi.org/10.1257/000282802762024502)
111. Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of business venturing*, 22(1), 50-76. doi: [10.1016/j.jbusvent.2005.09.003](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003)
112. De Clercq, D., Sapienza, H. J., & Crijns, H. (2005). The Internationalization of Small and Medium-Sized Firms. *Small Business Economics*, 24(4), 409–419. doi: [10.1007/s11187-005-5333-x](https://doi.org/10.1007/s11187-005-5333-x)
113. Delanoë-Gueguen, S., & Liñán, F. (2019). A longitudinal analysis of the influence of career motivations on entrepreneurial intention and action. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 36(4), 527–543. doi: [10.1002/cjas.1515](https://doi.org/10.1002/cjas.1515)
114. Delgado, M., Porter, M. E., & Stern, S. (2010). Clusters and Entrepreneurship. *Journal of Economic Geography*, 10(4), 495-518. doi: [10.1093/jeg/lbq010](https://doi.org/10.1093/jeg/lbq010)
115. Delić, A., Oberman Peterka, S., & Perić, J. (2014). *Želim postati poduzetnik*. Osijek: Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
116. De Sordi, J. O., Paulo, W. L. de, Jorge, C. F. B., Bandiera Jeremias, & André, A. R. dos. (2025). From entrepreneurship to established business: duration, challenges and

- coping tactics according to resource providers and successful entrepreneurs. *European Business Review*, 37(2), 278–304. doi: [10.1108/EBR-11-2023-0350](https://doi.org/10.1108/EBR-11-2023-0350)
117. DeTienne, D. R., & Cardon, M. S. (2012). Impact of founder experience on exit intentions. *Small Business Economics*, 38(4), 351–374. doi: [10.1007/s11187-010-9284-5](https://doi.org/10.1007/s11187-010-9284-5)
 118. Dhahri, S., & Omri, A. (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development*, 106, 64–77. doi: [10.1016/j.worlddev.2018.01.008](https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.01.008)
 119. Dileo, I., & García Pereiro, T. (2019). Assessing the impact of individual and context factors on the entrepreneurial process. A cross-country multilevel approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1393–1441. doi: [10.1007/s11365-018-0528-1](https://doi.org/10.1007/s11365-018-0528-1)
 120. Dinis, A., do Paço, A., Ferreira, J., Raposo, M., & Gouveia Rodrigues, R. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education + Training*, 55(8/9), 763–780. doi: [10.1108/ET-06-2013-0085](https://doi.org/10.1108/ET-06-2013-0085)
 121. Do, B.-R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185–191. doi: [10.1016/j.apmr.2017.07.011](https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.011)
 122. Doan, X. H., Le, T. T., Duong, C. D., Nguyen, T. P. L., Tran, D. D., & Tran, T. P. H. (2021). Impulsivity traits and the rational cognitive process of entrepreneurship: empirical evidence from Vietnam. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 13(4), 497–519. doi: [10.1108/APJBA-05-2021-0200](https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2021-0200)
 123. Dohse, D., & Walter, S. G. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. *Small Business Economics*, 39(4), 877–895. doi: [10.1007/s11187-011-9324-9](https://doi.org/10.1007/s11187-011-9324-9)
 124. Dolenec, S. (2024). *Attitudes of Local Stakeholders towards the Development of Dark Tourism: an Example of the Heritage of Antifascism of Istria County* (Doktorska disertacija, Univerza na Primorskem, Republika Slovenija). Raspoloživo na: <https://repozitorij.upr.si/IzpisGradiva.php?id=20274&lang=slv> [pristupljeno: 12. rujna 2024.]
 125. Donaldson, C. (2019). Intentions resurrected: a systematic review of entrepreneurial intention research from 2014 to 2018 and future research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 953–975. doi: [10.1007/s11365-019-00578-5](https://doi.org/10.1007/s11365-019-00578-5)

126. Donaldson, C., González-Serrano, M. H., & Moreno, F. C. (2023). Intentions for what? Comparing entrepreneurial intention types within female and male entrepreneurship students. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 100817. doi: [10.1016/j.ijme.2023.100817](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100817)
127. Douglas, E. J., Shepherd, D. A., & Venugopal, V. (2021). A multi-motivational general model of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 36(4), 106107. doi: [10.1016/j.jbusvent.2021.106107](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106107)
128. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principle*. New York: Harper Business.
129. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.a). *Knjiga KPD 2002*. Raspoloživo na: https://web.dzs.hr/NKD_2007_publikacija.pdf [pristupljeno: 15. veljače 2024.]
130. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.b). *Klasifikacija NUTS u Republici Hrvatskoj*. Raspoloživo na: <https://dzs.gov.hr/UserDocsImages/450> [pristupljeno: 15. lipnja 2024.]
131. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.c). *Nacionalna klasifikacija djelatnosti – NKD: Razlike između NKD-a 2007. i NKD-a 2025*. Raspoloživo na: <https://dzs.gov.hr/dokumenti/RazlikeNKD.pdf> [pristupljeno: 11. studenoga 2024.]
132. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.e). *Statistika u nizu*. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> [pristupljeno: 10. svibnja 2024.]
133. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.g). *Arhiva*. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/hr/arhiva/registri/broj-i-struktura-poslovnih-subjekata-po-zupanijama/> [pristupljeno: 10. svibnja 2024.]
134. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (n.d.h). *Registar poslovnih subjekata*. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/registar-poslovnih-subjekata/> [pristupljeno: 10. svibnja 2024.]
135. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2021a). *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, NKPJS 2012. – 2. razina i županije u 2018*. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10001> [pristupljeno: 8. travnja 2025.]
136. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2021b). *Strukturno poslovni pokazatelji poduzeća u 2019*. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10021> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]

137. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2022a). *Broj i struktura poslovnih subjekata u 2021. po županijama: Stanje 31. prosinca 2021.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10015> [pristupljeno: 10. travnja 2025.]
138. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2022b). *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2 i županije u 2019.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29152> [pristupljeno: 8. travnja 2025.]
139. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2022c). *Strukturno poslovni pokazatelji poduzeća u 2020.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29182> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]
140. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2023a). *Broj i struktura poslovnih subjekata u 2022. po županijama: Stanje 31. prosinca 2022.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/31479> [pristupljeno: 10. travnja 2025.]
141. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2023b). *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2 i županije u 2020.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58251> [pristupljeno: 8. travnja 2025.]
142. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2023c). *Strukturno poslovni pokazatelji poduzeća u 2021.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58037> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]
143. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2024a). *Broj i struktura poslovnih subjekata u 2023. po županijama: Stanje 31. prosinca 2023.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58279> [pristupljeno: 10. travnja 2025.]
144. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2024b). *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2 i županije u 2021.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77029> [pristupljeno: 7. travnja 2025.]
145. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2024d). *Poslovanje poduzeća u 2022.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/76792> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]
146. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2024e). *Poslovanje poduzeća u 2023. – privremeni podaci.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/76798> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]
147. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2025a). *Broj i struktura poslovnih subjekata u 2024. po županijama: Stanje 31. prosinca 2024.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77019> [pristupljeno: 7. travnja 2025.]

148. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2025b). *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2 i županije u 2022.* Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97199> [pristupljeno: 7. travnja 2025.]
149. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2025c): Dolasci i noćenja turista u 2024. Raspoloživo na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/76895> [pristupljeno: 7. travnja 2025.]
150. Duong, C. D. (2022). Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100707. doi: [10.1016/j.ijme.2022.100707](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100707)
151. Dvouletý, O. (2018). How to analyse determinants of entrepreneurship and self-employment at the country level? A methodological contribution. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 92–99. doi: [10.1016/j.jbvi.2018.03.002](https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.03.002)
152. Echevarria, C. (1997). Changes in Sectoral Composition Associated with Economic Growth. *International Economic Review*, 38(2), 431–452. doi: [10.2307/2527382](https://doi.org/10.2307/2527382)
153. Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S., & Greene, P. G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of small business management*, 48(2), 174–196. doi: [10.1111/j.1540-627X.2010.00291.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00291.x)
154. Ehsanfar, S., Namak, S. K., & Vosoughi, L. (2023). A developing-country perspective on tourism students' entrepreneurial intention using trait approach and family tradition. *Tourism Recreation Research*, 48(1), 43–59. doi: [10.1080/02508281.2021.1885800](https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1885800)
155. Eichhorn, P., & Towers, I. (2018). *Principles of Management: Efficiency and Effectiveness in the Private and Public Sector*. Cham: Springer.
156. Elfving, J., Brännback, M., & Carsrud, A. (2009). Toward A Contextual Model of Entrepreneurial Intentions. U: Carsrud, A. L., & Brannback, M. (ur.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*. New York: Springer, str. 23–33.
157. Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Management Education*, 19(1). doi: [10.1016/j.ijme.2021.100458](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458)
158. Emami, A., Ashourizadeh, S., Sheikhi, S., & Rexhepi, G. (2022). Entrepreneurial propensity for market analysis in the time of COVID-19: benefits from individual entrepreneurial orientation and opportunity confidence. *Review of Managerial Science*, 16(8), 2413–2439. doi: [10.1007/s11846-021-00499-0](https://doi.org/10.1007/s11846-021-00499-0)
159. Ensley, M. D., Pearson, A. W., & Amason, A. C. (2002). Understanding the dynamics of new venture top management teams: Cohesion, conflict, and new venture

- performance. *Journal of business venturing*, 17(4), 365-386. doi: [10.1016/S0883-9026\(00\)00065-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00065-3)
160. Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209–1232. doi: [10.1007/s11365-016-0389-4](https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4)
 161. Ephrem, A. N., Namatovu, R., & Basalirwa, E. M. (2019). Perceived social norms, psychological capital and entrepreneurial intention among undergraduate students in Bukavu. *Education and Training*, 61(7–8), 963–983. doi: [10.1108/ET-10-2018-0212](https://doi.org/10.1108/ET-10-2018-0212)
 162. Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2011). *Qualitative Methods in Business Research*. London: SAGE Publications Ltd.
 163. Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172–182. [10.1016/j.jbusres.2017.10.045](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045)
 164. Eurostat. (n.d.). *Gross value added - NACE Rev. 2: O-Q – volumes*. Raspoloživo na: <https://data.europa.eu/data/datasets/giovrjbgfyfdb4mstbpe1pq?locale=en> [pristupljeno: 27. ožujka 2025.]
 165. Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., & Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions: The role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 399–414. doi: [10.1108/apjie-01-2018-0004](https://doi.org/10.1108/apjie-01-2018-0004)
 166. Feldman, M. P., & Audretsch, D. B. (1999). Innovation in cities: Science-based diversity, specialization and localized competition. *European Economic Review*, 43(2), 409–429. doi: [10.1016/S0014-2921\(98\)00047-6](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(98)00047-6)
 167. Feldman, M. P., Francis, J., & Bercovitz, J. (2005). Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters. *Regional Studies*, 39(1), 129–141. doi: [10.1080/0034340052000320888](https://doi.org/10.1080/0034340052000320888)
 168. Ferreira, J. J. M., Fernandes, C.I., Ratten, V. (2017). The Influence of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions. U: Peris-Ortiz, M., Gómez, J., Merigó-Lindahl, J., Rueda-Armengot, C. (ur.) *Entrepreneurial Universities*. Cham: Springer, str. 19-34
 169. Financijska agencija. (2024): Rezultati poslovanja poduzetnika u 2023. godini, po županijama. Raspoloživo na: <https://www.fina.hr/ngsite/content/download/14935/237946/1> [pristupljeno: 10. travnja 2025.]

170. Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440. doi: [10.1016/j.jbusvent.2010.01.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001)
171. Franzke, S., Wu, J., Froese, F. J., & Chan, Z. X. (2022). Female entrepreneurship in Asia: a critical review and future directions. *Asian Business & Management*, 21(3), 343–372. doi: [10.1057/s41291-022-00186-2](https://doi.org/10.1057/s41291-022-00186-2)
172. Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120–125. doi: [10.1016/j.paid.2018.01.005](https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005)
173. Funda, J., Nagle, P. S. O., & Prasad, M. (2023). *Croatia Country Economic Memorandum: Laying the Foundations-Boosting Productivity to Ensure Future Prosperity-Overview*. Washington: World Bank Group
174. Galvão, A., Mascarenhas, C., Gouveia Rodrigues, R., Marques, C. S., & Leal, C. T. (2017). A quadruple helix model of entrepreneurship, innovation and stages of economic development. *Review of International Business and Strategy*, 27(2), 261–282. doi: [10.1108/RIBS-01-2017-0003](https://doi.org/10.1108/RIBS-01-2017-0003)
175. Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706. doi: [10.5465/amr.1985.4279094](https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094)
176. Gartner, W. B. (1988). „Who Is an Entrepreneur?“ Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32. doi: [10.1177/104225878801200401](https://doi.org/10.1177/104225878801200401)
177. Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54–67. doi: [10.1108/JSBED-06-2016-0078](https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078)
178. Gelo, T., & Družić, M. (2011). Sektorska struktura gospodarstva Hrvatske. U: Čavrak, V. (ur.) *Gospodarstvo Hrvatske*. Zagreb: Politička kultura
179. Gelo, T., & Družić, M. (2015). Ukupna faktorska produktivnost sektora hrvatskog gospodarstva. *Ekonomika misao i praksa*, 24(2), 327–344. Raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/149639> [pristupljeno: 8. travnja 2024.]
180. Gereffi, G. (2019). Global value chains and international development policy: Bringing firms, networks and policy-engaged scholarship back in. *Journal of International Business Policy*, 2(3), 195–210. doi: [10.1057/s42214-019-00028-7](https://doi.org/10.1057/s42214-019-00028-7)

181. Giacomini, O., Janssen, F., & Shinnar, R. S. (2016). Student entrepreneurial optimism and overconfidence across cultures. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(7), 925–947. doi: [10.1177/0266242616630356](https://doi.org/10.1177/0266242616630356)
182. Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112(November), 541–548. doi: [10.1016/j.jbusres.2019.11.088](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088)
183. Gizzi, M. C., & Rädiker, S. (2021). *The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MAXQDA*. Berlin: MAXQDA Press.
184. Global Entrepreneurship Monitor. (n.d.). *How GEM defines entrepreneurship*. Raspoloživo na: <https://www.gemconsortium.org/wiki/1149> [pristupljeno: 13. kolovoza 2023.]
185. Goel, R. K., & Nelson, M. A. (2023). Which political regimes foster entrepreneurship? An international examination. *The Journal of Technology Transfer*, 48(1), 126-146. doi: [10.1007/s10961-021-09907-9](https://doi.org/10.1007/s10961-021-09907-9)
186. Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of economic psychology*, 33(3), 628-641. doi: [10.1016/j.joep.2011.12.002](https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.002)
187. González-López, M. J., Pérez-López, M. C., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Clearing the hurdles in the entrepreneurial race: The role of resilience in entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 18(3), 457–483. doi: [10.5465/amle.2016.0377](https://doi.org/10.5465/amle.2016.0377)
188. Granovetter, M. (2018). The impact of social structure on economic outcomes. U: Granovetter, M. (ur.), *The sociology of economic life*. New York: Routledge, str. 46-61.
189. Grégoire, D. A., Corbett, A. C., & McMullen, J. S. (2011). The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1443–1477. doi: [10.1111/j.1467-6486.2010.00922.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00922.x)
190. Gries, T., & Naudé, W. (2010). Entrepreneurship and structural economic transformation. *Small Business Economics*, 34, 13-29. doi: [10.1007/S11187-009-9192-8](https://doi.org/10.1007/S11187-009-9192-8)
191. Grilo, I., & Thurik, R. (2005). Latent and Actual Entrepreneurship in Europe and the US: Some Recent Developments. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(4), 441–459. doi: [10.1007/s11365-005-4772-9](https://doi.org/10.1007/s11365-005-4772-9)

