

Zeleno poduzetništvo i njegov utjecaj na području Međimurske županije

Kos, Ema

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:463601>

Rights / Prava: [Attribution-NoDerivs 3.0 Unported/Imenovanje-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-28**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Ema Kos

**Zeleno poduzetništvo i njegov utjecaj na
području Međimurske županije**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Ema Kos

Matični broj: 35918/07–R

Studij: Ekonomika poduzetništva

**Zeleno poduzetništvo i njegov utjecaj na
području Međimurske županije**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Izv. prof. dr. sc. Vladimir Kovšca

Varaždin, rujan 2023.

Ema Kos

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autor/Autorica potvrdio/potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

U radu će se analizirati i predstaviti zeleno poduzetništvo kao jedna od vrsta poduzetništva bitna za budućnost. Pojmovno će se obraditi područje poduzetništva i njegovo djelovanje, no u glavno središte stavljeno je zeleno poduzetništvo. Prikazat će se činjenice koje možemo iznijeti o tome što je zeleno poduzetništvo, kako ono djeluje, na koga i kako ono utječe. Također će biti navedeni primjeri s područja Međimurja koji će pobliže dati dojam o pozitivnim stranama zelenog poduzetništva te probuditi svijest o važnosti ove vrste poduzetništva. Podaci koji će biti prikazani u radu prikupljeni su na temelju istraživanja koje je prilagođeno vremenu u kojem se nalazimo te prate današnje trendove. Okoliš je vrlo bitan segment u našim životima te bismo trebali pronaći što više načina na koji da ga očuvamo. Poduzetnici bi trebali biti ambiciozne osobe koje vode brigu kako o svom poslovanju tako i o okolini u kojoj djeluje. Takav način vođenja brige u poslovanju pruža zeleno poduzetništvo.

Ključne riječi: poduzetništvo; zeleno poduzetništvo; okoliš; Međimurje

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Poduzetništvo	2
2.1. Dimenzije poduzetništva	3
2.2. Vrste poduzetništva	4
2.3. Prednosti i nedostaci	5
2.4. Poduzetničke prilike	6
2.4.1. Osobni izvori poduzetničkih prilika	6
2.4.2. Pristupi kojima se prilike uočavaju	7
2.4.3. Vrste/oblici poduzetničkih prilika	7
2.5. Izvori poduzetništva	8
2.6. Pojmovno određenje poduzetnika	9
2.6.1. Tipovi poduzetnika	10
2.6.2. Osobine poduzetnika	10
2.6.3. Poduzetničke strategije	12
3. Zeleno poduzetništvo	14
3.1. Pojmovno određenje	14
3.2. Načela	15
3.3. Elementi zelenog poduzetništva	17
3.4. Zeleno tržište	19
3.5. Zeleno gospodarstvo	19
4. 21	
4.1. Tehnix	22
4.1.1. Ciljevi organizacije	22
4.1.2. Djelatnost i proizvodi	22
4.1.3. Utjecaj na zajednicu	23
4.1.4. Certifikati	24
4.2. Humana Nova	25
4.2.1. Ciljevi organizacije	25
4.2.2. Proces proizvodnje	25
4.2.3. Sortirnica	25
4.2.4. Šivaona	27
4.2.5. Društvo	28

4.2.6. Ekonomija	29
4.2.7. Okoliš	30
4.2.8. Certifikati	30
5. Zaključak	32
Popis literature	33
Popis slika	36
Popis tablica	36

1.Uvod

S vremenom svijet se mijenja te smo skloni mnogim utjecajima koji utječu na zajednicu, okolinu pa i samo poslovanje. Danas kad se sve više prepoznaje važnost očuvanja okoliša i resursa za buduće generacije, koncept zelenog poduzetništva stječe sve veći značaj. Tema koja se obrađuje u radu prati načine na koji možemo poboljšati tj. smanjiti loše utjecaje na okoliš. Zeleno poduzetništvo bitan je segment ili način djelovanja poduzeća koji je dosta slabo obrađen u dostupnoj literaturi te se o tome ne govori dovoljno, iako se to mijenja. Međimurska županija, kao jedno od najmanjih, ali iznimno perspektivnih područja u Hrvatskoj, također pruža utjecaj na području zelenog poduzetništva.

U radu je analizirano zeleno poduzetništvo na području Međimurske županije. Međimurje je vrlo razvijena regija u Republici Hrvatskoj s razvijenim malim poduzetništvom i obrtom. Ono broji oko 3748 poduzetnika. Iako je smješteno na samom sjeveru Hrvatske, ima pogodnu lokaciju za suradnju s okolnim zemljama zbog geografske blizine unutrašnjosti Europe. Donji dio Međimurja možemo istaknuti zbog vrlo razvijene industrijske zone u Prelogu, Čakovcu te Donjem Kraljevcu gdje poduzeće Tehnix vodi glavnu riječ.

Cilj je probuditi svijest kako zeleno poduzetništvo pozitivno djeluje na očuvanje okoliša, zaštitu potrošača te očuvanje zdravlja ljudi i sveg živog svijeta. Također, bitno je sagledati kako zeleno poduzetništvo može potaknuti ekonomski razvoj Međimurske županije, stvarajući nova radna mjesta, potičući inovacije te smanjujući negativan utjecaj na okoliš. Ovaj rad pruža dublji uvid u ulogu zelenog poduzetništva u ekonomskom, ekološkom i društvenom kontekstu.

2. Poduzetništvo

Poduzetništvo, kao pojam koji se često spominje u poslovnom kao i privatnom svijetu, jedno je od opširnijih područja poslovanja koje ima više načina definiranja. U samoj srži poduzetništvo podrazumijeva organizirano provođenje ekonomskih aktivnosti za ostvarenje ideje i kreativnosti pojedinca ili skupine ljudi.

Definicije poduzetništva određivane su kroz razdoblja otkrivanja novih saznanja i teorija. Ono se može definirati na različite načine ovisno u kojem kontekstu se koristi te iz koje perspektive se gleda. Poduzetništvo u užem smislu jest sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata, s dostatnim kapitalom, a koji je povezan s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom (Kuvačić, 2005). U širem smislu misli se na organizaciju koja se dovodi u rizične poslovne situacije gdje se kroz stručno vođenje, koje podrazumijeva shvaćanje, usavršavanje, učenje te znanja i vještine, dolazi do zadovoljenja postavljenih ciljeva.

Mnogo je stranih i domaćih autora koji kroz razne kombinacije pojmova definiraju poduzetništvo. Prema Schumpeteru (1934.) poduzetništvo je iznalaženje novih kombinacija organizacije poduzeća - novih proizvoda, novih usluga, novih izvora sirovina, novih metoda proizvodnje, novih tržišta, novih oblika organizacije. On koristeći pridjev novo, približava važnost inovacije, kreative te pronalaženje jaza na tržištu kako bi poduzetnički pothvat rezultirao uspjehom. Hisrich (1984.) svojom teorijom ukazuje na proces stvaranja nečeg različitog s dodanom vrijednošću kroz ulaganje potrebnog vremena i truda, uz preuzimanje i praćenje financijskih, psiholoških i socijalnih rizika s prihvaćanjem rezultata u obliku moralnog i financijskog zadovoljstva. U tom pogledu dolazimo do pojma rizik koji je jedan od glavnih elemenata u ekonomiji gdje dolazimo u nedoumicu želimo li uložiti s mogućnošću gubitka istog.

Također Kuvačić (1999.) poduzetništvo karakterizira kao potrebu da se sve radi na drugačiji i bolji način, te da poduzetništvo počiva na potrebi takvih promjena radi svekolikoga gospodarskog i društvenog razvitka. Prema Škrtić (2011.) poduzetništvo je ukupnost poduzetnikovih inovacijskih, organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih i nadzornih sposobnosti. Po Kolakoviću (2006.) poduzetništvo je sposobnost da se na temelju kreativne ekonomske djelatnosti čovjeka i ograničenih proizvodnih čimbenika može formirati učinkovita gospodarska djelatnost. Pri tome je poduzetništvo i kreacija inovativne ekonomske organizacije radi stjecanja dobiti ili rasta u uvjetima rizika i nesigurnosti.

Kroz analiziranje poduzetništva Buble i Kružić (2006.) dolaze do definiranja nekih odrednica poduzetništva u pogledu holističke kategorije u ekonomiji, a to su:

- profitna orijentiranost pothvata
- dinamičnost i inovativnost
- neizvjesnost
- rizik
- anticipiranje promjena
- prosuđivanje i odlučivanje korištenje resursa
- radost kreacije

2.1. Dimenzije poduzetništva

Poduzetništvo ima svoj utjecaj u mnogim područjima kao što i različiti utjecaji i područja imaju utjecaj na samo poduzetništvo. U sklopu djelovanja poduzetništvo se može sagledati iz različitih dimenzija u pogledu različitih aspekata i utjecaja na društvo.

Prema C. W. L. Hillu (2003.) na jedinstvenost vođenja poduzetničkog pothvata na različitim geografskih područjima utječu političko, ekonomsko, pravno i kulturno okruženje. Pomoću tih mjera određuje se razine aktivnosti poduzetništva.