192. Grillitsch, M. (2018). Following or breaking regional development paths: on the role and capability of the innovative entrepreneur. *Regional Studies*, 53(5), 681–691. doi: [10.1080/00343404.2018.1463436](https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1463436)
193. Grillitsch, M., & Sotarauta, M. (2020). Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in Human Geography*, 44(4), 704–723. doi: [10.1177/0309132519853870](https://doi.org/10.1177/0309132519853870)
194. Gu, W., Wang, J., Hua, X., & Liu, Z. (2021). Entrepreneurship and high-quality economic development: based on the triple bottom line of sustainable development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 1–27. doi: [10.1007/s11365-020-00684-9](https://doi.org/10.1007/s11365-020-00684-9)
195. Guerrero, M., Liñán, F., & Cáceres-Carrasco, F. R. (2021). The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, 57(4), 1733–1759. doi: [10.1007/s11187-020-00392-2](https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2)
196. Guest, G., Namey, E., Taylor, J., Eley, N., & McKenna, K. (2017). Comparing focus groups and individual interviews: findings from a randomized study. *International Journal of Social Research Methodology*, 20(6), 693–708. doi: [10.1080/13645579.2017.1281601](https://doi.org/10.1080/13645579.2017.1281601)
197. Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of business venturing*, 16(5), 453–470. doi: [10.1016/S0883-9026\(99\)00059-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00059-2)
198. Haddoud, M. Y., Onjewu, A. K. E., Nowinski, W., & Alammari, K. (2022). Assessing the role of entrepreneurship education in regulating emotions and fostering implementation intention: evidence from Nigerian universities. *Studies in Higher Education*, 47(2), 450–468. doi: [10.1080/03075079.2020.1758652](https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1758652)
199. Hampton, A., McGowan, P., & Cooper, S. (2011). Developing quality in female high-technology entrepreneurs' networks. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(6), 588–606. doi: [10.1108/13552551111174684](https://doi.org/10.1108/13552551111174684)
200. Harima, A., Gießelmann, J., Götsch, V., & Schlichting, L. (2021). Entrepreneurship? Let us do it later: procrastination in the intention–behavior gap of student entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(5), 1189–1213. doi: [10.1108/IJEBR-09-2020-0665](https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2020-0665)
201. Harper, D. A. (2008). Towards a theory of entrepreneurial teams. *Journal of business venturing*, 23(6), 613–626. doi: [10.1016/j.jbusvent.2008.01.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.002)

202. Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education + Training*, 62(7/8), 843–861. doi: [10.1108/ET-02-2020-0033](https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033)
203. Henley, A. (2017). Does religion influence entrepreneurial behaviour? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(5), 597–617. doi: [10.1177/0266242616656748](https://doi.org/10.1177/0266242616656748)
204. Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 1017–1032. doi: [10.1108/IJEBR-01-2017-0031](https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0031)
205. Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2020). Psychological Factors that Lessen the Impact of COVID-19 on the Self-Employment Intention of Business Administration and Economics' Students from Latin America. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5293. doi: [10.3390/ijerph17155293](https://doi.org/10.3390/ijerph17155293)
206. Henderson, V. (2002). Urbanization in Developing Countries. *The World Bank Research Observer*, 17(1), 89–112. doi: [10.1093/wbro/17.1.89](https://doi.org/10.1093/wbro/17.1.89)
207. Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(6), 1017–1032. doi: [10.1108/IJEBR-01-2017-0031](https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0031)
208. Herrendorf, B., Rogerson, R., & Valentinyi, A. (2014). Growth and structural transformation. U: Aghion, P., & Durlauf, S. N. (ur.), *Handbook of Economic Growth*. Amsterdam: Elsevier, str. 855–941.
209. Hessels, J., van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339. doi: [10.1007/s11187-008-9134-x](https://doi.org/10.1007/s11187-008-9134-x)
210. Hidalgo, C. A. (2021). Economic complexity theory and applications. *Nature Reviews Physics*, 3(2), 92–113. doi: [10.1038/s42254-020-00275-1](https://doi.org/10.1038/s42254-020-00275-1)
211. Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). Entrepreneurs' Optimism and New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473–488. doi: [10.5465/amj.2009.41330755](https://doi.org/10.5465/amj.2009.41330755)
212. Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills: SAGE Publications

213. Honig, B. (2001). Human capital and structural upheaval: A study of manufacturing firms in the West Bank. *Journal of business venturing*, 16(6), 575-594. doi: [10.1016/S0883-9026\(99\)00060-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00060-9)
214. Hörisch, J., Kollat, J., & Brieger, S. A. (2019). Environmental orientation among nascent and established entrepreneurs: an empirical analysis of differences and their causes. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 11(4), 373-393. doi: [10.1504/IJEV.2019.101623](https://doi.org/10.1504/IJEV.2019.101623)
215. Hou, F., Ge, B., & Su, Y. (2018). Review of Classical Intention-Based Entrepreneurial Models and Construction of Framework from Combined Perspectives of Entrepreneurial Motivation and Cognition. *Journal of Industrial Integration and Management*, 03(03), 1850012. doi: [10.1142/S2424862218500124](https://doi.org/10.1142/S2424862218500124)
216. Hrvatska gospodarska komora. (2021). *Pregled gospodarstva Vukovarsko-srijemske županije*. Raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/documents/pregled-gospodarstva-vs-zupanije6050c4e4043db.pdf> [pristupljeno: 9. travnja 2025.]
217. Hrvatska gospodarska komora. (2022). *Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali*. Raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/zupanije-razvojna-raznolikost-i-gospodarski-potencijali-20202022> [pristupljeno: 16. travnja 2025.]
218. Hrvatska gospodarska komora. (n. d.). *Gospodarski profil Zadarske županije*. Raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-zadar/gospodarski-profil-zadarske-zupanije> [pristupljeno: 17. travnja 2025.]
219. Hrvatska narodna banka. (2025). *Glavni makroekonomski indikatori*. Raspoloživo na: <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori> [pristupljeno: 8. travnja 2025.]
220. Hsu, C. & Sandford, B. A., (2007a). The Delphi Technique: Making Sense of Consensus. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 12(1), 10. doi: [10.7275/pdz9-th90](https://doi.org/10.7275/pdz9-th90)
221. Hsu, C. & Sandford, B. A., (2007b). Minimizing Non-Response in The Delphi Process: How to Respond to Non-Response. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 12(1), 17. doi: [10.7275/by88-4025](https://doi.org/10.7275/by88-4025)
222. Hsu, D. K., Wiklund, J., Anderson, S. E., & Coffey, B. S. (2016). Entrepreneurial exit intentions and the business-family interface. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 613–627. doi: [10.1016/j.jbusvent.2016.08.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.08.001)
223. Hsu, D. K., Wiklund, J., & Cotton, R. D. (2017a). Success, Failure, and Entrepreneurial Reentry: An Experimental Assessment of the Veracity of Self-Efficacy

- and Prospect Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 19–47. doi: [10.1111/etap.12166](https://doi.org/10.1111/etap.12166)
224. Hsu, D. K., Shinnar, R. S., Powell, B. C., & Coffey, B. S. (2017b). Intentions to reenter venture creation: The effect of entrepreneurial experience and organizational climate. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(8), 928–948. doi: [10.1177/0266242616686646](https://doi.org/10.1177/0266242616686646)
 225. Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M.-D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don’t fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. doi: [10.1016/j.jbusvent.2018.08.004](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004)
 226. Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, Proactive Personality, and Entrepreneurial Intention: The Role of Entrepreneurial Alertness. *Frontiers in Psychology*, 9(JUN). doi: [10.3389/fpsyg.2018.00951](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00951)
 227. Huang, T.-C., Wang, Y.-J., & Lai, H.-M. (2022). What Drives Internet Entrepreneurial Intention to Use Technology Products? An Investigation of Technology Product Imagination Disposition, Social Support, and Motivation. *Frontiers in Psychology*, 13. doi: [10.3389/fpsyg.2022.829256](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.829256)
 228. Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66. doi: [10.1504/IJBG.2009.021632](https://doi.org/10.1504/IJBG.2009.021632)
 229. Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53(5), 353–370. doi: [10.1108/00400911111147686](https://doi.org/10.1108/00400911111147686)
 230. Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989. doi: [10.1016/S0149-2063\(03\)00086-2](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00086-2)
 231. Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Dublin: Institute of International and European Affairs. Raspoloživo na: <https://www.innovationamerica.us/20110620183915.pdf> [pristupljeno: 12. svibnja 2023.]
 232. Israr, M., & Saleem, M. (2018). Entrepreneurial intentions among university students in Italy. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 20. doi: [10.1186/s40497-018-0107-5](https://doi.org/10.1186/s40497-018-0107-5)

233. Istarska županija. (n.d.). *Gospodarstvo*. Raspoloživo na: <https://www.istra-istria.hr/hr/upoznaj-zupaniju/gospodarstvo/> [pristupljeno: 9. travnja 2025.]
234. Istarska županija – Regione Istriana. (2024). *Plan razvoja Istarske županije za razdoblje 2022.-2027*. Raspoloživo na: https://www.istra-istria.hr/240221_plan_razvoja_2022-2027.pdf [pristupljeno: 17. veljače 2025.]
235. Jabareen, Y. (2009). Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(4), 49–62. doi: [10.1177/160940690900800406](https://doi.org/10.1177/160940690900800406)
236. Jackson, D. N. (1994). *Jackson Personality Inventory: Revised manual*. Port Huron: Research Psychologists Press.
237. Janowski, A., & Szczepańska-Przekota, A. (2022). The Trait of Extraversion as an Energy-Based Determinant of Entrepreneur's Success - The Case of Poland. *Energies*, 15(13), 4533. doi: [10.3390/en15134533](https://doi.org/10.3390/en15134533)
238. Jeger, M. (2013). *Efektualizacija i razvoj poduzetničkih namjera* (Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Republika Hrvatska). Raspoloživo na: https://www.ices.hr/wp-content/uploads/2017/02/PhD-thesis_Marina_Jeger.pdf [pristupljeno: 10. svibnja 2024.]
239. Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. doi: [10.1016/j.chb.2020.106275](https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275)
240. Jin, C.-H. (2017). The effect of psychological capital on start-up intention among young start-up entrepreneurs. *Chinese Management Studies*, 11(4), 707–729. doi: [10.1108/CMS-06-2017-0162](https://doi.org/10.1108/CMS-06-2017-0162)
241. Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. doi: [10.1016/j.sbspro.2016.07.109](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109)
242. Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187–209. doi: [10.1111/jsbm.12137](https://doi.org/10.1111/jsbm.12137)
243. Karimi, S., Biemans, H. J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227–240. doi: [10.1002/ijop](https://doi.org/10.1002/ijop)

244. Karimi, S., & Makreet, A. S. (2020). The Role of Personal Values in Forming Students' Entrepreneurial Intentions in Developing Countries. *Frontiers in Psychology*, 11. doi: [10.3389/fpsyg.2020.525844](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.525844)
245. Kemeny, T., & Storper, M. (2015). Is specialization good for regional economic development?. *Regional Studies*, 49(6), 1003-1018. doi: [10.1080/00343404.2014.899691](https://doi.org/10.1080/00343404.2014.899691)
246. Kenessey, Z. (1987). The primary, secondary, tertiary and quaternary sectors of the economy. *Review of income and wealth*, 33(4), 359-385. doi: [10.1111/j.1475-4991.1987.tb00680.x](https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.1987.tb00680.x)
247. Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020). Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 58(5), 1064–1088. doi: [10.1111/jsbm.12501](https://doi.org/10.1111/jsbm.12501)
248. Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial intentions in a regional context. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(3–4), 293–323. doi: [10.1080/08985626.2012.721008](https://doi.org/10.1080/08985626.2012.721008)
249. Kim, H. T., & Nguyen, Q. (2024). Linking top managers' behavioural traits with business practices and firm performance. *Review of Managerial Science*, 18, 3253–3296. doi: [10.1007/s11846-023-00714-0](https://doi.org/10.1007/s11846-023-00714-0)
250. Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 12. doi: [10.1186/s13731-020-00123-7](https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7)
251. Klotz, A. C., Hmieleski, K. M., Bradley, B. H., & Busenitz, L. W. (2014). New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. *Journal of management*, 40(1), 226-255. doi: [10.1177/0149206313493325](https://doi.org/10.1177/0149206313493325)
252. Klyver, K., & Terjesen, S. (2007). Entrepreneurial network composition. *Women in Management Review*, 22(8), 682–688. doi: [10.1108/09649420710836344](https://doi.org/10.1108/09649420710836344)
253. Koellinger, P. & Minniti, M. (2006). Not for a lack of trying: American entrepreneurship in black and white. *Small Business Economics*, 27, 59-79. doi: [10.1007/s11187-006-0019-6](https://doi.org/10.1007/s11187-006-0019-6)
254. Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). “I think I can, I think I can”: Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of economic psychology*, 28(4), 502-527. doi: [10.1016/j.joep.2006.11.002](https://doi.org/10.1016/j.joep.2006.11.002)
255. Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1), 21–37. doi: [10.1007/s11187-008-9107-0](https://doi.org/10.1007/s11187-008-9107-0)

256. Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2013). Gender differences in entrepreneurial propensity. *Oxford bulletin of economics and statistics*, 75(2), 213-234. doi: [10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x)
257. Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023–1042. doi: [10.1007/s11365-020-00635-4](https://doi.org/10.1007/s11365-020-00635-4)
258. Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21. doi: [10.1177/104225879301800101](https://doi.org/10.1177/104225879301800101)
259. Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. doi: [10.1080/08985629300000020](https://doi.org/10.1080/08985629300000020)
260. Krueger, N. F., & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104. doi: [10.1177/104225879401800307](https://doi.org/10.1177/104225879401800307)
261. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. doi: [10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
262. Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions. U: Carsrud, A. & Brännback, M. (ur.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*. New York: Springer, str. 51-72.
263. Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
264. Krüger, J. J. (2008). Productivity and structural change: a review of the literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(2), 330-363. doi: [10.1111/j.1467-6419.2007.00539.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2007.00539.x)
265. Kruss, G., McGrath, S., Petersen, I. H., & Gastrow, M. (2015). Higher education and economic development: The importance of building technological capabilities. *International Journal of Educational Development*, 43, 22-31. doi: [10.1016/j.ijedudev.2015.04.011](https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2015.04.011)
266. Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software*. London: SAGE Publications Ltd.
267. Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2023). *Qualitative Content Analysis: Methods, Practice and Software*. London: SAGE Publications Ltd.

268. Kuosmanen, T., & Kuosmanen, N. (2021). Structural change decomposition of productivity without share weights. *Structural Change and Economic Dynamics*, 59, 120–127. doi: [10.1016/j.strueco.2021.08.011](https://doi.org/10.1016/j.strueco.2021.08.011)
269. Kuosmanen, N., Kuosmanen, T., Ali-Yrkkö, J., & Pajarinen, M. (2022). *Renewal of companies: Industry switching as a form of structural change*, (126). Helsinki: The Research Institute of the Finnish Economy (ETLA). Raspoloživo na: <https://hdl.handle.net/10419/270484> [pristupljeno: 10. svibnja 2024.]
270. Kuosmanen, N., & Kuosmanen, T. (2024). Inter-industry and intra-industry switching as sources of productivity growth: structural change of Finland's ICT industries. *Journal of Productivity Analysis*, 61(2), 107–120. doi: [10.1007/s11123-023-00712-0](https://doi.org/10.1007/s11123-023-00712-0)
271. Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597. doi: [10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x)
272. Kuznets, S. (1973). Modern Economic Growth: Findings and Reflections. *The American Economic Review*, 63(3), 247–258. Raspoloživo na: <http://www.jstor.org/stable/1914358> [pristupljeno: 16. siječnja 2024.]
273. Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31, 44–57. doi: [10.1016/j.tsc.2018.11.004](https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.004)
274. Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C., & Moriano, J. A. (2022). “Think entrepreneur – think male”: the effect of reduced gender stereotype threat on women's entrepreneurial intention and opportunity motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 1001–1025. doi: [10.1108/IJEBR-04-2021-0312](https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2021-0312)
275. Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social Cognitive Career Theory. U: Brown, D. (ur.), *Career Choice and Development*. San Francisco: Jossey-Bass, str. 255–311.
276. Lévesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177–194. doi: [10.1016/j.jbusvent.2005.04.003](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.04.003)
277. Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan, M. A. S., Ashraf, S. F., & Dogbe, C. S. K. (2020). Entrepreneurial passion to entrepreneurial behavior: role of entrepreneurial alertness, entrepreneurial self-efficacy and proactive personality. *Frontiers in psychology*, 11, 1611. doi: [10.3389/fpsyg.2020.01611](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01611)

278. Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 67-78. doi: [10.1007/s11365-017-0462-7](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7)
279. Liguori, E., Winkler, C., Vanevenhoven, J., Winkel, D., & James, M. (2020). Entrepreneurship as a career choice: intentions, attitudes, and outcome expectations. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(4), 311–331. doi: [10.1080/08276331.2019.1600857](https://doi.org/10.1080/08276331.2019.1600857)
280. Lihua, D. (2022). An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students. *Frontiers in Psychology*, 12. doi: [10.3389/fpsyg.2022.627818](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818)
281. Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. doi: [10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x)
282. Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and regional development*, 23(3-4), 187-215. doi: [10.1080/08985620903233929](https://doi.org/10.1080/08985620903233929)
283. Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. doi: [10.1007/s11365-015-0356-5](https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5)
284. Liñán, F., Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(6), 760–776. doi: [10.1177/0266242615584646](https://doi.org/10.1177/0266242615584646)
285. Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students' Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 10(APR). doi: [10.3389/fpsyg.2019.00869](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869)
286. López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Aparicio-García, M. E., & Díaz-Ramiro, E. M. (2020). Are entrepreneurs born or made? The influence of personality. *Personality and Individual Differences*, 154. doi: [10.1016/j.paid.2019.109699](https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109699)
287. Loxton, M. H. (2021). *Analyzing focus groups with MAXQDA*. Berlin: MAXQDA Press.
288. Luc, P. T. (2020). Outcome Expectations and Social Entrepreneurial Intention: Integration of Planned Behavior and Social Cognitive Career Theory. *The Journal of*

- Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 399–407. doi: [10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.399](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.399)
289. Lukeš, M., & Zouhar, J. (2024). Struggling financially but feeling good? Exploring the well-being of early-stage entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 17(7), 73-96. doi: [10.1108/JEEE-12-2023-0508](https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2023-0508)
 290. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. doi: [10.5465/amr.1996.9602161568](https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568)
 291. Lüthje, C., & Franke, N. (2003). the ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135–147. doi: [10.1111/1467-9310.00288](https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288)
 292. Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784–794. doi: [10.1016/j.emj.2014.01.001](https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.01.001)
 293. Maheshwari, G. (2021). Factors influencing entrepreneurial intentions the most for university students in Vietnam: educational support, personality traits or TPB components? *Education + Training*, 63(7/8), 1138–1153. doi: [10.1108/ET-02-2021-0074](https://doi.org/10.1108/ET-02-2021-0074)
 294. Maheshwari, G., Kha, K. L., & Arokiasamy, A. R. A. (2023). Factors affecting students’ entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73(4), 1903–1970. doi: [10.1007/s11301-022-00289-2](https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2)
 295. Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33–39. doi: [10.1016/j.iiedeen.2019.12.005](https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2019.12.005)
 296. Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. doi: [10.1016/j.jwb.2005.09.002](https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002)
 297. Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172–179. doi: [10.1016/j.techfore.2015.11.006](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006)

298. Margaça, C., Hernández-Sánchez, B., Sánchez-García, J. C., & Cardella, G. M. (2021). The Roles of Psychological Capital and Gender in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, 11. doi: [10.3389/fpsyg.2020.615910](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.615910)
299. Marošević, K. (2021). *Regionalni razvoj i neravnoteže u Republici Hrvatskoj*. Osijek: Pravni fakultet.
300. Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159. doi: [10.1016/j.ecolecon.2015.11.027](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027)
301. Martin-Sanchez, V., Contín-Pilart, I., & Larraza-Kintana, M. (2018). The influence of entrepreneurs' social referents on start-up size. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 173-194. doi: [10.1007/s11365-017-0454-7](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0454-7)
302. Martínez-González, J. A., Kobylinska, U., García-Rodríguez, F. J., & Nazarko, L. (2019). Antecedents of Entrepreneurial Intention among Young People: Model and Regional Evidence. *Sustainability*, 11(24), 6993. doi: [10.3390/su11246993](https://doi.org/10.3390/su11246993)
303. Matković, T. (2003). Restrukturiranje rada? Transformacija strukture zaposlenosti. *Revija za socijalnu politiku*, 10(2), 161-184. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/30143> [pristupljeno: 24. kolovoza 2024.]
304. Matsuyama, K. (2009). Structural change in an interdependent world: A global view of manufacturing decline. *Journal of the European Economic Association*, 7(2-3), 478-486. doi: [10.1162/JEEA.2009.7.2-3.478](https://doi.org/10.1162/JEEA.2009.7.2-3.478)
305. McCampbell, W. H., & Stewart, B. R. (1992). Career Ladder Programs for Vocational Educators: Desirable Characteristics. *Journal of Vocational Education Research*, 17(1), 53-68. Raspoloživo na: <https://eric.ed.gov/?id=EJ477052> [pristupljeno: 12. ožujka 2025.]
306. McMillan, M., Rodrik, D., & Verduzco-Gallo, Í. (2014). Globalization, structural change, and productivity growth, with an update on Africa. *World development*, 63, 11-32. doi: [10.1016/j.worlddev.2013.10.012](https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.10.012)
307. McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152. doi: [10.5465/amr.2006.19379628](https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628)
308. Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982. doi: [10.1016/j.jbusvent.2019.105982](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982)

309. Meyer, N., & Meyer, D. F. (2017). An econometric analysis of entrepreneurial activity, economic growth and employment: The case of the BRICS countries. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 11(2), 429–441. Raspoloživo na: <https://repository.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/27462/2017.pdf?sequence=1> [pristupljeno: 7. ožujka 2024.]
310. Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S., & Pollack, J. M. (2018). Emotional intelligence and entrepreneurial intentions: An exploratory meta-analysis. *Career Development International*, 23(5), 497–512. doi: [10.1108/CDI-01-2018-0019](https://doi.org/10.1108/CDI-01-2018-0019)
311. Micozzi, A., & Lucarelli, C. (2016). Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(2), 173–194. doi: [10.1108/IJGE-06-2015-0021](https://doi.org/10.1108/IJGE-06-2015-0021)
312. Mikulić, D. (2024). Structural Decomposition of the Economic Growth in the Croatian Economy. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 27(2), 311–325. doi: [10.2478/zireb-2024-0029](https://doi.org/10.2478/zireb-2024-0029)
313. Miller, K. D. (2007). Risk and rationality in entrepreneurial processes. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 57–74. doi: [10.1002/sej.2](https://doi.org/10.1002/sej.2)
314. Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske. (n.d.). *Županije*. Raspoloživo na: <https://investcroatia.gov.hr/o-hrvatskoj-2/statistike-zupanija/> [pristupljeno 9. travnja 2025.]
315. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije Republike Hrvatske (2024). *Regionalni razvoj u Hrvatskoj 2024*. Raspoloživo na: https://eufondovi.gov.hr/MRRFEU-Brosura-A4-Regionalni-razvoj-u-Hrvatskoj-2024_v4.pdf [pristupljeno 14. svibnja 2025.]
316. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije (n.d.). *Vrijednost indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti 2024*. Raspoloživo na: <https://razvoj.gov.hr/Vrijednosti%20indeksa%20razvijenosti%20i%20pokazatelja%20za%20izrac%CC%8Cun%20indeksa%20razvijenosti.pdf> [pristupljeno 14. svibnja 2025.]
317. Minola, T., Criaco, G., & Obschonka, M. (2016). Age, culture, and self-employment motivation. *Small Business Economics*, 46(2), 187–213. doi: [10.1007/s11187-015-9685-6](https://doi.org/10.1007/s11187-015-9685-6)
318. Mintzberg, H. (1973). *The nature of managerial work*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc.
319. Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 791–813. doi: [10.1007/s11365-015-0365-4](https://doi.org/10.1007/s11365-015-0365-4)

320. Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122. doi: [10.1016/j.iedeen.2017.01.001](https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001)
321. Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 93-104. doi: [10.1111/1540-8520.00001](https://doi.org/10.1111/1540-8520.00001)
322. Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. *International Journal of entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92–111. doi: [10.1108/13552551011026995](https://doi.org/10.1108/13552551011026995)
323. Monllor, J., & Murphy, P. J. (2017). Natural disasters, entrepreneurship, and creation after destruction: A conceptual approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(4), 618–637. doi: [10.1108/IJEBr-02-2016-0050](https://doi.org/10.1108/IJEBr-02-2016-0050)
324. Morgan, D. L. (1996). Focus groups. *Annual review of sociology*, 22(1), 129-152. doi: [10.1146/annurev.soc.22.1.129](https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129)
325. Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75. doi: [10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)
326. Mueller, S., Volery, T., & Von Siemens, B. (2012). What do entrepreneurs actually do? An observational study of entrepreneurs' everyday behavior in the start-up and growth stages. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 995-1017. doi: [10.1111/j.1540-6520.2012.00538.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00538.x)
327. Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(3), 554–580. doi: [10.1108/IJEBr-05-2018-0336](https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2018-0336)
328. Murray, A., Skene, K., & Haynes, K. (2017). The Circular Economy: An Interdisciplinary Exploration of the Concept and Application in a Global Context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369–380. doi: [10.1007/s10551-015-2693-2](https://doi.org/10.1007/s10551-015-2693-2)
329. Murry, J. W., & Hammons, J. O. (1995). Delphi: A Versatile Methodology for Conducting Qualitative Research. *The Review of Higher Education*, 18(4), 423–436. doi: [10.1353/rhe.1995.0008](https://doi.org/10.1353/rhe.1995.0008)

330. Mustafa, M. J., Hernandez, E., Mahon, C., & Chee, L. K. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 162–179. doi: [10.1108/JEEE-10-2015-0058](https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2015-0058)
331. Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6), 633–655. doi: [10.1108/IJEER-10-2012-0107](https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2012-0107)
332. Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452–467. doi: [10.1080/03075079.2016.1177716](https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716)
333. Vlada Republike Hrvatske. (2021a). *Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine*. NN 13/2021. Raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html [pristupljeno: 12. ožujka 2024.]
334. Vlada Republike Hrvatske. (2021b). *Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026*. Raspoloživo na: https://commission.europa.eu/9898347f-8119-4a40-bff4-28c8a18ae0be_en?filename=recovery_and_resilience_plan_for_croatia_hr.pdf [pristupljeno: 9. lipnja 2024.]
335. Nasip, S., Amirul, S. R., Sondoh, S. L., & Tanakinjal, G. H. (2017). Psychological characteristics and entrepreneurial intention: A study among university students in North Borneo, Malaysia. *Education and Training*, 59(7–8), 825–840. doi: [10.1108/ET-10-2015-0092](https://doi.org/10.1108/ET-10-2015-0092)
336. Naudé, W. (2010). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: new approaches and insights. *Small Business Economics*, 34(1), 1–12. doi: [10.1007/s11187-009-9198-2](https://doi.org/10.1007/s11187-009-9198-2)
337. Neergard, H. & Leitch, C. (2015). *Handbook of Qualitative Research Techniques and Analysis in Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
338. Neffke, F., Henning, M., & Boschma, R. (2011). How Do Regions Diversify over Time? Industry Relatedness and the Development of New Growth Paths in Regions. *Economic Geography*, 87(3), 237–265. doi: [10.1111/j.1944-8287.2011.01121.x](https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2011.01121.x)
339. Neffke, F., Hartog, M., Boschma, R., & Henning, M. (2018). Agents of structural change: The role of firms and entrepreneurs in regional diversification. *Economic Geography*, 94(1), 23–48. doi: [10.1080/00130095.2017.1391691](https://doi.org/10.1080/00130095.2017.1391691)

340. Neira, I., Calvo, N., Fernández, L., & Portela, M. (2017). Entrepreneur: do social capital and culture matter? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 665–683. doi: [10.1007/s11365-016-0418-3](https://doi.org/10.1007/s11365-016-0418-3)
341. Nejašmić, I., & Toskić, A. (2013). Starenje stanovništva u Hrvatskoj - sadašnje stanje i perspektive. *Hrvatski geografski glasnik*, 75 (1), 89-110. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/155905> [pristupljeno: 8. svibnja 2024.]
342. Nejašmić, I., & Toskić, A. (2016). Ostarjelost stanovništva seoskih naselja Republike Hrvatske. *Migracijske i etničke teme*, 32 (2), 191-219. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/248183> [pristupljeno: 8. svibnja 2024.]
343. Neneh, B. N. (2019 a). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273-279. doi: [10.1016/j.paid.2018.10.020](https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.020)
344. Neneh, B. N. (2019b). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. doi: [10.1016/j.jvb.2019.04.005](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005)
345. Neneh, B. N. (2021). Role Salience and the Growth Intention of Women Entrepreneurs: Does Work-life Balance Make a Difference? *The Spanish Journal of Psychology*, 24, e4. doi: [10.1017/SJP.2021.9](https://doi.org/10.1017/SJP.2021.9)
346. Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587–603. doi: [10.1080/03075079.2020.1770716](https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716)
347. Ng, L., & Jenkins, A. S. (2018). Motivated but not starting: how fear of failure impacts entrepreneurial intentions. *Small Enterprise Research*, 25(2), 152–167. doi: [10.1080/13215906.2018.1480412](https://doi.org/10.1080/13215906.2018.1480412)
348. Ngo, T. V. N., Le, T. L., Pham, T. T. H., Nguyen, T. T. T., & Duong, C. D. (2024). Empowering entrepreneurs: bridging the attitude-intention-behaviour gap through dynamic entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(4), 355–374. [10.1108/APJIE-05-2023-0095](https://doi.org/10.1108/APJIE-05-2023-0095)
349. Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99, 186–193. doi: [10.1016/j.childyouth.2019.01.039](https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.01.039)
350. Nguyen, Q. D., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *The*

International Journal of Management Education, 21(1), 100730. doi:

[10.1016/j.ijme.2022.100730](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100730)

351. Nguyen, P. N.-D., & Nguyen, H. H. (2024). Examining the Role of Family in Shaping Digital Entrepreneurial Intentions in Emerging Markets. *Sage Open*, 14(1). doi: [10.1177/21582440241239493](https://doi.org/10.1177/21582440241239493)
352. Nicholls-Nixon, C. L., Cooper, A. C., & Woo, C. Y. (2000). Strategic experimentation: Understanding change and performance in new ventures. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 493–521. doi: [10.1016/S0883-9026\(98\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00018-4)
353. Nieuwenhuizen, C., & Groenewald, D. (2006). Level of creativity and risk among successful entrepreneurs. *Southern Africa Business Review*, 10(1), 70-90. Raspoloživo na: <https://doi.org/https://hdl.handle.net/10520/EJC92821> [pristupljeno: 19. studenoga 2024.]
354. Nordhaus, W. D. (2006). Geography and macroeconomics: New data and new findings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 103(10), 3510–3517. doi: [10.1073/pnas.0509842103](https://doi.org/10.1073/pnas.0509842103)
355. North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
356. Noseleit, F. (2013). Entrepreneurship, structural change, and economic growth. *Journal of Evolutionary Economics*, 23(4), 735–766. doi: [10.1007/s00191-012-0291-3](https://doi.org/10.1007/s00191-012-0291-3)
357. Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379. doi: [10.1080/03075079.2017.1365359](https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359)
358. Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Wach, K., & Schaefer, R. (2020). Perceived public support and entrepreneurship attitudes: A little reciprocity can go a long way! *Journal of Vocational Behavior*, 121(July), 103474. doi: [10.1016/j.jvb.2020.103474](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103474)
359. Obadić, A., & Smolić, Š. (2008). Ekonomske i socijalne posljedice procesa starenja stanovništva. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 21(2), 86-98. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/59980> [pristupljeno: 20. ožujka 2024.]
360. Ojiaku, O. C., Nkamnebe, A. D., & Nwaizugbo, I. C. (2018). Determinants of entrepreneurial intentions among young graduates: perspectives of push-pull-mooring model. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8, 1-17. doi: [10.1186/s40497-018-0109-3](https://doi.org/10.1186/s40497-018-0109-3)