Političko okruženje djeluje kroz dvije dimenzije - prva dimenzija odnosi se na to da se u nekom društvu pridaje naglasak na individualizmu ili kolektivizmu, a druga na načinu donošenja političkih odluka. Za poduzetništvo su pogodna politička okruženja u kojima vladaju individualizam i demokracija. Kolektivizam daje veće značenje zajedničkim ciljevima, a individualizam pridaje važnost političkim i ekonomskim slobodama pojedinaca. Kod zemalja gdje prevladava individualizam i konkurencija pogodnija je klima za razvoj poduzetništva. Jedan od primjera za to mogao bi biti razlike između Europe i SAD-a gdje, prema Anketi Eurobarometra (2010.), je u SAD-u društvo bolje usmjereno na individualizam gdje svaki pojedinac ima veću "slobodu" i nagon za pokretanje vlastitog poslovanja. Europa ima zastarjeli način života gdje su stanovnici okrenuti interesima društva kao cjeline.

Ekonomsko okruženje odnosi se na okolinu koja djeluje na području slobodnog tržišta ili državnog uređenja tržišta. Na slobodnom se tržištu daje mogućnost razmjene svim proizvodima i uslugama gdje je na snazi privatno vlasništvo te dinamiku tržišta i cijena određuje odnos ponude i potražnje. Kod državnog uređenja tržišta svi poslovi su u vlasništvu države. Država ima ulogu upravljanja tržištem putem planova, kontrole i nadzora.

Mješovita ekonomija sadrži mješavinu karakteristika tržišne (slobodne) i planske (državne) ekonomije. Takva je većina današnjih gospodarstava u svijetu.

Pravno okruženje je skup pravila i zakona koji reguliraju ponašanje u nekoj državnoj zajednici. Njima se određuje tko rješava imovinska prava, zaštita intelektualne imovine, sigurnost proizvoda i odgovornost te ugovorni zakoni. Pravnim odredbama uređuje se gospodarstvo i ekonomija za pravedno postupanje svih sudionika.

Kulturno okruženje sastoji se od sustava vrijednosti i normi koje djeluju među ljudima. To su dijelovi koji čine stil života. Vrijednosti i norme sadržavaju društvene stavove prema konceptima kao što su: sloboda, demokracija, pravda, iskrenost, odgovornost, socijalne obveze. Vrijednost je ideja o onome što je ispravno, a norma je pravilo ili uputa koja određuje što je ispravno u društvu.

Sve ove dimenzije poduzetništva su međusobno povezane i mogu se kombinirati u različitim oblicima aktivnosti poslovanja. Važno ih je razumjeti te adekvatno primjeniti. Također bitno je imati stav da poduzetništvo nije samo pitanje financijske dobiti, već ono obuhvaća društvene, ekološke i tehnološke aspekte koji su ključni za stvaranje pozitivnih promjena u svijetu.

2.2. Vrste poduzetništva

Kao što poduzetništvo ima mnoge definicije tako izvori nalažu i razne podjele poduzetništva. Prema Tarnai (2021.) neke temeljne vrste poduzetništva možemo svrstati u:

- a) Tradicionalno
- b) Korporativno
- c) Društveno
- d) Zeleno

Tradicionalno poduzetništvo, kao nalaže Širola (2014.), kroz povijest vezano je uz mala poduzeća koja su imala jak civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi u različitim društvenim cjelinama i gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja. U takav oblik poduzetništva ubrajaju se mala i srednja poduzeća kod kojih je osoba koja upravlja poduzećem najčešće i vlasnik. Vlasnik poduzeća, odnosno odgovorna osoba tj. menadžer, najčešće sam snosi potpuni rizik, ali isto tako i cijeli prihod na kraju obračunskog razdoblja pripadne njemu. Dosta se često pojavljuje situacija da je u ovakav oblik poduzetništva uključena i obitelj ili bliske osobe

koje zajedno s vlasnikom preuzimaju rizik i vode poduzeće. U tradicionalno poduzetništvo spadaju poduzeća koja se osnuju kao startup-ovi.

„**Korporacijsko poduzetništvo** predstavlja proces u kojem veća poduzeća traže nove načine korištenja, zadržavanja inovacija ili održavanja pri čemu su ključni čimbenici, unutarnji zaposlenici, samoinicijativni individualci, ignoriraju neodobravanja i druge negativne reakcije okruženja za njihove ideje i ne traže dozvole. Ključni cilj korporacijskog poduzetništva i tih unutarnjih poduzetnika u cjelini je istovjetan – jačanje poduzetničkih aktivnosti u organizaciji radi sustizanja konkurenata. Korporativno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji ima velike financijske resurse, poslovne vještine, marketinški sustav i veliko tržište ili tržišta na kojima djeluje. Ovakvim poduzećima upravljaju upravni odbor i menadžeri, a ne sami vlasnici poduzeća.“(Tarnai, 2021.)

Društveno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji svoje djelovanje usmjerava prema društvenom poboljšanju. U ovakvom obliku poduzetništva na prvom mjestu je dobrobit društva ili razvitak zajednice u kojoj poduzeće djeluje, a ne dobit, odnosno profit poduzeća. Socijalni poduzetnici se razlikuju od tradicionalnih po tome što svoje sposobnosti koriste za rješavanje društvenih problema, međutim posjeduju isti temperament kao i tradicionalni poduzetnici.

Zeleno poduzetništvo je vrsta poduzetništva koja je usmjerena na djelovanje i usmjerenje ka zaštiti okoliša i prirode. Ciljevi su temeljeni na učinkovitosti i ekološkoj osviještenosti. Kompletno poslovanje bavi se ulaganjem u ekološke snage planeta i pitanjem okoliša kroz aktivnosti za provođenje poduzetničkog pothvata. Zeleni poduzetnik je ekološki osviještena osoba koja kroz svoje poslovanje širi svoju osviještenost te poštuje načela i pravila za očuvanje prirode. „Svaki posao ima odgovornost prema zajednici u kojoj djeluje. Zeleno poduzetništvo je obveza prema cijelom svijetu.“ - Muhammad Yunus, osnivač Grameen Bank i dobitnik Nobelove nagrade za mir.

2.3. Prednosti i nedostaci

Iz dosadašnjih analiza može se vidjeti da mnogi uvjeti utječu na spremnost ljudi da se okušaju u poduzetničkim vodama. Iz istraživanjima Scarborougha i Zimmerera Škrtić (2011.) prikazuje da su vlasnici malih poduzeća uvjereni da će napornim radom u vlastitom poduzeću zaraditi više te će biti sretniji nego da se zaposle kod drugog vlasnika biznisa ili u velikom poduzeću. Ujedno posjedovanje vlastitog biznisa sa sobom nosi stres i druge nedostatke koje zaposlenici poduzeća koji rade za nekog drugoga neće imati.

Iz nastavnog materijala profesorice Detelj (2021.) saznajemo da prednosti koje navode vlasnici poduzeća na prvom mjestu preuzimaju kontrolu nad vlastitom sudbinom. Oni sami postavljaju ciljeve koje žele ostvariti i imaju mogućnost težiti ka njima. Također u poduzetništvu je bitna kreativna strana koja u kombinaciji s unapređenjem znanja i vještina rezultira uspjehom na tržištu. Također je prednost što kod odabira djelatnosti poduzetnici izabiru raditi ono što vole i što je njihov interes u životu. Profit je jedan od glavnih motivatora za ulazak u poduzetništvo, a profiti su za razliku od plaće teoretski neograničeni. Dodatni motiv za ulazak u poduzetništvo može biti i priznanje u društvu u smjeru višeg položaja.

Kao nedostatak bitno je naglasiti sam rizik koji se prihvaća ulaskom u poslovanje. Neki od njih je recimo rizik neuspjeha s kojim se susreće velik udio onih koji pokušavaju uspjeti u poduzetništvu. Svakog trenutka mora postojati spremnost na mnogo odricanja i propuštanja važnih trenutaka u privatnom životu. Osim toga nedostatak je i nesigurnost dohotka koja i za poduzetnika i za njegovu okolinu (obitelj) može predstavljati problem. Poduzetnici često posežu za korištenjem uštede ili nekog drugog oblika privatne štednje kako bih održali poduzeće na životu. Propast, osim financijskog, predstavlja velik psihološki teret na poduzetničkim leđima. Stresne situacije postaju sastavni dio njihova poslovnog života gdje se često i uplete problem uravnoteženja poslovnog i privatnog života. Suočavanje sa takvom razinom odgovornosti za neke ljude predstavlja previše negativnih strana kao bih opstali kao uspješan poduzetnik.

2.4. Poduzetničke prilike

Prilika je pogodan splet okolnosti koji stvara potrebu za novim proizvodom, uslugom ili poslovnom idejom.

Većina poduzeća nastaje na dva načina, Hunjet (2014.):

- poduzeća stimulirana iznutra - poduzetnik odluči otvoriti poduzeće, traži i prepoznaje priliku pa tada započinje s poslovanjem
- poduzeća stimulirana su izvana - poduzetnik prepoznaje problem ili priliku pa osnuje posao koji rješava taj problem ili zadovoljava potrebu

2.4.1. Osobni izvori poduzetničkih prilika

Za ulazak u poduzetništvo potrebno je imati dovoljno motivacije, hrabrosti kao i ciljeve. Motivacija je ono što leži u pozadini naših postupaka, što nas aktivira da krenemo ka

određenom cilju. Obično se navode tri skupine poticaja da se netko uključi u poduzetništvo.

To su:

- profit
- samostalnost
- zadovoljstvo

Profit kao glavni dokaz za uspješno poslovanje profitnih organizacija služi unutarnjim i vanjskim subjektima za procjenu uspješnosti poslovanja. To za poduzetnika znači zarada tj. njegova plaća i povrat za sve uloženo u posao.