361. Oliveira, A., & Rua, O. L. (2018). From intention to entrepreneurial action: Assessing the impact of the barriers on the creation of new organizations. *RAUSP Management Journal*, 53(4), 507-534. doi: [10.1108/RAUSP-07-2018-0039](https://doi.org/10.1108/RAUSP-07-2018-0039)
362. Orlando, B., Tortora, D., Riso, T., di Gregorio, A., & del Giudice, M. (2022). Entrepreneurial intentions and high-status seeking in career expectations: a portrait of talents in emerging countries. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(11), 2339–2372. doi: [10.1080/09585192.2021.1875495](https://doi.org/10.1080/09585192.2021.1875495)
363. Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). The Influence of Support Factors on Entrepreneurial Attitudes and Intentions of College Students. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1), 10901. doi: [10.5465/AMBPP.2017.10901abstract](https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.10901abstract)
364. Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 3. doi: [10.1186/s40497-016-0047-x](https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x)
365. Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S., & Kailer, N. (2021). A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science*, 15(2), 287–307. doi: [10.1007/s11846-019-00342-7](https://doi.org/10.1007/s11846-019-00342-7)
366. Pandey, R., Sapre, A., & Sinha, P. (2020). What Do We Know About Changing Economic Activity of Firms? *Studies in Microeconomics*, 8(2), 149–169. doi: [10.1177/2321022219869790](https://doi.org/10.1177/2321022219869790)
367. Parasuraman, S., Purohit, Y. S., Godshalk, V. M., & Beutell, N. J. (1996). Work and Family Variables, Entrepreneurial Career Success, and Psychological Well-Being. *Journal of Vocational Behavior*, 48(25), 275-300. doi: [10.1006/jvbe.1996.0025](https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0025)
368. Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
369. Pauceanu, A., Alpenidze, O., Edu, T., & Zaharia, R. (2018). What Determinants Influence Students to Start Their Own Business? Empirical Evidence from United Arab Emirates Universities. *Sustainability*, 11(1), 92. doi: [10.3390/su11010092](https://doi.org/10.3390/su11010092)
370. Pejic Bach, M., Aleksic, A., & Merkač-Skok, M. (2018). Examining determinants of entrepreneurial intentions in Slovenia: applying the theory of planned behaviour and an innovative cognitive style. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1453–1471. doi: [10.1080/1331677X.2018.1478321](https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1478321)
371. Peračković, K. (2011). Hrvatska u postindustrijsko doba—promjene u strukturi radno aktivnoga stanovništva po sektorima djelatnosti i spolu. *Društvena istraživanja-časopis za*

- opća društvena pitanja*, 20(111), 89-110. Raspoloživo na: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=293077> [pristupljeno: 18. kolovoza 2024.]
372. Peračković, K., Turk, I., & Šikić, L. (2023). Tertiarization Process in Croatia—Long Term Changes in the Structure of Economic Activities by Sectors. *Ekonomski pregled*, 74(3), 335-360. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/436306> [pristupljeno: 16. veljače 2025.]
373. Perenyi, A., Zolin, R., & Maritz, A. (2018). The perceptions of Australian senior entrepreneurs on the drivers of their entrepreneurial activity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 81–103. doi: [10.1108/IJEBR-12-2016-0424](https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2016-0424)
374. Perez, C. (2010). Technological revolutions and techno-economic paradigms. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 185–202. doi: [10.1093/cje/bep051](https://doi.org/10.1093/cje/bep051)
375. Pérez-López, M. C., González-López, M. J., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Applying the social cognitive model of career self-management to the entrepreneurial career decision: The role of exploratory and coping adaptive behaviours. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 255–269. doi: [10.1016/j.jvb.2019.03.005](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.03.005)
376. Pérez-Macías, N., Fernández-Fernández, J.-L., & Vieites, A. R. (2022). Analyzing the past to prepare for the future: a review of literature on factors with influence on entrepreneurial intentions. *Journal of International Entrepreneurship*, 20(1), 52–114. doi: [10.1007/s10843-021-00289-5](https://doi.org/10.1007/s10843-021-00289-5)
377. Perks, K. J., & Hughes, M. (2008). Entrepreneurial decision-making in internationalization: Propositions from mid-size firms. *International Business Review*, 17(3), 310–330. doi: [10.1016/j.ibusrev.2007.10.001](https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2007.10.001)
378. Peroni, C., Riillo, C. A., & Sarracino, F. (2016). Entrepreneurship and immigration: evidence from GEM Luxembourg. *Small Business Economics*, 46, 639-656. doi: [10.1007/s11187-016-9708-y](https://doi.org/10.1007/s11187-016-9708-y)
379. Pfeifer, S., Šarlija, N., & Zekić Sušac, M. (2016). Shaping the Entrepreneurial Mindset: Entrepreneurial Intentions of Business Students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 102–117. doi: [10.1111/jsbm.12133](https://doi.org/10.1111/jsbm.12133)
380. Pfeifer, S., & Šarlija, N. (2024). Social and Environmental Commitment Across the Early and Established Stages of Entrepreneurial Activity. *7th International Conference on Economics and Social Sciences: Exploring Global Perspectives: The Future of Economics and Social Sciences*. Bukurešt, Rumunjska, 13. – 14. lipnja. Raspoloživo na: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1271066> [pristupljeno: 15. travnja 2025.]

381. Phillips, R. L., & Ormsby, R. (2016). Industry classification schemes: An analysis and review. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 21(1), 1-25. doi: [10.1080/08963568.2015.1110229](https://doi.org/10.1080/08963568.2015.1110229)
382. Pindado, E., & Sánchez, M. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics*, 49, 421-444. doi: [10.1007/s11187-017-9837-y](https://doi.org/10.1007/s11187-017-9837-y)
383. Poblete, C. (2018). Growth expectations through innovative entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 191–213. doi: [10.1108/IJEBR-03-2017-0083](https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2017-0083)
384. Porter, M. (2003). The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, 37(6–7), 549–578. doi: [10.1080/0034340032000108688](https://doi.org/10.1080/0034340032000108688)
385. Rädiker, S., & Kuckartz, U. (2020). *Focused Analysis of Qualitative Interviews with MAXQDA: Step by Step*. Berlin: MAXQDA Press.
386. Rädiker, S., & Gizzi, M. C. (2024). *The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MAXQDA*. Berlin: MAXQDA Press.
387. Ranabahu, N., & Barrett, M. (2020). Does practice make micro-entrepreneurs perfect? An investigation of expertise acquisition using effectuation and causation. *Small Business Economics*, 54(3), 883–905. doi: [10.1007/s11187-019-00157-6](https://doi.org/10.1007/s11187-019-00157-6)
388. Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385. doi: [10.1080/13594320701595438](https://doi.org/10.1080/13594320701595438)
389. Razvojna agencija Vukovarsko-srijemske županije. (2022). Plan razvoja Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje od 2021. do 2027. Raspoloživo na: <https://www.rasz.hr/Plan-razvoja-Vukovarsko-srijemske-zupanije-za-razdoblje-2021.-2027.-godine-1.pdf> [pristupljeno: 17. veljače 2025.]
390. Read, S., Dew, N., Sarasvathy, S. D., Song, M., & Wiltbank, R. (2009). Marketing Under Uncertainty: The Logic of an Effectual Approach. *Journal of Marketing*, 73(3), 1–18. [10.1509/jmkg.73.3.1](https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.1)
391. Renko, M., Bullough, A., & Saeed, S. (2021). How do resilience and self-efficacy relate to entrepreneurial intentions in countries with varying degrees of fragility? A six-country study. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(2), 130–156. doi: [10.1177/0266242620960456](https://doi.org/10.1177/0266242620960456)

392. Richbell, S. M., Watts, H. D., & Wardle, P. (2006). Owner-managers and business planning in the small firm. *International Small Business Journal*, 24(5), 496-514. doi: [10.1177/0266242606067275](https://doi.org/10.1177/0266242606067275)
393. Ridwan, M., Fiodian, V. Y., Religia, Y., & Hardiana, S. R. (2025). Investigating the effect of intrinsic and extrinsic motivation in shaping digital entrepreneurial intention: the mediating role of self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 19(3), 190–207. doi: [10.1108/APJIE-02-2024-0036](https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2024-0036)
394. Ritchie, J., Lewis, J., & Elam, G. (2003). Designing and selecting samples. U: Ritchie, J., & Lewis, J. (ur), *Qualitative research methods*. London: SAGE Publications Ltd, str. 77-108.
395. Robichaud, Y., Zinger, J. T., & LeBrasseur, R. (2007). Gender differences within early stage and established small enterprises: An exploratory study. *International entrepreneurship and management journal*, 3, 323-343. doi: [10.1007/s11365-007-0039-y](https://doi.org/10.1007/s11365-007-0039-y)
396. Rocco, T. S., & Plakhotnik, M. S. (2009). Literature Reviews, Conceptual Frameworks, and Theoretical Frameworks: Terms, Functions, and Distinctions. *Human Resource Development Review*, 8(1), 120–130. doi: [10.1177/1534484309332617](https://doi.org/10.1177/1534484309332617)
397. Rodrik, D. (2016). Premature deindustrialization. *Journal of economic growth*, 21, 1-33. doi: [10.1007/s10887-015-9122-3](https://doi.org/10.1007/s10887-015-9122-3)
398. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. doi: [10.1037/h0092976](https://doi.org/10.1037/h0092976)
399. Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1013–1041. doi: [10.1007/s11365-017-0434-y](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0434-y)
400. Ruiz-Palomino, P., & Martínez-Cañas, R. (2021). From opportunity recognition to the start-up phase: the moderating role of family and friends-based entrepreneurial social networks. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1159-1182. doi: [10.1007/s11365-020-00734-2](https://doi.org/10.1007/s11365-020-00734-2)
401. Saldaña, J. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London: SAGE Publications Ltd.
402. Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49-66. doi: [10.1111/jsbm.12129](https://doi.org/10.1111/jsbm.12129)

403. Santos, S. C., & Liguori, E. W. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(3), 400–415. doi: [10.1108/IJEBr-07-2019-0436](https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2019-0436)
404. Santos, E. C., Galvão, A. R., Marques, C. S., & Mendes, T. (2024). Enlightening the shadow dimensions of part-time entrepreneurship: Navigating fear of failure and enhancing social status. *Strategic Change*, 33(6), 497–512. doi: [10.1002/jsc.2599](https://doi.org/10.1002/jsc.2599)
405. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. doi: [10.5465/amr.2001.4378020](https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020)
406. Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students*. New York: Pearson.
407. Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237. doi: [10.1002/bse.682](https://doi.org/10.1002/bse.682)
408. Schepers, J., Voordeckers, W., Steijvers, T., & Laveren, E. (2021). Entrepreneurial intention-action gap in family firms: Bifurcation bias and the board of directors as an economizing mechanism. *Eurasian Business Review*, 11(3), 451-475. doi: [10.1007/s40821-021-00183-z](https://doi.org/10.1007/s40821-021-00183-z)
409. Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. doi: [10.1111/etap.12087](https://doi.org/10.1111/etap.12087)
410. Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(5), 880–920. doi: [10.1177/1042258717753142](https://doi.org/10.1177/1042258717753142)
411. Schultz, M., & Hernes, T. (2013). A Temporal Perspective on Organizational Identity. *Organization Science*, 24(1), 1–21. [10.1287/orsc.1110.0731](https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0731)
412. Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students’ entrepreneurial intent. *Education + Training*, 51(4), 272–291. doi: [10.1108/00400910910964566](https://doi.org/10.1108/00400910910964566)
413. Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(4), 619–637. doi: [10.1007/s11187-016-9709-x](https://doi.org/10.1007/s11187-016-9709-x)

414. Schönbauer, A. F. (2023). *The internationalisation of owner-managed firms: An exploration of owner-managers' experiences, leadership roles and preferred strategies in the German Mittelstand* (Doktorska disertacija, The University of Gloucestershire, Ujedinjeno Kraljevstvo). Raspoloživo na: <https://eprints.glos.ac.uk/13958/> [pristupljeno: 10. ožujka 2025.]
415. Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations (Foundations for Organizational Science)*. London: SAGE Publication Series
416. Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 259–280. doi: [10.1108/IJEBR-12-2017-0522](https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2017-0522)
417. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. doi: [10.5465/amr.2000.2791611](https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611)
418. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing
419. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. U: Kent, C. A., Sexton, D. L., & Vesper, K. H. (ur). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, str. 72-90.
420. Shastri, S., Shastri, S., Pareek, A., & Sharma, R. S. (2022). Exploring women entrepreneurs' motivations and challenges from an institutional perspective: evidences from a patriarchal state in India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(4), 653–674. doi: [10.1108/JEC-09-2020-0163](https://doi.org/10.1108/JEC-09-2020-0163)
421. Sheeran, P. (2002). Intention – Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1–36. doi: [10.1080/14792772143000003](https://doi.org/10.1080/14792772143000003)
422. Shi, B., & Wang, T. (2021). Analysis of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Psychology in the Context of Transition Economy. *Frontiers in Psychology*, 12. doi: [10.3389/fpsyg.2021.680296](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.680296)
423. Shinnar, R. S., Hsu, D. K., Powell, B. C., & Zhou, H. (2018). Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(1), 60–80. doi: [10.1177/0266242617704277](https://doi.org/10.1177/0266242617704277)

424. Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. doi: [10.1016/j.emj.2015.12.007](https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007)
425. Simmons, S. A., Wiklund, J., & Levie, J. (2014). Stigma and business failure: implications for entrepreneurs' career choices. *Small business economics*, 42, 485–505. doi: [10.1007/s11187-013-9519-3](https://doi.org/10.1007/s11187-013-9519-3)
426. Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of business venturing*, 15(2), 113–134. doi: [10.1016/S0883-9026\(98\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00003-2)
427. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., & Oberman Peterka, S. (2024). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2023*. Zagreb: CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Raspoloživo na: <https://www.cepor.hr/GEM-2023.pdf> [pristupljeno: 8. prosinca 2024.]
428. Skulmoski, G. J., Hartman, F. T., & Krahn, J. (2007). The Delphi method for graduate research. *Journal of Information Technology Education: Research*, 6(1), 1–21. doi: [10.28945/199](https://doi.org/10.28945/199)
429. Smith, P. A., & James, G. G. (2017). Changing industrial classification to SIC (2007) at the UK Office for National Statistics. *Journal of official statistics*, 33(1), 223–247. doi: [10.1515/jos-2017-0012](https://doi.org/10.1515/jos-2017-0012)
430. Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(July), 333–339. doi: [10.1016/j.jbusres.2019.07.039](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039)
431. Sommer, L. (2010). Internationalization processes of small- and medium-sized enterprises – a matter of attitude? *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 288–317. doi: [10.1007/s10843-010-0052-z](https://doi.org/10.1007/s10843-010-0052-z)
432. Sommer, L., & Haug, M. (2011). Intention as a cognitive antecedent to international entrepreneurship – understanding the moderating roles of knowledge and experience. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 111–142. doi: [10.1007/s11365-010-0162-z](https://doi.org/10.1007/s11365-010-0162-z)
433. Spencer, J. W., & Gómez, C. (2004). The relationship among national institutional structures, economic factors, and domestic entrepreneurial activity: a multicountry study. *Journal of Business Research*, 57(10), 1098–1107. doi: [10.1016/S0148-2963\(03\)00040-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00040-7)

434. Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 49-72. doi: [10.1111/etap.12167](https://doi.org/10.1111/etap.12167)
435. Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European planning studies*, 23(9), 1759-1769. doi: [10.1080/09654313.2015.1061484](https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484)
436. Steiner, A., & Atterton, J. (2015). Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience. *Journal of Rural Studies*, 40, 30-45. doi: [10.1016/j.jrurstud.2015.05.004](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.004)
437. Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176–193. doi: [10.1016/j.jbusvent.2011.11.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.002)
438. St-Jean, E., & Labelle, F. (2018). Wanting to change the world, is it too much of a good thing? How sustainable orientation shapes entrepreneurial behaviour. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(6), 1075–1086. doi: [10.1108/IJEBR-03-2018-0130](https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0130)
439. St-Jean, É., & Duhamel, M. (2020). Employee work–life balance and work satisfaction: an empirical study of entrepreneurial career transition and intention across 70 different economies. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 33(3–4), 321–335. doi: [10.1108/ARLA-02-2019-0054](https://doi.org/10.1108/ARLA-02-2019-0054)
440. Stone, A. A., & Shiffman, S. (2002). Capturing momentary, self-report data: A proposal for reporting guidelines. *Annals of Behavioral Medicine*, 24(3), 236–243. doi: [10.1207/S15324796ABM2403_09](https://doi.org/10.1207/S15324796ABM2403_09)
441. Storper, M., & Venables, A. J. (2004). Buzz: face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography*, 4(4), 351–370. doi: [10.1093/jnlecg/lbh027](https://doi.org/10.1093/jnlecg/lbh027)
442. Stuetzer, M., Obschonka, M., Brix, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42(2), 221–244. doi: [10.1007/s11187-013-9488-6](https://doi.org/10.1007/s11187-013-9488-6)
443. Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., & Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 157, 109758. doi: [10.1016/j.paid.2019.109758](https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758)
444. Syed, R. T., Singh, D., Ahmad, N., & Butt, I. (2024). Age and entrepreneurship: Mapping the scientific coverage and future research directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 1451–1486. doi: [10.1007/s11365-024-00964-8](https://doi.org/10.1007/s11365-024-00964-8)