Samostalnost je oblik slobode za kojom čeznu mnogi radnici na svojim poslovnim mjestima. Biti „sam svoj šef“ podrazumijeva samostalno donošenje odluka, preuzimanje rizika te raspolaganje resursima i zaradom.

Zadovoljstvo koje se dobije kroz vođenje vlastitog posla nekima predstavlja veliku motivaciju za pokretanje poduzeća. Ono može biti posljedica ostvarenja samostalnosti, zarade ili pa pozicije u poslovanju.

2.4.2. Pristupi kojima se prilike uočavaju

Neki od pristupa koji nam pomažu u pronalaženju jaza na tržištu i shvaćanje potrebe za nekim proizvodom ili uslugom su:

1. promatranje trendova
2. rješavanje problema
3. pronalaženje nedostataka na tržištu

2.4.3. Vrste/oblici poduzetničkih prilika

Podjelu je još definirao J. A. Schumpeter te navodi sljedeće oblike u kojima se mogu pojaviti poduzetničke prilike:

- novi proizvodi / usluge
- nova geografska tržišta ili tržišne niše
- nove sirovine / materijali
- nove metode proizvodnje

- novi načini organiziranja resursa

Novi proizvodi ili usluge sagledavaju se kao nova pojava na tržištu koja zahtijeva kreativnost i inovativnost kako bi se zadobila pažnja potencijalnih kupaca. Nova se geografska tržišta promatraju kao prilika poduzeća da već postojeći proizvod ili uslugu plasira na novo tržište te tamo zabilježe uspjeh. Nove sirovine ili materijali služe za zamjenu onih sirovina koje se već koriste kako bi se smanjili troškovi proizvodnje te naposljetku i ukupni troškovi. Nove metode proizvodnje uvode se radi veće efikasnosti kako bi se implementirala nova tehnologija, proizvodni pogon ili neki sustav. Novi načini organiziranja resursa podrazumijevaju drugačije raspolaganje resursa to jest kombinacije resursa. Pod to se smatraju svi materijalni, nematerijalni te ljudski resursi.

“Shane pri tome navodi činjenicu da je ova podjela premalo istraživana u praksi. On je pronašao jedno istraživanje (Ruef iz 2002.g. na uzorku 766 poduzeća) koje sugerira nejednolikost distribucije poduzetničkih prilika u praksi. Naime, više od pola ih je do tada imalo iskustvo uvođenja novog proizvoda ili usluge, no jako malo ih je mijenjalo proizvodne procese. Čak 85% svih ispitanika je imalo iskustvo ulaska na novo tržište ili novu nišu na postojećem tržištu što sugerira da je ovo najčešći način iskorištavanja prilika za poduzetništvo. Nova organizacija iskorištena je kao poduzetnička prilika kod skoro polovice ispitanika. Iako su rezultati zanimljivi, Shane sugerira važnost daljnjeg istraživanja uzroka takve distribucije i posljedice korištenja pojedinih vrsta prilika na uspjeh i efikasnost poduzetničkog pothvata.” Detelj (2021.)

2.5. Izvori poduzetništva

Izvori poduzetništva mogu se nazvati i vrelima poduzetništva. Peter Drucker navodi čak sedam izvora za koje smatra da su najbitniji dok kod Scotta Shanea pronalazimo tri glavna izvora poduzetništva.

Drucker (1985.) promatra poduzetništvo u smjeru inovacije, točnije uvođenje inovacija stavlja se u prvi plan. Poduzetništvo djeluje po teoriji ekonomije i društva pri čemu su promjene nešto poželjno, nešto što bi trebalo biti često i normalno. Poduzetništvo se stoga treba temeljiti na inovacijama koje će omogućiti prihvaćanje tih promjena i prilagodbu novim uvjetima, koje donose nove načine obavljanja određenih aktivnosti, ali ne nužno i stvaranje nečeg novog. Kako je osnovni Druckerov stav da je poduzetništvo neodvojivo od inovacije, on izvore poduzetništva vidi u istim izvorima koji su odgovorni za nastanak inovacija. Vrela poduzetništva (inovacija) Drucker svrstava u 2 kategorije - one koje se nalaze unutar samog

poduzeća i one koje su izvan njega. U prvu kategoriju spadaju: neočekivani događaji, nepodudarnosti, potrebe procesa i promjene industrijske/tržišne strukture kao izvori koji se nalaze u poslovnim sektorima u kojima poduzeće djeluje. Unutarnje inovacije odnose se na aktivnosti to jest poticaje koje se događaju unutar poduzeća te na koje je lakše utjecati. Inovacije izvan poduzeća su: demografske promjene, promjene u shvaćanjima, ponašanju i mišljenju te nove spoznaje i znanja. Svi izvori djeluju u nekoj kombinaciji kako bi naveli poduzetnika na pothvat.

„Shane također svrstava izvore u dvije kategorije, a to su: Kirznerijanske i Schumpeterijanske prilike. Schumpeterijanske prilike daleko su drastičnije jer uključuju inovaciju i potpunu promjenu dotadašnjih načina proizvodnje ili pogleda na stvari, dok su ove druge manjeg opsega, uobičajene i odnose se na manje inovativna poboljšanja. Zbog visokih potencijalnih vrijednosti kojima one mogu rezultirati, Schumpeterijanske prilike su daleko više istražene, dok se Kirznerijanske mogu uglavnom ograničeno primjenjivati na viškove ili manjkove tržišta koje poduzetnici uravnotežuju, a koji su rezultat pogrešaka prijašnjih sudionika tržišta. Zbog toga se Shane fokusira uglavnom na izvore Schumpeterijanskih prilika koje dijeli u tri glavne kategorije: promjene tehnologije, političke i regulatorne promjene, te socijalne i demografske promjene. Zajedničke karakteristike ovih promjena dovode promjene vrijednosti resursa koji se sada mogu efikasnije iskoristiti na drugačije načine.“ (Detelj, 2021.)

2.6. Pojmovno određenje poduzetnika

Poduzetnik je osoba koja preuzima inicijativu te uz određeni rizik pokreće neki pothvat koji se rezultira nekom financijskom ili nefinancijskom dobiti. „Također prema navodima Ravlića, poduzetnik se može definirati kao osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodećim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja“ (Škrtić, 2011).

Prema poslovnom rječniku FIMA vrijednosnice (bez dat.) poduzetnik je poslovan čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovi pothvat nadajući se zaradi, odnosno dobiti. Svako poslovanje ili organizacija začeta je iz neke poduzetničke ideje koja je vođena ostvarenju ciljeva. Osobe koje stoje iza toga moraju biti inovativni pojedinci koji nastoje okolini približiti svoje ideje, misli i stavove. Oni nastoje obogatiti tržište s nečim novim te svojim liderstvom uspješno rješavati probleme na koje organizacija naiđe. Biti poduzetnik nosi sa sobom velike odgovornosti i odricanja. Razvoj gospodarstva ovisi o poduzetničkim pothvatima te njegovom razvoju zbog razvoja novih tehnologija, otvaranja novih radnih mjesta (za lokalne radnike), stvaranje nove vrijednosti te povećanje životnog standarda okoline u kojoj djeluje.

2.6.1. Tipovi poduzetnika

Prema Yenkelovich Partneru za Pitney Bowes određeno je pet tipova poduzetnika te način vođenja organizacije s obzirom na karakter pojedinog poduzetnika (Škrtić, 2011).

- Idealisti su poduzetnici koje nastoje na temelju kreative ostvariti svoje poslovne ciljeve gdje uživaju u kreativnom radu. Ovaj tip poduzetnika se pri kupnji najviše usredotočuje na cijenu i preferiraju stvaranje odnosa s provjerenim i pouzdanim dobavljačima.
- Optimizatori čine 21% svih poduzetnika i je njihova generalna karakteristika da uživaju u slobodi i fleksibilnosti uz što ne žele raditi ni za koga drugoga te se najviše usredotočuju na profit. Financijska područja su im jača strana gdje se koriste tehnologijama u svrhu smanjenja troškova i povećanja produktivnosti.
- Radnici čine oko 20% poduzetnika koji će uložiti dodatne napore u svrhu ostvarenja zacrtanih ciljeva kao što su rast poduzeća. U području financija su agresivni što znači da se ne boje rizika kod uzimanja kredita.
- Žongleri su najviše zaokupljeni organiziranjem i vođenjem poslovanja. Svoje poslovanje ne temelje na delegiranju pa stoga sami obavljaju sve poslove. To kao posljedicu rezultira manjak vremena za obavljanje poslova što može dovesti poslovanje do velikih nedostataka. On su energični te pod pritiskom postizanja najboljeg mogućeg ishoda za poslovanje.
- Održavatelji zauzimanju najmanji udio od cijele poduzetničke populacije. Oni svoje poslovanje započinju kupnjom poduzeća ili nasljeđivanjem. Teže prihvaćaju tehnologiju te su najkonzervativniji. Nastoje se zadovoljiti i s ostvarenjem manjih stopa rasta te razumno preuzimaju rizik. Bitan im je balans između poslovnog i obiteljskog života.

2.6.2. Osobine poduzetnika

Kao što je svaki čovjek drugačiji, s drugačijim fizičkim izgledom, stavovima, mišljenjima, načinima rješavanja problema te nekim navikama i osobnosti, tako je i svaki poduzetnik drugačiji. Nalaže se da svatko ima drugačiji put u poduzetničke vode na kojem nekada i presudnu ulogu imaju i osobine tog čovjeka. Profesor David C. McClelland tvrdi da su najpoželjnije osobine za uspješnog poduzetnika:

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

Inovativnost možemo svrstati u osobine poduzetnika koje se najviše cijeni zbog velike prednosti na tržištu. Biti inovativniji od drugih, točnije konkurencije, daje prednost organizacije da se probije u prve redove ka potencijalnim kupcima.

Razumno preuzimanje rizika. Svaka osoba koja ulazi u neki oblik poslovanja sa sobom nosi teret to jest prepreku koja je definirana rizikom. Rizik je sastavni dio pokretanja poduzetničkog pothvata gdje je svaka osoba svjesna gubitka koji je mogući ishod poslovanja. Nitko ne garantira da će neki pothvat uspjeti niti da će propasti. Kako glasi izreka Marka Zuckerberga "Najveći rizik ne poduzima nikakav rizik." (Rizik Citati, bez dat.)

Samouvjerenost je vrlina osoba koja daje poduzetnicima dodatni poticaj da teže onome što su zacrtali te da ne odustaju lako od te ideje. Često dolazi do situacija da su oni uvjereni u ono što žele ostvariti iako je realna situacija lošija od toga. Kako bi bolje usmjerili svoju organizaciju poduzetnici određuju neke elemente koji se odnose na cjelokupno poslovanje, a prema Škrtić (2011.) to su:

- misija
- vizija
- specifična svrha
- strateški ciljevi

Uporan rad. Svaki veliki i uspješan poduzetnik zasigurno je prošao kroz mnoštvo odricanja, neprospavanih noći, propuštenih druženja s obitelji te višesatnog pregovaranja. Uporan rad neizbježan je ako su ambicije poduzetnika takve da želi biti najbolji i bezuvjetno želi ostvariti svoje poslovne ciljeve. Ovo bi se moglo nazvati i jedan od rizika koji se preuzima kod pokretanja vlastitog poslovanja gdje su odgovornost i neprestani rad sastavni dio uspješnog posla.

Postavljanje ciljeva vrlo je bitno kad se gleda pokretanje pothvata. Kako bi se odredilo u kojem smjeru poduzeće želi ići i što želi ostvariti, trebaju se postaviti ciljevi. Najučinkovitija

metoda postavljanja ciljeva je SMART metoda. Ciljevi bi trebali biti realni, mjerljivi, vremenski određeni, specifično određeni te ostvarivi.

Odgovornost kod poduzetnika velika je težina koju u većini slučajeva oni preuzimaju sami na sebe. Problemi koji nastaju i nedostaci do kojih dolazi kod poslovanja najčešće se propisuju odgovornim osobama u poduzeću. One odgovaraju za to iako nekad nije njihova krivica, no to je dio njihove odgovornosti. Uspjeh poduzeća najčešće se ogleda u ostvarenoj dobiti gdje je poduzetnik najvećim udjelom zaslužan za uspješno delegiranje, organiziranje i vođenje.

2.6.3. Poduzetničke strategije

Svako poduzeće koje nastoji bilježiti rast i razvoj vođeno je nekom strategijom koja služi kao vodilja za uspješno obavljanje poslovanja. Kako nam nalaže Hrvatski jezični portal, strategija je utvrđivanje dugoročnih ciljeva poduzeća ili države i način njihova ostvarenja, tj. plan. (Hrvatski jezični portal, bez dat.)

Svaka organizacija zahtjeva drugačiju strategiju upravo zbog ciljeva i samog područja djelovanja. Stoga možemo spomenuti strategiju gospodarskog razvitka, strategiju poduzeća, strategiju proizvođača, strategiju menadžmenta, strategiju tržišta itd. što je jedna od najpoznatijih podjela Druckerovih strategija.

Peter Drucker predstavlja četiri zasebne poduzetničke strategije gdje također naglašava važnost postavljanja strategije za svako poslovanje. Navodi i da se unatoč važnosti i utjecaju na uspjeh ne govori dovoljno o strategijama. Drucker (2001.) predlaže ove strategije:

1. “Tko će brže, tko će više”

Ova strategija se koristi u području gdje je poduzetniku cilj biti lider odnosno vodeći na nekom ekonomskom polju. Drucker smatra da je to gledište pogrešno jer ova strategija snosi najveće rizike i zahtjeva mnogo resursa iako je u slučaju uspjeha vrlo isplativa te je stoga pogodna za velike inovacije. Poduzetnik mora unaprijediti i inovirati svoje proizvode prije konkurencije kako bi bio prepoznatljiv na tržištu. Djelovanje mora biti brzo i učinkovito što zahtjeva velike financijske terete. Također na poduzetniku je da kontrolira cijene svojih proizvoda i prilagođava ih tržištu kako konkurencija ne bih iskoristila priliku za preuzimanje potencijalnih kupaca.

2. “Udri tamo gdje ih nema”

Ova strategija usko je vezana s prvom strategijom jer se ona ogleda kao posljedica njezina rizika. "Udri tamo gdje ih nema" također možemo nazvati i "kreativnom imitacijom" jer se temelji na iskorištavanju tuđe inovacije te preoblikovanju iste zbog loše strategije izvornog kreatora. Potrebno je bolje razumjeti inovaciju te ju maksimalno iskoristiti na tržištu. Ona pruža manji rizik zbog lakše analize tržišta jer je proizvod već bio na tržištu i lako se odrede potrebe i želje kupaca. Iako je rizik manji on postoji u obliku pogrešnog tumačenja trenda te prevelike segmentiranosti tržišta gdje se teško upravlja tim tržištem. Kod ove strategije bitno je da izvorni inovator ne plasira svoj proizvod uspješno.

3. Poduzetnički judo

Ova strategija vođena je predodžbom da se moć protivnika usmjeri protiv njega samoga. Ulazi se na tržišta gdje oni koji su ga stvorili ne mare za njega, ne mare za ulazak novih konkurenata te se time niti ne brane. Drucker navodi da se to događa kada korporacije misle da novi proizvodi ili usluge nisu dovoljno dobri kako bi konkurirali za njihovo poduzeće te kod poduzeća koje pokušavaju osvojiti samo visokoprofitabilni dio tržišta. Cilj strategije je ući na tržište gdje nema prepreka tj. nema "borbe".

4. Strategija tržišnih niša

Ova strategija usmjerena je na kontrolu koja se očituje u stvaranju monopola na nekom tržištu. Bitno je ponuditi proizvod ili uslugu koja ima veliku vrijednost tj. važna je, no drugima ne daje poticaj za natjecanje. Ova strategija dijeli se na strategiju Toll-Gate, strategiju posebnih vještina te posebnu tržišnu strategiju.

5. Strategija promjene ekonomskih karakteristika proizvoda

Kao što i sam naziv strategije govori, temelji ove strategije je promjena neke karakteristike koja predstavlja proizvod kao nešto drugačije, no koristi se već postojeći stari proizvod. Cilj je stvoriti nove kupce za već postojeći proizvod uz dodavanje novog elementa kao što je npr. dodatna usluga uz proizvod. Potrebna je dobra kontrola cijena gdje kupci prihvaćaju dobiveno u odnosu na to što daju. Prodaja mora zadovoljavati uvjete koji su ključni kako bi se što više približili kupcima i shvatili njihov pogled na proizvod. Potrebno je gledati iz kupčeve perspektive i usredotočiti se na ono što daje vrijednost kupcu, a ne proizvođaču.

3. Zeleno poduzetništvo

3.1. Pojmovno određenje

Živimo u dobu kada je održivost i zeleno poslovanje postalo vrlo bitna tema u kojoj se sve više organizacija pokušava uključiti. Počela se cijeniti eko proizvodnja, poslovanje koje ne šteti okolišu i općenito pridjev "zeleno". Priroda se počela sve više opirati, a sve više ljudi usmjerava se na eliminaciju štetnosti za prirodu i okoliš općenito. Ono se odnosi na poslovne aktivnosti koje imaju za cilj smanjiti negativan utjecaj na okoliš i pridonijeti održivosti. Ovaj pristup poduzetništvu naglašava inovacije i tehnologije usmjerene na očuvanje okoliša, učinkovito korištenje resursa, smanjenje emisija stakleničkih plinova i zaštitu prirodnih ekosustava.

Kako bi se najbolje definiralo zeleno poduzetništvo moramo uzeti u obzir mnoge utjecaje i posljedice istog. Ciljevi zelenog poduzetništva usmjeruju aktivista na smjer u kojem mora ići i kako doći do stadija poslovanja gdje se može nazvati "zelenim poduzetnikom".

Gustav Berle (1991.) definira zeleno poduzetništvo kao preuzimanje odgovornosti za stvaranje svijeta o kojem sanjamo. Berle tek 90-tih godina kao prvi autor koji pokušava definirati zeleno poduzetništvo daje javnosti materijala da se osvijesti o njegovoj važnosti. Prema OECD-u (2011.) koncept zelenog poduzetništva je poprilično nov, a veću pažnju počeo je dobivati 1990-ih godina. Sve je veći interes poduzeća za takvo usmjerenje koje daje više ciljeve za poduzeće, okolinu i društvo. Prema Kosi, kako navodi Ostroški (2020.), zeleno poduzetništvo karakterizira to što svoje poslovanje zasniva na prijateljskom odnosu prema okolišu, prirodi i biološkoj raznolikosti. Poduzetništvo koje se temelji na zaštiti okoliša i očuvanju prirodnih resursa u porastu je u cijelom svijetu, a ujedno je sukladno svim razvojnim strategijama Ujedinjenih naroda, Europske unije i Republike Hrvatske.