445. Širec, K., & Močnik, D. (2015). Gender-based Determinants of Innovative Activity in Southeast European Established Entrepreneurs. U: Ramadani, V., Gërguri-Rashiti, S., & Fayolle, A. (ur.), *Female Entrepreneurship in Transition Economies*. London: Palgrave Macmillan, str. 67-86.
446. Širec, K., & Močnik, D. (2017). The competitiveness of established entrepreneurs in Balkan countries. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(2-3), 141-158. doi: [10.1504/WREMSD.2017.083017](https://doi.org/10.1504/WREMSD.2017.083017)
447. Širec, K., & Močnik, D. (2018). Determinants of Established Entrepreneurs' Innovative Activity in Northern and Western Europe. U: Mura, L. (ur.), *Entrepreneurship - Development Tendencies and Empirical Approach*. London: InTech Open, str. 93-112.
448. Širec, K., Šarlija, N., & Crnogaj, K. (2025). Unravelling the Motivational Dynamics of Established Entrepreneurs: A Systems Perspective. *Systems*, 13(5), 307. doi: [10.3390/systems13050307](https://doi.org/10.3390/systems13050307)
449. Taboroši, S., Rajković, J., Stojanović, E. T., Berber, N., Poštin, J., Bešić, C., & Nikolić, M. (2023). Can Machiavellianism and Money Intentions Influence Entrepreneurial Intention? *Organizacija*, 56(4), 297–308. doi: [10.2478/orga-2023-0020](https://doi.org/10.2478/orga-2023-0020)
450. Tan, L. P., Le, A. N. H., & Xuan, L. P. (2020). A Systematic Literature Review on Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 241–256. doi: [10.1080/19420676.2019.1640770](https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1640770)
451. Tan, L. P., Pham, L. X., & Bui, T. T. (2021). Personality Traits and Social Entrepreneurial Intention: The Mediating Effect of Perceived Desirability and Perceived Feasibility. *Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 56–80. doi: [10.1177/0971355720974811](https://doi.org/10.1177/0971355720974811)
452. Teixeira, A. A., & Queirós, A. S. (2016). Economic growth, human capital and structural change: A dynamic panel data analysis. *Research policy*, 45(8), 1636-1648. doi: [10.1016/j.respol.2016.04.006](https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.04.006)
453. Thébaud, S. (2015). Business as Plan B: Institutional Foundations of Gender Inequality in Entrepreneurship across 24 Industrialized Countries. *Administrative Science Quarterly*, 60(4), 671-711. doi: [10.1177/0001839215591627](https://doi.org/10.1177/0001839215591627)
454. Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118. doi: [10.1177/0266242610391930](https://doi.org/10.1177/0266242610391930)
455. Tica, J. (2020). Agnostički pogled na 30 godina tranzicije. *Zbornik Ekonomskog Fakulteta u Zagrebu*, 18(1), 1–26. doi: [10.22598/zefzg.2020.1.1](https://doi.org/10.22598/zefzg.2020.1.1)

456. Tica, J., Šagovac, M., & Šikić, L. (2023). *Analiza strukturnih promjena u sektorima međunarodno utrživih proizvoda i usluga*, 23(2). Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/293578> [pristupljeno: 13. veljače 2024.]
457. Tomić-Koludrović, I., & Petrić, M. (2007). Hrvatsko društvo-prije i tijekom tranzicije. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 16(4-5), 867-889. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/19170> [pristupljeno: 21. kolovoza 2024.]
458. Torraco, R. J. (2016). Writing Integrative Literature Reviews: Using the Past and the Present to Explore the Future. *Human Resource Development Review*, 15(4), 404–428. doi: [10.1177/1534484316671606](https://doi.org/10.1177/1534484316671606)
459. Tran, V. H., Vu, T. N., Pham, H. T., Nguyen, T. P. T., & Duong, C. D. (2024). Closing the entrepreneurial attitude-intention-behavior gap: the direct and moderating role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 17(1), 107–132. doi: [10.1108/JIEB-05-2023-0026](https://doi.org/10.1108/JIEB-05-2023-0026)
460. Tsai, K.-H., Chang, H.-C., & Peng, C.-Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445–463. doi: [10.1007/s11365-014-0351-2](https://doi.org/10.1007/s11365-014-0351-2)
461. Turulja, L., Veselinovic, L., Agic, E., & Pasic-Mesihovic, A. (2020). Entrepreneurial intention of students in Bosnia and Herzegovina: what type of support matters? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 2713–2732. doi: [10.1080/1331677X.2020.1730216](https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1730216)
462. Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneur's Human Capital Matter? *Small Business Economics*, 30(2), 153–173. doi: [10.1007/s11187-006-9020-3](https://doi.org/10.1007/s11187-006-9020-3)
463. Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24(2), 99–115. [10.1016/j.jbusvent.2008.01.008](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.008)
464. Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541–555. doi: [10.1016/j.jbusvent.2009.04.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.04.001)
465. Ukil, M. I., Ullah, M. S., & Hsu, D. K. (2023). Advancing the model of social entrepreneurial intention: the role of perceived financial security. *New England Journal of Entrepreneurship*, 26(1), 40–55. doi: [10.1108/NEJE-07-2022-0046](https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2022-0046)

466. Urban, B., & Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 638–655. doi: [10.1108/IJEBR-07-2016-0218](https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0218)
467. Vajdić, K. (2025). *Hrvatski BDP lani porastao 3,8 posto, pola postotka više nego u 2023*. Raspoloživo na: <https://hr.bloombergdria.com/bdp-u-2024-porastao-38-posto-pola-postotka-vise-nego-u-2023/news> [pristupljeno: 9. travnja 2025.]
468. Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J.-P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). Ajzen and Fishbein's theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98–109. doi: [10.1037/0022-3514.62.1.98](https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.1.98)
469. Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 5. doi: [10.1186/s13731-020-0112-0](https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0)
470. van Delden, A., Scholtus, S., & Burger, J. (2016). Accuracy of mixed-source statistics as affected by classification errors. *Journal of official statistics*, 32(3), 619-642. doi: [10.1515/jos-2016-0032](https://doi.org/10.1515/jos-2016-0032)
471. Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of business venturing*, 30(5), 655-673. doi: [10.1016/j.jbusvent.2015.01.003](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.003)
472. Van Neuss, L. (2019). The drivers of structural change. *Journal of economic surveys*, 33(1), 309-349. doi: [10.1111/joes.12266](https://doi.org/10.1111/joes.12266)
473. van Zanten, J. A., & van Tulder, R. (2021). Towards nexus-based governance: defining interactions between economic activities and Sustainable Development Goals (SDGs). *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 28(3), 210–226. doi: [10.1080/13504509.2020.1768452](https://doi.org/10.1080/13504509.2020.1768452)
474. Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of Personality Traits and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business and Engineering Students. *Sustainability*, 11(4), 1192. doi: [10.3390/su11041192](https://doi.org/10.3390/su11041192)
475. Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 359–381. doi: [10.1108/IJEBR-03-2016-0097](https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2016-0097)
476. Wang, W., Cao, Q., Zhuo, C., Mou, Y., Pu, Z., & Zhou, Y. (2021). COVID-19 to Green Entrepreneurial Intention: Role of Green Entrepreneurial Self-Efficacy, Optimism,

- Ecological Values, Social Responsibility, and Green Entrepreneurial Motivation.
Frontiers in Psychology, 12. doi: [10.3389/fpsyg.2021.732904](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.732904)
477. Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173–188. doi: [10.1016/S0883-9026\(03\)00005-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00005-3)
478. Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, 10. doi: [10.3389/fpsyg.2019.02700](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700)
479. Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107–125. doi: [10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x)
480. Wennberg, K., & DeTienne, D. R. (2014). What do we really mean when we talk about 'exit'? A critical review of research on entrepreneurial exit. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(1), 4–16. doi: [10.1177/0266242613517126](https://doi.org/10.1177/0266242613517126)
481. Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(8), 979–1003. doi: [10.1177/0266242615612534](https://doi.org/10.1177/0266242615612534)
482. Wickstrøm, K. A., Klyver, K., & Cheraghi-Madsen, M. (2022). Age effect on entry to entrepreneurship: embedded in life expectancy. *Small Business Economics*, 58(1), 57–76. doi: [10.1007/s11187-020-00398-w](https://doi.org/10.1007/s11187-020-00398-w)
483. Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387–406. doi: [10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x)
484. Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small business economics*, 24, 335–350. doi: [10.1007/s11187-005-2000-1](https://doi.org/10.1007/s11187-005-2000-1)
485. Zadarska županija. (2022). *Plan razvoja Zadarske županije 2021.-2027*. Raspoloživo na: https://www.zadarska-zupanija.hr/Plan_razvoja_Zadarske_%C5%BEupanije_2021.pdf [pristupljeno: 17. veljače 2025.]
486. Zadarska županija (n.d.). *Položaj i osnovne prostorne karakteristike Zadarske županije*. Raspoloživo na: <https://www.zadarska-zupanija.hr/o-nama/polo%C5%BEaj-i->

[osnovne-prostorne-karakteristike-zadarske-%C5%BEupanije](#) [pristupljeno: 9. travnja 2025.]

487. Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of business venturing*, 10(1), 43-58. doi: [10.1016/0883-9026\(94\)00004-E](#)
488. Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*, 24(5), 519-532. doi: [10.1016/j.jbusvent.2008.04.007](#)
489. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci
490. Zhang, F., Wei, L., Sun, H., & Tung, L. C. (2019). How entrepreneurial learning impacts one's intention towards entrepreneurship. *Chinese Management Studies*, 13(1), 146–170. doi: [10.1108/CMS-06-2018-0556](#)
491. Zhang, T., & Ács, Z. (2018). Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects. *Small Business Economics*, 51, 773-809. doi: [10.1007/s11187-018-0079-4](#)
492. Zhang, L., Xu, M., Chen, H., Li, Y., & Chen, S. (2022). Globalization, Green Economy and Environmental Challenges: State of the Art Review for Practical Implications. *Frontiers in Environmental Science*, 10. doi: [10.3389/fenvs.2022.870271](#)
493. Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. doi: [10.1037/0021-9010.90.6.1265](#)

Popis tablica

Tablica 1. Pregled radova o kognitivnim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	33
Tablica 2. Pregled radova o osobinama ličnosti koje utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	37
Tablica 3. Pregled radova o socio-demografskim čimbenicima koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	40
Tablica 4. Pregled radova o osobnim pokretačima i preprekama koji utječu na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	44
Tablica 5. Pregled radova o utjecaju normativne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	47
Tablica 6. Pregled radova o utjecaju kognitivne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	49
Tablica 7. Pregled radova o utjecaju regulatorne dimenzije institucionalnog okruženja na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	50
Tablica 8. Pregled radova o utjecaju gospodarskog konteksta na poduzetničku namjeru, prema vrsti i smjeru utjecaja	52
Tablica 9. Hijerarhijske razine NKD 2007. i NKD 2025.	76
Tablica 10. Pregled područja gospodarskih djelatnosti u okviru NKD 2025. i NKD 2007.	76
Tablica 11. Vrijednosti nominalnog BDP-a u RH u vremenskom razdoblju od 2020. do 2024. godine	85
Tablica 12. Pravne osobe prema aktivnosti i NKD 2007. područjima gospodarskih djelatnosti u RH u vremenskom razdoblju od 2021. do 2024. godine	87
Tablica 13. Rezultati Delfi metode: pregled prihvaćenih čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika i pripadajuća pitanja	106
Tablica 14. Povezanost pitanja usuglašanih primjenom Delfi metode i pitanja u vodiču za provođenje polustrukturiranih intervjua	114
Tablica 15. Povezanost pitanja usuglašanih primjenom Delfi metode i pitanja u vodiču za provođenje polustrukturiranih intervjua: vremensko razdoblje između oblikovanja namjere i provedbe promjene gospodarske djelatnosti	121

Tablica 16. Karakteristike članova uzorka istraživanja polustrukturiranim intervjuima	125
Tablica 17. Osnovni pokazatelji područja istraživanja	129
Tablica 18. Ukupna distribucija sudionika istraživanja polustrukturiranim intervjuima po županijama i tipu intervjuja	134
Tablica 19. Distribucija poslovnih subjekata po županijama prema pravno-ustrojbenom obliku	140
Tablica 20. Broj promjena glavne gospodarske djelatnosti poslovnih subjekata po županijama prema godinama	142
Tablica 21. Starost poslovnog subjekta (u mjesecima) prilikom promjene glavne gospodarske djelatnosti po županijama	143
Tablica 22. Područja gospodarskih djelatnosti koja su poslovni subjekti najčešće napuštali po županijama	144
Tablica 23. Područja gospodarskih djelatnosti u koja su poslovni subjekti najčešće prelazili po županijama	145
Tablica 24. Najčešće promjene među područjima gospodarskih djelatnosti po županijama	146
Tablica 25. Najčešće promjene među sektorima gospodarskih djelatnosti po županijama	147
Tablica 26. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Zadarskoj županiji	160
Tablica 27. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Istarskoj županiji	169
Tablica 28. Grupiranje kodova u potencijalne teme u Vukovarsko-srijemskoj županiji	178
Tablica 29. Razvoj i naknadni pregled tema u Zadarskoj županiji	188
Tablica 30. Razvoj i naknadni pregled tema u Istarskoj županiji	192
Tablica 31. Razvoj i naknadni pregled tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji	195
Tablica 32. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Zadarskoj županiji	199
Tablica 33. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Istarskoj županiji	204
Tablica 34. Definiranje i imenovanje konačnih tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji	208
Tablica 35. Usporedni prikaz tema i pripadajućih kodova po županijama	241

Popis slika

Slika 1. Predmet istraživanja doktorskog rada	5
Slika 2. Tijek korištenja teorijskih i empirijskih znanstvenih metoda istraživanja i očekivani rezultati	9
Slika 3. Teorija razložne akcije	19
Slika 4. Teorija planiranog ponašanja	20
Slika 5. Model poduzetničkog događaja	22
Slika 6. Kruegerova interpretacija modela poduzetničkog događaja	23
Slika 7. Model konteksta intencionalnosti	24
Slika 8. Kontekstualno specifični model poduzetničkih namjera	25
Slika 9. Višemotivacijski opći model poduzetničke namjere	26
Slika 10. Prijedlog konceptualnog okvira čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika	101
Slika 11. Validirani konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika	113
Slika 12. Faze provođenja refleksivne tematske analize	135
Slika 13. Raspodjela kodova na razini uzorka istraživanja	151
Slika 14. Raspodjela kodova u Zadarskoj županiji	152
Slika 15. Raspodjela kodova u Istarskoj županiji	153
Slika 16. Raspodjela kodova u Vukovarsko-srijemskoj županiji	154
Slika 17. Međusobna povezanost kodova na razini uzorka istraživanja	155
Slika 18. Međusobna povezanost kodova u Zadarskoj županiji	156
Slika 19. Međusobna povezanost kodova u Istarskoj županiji	157
Slika 20. Međusobna povezanost kodova u Vukovarsko-srijemskoj županiji	158
Slika 21. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Zadarskoj županiji	186
Slika 22. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Istarskoj županiji	186
Slika 23. Tematska karta: grupiranje srodnih kodova u potencijalne teme u Vukovarsko-srijemskoj županiji	187

Slika 24. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Zadarskoj županiji	191
Slika 25. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Istarskoj županiji	194
Slika 26. Tematska karta: naknadni pregled i grupiranje potencijalnih tema u Vukovarsko-srijemskoj županiji	197
Slika 27. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Zadarskoj županiji	213
Slika 28. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Zadarskoj županiji	215
Slika 29. Provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti: raspodjela kodova u Zadarskoj županiji	216
Slika 30. Konceptualni okvir čimbenika utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika	217