Gibbs i O'Neill (2012.) navode da zeleni poduzetnici pokazuju drugačiji, aktivistički pristup poduzetništvu, o čemu svjedoče donacije u ekološke svrhe, povoljni radni uvjeti zaposlenika, interes za šire društvene teme i zabrinutost za dugoročniji utjecaj poslovnih aktivnosti na okoliš. Kosa navodi da zeleno poduzetništvo danas ima veliki tržišni potencijal i pokazuje stabilnost u vremenu krize (Ostroški, 2020).

Bahtijarević-Šiber (2008.) definirala je podjelu koja se odnosi na stupnjeve ekološke svijesti i odgovornosti poduzeća u pogledu zelenog poslovanja. „Navodi četiri glavna pristupa, a to su:

- Zakonski pristup problemima okoliša – poduzeća rade ono što je zakonski propisano poštujući zakone, pravila i propise dok s druge strane vode relativno malu brigu o ekološkim problemima.
- Tržišni pristup problemima okoliša – poduzeća povećavaju svoju ekološku svijest te odgovaraju preferencijama svojih kupaca nudeći im ekološki prihvatljive proizvode i ambalažu uglavnom da bi zadovoljila svoje potrošače i opstala na konkurentnom tržištu.
- Pristup interesno-utjecajnih grupa problemima okoliša – poduzeća rade kako bi udovoljile ekološkim zahtjevima više dionika (zaposlenika, dobavljača i zajednice).
- Aktivistički pristup – predstavlja najviši stupanj ekološke odgovornosti gdje poduzeća traže načine da poštuju i čuvaju okoliš i budu aktivno društveno odgovorna.“

Pristupi nastoje dati poduzetnicima usmjerenje i pomoć za definiranje u kojem su stanju te kako napredovati. Važnost aktivnog djelovanja na području zelenog poduzetništva nemoguće je dovoljno naglasiti, stoga je najbolje djelovati.

3.2. Načela

Načela kao temelj za poticanje nečeg ili definiranje izvedbe, kod zelenog poduzetništva i održivosti, nastoje se provoditi prema izvješću “Caring for the Earth” koje utvrđuje devet načela. Ona sadrže etičke osnove, kriterije te smjerove koje je potrebno pratiti kako bi se ostvarila održivost. Prema Črnjaru (2009.) u temeljna načela spada:

1) **„Poštovanje i briga za životnu zajednicu.** Ovo načelo se temelji na poštovanju i brizi za ostale ljude i za ostale oblike života, sada i u budućnosti. To je etičko načelo. Razvoj se ne smije odvijati na zlo drugih ljudi ili kasnijih naraštaja, niti smije ugroziti opstanak ostalih vrsta. Korist i troškovi od uporabe resursa i zaštite okoliša trebaju se pravedno podijeliti među različitim zajednicama i interesnim skupinama, među siromašnima i bogatima, te među našim naraštajem i onima koji će doći poslije nas.

2) **Poboljšanje kakvoće života.** Cilj je razvoja da poboljša kvalitetu ljudskog života. Razvoj treba omogućiti ljudima da ostvare svoju sposobnost i da imaju dostojanstven život. Gospodarski je rast dio razvoja, ali ne može biti isključivi cilj i ne može se odvijati u nedogled. Iako se ciljevi postavljeni za razvoj razlikuju, neki su ciljevi gotovo univerzalni. To su dug i

zdrav život, obrazovanje, dostupnost resursa potrebnim za doličan standard življenja, politička sloboda, zajamčena ljudska prava i sloboda od nasilja. Razvoj je stvaran samo ukoliko čini naše živote boljima u svim pogledima.

3) **Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje.** Razvoj se mora temelji na zaštiti okoliša; mora pružiti zaštitu strukturi, funkcijama i raznolikosti prirodnih sustava svijeta o kojima naša vrsta ovisi. U tu je svrhu potrebno:

- Zaštititi sustave za održavanje života. Ekološki su procesi koji održavaju planet prikladnim za život. Ti procesi oblikuju klimu, pročišćavaju zrak i vode, reguliraju protok voda, recikliraju osnovne elemente, stvaraju i regeneriraju tla i omogućuju ekosustavima da se sami obnavljaju;

- Zaštita bioraznolikost uključuje sve vrste biljaka, životinja i ostalih organizama; raspon genetskog fonda unutar svake vrste, te raznolikost ekosustava;

- Osigurava održivost korištenja obnovljivih resursa. Ti resursi uključuju tla, divlje i udomaćene organizme, šume, pašnjake, obradiva zemljišta te morske i slatkovodne ekosustave koje podržavaju uzgoj riba. Uporaba se smatra održivom, ukoliko se odvija u okviru kapaciteta resursa za regeneracijom.

4) **Minimiziranje iscrpljivanja neobnovljivih resursa.** Iscrpljivanje neobnovljivih resursa, kao što su minerali, nafta, plin i ugljen, mora se svesti na minimum. Premda se ovi resursi ne mogu koristiti na održivi način, njihov se životni vijek može produžiti, na primjer recikliranjem manjom uporabom resursa za stvaranje određenog proizvoda ili prelaskom na obnovljive zamjene gdje god je to moguće. Ovi su postupci prijeko potrebni kako bi Zemlja bila u stanju podržavati nove naraštaje ljudi i omogućiti im život odgovarajuće kvalitete.

5) **Poštovanje granica prihvatnog kapaciteta Zemlje.** Granice "prihvatnog kapaciteta" ekosustava Zemlje unutar kojih sustavi, kao i biosfera, mogu podnijeti nepovoljne utjecaje, a da pritom ne dolazi do opasne degradacije, ograničeni su. Ove se granice razlikuju od regije do regije, a utjecaji ovise o broju ljudi te o količini hrane, vode, energije i sirovina koju svaka osoba koristi odnosno rasipa. Politika kojom se ljudska populacija i životni uvjeti nastoje dovesti u ravnotežu s prihvatnim kapacitetom Zemlje mora se nadopunjavati tehnologijama kojima se taj kapacitet povećava pravilnim gospodarenjem.

6) **Promjene u osobnim stavovima i postupcima.** Radi usvajanja etike za održivo življenje, ljudi moraju preispitati svoje vrijednosti i promijeniti svoje ponašanje. Društvo mora promicati one vrijednosti koje podupiru takvu etiku te destimulirati one koje nisu usklađene s održivim načinom života. Nužno je širiti informacije putem formalnog i neformalnog obrazovanja kako bi svi imali spoznaje o aktivnostima koje je potrebno poduzimati.

7) **Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu.** Zajednice i lokalne skupine predstavljaju najjednostavnije kanale putem kojih ljudi mogu izraziti svoju zabrinutost te poduzeti mjere radi stvaranja stabilnog, održivog društva. Međutim, zajednicama su, kako bi mogle djelovati, potrebna ovlaštenja, moć i znanje. Ljudi koji se sami organiziraju kako bi činili svoje zajednice održivima, djelotvorna su sila bez obzira je li njihova zajednica bogata, siromašna, gradska, prigradska ili ruralna.

8) **Stvaranje nacionalnog okvira za integraciju razvoja i zaštite.** Da bi društvo moglo napredovati na racionalan način, mora imati bazu informacija i znanja, pravni i institucijski okvir te dosljednu gospodarsku i društvenu politiku. Nacionalni program za postizanje održivosti mora uključivati sve interese te nastojati prepoznati i spriječiti probleme prije nego što se pojave. Mora bi prilagodljiv i neprekidno preusmjeravati svoj put kao odgovor na nova iskustva i potrebe.

9) **Stvaranje globalnog saveza.** Globalna će održivost ovisiti o čvrstom savezu među svim državama. No, razine razvijenosti u svijetu nisu jednake te se državama s nižim prihodima mora pomoći kako bi razvijale održivost i zaštitile svoj okoliš. Globalnim i zajedničkim resursima, a posebno atmosferom, morima i zajedničkim ekosustavima, može se gospodariti isključivo temeljem zajedničkog cilja i nakane. Etika skrbljenja primjenjuje se na međunarodnoj, nacionalnoj i osobnoj razini. Nijedna država nije samodostatna. Svi mogu imati korist od globalne održivosti, ali svi će biti ugroženi ako se ne postigne takva održivost.”

3.3. Elementi zelenog poduzetništva

Vasiliki A. Basdekidou (2017.) u svojoj literaturi navodi neke osnovne pojmove koji su dio zelenog djelovanja, u ovom slučaju zelenog poduzetništva. On to definira kao zelene CSR/CSE kategorije:

Zelena infrastruktura: Zelena gradnja je moderni koncept dizajna u arhitekturi i građevinska praksa u inženjerstvu povećanja učinkovitosti zgrada i njihove upotrebe energije, vode, drva i drugih materijala; kao i smanjenja utjecaja zgrada i utjecaja na ljudsko zdravlje i okoliš.

Zeleni proizvod: Zeleni proizvodi (obično prirodni i organski proizvodi) također su prehrambeni i neprehrambeni proizvodi koji su uključeni (proizvedeni, obrađeni i transportirani) u skladu sa zakonima, propisima, mjerilima i sporazumima koji obično isključuju sastojke i/ili proizvodne metode i tehnike nečistoća, otrova, toksičnih tvari, toksina, zagađivača i štetnih kemikalija.

Zelena usluga: Zelene usluge su koncept, dogma ili praksa dinamičnog i učinkovitog djelovanja (uključujući izravne i neizravne radnje) koje su uključene, dizajnirane, proizvedene i obrađene kao sredstvo za postizanje osobnih, političkih, kulturnih i društvenih usluga.

Zeleni transport: Zeleni prijevoz bitan je dio urbanog i suburbanog dizajna i stvaranja gradova pogodnih za život, krajolika i ruralnih područja. Postoji niz korisnih oblika zelenog prijevoza koji podržavaju i unapređuju pješački urbanizam. Ove opcije zelenog prijevoza olakšavaju nam živote, smanjuju prometne gužve, smanjuju ljudsku ovisnost o vozilima (automobilima i autobusima), nafti ili plinu, sigurnije su i jeftinije, pomažu u očuvanju gradova, okoliša i planeta Zemlje te čine život zabavnijim i zdravim! Najzeleniji i najodrživiji oblici prijevoza su vlakovi, bicikli i pješačenje. Neki od najboljih i najbržih svjetskih vlakova u prometu su više od 30 godina u SAD-u, više od 25 godina u Europi i više od 40 godina u Japanu. To uključuje inovativne brze vlakove kao što su futuristički Eurostar, francuski TGV, japanski brzi vlak, itd.; kao i regionalne vlakove, metro, laku željeznicu, tramvaje, trolejbuse, tramvaje i vozila za kretanje ljudi. Čisti električni vlakovi glavni su oblik svakodnevnog prijevoza u brojnim zemljama i najsnažniji su izbor prijevoza koji može riješiti ozbiljne probleme mobilnosti, putovanja, energije, okoliša, kretanja, gospodarstva, zdravlja i društvenih problema na globalnoj razini.

Zeleni IT: zelena informacijska tehnologija ili informacijska tehnologija sa zelenom funkcionalnošću je teorija i praksa ekološki održivog računalstva. Koncept Green IT ima za cilj minimizirati negativan utjecaj IT operacija na okoliš projektiranjem, proizvodnjom, radom i odlaganjem računala, perifernih uređaja i proizvoda povezanih s računalima na ekološki prihvatljiv način. Motivi koji stoje iza zelenih IT praksi uključuju: smanjenje upotrebe opasnih materijala, maksimiziranje energetske učinkovitosti tijekom životnog vijeka proizvoda i promicanje biorazgradivosti neiskorištenih i zastarjelih proizvoda.

Zeleni ICT: informacijska komunikacijska tehnologija sa zelenom funkcionalnošću je teorija i praksa ekološki održivog umrežavanja računala. Zeleni ICT ima za cilj minimizirati negativan utjecaj ICT operacija na okoliš projektiranjem, proizvodnjom, radom i odlaganjem računala, mrežnog hardvera i proizvoda povezanih s računalima na ekološki prihvatljiv način.

3.4. Zeleno tržište

Zeleno tržište odnosi se na ekonomski smjer koji podrazumijeva trgovinu i poslovanje koje je usmjereno na održivost, zaštitu okoliša i društvenu odgovornost. Uključuje cirkuliranje zelenih proizvoda i usluga kroz tržište. Kako se bilježi sve više zelenih poduzeća tako i tržište sve više raste. Colijn (2014.) također navodi pojam zelenih poslova te objašnjava da se definicije tog pojma kreću od vrlo uskih, samo gledajući na poslove koji aktivno poboljšavaju uporabu obnovljivih izvora energije, do vrlo širokih koji uključuju i radna mjesta koja koriste održive tehnologije.

Europska unija naporno radi kako bi se postigla ravnoteža između gospodarskog rasta i potrebe za zaštitom okoliša te si je postavila izazovne ciljeve za smanjenje emisija stakleničkih plinova, povećanje energetske učinkovitosti te promicanje obnovljivih izvora energije i smanjenje otpada. To je dovelo do pojave širokog spektra zelenih poslova, odnosno poslova kojima se pridonosi očuvanju okoliša ili vraćanju okoliša u prvobitno stanje. Zelenim poslovima smatraju se oni koji doprinose očuvanju ili obnovi okoliša. Mogu uključivati poslove kojima se pomaže u zaštiti ekosustava i bioraznolikosti ili smanjuje potrošnja energije i sirovina te smanjuje otpad i zagađenje (OSHA, bez dat).

3.5 Zeleno gospodarstvo

„Zeleno gospodarstvo kao relativno novi pojam ima mnogo definicija, ali najopćenitije možemo reći da je osnova svakog zelenog gospodarstva održivo korištenje postojećih resursa (prvenstveno prostora kao temeljne osnovice, te hrane, vode i energije) i (ukoliko je moguće) stvaranje novih resursa pažljivim i razumnim korištenjem novih tehnologija.“(Društvo bibliotekara Istre, bez dat.)

Generalno je cilj poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, održivosti procesa i sustava djelovanja sudionika u gospodarstvu (proizvodnja, potrošnja) te održive inovacije za

očuvanje okoliša. Uključivo zeleno gospodarstvo razvilo se iz ranijih radova na zelenom gospodarstvu. Najjednostavnije rečeno, takvo je gospodarstvo s niskim otiskom ugljika, učinkovito i čisto u proizvodnji, ali i uključivo u potrošnju i ishode, na temelju dijeljenja, cirkularnosti, suradnje, solidarnosti, otpornosti, mogućnosti i međuovisnosti. Ono je usmjereno na proširenje mogućnosti i izbora za nacionalna gospodarstva, koristeći ciljanu i odgovarajuću fiskalnu i socijalnu zaštitu politikama i potpomognuto jakim institucijama koje su posebno usmjerene na zaštitu socijalnog i ekološkog blagostanja.

Konačno, uključivo zeleno gospodarstvo mora omogućiti ne samo radna mjesta i prihode, već i benefite za naše zdravlje, naš okoliš i našu budućnost. Ovo je naš zajednički izazov: stvaranje uvjeta za povećani prosperitet i rastuću društvenu jednakost unutar kontura ograničenog i krhkog planeta, navodi Achim Steiner (2015).

4. Poduzetništvo u Međimurju

U pogledu razvijenosti, sam sjever Hrvatske koji uključuje i Međimurje, spada među najrazvijenija područja RH. Lokacijski je smješteno na samom "vrhu" te time predstavlja "vrata Hrvatske" ka Europi. To područje reljefno je vrlo pogodno za razvoj raznolikih djelatnosti koja se ističu kao najbitnije za razvoj Županije. Sama činjenica da se nalazi između dvije rijeke Drave i Mure, asocira na plodnost i razvijenost. Međimurje je prostorno vrlo mala županija s visokom gustoćom naseljenosti od 155,99 st/km² (2021. god). Stanovnici su poznati kao vrlo radišni što se može očitati iz mnoštva otvorenih malih poduzetništva i obrta te inovacija. Iz statističkog godišnjaka "Međimurska županija u brojkama" (2022.) može se iščitati da Međimurje ima 7.064 registriranih poslovnih subjekata. Od toga 1.513 je registrirano kao obrt. Što se tiče strukture obrta prema djelatnosti najzastupljenije je proizvodno obrtništvo koje uključuje proizvodnju od drveta, tekstila, metala, gume i plastike, proizvodnju električne opreme te prehrambenu proizvodnju. Na drugom mjestu zastupljene su intelektualne usluge (informatičke usluge, računovodstvo, poslovno savjetovanje...), zatim slijede građevinarstvo i trgovina na malo. Od trgovačkih društva u 2021. godini bilježi se ukupno 5.434 registriranih te 3.374 aktivnih poduzeća.

Tablica 1. Trgovačka društva prema pravnim ustrojbenim oblicima u Međimurskoj županiji

	Trgovačka društva - ukupno		Jednostavna društva s ograničenom odgovornošću		Društva s ograničenom odgovornošću		Ostali oblici	
	Registrirana	Aktivna	Registrirana	Aktivna	Registrirana	Aktivna	Registrirana	Aktivna
2016.	4.819	2.994	1.067	802	3.697	2.156	55	36
2017.	4.444	3.095	1.207	903	3.183	2.156	54	36
2018.	4.607	3.269	1.348	1.042	3.207	2.196	52	31
2019.	4.901	3.233	1.507	1.024	3.343	2.180	51	29
2020.	5.165	3.366	1.650	1.075	3.464	2.265	51	26
2021.	5.434	3.374	1.788	1.092	3.595	2.257	51	25

(Izvor: Vlastita izrada autorice prema: Državni zavod za statistiku)

Tablica prikazuje trgovačka društva prema pravno ustrojbenim oblicima gdje se ustroj dijeli na društvo s ograničenom odgovornošću, jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću te ostali oblici. Možemo primjetiti da ukupni broj otvorenih trgovačkih društava raste kao i svaki pojedini oblik ustrojstva osim ostalih oblika čiji je broj pao na 51 u 2021. godini. Najzastupljenija su društva s ograničenom odgovornošću za što je uzrok najvjerojatnije napredovanje poduzeća te prelazak iz jednostavnog društva u društvo s ograničenom odgovornošću, poticaji županije za pokretanje poduzeća ili financijska mogućnost pojedinca ili skupine (visoka razvijenost).