Popis grafikona

Grafikon 1. Distribucija promjene glavnih gospodarskih djelatnosti poslovnih subjekata prema godinama	141
---	-----

Prilog doktorskog rada

Tablica P1. Uzorak pretraživanih pojmova u sklopu integrativnog pregleda literature

Izvor: samostalna obrada autora¹⁴

Koncept	Ključne riječi
Poduzetništvo	„entrepreneurship“ OR „entrepreneur*“ OR „entrepreneurship activit*“ OR „entrepreneurial activit*“ OR „venture* creation“ OR „new venture*“ OR „venture* ownership“ OR „start-up*“ OR „start up*“ OR „startup*“ OR „self-employment“ OR „self employment“ OR „business* creation“ OR „new business*“ OR „business* ownership“ OR „compan* creation“ OR „new compan*“ OR „compan* ownership“ OR „firm* creation“ OR „new firm*“ OR „firm* ownership“
Poduzetnička namjera	„entrepreneurial intention*“ OR „entrepreneurship intention*“ OR „entrepreneur* intention*“ OR „venture* creation intention*“ OR „new venture* intention*“ OR „start-up* intention*“ OR „start up* intention*“ OR „startup* intention*“ OR „self-employment intention*“ OR „self employment intention*“ OR „business creation intention*“ AND „factor*“ OR „determinant*“ OR „influence*“
Gospodarska djelatnost	„economic activit*“ OR „industri*“ OR „sector*“ AND „shift*“ OR „change*“ OR „transition*“
Gospodarski sustav	„econom* structure*“ OR „econom* system*“ OR „system of econom*“ OR „structure of econom*“ AND „shift*“ OR „change*“ OR „transition*“
Ponašanje poduzetnika	„entrepreneur*“ OR „business owner*“ OR „business-owner*“ OR „owner-manager*“ OR „owner manager*“ OR „business founder*“ OR „business-founder*“ OR „company owner*“ OR „company-owner*“ OR „company founder*“ OR „company-founder*“ OR „venture owner*“ OR „venture founder*“ OR „venture-founder*“ OR „firm owner*“ OR „firm-owner*“ OR „firm founder*“ OR „firm-founder*“ AND „behavior*“
„Odrasli“ poduzetnici	„established“ OR „existing“ OR „mature“ OR „experienced“ OR „incumbent“ OR „continued“ OR „seasoned“ OR „incremental“ OR „current“ AND „entrepreneur*“ OR „business owner*“ OR „business-owner*“ OR „firm owner*“ OR „firm-owner*“ OR „company owner*“ OR „company-owner*“ OR „owner-manager*“ OR „owner manager*“

¹⁴ Svi pojmovi korišteni u pretraživanju baza podataka pretraživani su i na engleskom i na hrvatskom jeziku. Zbog opsega rada i radi konzistentnosti prikaza, u tablici su prikazani samo rezultati pretraga na engleskom jeziku.

Tablica P2. Upitnik za validaciju konceptualnog okvira koji sažima ključne čimbenike utjecaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti „odraslih“ poduzetnika

Izvor: samostalna obrada autora

Čimbenik	Pitanje
Očekivanja poduzetničkog ishoda Cilj pitanja je razumjeti očekivane posljedice poslovanja u novoj gospodarskoj djelatnosti, koje su ispitanici predvidjeli dok su se još bavili prethodnom gospodarskom djelatnošću.	Kako su očekivani rezultati poslovanja poduzeća u novoj gospodarskoj djelatnosti utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti?
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj sposobnosti uočavanja prilika i reagiranja na tržišne trendove na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Koju priliku / koje prilike za promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća ste prepoznali?
Samoučinkovitost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj procjene sposobnosti obavljanja zadataka u okviru nove gospodarske djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li vjerovali kako posjedujete znanja i vještine potrebne za rad u novoj gospodarskoj djelatnosti?
Percipirana kontrola ponašanja Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj procjene kontrole nad promjenom gospodarske djelatnosti poduzeća na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li vjerovali kako će Vam biti jednostavno promijeniti gospodarsku djelatnost poduzeća?
Uvjerenja Cilj pitanja je istražiti potencijalni utjecaj odlučnosti ispitanika da se ponašaju u skladu s onim što su vjerovali da bi trebali činiti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako su Vaša uvjerenja o prednostima poslovanja u novoj gospodarskoj djelatnosti pridonijela namjeri promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Vrijednosti Cilj pitanja je istražiti povezanost nove i prethodne gospodarske djelatnosti s temeljnim životnim principima kojima se vode ispitanici.	Navedite temeljne vrijednosti koje ste povezivali uz staru i novu gospodarsku djelatnost i objasnite kako su one utjecale na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća!
Stav prema promjeni Cilj pitanja je istražiti potencijalni utjecaj otvorenosti ispitanika prema promjenama na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku za promjenu svakodnevne rutine?

Stav prema poduzetništvu Cilj pitanja je ispitati osjećaje („sviđa mi se“) i razmišljanja („postoje prednosti“) ispitanika o bavljenju novom gospodarskom djelatnošću kao načinom osiguravanja kontinuiteta poduzetničke aktivnost.	Kako je Vaša želja za ostankom u poduzetništvu utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Subjektivne norme Cilj pitanja je procijeniti potencijalni utjecaj društvenih pritisaka ili podrške na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima, te procijeniti njihovu motivaciju za usklađivanje s postojećim očekivanjima.	Kako su mišljenja i očekivanja ljudi koji su Vam važni utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Percipirana izvedivost Cilj pitanja je razumjeti kako su ispitanici doživjeli složenost promjene gospodarske djelatnosti poduzeća, posebno u pogledu procjene vlastitih sposobnosti, resursa i podrške koju su imali.	Jeste li proces promjene gospodarske djelatnosti poduzeća smatrali izvedivim s obzirom na Vaše resurse?
Percipirana poželjnost Cilj ovih pitanja je procijeniti koliko su ispitanici bili privučeni mogućnošću odabira novog poduzetničkog „puta“.	Molim Vas opišite koliko Vam je bila privlačna ideja o promjeni gospodarske djelatnosti poduzeća? Koji su čimbenici učinili novu gospodarsku djelatnost poduzeća poželjnom? Koji su čimbenici učinili prethodnu gospodarsku djelatnost poduzeća nepoželjnom?
Sklonost djelovanju Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj spremnosti na djelovanje prema uočenim prilikama na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku vrijednu iskorištavanja, u skladu s kojom morate djelovati?
Sklonost riziku Cilj ovih pitanja je procijeniti razinu i vrste rizika koje su ispitanici bili spremni prihvatiti kada su razmišljali o bavljenju novom gospodarskom djelatnošću poduzeća.	Jeste li vjerovali kako promjena gospodarske djelatnosti poduzeća podrazumijeva povećan rizik u poslovanju? Koje ste rizike uzeli u obzir tijekom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Lokus kontrole Cilj pitanja je razumjeti utjecaj vjerovanja u vlastite zasluge za potencijalni uspjeh promjene gospodarske djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Jeste li vjerovali kako će uspjeh promjene gospodarske djelatnosti poduzeća biti isključivo Vaša zasluga ili rezultat spleta okolnosti?

Prihvatanje neizvjesnosti Cilj pitanja je procijeniti kako je na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća utjecala sposobnost ispitanika za pronalaženje rješenja u nejasnim situacijama, koje obilježavaju proces promjene gospodarske djelatnosti.	Kako ste se nosili s neizvjesnim ishodom promjene gospodarske djelatnosti i povezanim nepoznicama?
Samopouzdanje Cilj pitanja je utvrditi utjecaj uvjerenja ispitanika u vlastite vještine na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaše samopouzdanje utjecalo na uvjerenje da ćete uspješno promijeniti gospodarsku djelatnost poduzeća?
Otpornost Cilj ovih pitanja je procijeniti kako je sposobnost snalaženja u teškim situacijama u kojima su se ispitanici suočili sa značajnim stresom, traumom ili opasnošću utjecala na njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku za oporavak od prethodnih poteškoća, stresa, traume ili opasnosti? Je li Vam promjena gospodarske djelatnosti poduzeća stvorila osjećaj stresa, traume ili opasnosti?
Proaktivnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj spremnosti za pokretanje novih inicijativa, prepoznavanje novih prilika i trendova i njihovo iskorištavanje na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li skloni prepoznavati nove trendove i prilike u Vašem okruženju koje su Vas potaknule na djelovanje i promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća?
Inovativnost Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za traženjem i primjenom novih i jedinstvenih rješenja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Smatrate li se inovativnom osobom i je li navedena osobina bila jedan od razloga promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Kreativnost Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za stvaranjem kreativnih i praktičnih ideja i proizvoda na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li vjerovali kako će promjena gospodarske djelatnosti poduzeća istaknuti Vašu sposobnost pronalaženja kreativnih rješenja?
Psihološko blagostanje Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima kako je mentalno zdravlje utjecalo na spremnost ili nespremnost na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako biste opisali mentalno stanje u kojemu ste se nalazili u vremenskom razdoblju koje je prethodilo promjeni gospodarske djelatnosti?
Optimizam	Koliko je Vaša vjera u povoljan rezultat promjene gospodarske djelatnosti za Vas i Vašu okolinu

Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima potencijalni utjecaj nade u pozitivne rezultate na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća (unatoč postojanju određenih rizika i neizvjesnosti).	utjecala na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj formalnog i neformalnog obrazovanja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako su prethodna uključenost u obrazovne programe i stečena znanja utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Prethodno radno iskustvo Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj prošlih radnih iskustva, poput stečenih vještina, znanja iz industrije ili profesionalnih veza, na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako su Vaša prethodna radna iskustva utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Prethodno poduzetničko iskustvo Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj određenih aspekata prethodnih poduzetničkih aktivnosti, poput naučenih lekcija, uspjeha ili neuspjeha i strateških uvida na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaše prethodno iskustvo u poduzetništvu utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Socio-demografske karakteristike Cilj pitanja je utvrditi jedinstvene demografske osobine ispitanika i njihov utjecaj na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Možete li svoju tadašnju dob, spol, etničku pripadnost, broj djece ili neku drugu socio-demografsku osobinu dovesti u vezu s promjenom gospodarske djelatnosti poduzeća? Objasnite!
Motivacija Cilj ovih pitanja je otkriti je li namjera promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima bila potaknuta nuždom ili prepoznatom prilikom te jesu li se (i kako) navedeni razlozi promijenili u odnosu na one koji su potaknuli pokretanje poduzeća.	Koji su Vas razlozi potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća? Jeste li bili motivirani nuždom ili prepoznatom prilikom? Razlikuju li se ti razlozi od onih koji su utjecali na pokretanje poduzeća?
Potreba za postignućem Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj ambicije za postizanjem viših ciljeva i uspjeha na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao priliku za osobni razvoj i uspjeh?
Potreba za autonomijom Cilj pitanja je istražiti kako je želja za neovisnošću u donošenju odluka inspirirala ispitanike na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti doživjeli kao priliku za postizanjem više razine neovisnosti?

Težnja za društvenim statusom Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima koliko je želja za boljim društvenim statusom utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li vjerovali kako će Vam promjena gospodarske djelatnosti poduzeća omogućiti stjecanje boljeg društvenog statusa?
Težnja za zaradom Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj financijskih poticaja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je mogućnost povećanja financijske dobiti utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima koliko je želja za ravnotežom između poslovnog i privatnog života utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je potreba za usklađivanjem poslovnih i obiteljskih obveza utjecala na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Potruga za izazovima Cilj pitanja je razumjeti potencijalni utjecaj želje za postizanjem osobno postavljenih izazova na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Jeste li promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća doživjeli kao izazov vrijedan Vašeg truda?
Strah od neuspjeha Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima kako je strah od neuspjeha omeo ili potaknuo namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jesu li brige zbog potencijalnog neuspjeha (bilo u prethodnoj ili u novoj gospodarskoj djelatnosti) utjecale na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća? Obrazložite svoj odgovor.
Individualizam vs. kolektivism Cilj pitanja je otkriti kako su ispitanici doživjeli društvenu orijentaciju prema osobnom uspjehu naspram grupnog sklada i kako je navedeni doživljaj utjecao na njihovu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća prednost dali vlastitom zadovoljstvu ili zadovoljstvu Vašeg tima?
Distanca moći Cilj pitanja je procijeniti među ispitanicima kako je prihvaćanje nejednakosti moći u društvu utjecalo na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Kako je Vaš položaj u odnosu na „centre moći“ utjecao na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti?
Maskulinitet vs. feminitet Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj usredotočenosti društva na „muške“ ili „ženske“ vrijednosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća prednost dali „muškim“ vrijednostima (npr. ostvarivanju zarade i napredovanju) ili ste se usredotočili na „ženske“ vrijednosti (npr. izgradnju ljudskih odnosa i podršku drugim članovima društva)?

Izbjegavanje neizvjesnosti Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima kako je prihvaćanje nelagode ili ranjivosti u nejasnim situacijama na razini čitavog društva utjecala na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Smatrate li kako je promjena gospodarske djelatnosti poduzeća bila usklađena s društvenom tolerancijom rizika i neizvjesnosti ili suprotna njoj?
Društveni kapital Cilj pitanja je istražiti među ispitanicima potencijalni utjecaj osobne socijalne mreže i podrške zajednice na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jeste li smatrali kako će Vaša mreža poznanstava omogućiti bolje poslovanje poduzeća u slučaju promjene gospodarske djelatnosti?
Obitelj i prijatelji Cilj pitanja je razumjeti potencijalni utjecaj emocionalne podrške i financijske potpore obitelji i prijatelja na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Jeste li prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća mogli računati na emocionalnu, stručnu i/ili novčanu potporu Vaše obitelji i prijatelja?
Podrška obrazovnih institucija Cilj pitanja je utvrditi među ispitanicima jesu li dostupnost i kvaliteta obrazovnih iskustava utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća među.	Je li olakšan pristup obrazovnim i znanstvenim resursima u pojedinim gospodarskim djelatnostima utjecao na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Postojanje uzora Cilj ovih pitanja je otkriti među ispitanicima potencijalni utjecaj želje za oponašanjem određenih istaknutih pojedinaca na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Molim Vas navedite određene uzore koji su Vas potaknuli na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća i odabir nove gospodarske djelatnosti? Kako su njihova iskustva ili savjeti utjecali na Vaš proces donošenja odluka?
Formalni propisi Cilj ovih pitanja je shvatiti kako su pogledi na ekonomsku slobodu i regulacije, zajedno s kvalitetom institucija, utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima.	Kako su propisi i/ili politike vezani za prethodnu ili novu gospodarsku djelatnost utjecali na Vašu namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća? Je li promjenu gospodarske djelatnosti pratila i promjena pravno ustrojbenog okvira Vašeg poduzeća (d.o.o., zadruga, d.d. ...)?
Percepcija gospodarske i političke klime Cilj ovih pitanja je razumjeti na koji način su gospodarska i politička klima te njihova interakcija utjecali na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća među ispitanicima	Molim Vas navedite određene gospodarske ili političke razloge koje ste uzeli u obzir prilikom promjene gospodarske djelatnosti poduzeća?
Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije Cilj pitanja je utvrditi kako je razina gospodarskog razvoja u okruženju u kojemu su ispitanici djelovali	Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: bruto domaći proizvod u Vašoj županiji,

utjecala na njihova stajališta i namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	• financijski pokazatelji poslovanja poduzetnika u Vašoj županiji, • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke u Vašoj županiji, • inozemna izravna ulaganja u Vašoj županiji, • dostupnost građevinskih dozvola, • robna razmjena s inozemstvom u Vašoj županiji, • razvijenost turizma, • demografske karakteristike Vaše županije, • percipirana razina korupcije u Vašoj županiji, • neki drugi čimbenik – navedite koji!
Pokazatelji gospodarske djelatnosti Cilj pitanja je utvrditi među ispitanicima utjecaj percipirane mogućnosti poslovanja u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti na namjeru promjene gospodarske djelatnosti poduzeća.	Jesu li neki od sljedećih čimbenika utjecali na promjenu gospodarske djelatnosti poduzeća: • razina prihoda u novoj gospodarskoj djelatnosti u odnosu na prethodnu, • dostupnost radne snage te obrazovanja i obuke za prethodnu i novu gospodarsku djelatnost; • razina nezaposlenosti u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • inozemna izravna ulaganja u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • robna razmjena s inozemstvom u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • utjecaj razvoja turizma na mogućnost poslovanja u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • percipirana razina korupcije u prethodnoj i novoj gospodarskoj djelatnosti, • neki drugi čimbenik – navedite koji!

Tablica P3. Popis stručnjaka u provedenom Delfi istraživanju

Izvor: samostalna obrada autora

Stručnjak	Znanstvena/stručna domena	Razina iskustva	Vrsta organizacije	Županija
S1	Gospodarska politika/stručna praksa	Visoka	Gospodarska komora	Vukovarsko-srijemska
S2	Poduzetništvo/akademska zajednica	Visoka	Sveučilište	Vukovarsko-srijemska

S3	Ekonomija/akademska zajednica	Visoka	Sveučilište	Grad Zagreb
S4	Ekonomija/akademska zajednica	Visoka	Sveučilište	Splitsko-dalmatinska
S5	Gospodarska politika/stručna praksa	Visoka	Gospodarska komora	Zadarska
S6	Javne politike/institucionalni razvoj	Visoka	Regionalna javna ustanova	Zadarska
S7	Poduzetništvo/akademska zajednica	Visoka	Sveučilište	Istarska
S8	Ekonomija/akademska zajednica	Visoka	Sveučilište	Istarska

Tablica P4. Poslovni subjekti po županijama, stanje 31. prosinca 2024.

Izvor: obrada autora prema: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2025a)

Županija	Trgovačka društva – ukupno		Jednostavna društva s ograničenom odgovornošću		Društva s ograničenom odgovornošću		Ostali oblici	
	registrirana	aktivna	registrirana	aktivna	registrirana	aktivna	registrirani	aktivni
Republika Hrvatska	172.627	142.732	44.146	34.780	126.661	106.559	1.820	1.393
Zagrebačka	12.429	10.822	3.679	3.040	8.693	7.739	57	43
Krapinsko-zagorska	3.059	2.643	933	770	2.102	1.858	24	15
Sisačko-moslavačka	3.026	2.548	1.033	841	1.969	1.693	24	14
Karlovačka	2.881	2.471	854	708	1.987	1.732	40	31
Varaždinska	5.225	4.552	1.515	1.298	3.650	3.204	60	50
Koprivničko-križevačka	2.218	1.937	747	633	1.455	1.291	16	13
Bjelovarsko-bilogorska	2.622	2.373	972	883	1.635	1.482	15	8
Primorsko-goranska	14.075	11.563	3.319	2.565	10.624	8.899	132	99
Ličko-senjska	1.206	999	402	320	791	670	13	9
Virovitičko-podravska	1.326	1.170	454	413	862	751	10	6
Požeško-slavonska	1.124	999	413	358	701	631	10	10
Brodsko-posavska	2.855	2.474	946	835	1.876	1.616	33	23
Zadarska	7.147	5.807	2.213	1.769	4.883	4.003	51	35
Osječko-baranjska	6.879	5.942	2.398	1.920	4.421	3.973	60	49

Codes	842
ZANIMLJIVI NAVODI	67
GLAVNI RAZLOG PROMJENE	20
Osobna (unutarnja) razina	0
Kognitivni čimbenici	0
Očekivanja poduzetničkog ishoda	11
Percipirano prepoznavanje prilika / Poduzetnička budnost	28
Samoučinkovitost	7
Percipirana kontrola ponašanja	3
Uvjerenja	6
Vrijednosti	15
Stav prema promjeni	2
Stav prema poduzetništvu	31
Subjektivna norma	14
Percipirana izvedivost	10
Percipirana poželjnost	4
Sklonost djelovanju	26
Osobine ličnosti	0
Sklonost riziku	9
Lokus kontrole	8
Prihvatanje neizvjesnosti	6
Samopouzdanje	1
Otpornost	6
Proaktivnost	6
Inovativnost	10
Kreativnost	6
Psihološko blagostanje	13
Optimizam	1
Socio-demografski čimbenici	0
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije	20
Prethodno radno iskustvo	20
Prethodno poduzetničko iskustvo	10
Socio-demografske karakteristike	8
Osobni pokretači i prepreke	0
Motivacija	40
Potreba za postignućem	9
Potreba za autonomijom	8
Težnja za društvenim statusom	0
Težnja za zaradom	5
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života	3
Potraga za izazovima	6
Strah od neuspjeha	5
Situacijska (vanjska) razina	0
Normativno okruženje	0
Individualizam vs. kolektivism	11
Distanca moći	9
Kognitivno okruženje	0
Društveni kapital	41
Obitelj i prijatelji	56
Podrška obrazovnih institucija	6
Postojanje uzora	1
Regulatorno okruženje	0
Formalni propisi	64
Gospodarski i politički kontekst	0
Percepcija gospodarske i političke klime	102
Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije	16
Pokazatelji gospodarske djelatnosti	20
Realizacija namjere promjene gospodarske djelatnosti	0
Vremenski odmak od namjere do promjene	5
Događaji u međuvremenu	0
Kognitivni čimbenici & osobine ličnosti	0
Socio-demografski čimbenici (obiteljska situacija)	3
Normativno & kognitivno okruženje	2
Tržište & regulativa	14
Ključni čimbenik	6
Poduzetništvo kao karijerni izbor	14
Novo	0
Mentalitet ljudi (NOVO - Situacijska (vanjska) razina)	24
Kadrovski izazovi - (NOVO - Situacijska (vanjska) razina)	4
Sets	0
Focus Group Speakers	299
Fokus Istra	74
Fokus Pula	83
Fokus Vinkovci	142

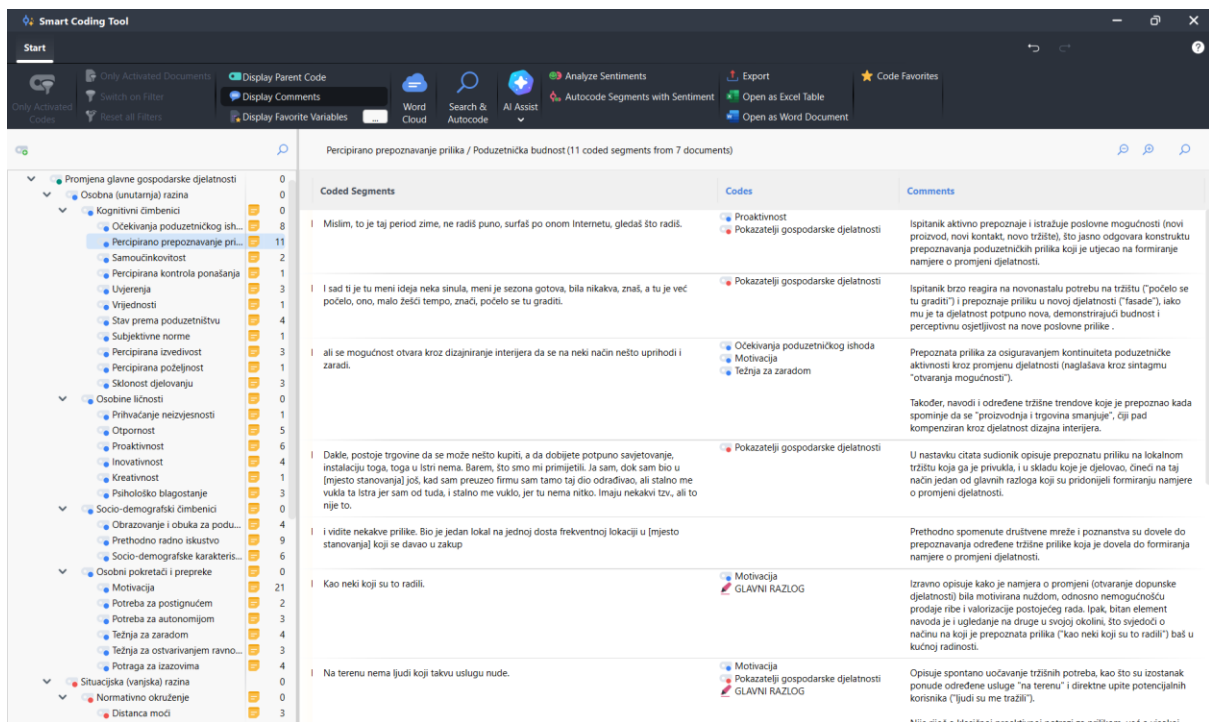
Slika P6. Kodni sustav nakon prvog kruga kodiranja

Izvor: samostalna obrada autora

Codes	901
Promjena glavne gospodarske djelatnosti	0
Osobna (unutarnja) razina	0
Kognitivni čimbenici	38
Osobine ličnosti	20
Socio-demografski čimbenici	19
Osobni pokretači i prepreke	37
Situacijska (vanjska) razina	0
Normativno okruženje	3
Kognitivno okruženje	22
Regulatorno okruženje	20
Gospodarski i politički kontekst	42
Realizacija namjere promjene gospodarske djelatnosti	0
Vremenski odmak od namjere do promjene	5
Događaji u međuvremenu	0
Kognitivni čimbenici & osobine ličnosti	0
Socio-demografski čimbenici (obiteljska situacija)	1
Normativno & kognitivno okruženje	0
Tržište & regulativa	8
Ključni čimbenik	5
Poduzetništvo kao karijerni izbor	11
Pokretanje poduzetničkog pothvata	0
Osobna (unutarnja) razina (Pokretanje)	0
Kognitivni čimbenici (Pokretanje)	31
Osobine ličnosti (Pokretanje)	13
Socio-demografski čimbenici (Pokretanje)	21
Osobni pokretači i prepreke (Pokretanje)	28
Situacijska (vanjska) razina (Pokretanje)	0
Normativno okruženje (Pokretanje)	3
Kognitivno okruženje (Pokretanje)	11
Regulatorno okruženje (Pokretanje)	2
Gospodarski i politički kontekst (Pokretanje)	5
GLAVNI RAZLOG (Pokretanje)	19
Općenito	0
Osobna (unutarnja) razina (Općenito)	0
Kognitivni čimbenici (Općenito)	97
Osobine ličnosti (Općenito)	30
Socio-demografski čimbenici (Općenito)	4
Osobni pokretači i prepreke (Općenito)	11
Situacijska (vanjska) razina (Općenito)	0
Normativno okruženje (Općenito)	7
Kognitivno okruženje (Općenito)	12
Regulatorno okruženje (Općenito)	15
Gospodarski i politički kontekst (Općenito)	8
Trenutno poslovanje	0
Osobna (unutarnja) razina (Trenutno)	0
Kognitivni čimbenici (Trenutno)	65
Osobine ličnosti (Trenutno)	35
Osobni pokretači i prepreke (Trenutno)	4
Socio-demografski čimbenici	5
Situacijska (vanjska) razina (Trenutno)	0
Normativno okruženje (Trenutno)	19
Kognitivno okruženje (Trenutno)	39
Regulatorno okruženje (Trenutno)	31
Gospodarski i politički kontekst (Trenutno)	65
GLAVNI RAZLOG	21
ZANIMLJIVI NAVODI	69
Sets	0
Focus Group Speakers	299
Fokus Istra	74
Fokus Pula	83
Fokus Vinkovci	142

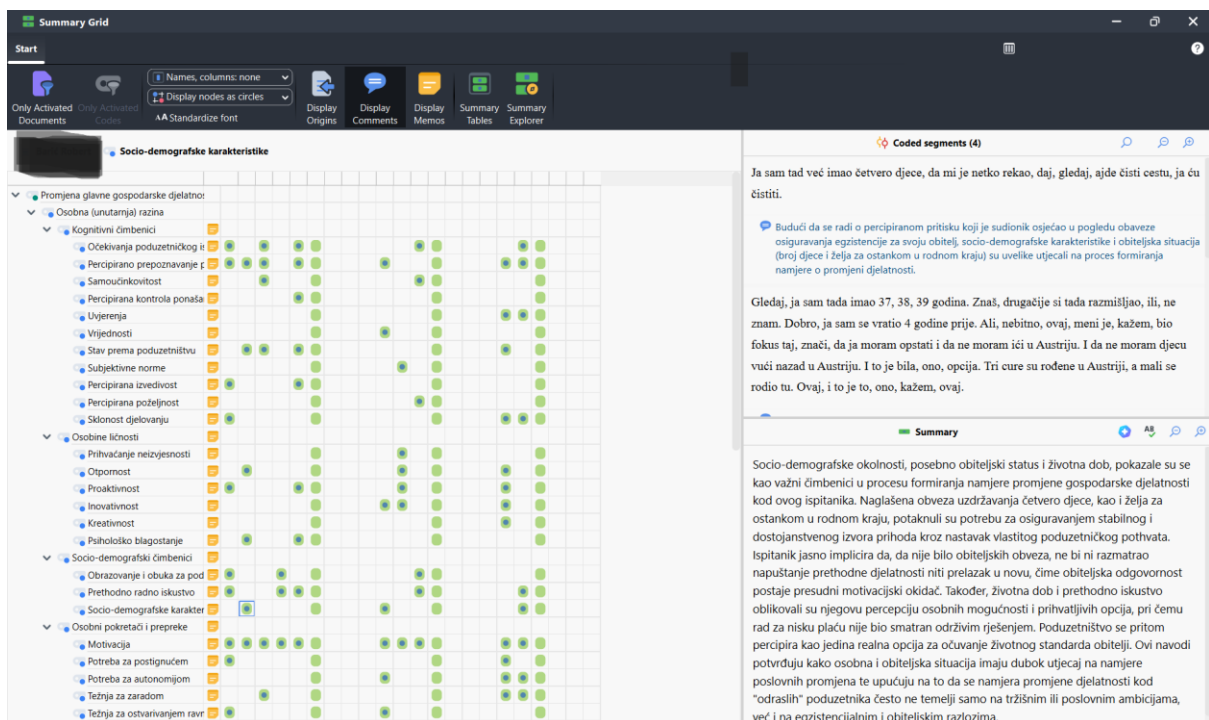
Slika P7. Kodni sustav nakon drugog kruga kodiranja

Izvor: samostalna obrada autora



Slika P8. Funkcija Smart Coding Tool za kod percipirano prepoznavanje prilika/poduzetničku budnost

Izvor: samostalna obrada autora



Slika P9. Funkcija Summary Grid za kod socio-demografske karakteristike

Izvor: samostalna obrada autora

Summary Tables

Start

New Summary Table

My Summary Tables

Delete Summary Table

Only Activated Code

New Code

Variable Names in First Column

Swap Rows and Columns

Highlight Rows in Document Color

Search

Send to QTT Worksheet

Copy

Export

Zadarska županija (Promjena)

Documents and variables

Očekivanja poduzetničkog ishoda

Percipirano prepoznavanje prilika / Poduzetnička budnost

Samoučinkovitost

Percipirana kontrola p

4	Zadarska županija			
5	Zadarska županija			
6	Zadarska županija » Sadržaj 22. Promjena			

Slika P10. Primjer funkcije Summary Tables za ispitanike iz Zadarske županije

Izvor: samostalna obrada autora

Tablica P11. Učestalost spominjanja kodova na razini uzorka istraživanja

Izvor: samostalna obrada autora

Kod	Učestalost
Očekivanja poduzetničkog ishoda	8
Percipirano prepoznavanje prilika/poduzetnička budnost	11
Samoučinkovitost	2
Percipirana kontrola ponašanja	1
Uvjerenja	3
Vrijednosti	1
Stav prema poduzetništvu	4
Subjektivne norme	1
Percipirana izvedivost	3
Percipirana poželjnost	1
Sklonost djelovanju	3
Prihvatanje neizvjesnosti	1
Otpornost	5
Proaktivnost	6
Inovativnost	4
Kreativnost	1

xxviii

Psihološko blagostanje	3
Obrazovanje i obuka za poduzetničke kompetencije	4
Prethodno radno iskustvo	9
Socio-demografske karakteristike	6
Motivacija	21
Potreba za postignućem	2
Potreba za autonomijom	3
Težnja za zaradom	4
Težnja za ostvarivanjem ravnoteže između obiteljskog i poslovnog života	3
Potruga za izazovima	4
Distanca moći	3
Društveni kapital	7
Obitelj i prijatelji	16
Formalni propisi	20
Percepcija gospodarske i političke klime	11
Pokazatelji gospodarske razvijenosti županije	2
Pokazatelji gospodarske djelatnosti	29