Zeleno poduzetništvo na području Međimurske županije postupno se sve više razvija te se sve više poduzeća okreću ekološkom poslovanju. Tehnix i Humana Nova poduzeća su koja se ističu na tržištu u području u kojem djeluju te su primjer drugima za inovativno razmišljanje. Također ta dva poduzeća imaju mnogo sličnosti i razlika no najzanimljivija je njihova suradnja koja se ogleda kroz Tehnix krpe gdje Humana Nova iskorišteni pamuk reže na veličine koje su pogodne Tehnixu za korištenje u proizvodnji.

4.1. Tehnix

Tehnix je hrvatsko poduzeće koje je specijalizirano za razvoj i proizvodnju opreme za upravljanje otpadom, recikliranje i slične okolišne tehnologije. Poduzeće vodi glavnu riječ na području eko industrije. Tvrtka je osnovana u Donjem Kraljevcu, u Međimurskoj županiji gdje i dan danas djeluje, a uređena je kao društvo s ograničenom odgovornošću. Od svojeg osnivanja, Tehnix je postao prepoznatljiv i cijenjen u industriji održivog upravljanja otpadom. Osnovan je 1991. godine. Osnivač tvrtke je gospodin Đuro Horvat, koji je prepoznao potrebu za inovativnim tehnologijama u području upravljanja otpadom. Tvrtka se tijekom godina razvijala i proširila svoj asortiman proizvoda koji se koristi diljem države i svijeta.

4.1.1. Ciljevi organizacije

Ciljevi organizacije pružaju usmjerenje svih aktivnih sudionika poslovnja da rade na njihovom ostvarenju te da vode poslovanje u pravom smjeru.

1. razvoj tehnologija za postizanje održivog razvoja i cirkularne ekonomije
2. probuditi svijest o važnosti recikliranja i brige za okoliš
3. širenje svoje inovacije na cijeli svijet
4. aktivacija lokalnih uprava za odlaganje i recikliranje otpada

4.1.2. Djelatnost i proizvodi

Tehnix se bavi proizvodnjom različitih vrsta opreme za upravljanje otpadom. To uključuje strojeve za sortiranje i obradu otpada, kompostane za razgradnju organskog otpada, prešaone za komprimiranje otpada radi lakšeg transporta i recikliranja te druga tehnološka rješenja. Poduzeće kontinuirano radi na razvoju novih tehnologija i rješenja koja pridonose efikasnom upravljanju otpadom i zaštiti okoliša. Održivost je važan aspekt poslovanja Tehnixa. Njihova rješenja pomažu smanjiti negativne utjecaje na okoliš, promovirajući recikliranje i

pravilno upravljanje otpadom. U Donjem Kraljevcu Tehnix je svoju proizvodnju delegirao na 10 zasebnih proizvodnih tvornica/zgrada koje proizvode isključivo za izvoz. Kompanija sve proizvode proizvodi po vlastitim projektima te je to najveći izazov koji je rezultirao razvojem preko 320 proizvoda. Proizvodi su u funkciji zaštite prirode tj. reciklažnih procesa koji pružaju stalni održiv razvoj. Kao glavni problem, direktor Tehnixa navodi potrebu za otvaranjem ciklusa investicija kako bi lokalna uprava i lokalna poduzeća preuzela odgovornost nad gospodarenjem otpadom (npr. Krk, Prelog). Također navodi se problem spore birokracije RH koja koči projekte i natječaje u ostvarenju ekoloških ciljeva u pogledu zbrinjavanja otpada.

Tehnix nudi mnoge proizvode i usluge koji zadovoljavaju uvjete i potrebe za ekološkim rješenjima. Besplatno se daju idealna rješenja za koje se trebaju raspisati javni natječaj. Na temelju tog natječaja lokalne uprave dobivaju sredstva koja se projektiraju za prava rješenja.

Širok spektar proizvoda ogleda se u nekoliko glavnih područja, a to su: oprema i tehnologija za gospodarenje otpadom, tehnološka rješenja za zaštitu voda, separatori i mastolovi za otpadne vode, gospodarenje naftnim derivatima, ekomunal, modularna arhitektura te tipske hale raznih namjena.

Razvijena je i MO-BO-TO kao najbolja tehnologija za reciklažu otpada. Kroz tu tehnologiju otpad postaje resurs koji je dalje iskoristiv u gospodarske svrhe, a dobiva se 8 vrsta sirovina, eko kompost i RDF gorivo. MO-BO-DO je tehnologija sortiranja otpada koja zahtjeva sortirnicu. Ona omogućuje sto posto čiste frakcije pojedinih vrsta otpada, a troši se znatno manje energije od 0,300 MW (Dr.-Ing. Viktor Simončič, 2023).



Slika 1. MO-BO-TO tehnologija (MO-BO-TO tehnološki proces, bez dat.)

4.1.3. Utjecaj na zajednicu

Poduzeće surađuje s partnerima i klijentima diljem svijeta, omogućujući širenje svojih tehnologija i rješenja na globalnoj razini. To pruža državi i županiji mogućnost za dobar glas

izvan granica. Tehnix zapošljava stručnjake iz različitih područja uključujući inženjere, tehničare i druge stručnjake, koji doprinose razvoju i proizvodnji visokokvalitetnih okolišnih tehnologija. Tehnix promiče svijest o važnosti održivog upravljanja otpadom i aktivno sudjeluje u edukativnim i društveno odgovornim inicijativama. Tehnix broji oko 550 radnika koji su većinom iz Donjeg Kraljevca ili okolnog područja. To predstavlja visoku razinu zaposlenosti lokalnog stanovništva. Poduzeće samo po sebi ima velik utjecaj na okolinu kao što je već prije spomenuta visoka zaposlenost stanovništva što posljedično rezultira većim životnim standardom i mogućnostima. Poduzeće je prihvaćeno od strane lokalne okoline što daje dodatni poticaj za napredovanje, a ima i podršku i povjerenje svojih sugrađana.

4.1.4. Certifikati

Politika kvalitete Tehnixa ogleda se i dokazuje kroz niz certifikata koji predstavljaju potvrdu o njihovoj kvalitetu i smjeru poslovanja. Poslovanje je ekološki usmjereno stoga je kvaliteta i način proizvodnje vrlo bitan segment za partnere i suradnike. Tehnix certifikati:

- ISO certifikat 14001 2015 - Razvoj, proizvodnja i održavanje opreme za zaštitu okoliša, gospodarenje naftnim derivatima i poslovno-stambenih kontejnera. Proizvodnja proizvoda specijalne namjene za elektroenergetiku i dr.
- ISO certifikat 9001 2015 - Razvoj, proizvodnja i održavanje opreme za zaštitu okoliša, gospodarenje naftnim derivatima i poslovno-stambenih kontejnera. Proizvodnja proizvoda specijalne namjene za elektroenergetiku i dr.
- Certifikat o sposobnosti za izvođenje zavarivačkih radova - prema HRN EN ISO 3834-3:2007
- Certifikat o sukladnosti tvorničke proizvodnje - odnosi se na zavarivanje u pogonu, mehaničke spojne elemente te antikorozivnu zaštitu
- Certificate of Quality Requirements Compliance for Fusion Welding According to HRN EN ISO 3834-3:2007 - za kontejnere svih vrsta, čelične konstrukcije, oprema za zaštitu voda i okoliša
- Certifikacija Tehnix panela

4.2. Humana Nova

Humana Nova je hrvatsko poduzeće sa sjedištem u Čakovcu. Organizacije je definirana kao neprofitno poduzeće (od 2015.) što znači da sva ostvarena dobit služi za ulaganje u poduzeće i njeno unapređenje. Glavna djelatnost je proizvodnja odjeće od odbačenog tekstila i njezina prodaja te obrada i recikliranje tekstila. Također važno je spomenuti da se glavna usmjerenja usredotočuju na područja okoliša, društva i ekonomije.

Poduzeće je osnovano 2011. godine u sklopu projekta ESCO - "Edukacija za socijalno zadržavanje - nove mogućnosti za osobe s invaliditetom" te djeluje kao zadruga. Takvim uređenjem daje se prilika vanjskim osobama i zaposlenicima da budu dio organizacije. Time se daje pravo na sudjelovanje pri donošenju odluka u sklopu poduzeća.

4.2.1. Ciljevi organizacije

Ciljevi jasno su definirani, no njihov glavni cilj je unutarnje zadovoljstvo te rad sa višom svrhom, kazala je jedna od zaposlenica. Neki od ciljeva koji se mogu istaknuti su:

1. povećanje broja zaposlenih s invaliditetom i osoba iz marginaliziranih skupina
2. smanjenje siromaštva
3. povećanje količine recikliranja otpada - tekstila
4. širenje glasa o važnosti održivosti
5. bolji životni standard svojih zaposlenika
6. poslovanje s višom životnom svrhom

Poduzeće ide u dobrom smjeru te kroz godine sve više nastoji ostvarivati postavljene ciljeve i strategiju poslovanja. Važnost ciljeva je da vode zaposlenike ka napretku te da daju svijest o tome za što zapravo rade i čime trebaju težiti.

4.2.2. Proces proizvodnje

Humana Nova u svojoj proizvodnji ima podjelu na dva sektora. Sektor u kojem se prikuplja tekstil, razvrstava se te obrađuje naziva se sortirnica, a drugi sektor je šivaona. U šivaoni radi najveći broj ljudi koji spajaju dijelove tekstila te kreiraju razne odjevne predmete i modne dodatke.