The screenshot displays the 'Summary Grid' application. The title bar reads 'Summary Grid'. The interface is divided into several sections:

- Top Bar:** Contains icons for 'Only Activated Documents', 'Only Activated Codes', and a dropdown menu for 'Names, columns: none'. Below this is a 'Display nodes as circles' option and a 'Standardize font' button.
- Left Sidebar:** A tree view showing the project structure:
 - Tržište & regulativa
 - Promjena glavne gospodarske djelatnosti
 - Realizacija namjere promjene gospod.
 - Vremenski odmak od namjere d.
 - Događaji u međuvremenu
 - Socio-demografski čimbenik
 - Tržište & regulativa (highlighted)
 - Ključni čimbenik
 - Poduzetništvo kao karijerni izbo

- Main Workspace:** A grid of colored nodes (green, orange, blue) representing different data points or activities.
- Right Panel:**
- Coded segments (1):** Contains text segments with blue speech bubble icons. One segment reads: 'Ne, ne, ja sam kad sam ja vidio, mislim, kad smo krenuli raditi ozbiljne promete, znači, onda sam ja to, ja sam morao, meni je, u stvari, knjigovoda sugerirao da ja to moram, jer to je pretežita djelatnost.' Another segment reads: 'Premda eksplicitno ne opisuje koliko je vremena prošlo od formiranja namjere o promjeni djelatnosti do njezine same realizacije, ispitanik navodi kako su administrativni utjecaji iz okruženja (računovođa) imali presudnu ulogu.'
- Summary:** A section with a blue header containing a paragraph of text: 'U realizaciji namjere promjene gospodarske djelatnosti ključnu je ulogu imao vanjski administrativni poticaj, konkretno sugestija knjigovode koji je upozorio na potrebu formalne usklađenosti s realnim poslovanjem. Ispitanik ističe da je porast prometa bio signal da se djelatnost kojom se stvarno bavi razlikuje od one registrirane, čime je vanjski stručni savjet poslužio kao inicijator promjene. Nema naznaka da su tržišni uvjeti ili regulativa izravno kočili proces, ali se vidi da je birokratsko okruženje i praćenje poslovnih knjiga imalo funkcionalnu ulogu u formaliziranju promjene. Ovo ukazuje na važnost stručne podrške i institucionalne kontrole kao čimbenika koji ubrzavaju ili čak iniciraju realizaciju poduzetničkih promjena.'

Slika P12. Funkcija Summary Grid za kod tržište i regulativa (provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti)

Izvor: samostalna obrada autora

Summary Tables

Start

New Summary Table

My Summary Tables

Delete Summary Table

Only Activated Codes

New Code

Variable Names in First Column

Swap Rows and Columns

Highlight Rows in Document Color

Search

Send to QTT Worksheet

Copy

Export

Zadarska županija (Promjena)

Documents and variables

Vremenski odmak od namjere do promjene

Socio-demografski čimbenici (obiteljska situacija)

Tržište & regulativa

Poduzetništvo kao kar

5

Zadarska županija >

Vremenski odmak od namjere do promjene rutinski, odnosno kao tehnički korak koji nije zahtijevao dodatno promišljanje ni logističku pripremu. Time se potvrđuje da u nekim slučajevima proces prelaska u novu djelatnost može biti izrazito linearan i neopterećen vanjskim ili unutaršnjim zaprekama.

Navedi ispitanice jasno ukazuju na to kako su regulatorne prepreke i administrativni zahtjevi znatno utjecali na dinamiku procesa promjene gospodarske djelatnosti. Unatoč tome što je poduzeće već operativno djelovalo u novoj djelatnosti, formalna promjena glavne djelatnosti u NKD-u bila je odgađana zbog percipirane represivne uloge inspekcija i složenih birokratskih procedura, uključujući visoke troškove, potrebu angažmana javnog bilježnika i posjete FINI. Takvi zahtjevi djeluju destabilizirajuće, uzrokujući zadržavanje stare registracije čak i kada je stvarna djelatnost već izmijenjena. Ispitanica ističe kako je stručno osoblje poput knjigovode odigralo ključnu ulogu u poticanju formalne promjene i realizacije formirane namjere promjene, kada više nije bilo moguće poslovno opravdati postojeće nesuglasje između registrirane i stvarne djelatnosti, primjerice zbog nesrazmjera između vrste poslovanja i opreme (npr. broj vozila). Također, izražava nezadovoljstvo regulatornim sustavom, koji prema njezinu mišljenju, više otežava nego podržava poduzetničke aktivnosti. Ovi nalazi naglašavaju kako vanjski sustavi kontrole i regulatorni okvir mogu djelovati i kao prepreka i kao poticaj, ovisno o trenutku, intenzitetu i ulozi ključnih dionika poput računovodstvene službe.

Ispitanica pokazuje snagu uz utjecaje da ovisi o potencijal koji vrijedi isti osobito u kontekstu me zapošlenja u javnom sektoru odgovornosti za zaposle poduzetništvu treba pri minimiziranje rizika. Kao očekivanja i postupnog nerealne ambicije. Unah osobnu slobodu, zadovolj opravdava trud potreba

6

Zadarska županija >

Sažetak ZZ (Promjena)

Vremenski odmak od formiranja namjere do stvarne promjene gospodarske djelatnosti u slučajevima trije "odraslih" poduzetnika u Zadarskoj županiji je bio kratak, što ukazuje na visoku razinu spremnosti, jasno definirane preduvjetne te povoljne okolnosti koje su omogućile brzu tranziciju. U nekim primjerima promjena je realizirana gotovo odmah nakon što su se ispunili vanjski ili osobni uvjeti (npr. završetak školovanja člana obitelji), dok su drugi pokazali visoku administrativnu i operativnu efikasnost, uz minimalne prepreke. U svim navedenim slučajevima, brzina provedbe promjene sugerira da namjera nije bila apstraktna ili odgođena, već konkretna, operativna i usklađena s resursima i kontekstom. Ovakvi obrasci ukazuju na to da vremenski odmak ne mora nužno predstavljati prepreku, već može reflektirati zrelost odluke, dostupnost prilika i sposobnost brzog djelovanja u skladu s izraženom namjerom promjene gospodarske djelatnosti.

U slučaju jednog ispitanika u Zadarskoj županiji obiteljska situacija, konkretno obrazovno postignuće supruge, imala je presudan utjecaj na realizaciju prethodno formirane namjere promjene gospodarske djelatnosti. Dobivanje diplome od strane supruge predstavljalo je ključni trenutak koji je omogućio preregistraciju djelatnosti, pri čemu nije bilo drugih prepreka ni vanjskih ograničenja. Time se potvrđuje da socio-demografski čimbenici, poput obrazovne dinamike unutar kućanstva, mogu imati izravan i funkcionalan utjecaj na vremenski raspored i operativnu izvedbu poduzetničkih promjena. U ovom primjeru, obiteljski kontekst djeluje ne samo kao podržavajući okvir, već kao konkretan uvjet za ostvarenje namjere promjene gospodarske djelatnosti.

Realizacija namjere promjene gospodarske djelatnosti u slučaju dvoje ispitanika u Zadarskoj županiji uvelike je bila oblikovana interakcijom s tržišnim nadzorom i regulatornim okvirom, pri čemu su knjigovode i računovodstveni savjetnici odigrali ključnu posredničku ulogu. U jednom slučaju, stručna sugestija temeljena na rastu prometa i neskladu između stvarne i registrirane djelatnosti poslužila je kao inicijalni poticaj za formalnu promjenu, čime se potvrdilo funkcionalna uloga administrativnog nadzora u strukturiranju poduzetničkih odluka. U drugom slučaju, realizacija namjere bila je znatno usporena zbog regulatornih prepreka, od složene administracije i visokih troškova do straha od inspekcijskih posljedica, što je rezultiralo prolongiranjem preregistracije unatoč stvarnom prelasku na novu djelatnost. Oba primjera upućuju na to da tržišni nadzor, institucionalne prakse i birokratski zahtjevi mogu istodobno djelovati i kao poticaj i kao prepreka u fazi realizacije namjere promjene gospodarske djelatnosti, ovisno o percipiranim rizicima, razini administrativne složenosti i podršci stručnih posrednika.

Troje sudionika iz Zadar: poduzetništva kao pože profesionalne autonomi održivosti unatoč: promje percipira kao fleksibilan čemu promjena djelatno očuvanje poslovne vitali stručnog kapitala i inicij poduzetništvo, ali i upo očekivanja i svjesnosti o odgovornosti. Unatoč ti poduzetništvo pruža vi sigurnost zaposlenja u ii preporučljiv karijeram

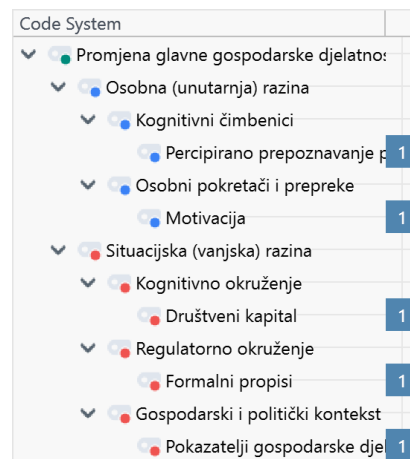
Slika P13. Primjer funkcije Summary Tables za ispitanike iz Zadarske županije (provedba namjere promjene gospodarske djelatnosti)

Izvor: samostalna obrada autora

Code System	
▼ Promjena glavne gospodarske djelatnosti	
▼ Osobna (unutarnja) razina	
▼ Kognitivni čimbenici	
Očekivanja poduzetničkog	2
Percipirano prepoznavanje p	1
Percipirana izvedivost	2
Sklonost djelovanju	1
▼ Osobine ličnosti	
Proaktivnost	2
▼ Socio-demografski čimbenici	
Obrazovanje i obuka za pod	2
Prethodno radno iskustvo	2
▼ Osobni pokretači i prepreke	
Motivacija	1
Potreba za postignućem	1
Težnja za ostvarivanjem rav	2
▼ Situacijska (vanjska) razina	
▼ Kognitivno okruženje	
Društveni kapital	2
Obitelj i prijatelji	1
▼ Regulatorno okruženje	
Formalni propisi	1
▼ Gospodarski i politički kontekst	
Percepcija gospodarske i po	1
Pokazatelji gospodarske raz	1
Pokazatelji gospodarske dje	4

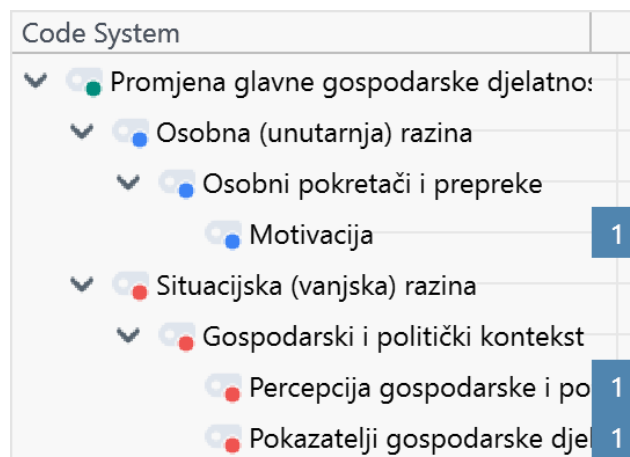
Slika P14. Raspodjela kodova za ispitanika iz Zadarske županije čiji poduzetnički pothvat ima pravno-ustrojbeni oblik jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću

Izvor: samostalna obrada autora



Slika P15. Raspodjela kodova za ispitanika iz Istarske županije čiji poduzetnički pothvat ima pravno-ustrojbeni oblik jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću

Izvor: samostalna obrada autora



Slika P16. Raspodjela kodova za ispitanika iz Vukovarsko-srijemske županije čiji poduzetnički pothvat ima pravno-ustrojbeni oblik jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću

Izvor: samostalna obrada autora

Biografija autora

Borna Buljan rođen je 17. studenoga 1990. godine u Bošnjacima, u Republici Hrvatskoj. Osnovnu je školu završio u Bošnjacima, a Opću gimnaziju u Županji. Na Sveučilištu u Zadru 2012. godine završio je prijediplomski sveučilišni studij Kultura i turizam te stekao akademski naziv sveučilišnog prvostupnika (*baccalaureusa*) kulture i turizma. Iste godine upisao je diplomski sveučilišni studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu, koji je završio 2015. godine stekavši akademski naziv magistra ekonomije (mag. oec.). Tijekom studija razvio je interes za istraživanje ekonomskih aktivnosti i poduzetništva u sektoru turizma, što je postao temelj njegova daljnjeg profesionalnog i znanstvenog usmjerenja.

Svoje profesionalno iskustvo započeo je 2015. godine kao hotelski recepcionar u hotelu Pinija u Petrčanima, gdje je stekao znanja iz područja poslovanja i upravljanja u turizmu. Od 2019. do 2020. godine zaposlen je u Agenciji za ruralni razvoj Zadarske županije (AGRRA) kao stručni suradnik, u kojoj je sudjelovao u provedbi i koordinaciji europskih projekata usmjerenih na održivi razvoj, inovacije i jačanje poduzetništva u ruralnim područjima. Od ožujka 2020. godine zaposlen je na Sveučilištu u Zadru. Do svibnja 2025. godine djelovao je na Odjelu za primijenjene komunikacijske znanosti, u suradničkom zvanju asistenta, a od svibnja 2025. godine djeluje na Odjelu za ekonomiju, gdje sudjeluje u izvođenju nastave, mentoriranju studenata i znanstveno-istraživačkom radu.

Autor je i koautor više znanstvenih radova te je sudjelovao na brojnim međunarodnim znanstvenim konferencijama i edukacijama. Aktivno je uključen u provedbu domaćih i međunarodnih znanstvenih i stručnih projekata financiranih iz europskih i nacionalnih izvora, pri čemu sudjeluje u istraživačkim, obrazovnim i strateškim aktivnostima u okviru Sveučilišta u Zadru. U dosadašnjem je radu pridonosio razvoju institucionalnih i partnerskih projekata te sudjelovao u izradi stručnih i razvojnih dokumenata na regionalnoj razini.

Tijekom doktorskog studija ostvario je nekoliko međunarodnih mobilnosti u sklopu programa Erasmus+, uključujući istraživački boravak na Universität Klagenfurt u Klagenfurtu te nastavne mobilnosti na Vistula School of Hospitality u Varšavi. Aktivno se stručno usavršava kroz radionice i programe iz područja poduzetništva, istraživačkih metoda, pedagogije i umjetne inteligencije.

Popis objavljenih radova

- **Buljan, B.** & Žnidar, K. (2025). Economic activity in Croatia: Insights from regional levels. *Proceedings of 14th International Scientific Conference Region, Entrepreneurship, Development*. Oberman Peterka, S., & Delić, A. (ur.). Osijek, Republika Hrvatska. 5. lipnja 2025. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku. str. 13-33.
- **Buljan, B.** (2025). Razvoj poduzetništva temeljenog na valorizaciji zaštićenih dijelova prirode Zadarske županije. *Turizam i zaštićena područja: zbornik radova sa znanstvenog kolokvija*. Bašić, N., & Faričić, J. (ur.). Levrnaka, NP Kornati, Republika Hrvatska. 1.-2. lipnja 2023. Zagreb – Zadar: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Sveučilište u Zadru, Javna ustanova Nacionalni park Kornati. str. 139-161.
- **Buljan, B.**, & Miočić, B. K. (2021). Youth entrepreneurship in rural areas – Reflection on Croatia. *Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business*. Načinović-Braje, I., Jaković, B., & Ferjanić-Hodak, D. (ur.). Šibenik, Republika Hrvatska. 9.-12. lipnja 2021. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu. str. 196-212.
- **Buljan, B.**, Vidić, G., & Klarin, T. (2020). Stakeholders' perceptions toward tourism development in a rural destination: A case study from Croatia. *Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business*. Šimurina, J., Načinović-Braje, I., & Pavić, I. (ur.). online. 16.-20. lipnja 2020. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu. str. 781-792.