4.2.3. Sortirnica

Kako bi se poslovanje nesmetano odvijalo sortirnica je prva postaja u kojoj se pribavlja materijal. Humana Nova ima više metoda prikupljanja materijala kao što je: skupljanje materijala koji se direktno donosi u Humana Novu, prikupljanje kroz suradnje s drugim poduzećima tako da se postavljanju kontejneri, prikupljanje u reciklažnim dvorištima komunalnih poduzeća koje su sklopile suradnju s Humana Novom (dovoze tekstil) te suradnje s školama. Također u sklopu skupljanja tekstila održavaju se razne akcije prikupljanja koje su se pokazale kao dobar izvor dobivanja materijala.

Nakon što se materijal prikupi i dopremi u sortirnicu radnici rade podjelu odjeće na nosivu i ne nosivu odjeću. Nosiva odjeća služi za preprodaju odnosno stavlja u second-hand dućan gdje dobiva novu vrijednost i priliku za novo ostvarenje. U sklopu toga provodi se re-use odnosno ponovna upotreba odjeće koja je još nosiva i koja bi bila veliki oportunitetni trošak da se baci i ne iskoristi.

Materijal koji je neiskoristiv može se podijeliti na iskoristiv pamuk te neiskoristiv ostali materijal. Od neiskoristivog pamuka režu se industrijske krpe koje služe za prodaju u proizvodni/industrijski sektor drugim poduzećima. Takve krpe vrlo su korisne u metalnoj industriji, a jedna od vrsta su i Tehnix krpe. Također se izdvaja i repromaterijal za izradu recikliranih proizvoda.

Kod izdvajanja repromaterijala važno je naglasiti kako je to pokretač jedne od najvažnijih suradnji Humana Nove. Regeneracija non-wovens d.o.o. iz Zaboka je poduzeće koje se bavi recikliranjem tekstilnog materijala te se njegovom preradom dobiva filc ili netkani tekstil. Proces suradnje kreće kada Humana Nova šalje prikupljeni i sortirani materijal u Zabok što zbog lokacijske blizine ne predstavlja veliki trošak ni za jedno poduzeće. Nakon toga u Regeneraciji taj materijal prolazi kroz proces recikliranja do točke kada se stavlja u rolane bale te se otprema u Humana Novu. U Čakovcu radnici u sortirnici odmotavaju filc te ga režu na određene dimenzije nakon čega se materijal pakira u ambalaže te preša. Po završetku odrađenog procesa u Humana Novi pakirani materijal se natrag šalje u Zabok kako bi se provela finalna prodaja. Ova suradnja stvara mnoge benefite za oba poduzeća u pogledu smanjenja troškova i povećanja vrijednosti. Kod Regeneracije je to smanjenje troškova plaćanja radnika jer im je to neisplativ pothvat dok za Humana Novu to znači prilika za zapošljavanje još ljudi uz već postojeći pogon i prostor za rad.



Slika 2. Suradnja u brojkama (Suradnja s Regeneracijom non-wovens u brojkama, bez dat.)

Humana Nova također radi na prototipu-mobilnom sustavu odnosno projektu za ekološko sagorijevanje materijala koji se ne može iskoristiti ni u kojem pogledu regeneracije ili daljnjeg iskorištavanja u Humana Novoj. Neadekvatna briga i ne ekološko sagorijevanje takvog otpada predstavlja veliki problem za okoliš. Kod prikupljanja materijala Humana Nova naglašava pamuk kao glavnu sirovinu za daljnju obradu, no često se u sortirnici pronađu pernati proizvodi, plišanci, obuća, odjeća od kože te mokri i pljesnivi komadi čime poduzeće ne može raspolagati odnosno iskoristiti ga.

4.2.4 Šivaona

Drugi sektor proizvodnje je šivaona koja ima veću ulogu u području prodaje i ekonomskog smjera poduzeća. Usko je povezana s prodajnim sektorom točnije web-shopom preko kojeg se izvršava najveći dio prodaje za krajnje javne kupce. Djeluje se na širokom tržištu tj. segmentacija je slaba zbog proizvoda i same ponude. Ponuda proizvoda ovisi o materijalima koje Humana Nova u tom trenutku ima i kako raspolaže tim materijalima.

Proizvode se odjevni komadi i torbe za poslovni sektor. Na tom području poduzeća angažiraju Humana Novu za šivanje torbi za svoje zaposlenike, šivanje radnih uniformi pa se u ponudi nalaze i personalizirani tekstilni proizvodi, sponzorski paketi, razne pamučne majice, platneni promo materijali itd. U šivaoni je zaposlen veći broj radnika koji dizajniraju, slažu i šivaju odjeću i torbe za prodaju. Svi materijali koji se koriste u proizvodnji su eko certificirani ili reciklirani.



Slika 3. Šivaona (Proizvodni pogon – šivaona, bez dat.)

Također se organiziraju radionice i edukativna događanja o recikliranju tekstila i šivanju gdje se uči kako reciklirati materijal i ujedno probuditi kreativnu stranu sebe. Takvi pothvati najčešće se realiziraju u sklopu škola i vrtića gdje se kod djece pokušava probuditi svijest o važnosti brige za okoliš te u raznim poduzećima u pogledu Team Buildinga gdje radnici kroz druženje i zabavu uče kako šivati i biti ekološki osviješten.

4.2.5. Društvo

S društvenog aspekta Humana nova djeluje kao društveno odgovorno poduzeće za radnu integraciju i ponovnu uporabu. Primjer je održivosti koja postaje jedna od ključnih elemenata u svih poduzećima. Zapošljavaju se osobe s invaliditetom te osobe iz marginaliziranih skupina. Također jedan od ciljeva je i smanjenje siromaštva te održivom razvoju lokalne zajednice Međimurske županije.

Trenutno je u Humana Novoj zaposleno 46 radnica i radnika od kojih je 26 osoba s invaliditetom te se 14 osoba smatra pripadnicima marginaliziranih skupina. Za te osobe ovakva prilika pruža šansu za bolji život i ostvarenju potpunosti života. Jedna od radnica spominje da pojedini zaposlenici odbijaju odlazak na godišnji odmor jer njima ovaj posao znači više od samog radnog mjesta jer se tamo stvara mala/velika obitelj. Kroz rad podiže se razina zadovoljstva sobom te ostvaruje se zarada koja omogućuje normalan i lagodan život (bez siromaštva).



Slika 4. Radnici Humana Nove (Radnici Humana Nove, bez dat.)

Za društvo to predstavlja manju nezaposlenost te uključenost svih osoba u radni sektor bez obzira na ograničenja.

4.2.6. Ekonomija

Područje ekonomije usko je povezano s odjelom prodaje gdje se provodi ekonomski aspekt poduzeća. Šivaona je sektor u kojem nastaju finalni proizvodi koji iz poduzeća izlaze kao zarada. Dio ukupne dobiti se ulaže u očuvanje radnih mjesta, staranje novih i daljnji razvoj. Važnost se daje na ulaganju u zaposlenike i širenje poslovanja u sklopu dobrobiti za zajednicu. Prihod koji se ostvaruje generalno proizlazi iz direktne prodaje preko web shopa, putem Humana Nova second hand-a ili prodaja poslovnom sektoru.

Poduzeće provodi i politiku kvotnog zapošljavanja. Po zakonu poslodavci s više od 20 zaposlenih obvezni su zaposliti osobe s invaliditetom u suprotnom plaćaju penale. Humana Nova kvotnim zapošljavanjem pruža mogućnost poduzećima da surađuju i uspostave zamjensku kvotu. S obzirom na činjenicu da Humana Nova ima više od 50% zaposlenih osoba s invaliditetom poduzeća mogu realizirati zamjensku kvotu te ugovorom o poslovnoj suradnji omogućiti osobama s invaliditetom priliku za rad.

Doprinos se nastoji ostvarivati i u području pravedne trgovine. Pravedna trgovina je pokret koji je nastao s ciljem smanjenja globalnog siromaštva, unapređenjem uvjeta života najsiromašnijih lokalnih zajednica u nerazvijenim zemljama i očuvanja okoliša. Humana Nova je podržava kroz nabavljanje novih materijala lokalno ili iz drugih zemalja, ali smo eko

certificirane. To podiže kvalitetu proizvoda i doprinosi pravednoj trgovini ("Fair Trade: Pravedna trgovina za pravedniji svijet", 23.01.2014.)

4.2.7. Okoliš

Ekološki aspekt poslovanja Humana Nove ogleda se već dosta u spomenutim područjima. Najveći dio odnosi se na sustave gospodarenja otpadom.

Sakupljanje neopasnog otpada i uporaba neopasnog otpada te zbrinjavanje istog glavna su aktivnosti koje se provode u sklopu sustava gospodarenja otpadom. Postupak gospodarenja otpadom počinje kod samog prikupljanja otpada pa prelazi na prihvata otpada, razvrstavanje otpada te privremeno skladištenje otpada. Kod proizvodnje se koriste eko certificirani pamuk čijim se korištenjem podiže svijest o očuvanju okoliša ali i sama kvaliteta.

Humana Nova je poduzeće koje ima zaokruženi proces gospodarenja otpadom kroz prikupljanje otpada, njegovu obradu pa sve do ponove uporabe i prodaje.

4.2.8. Certifikati

Humana Nova nositelj je nekih certifikata i dobitnik nagrada koji dokazuju zalaganje te poslovanje koje teži ka svom cilju. Oni su dodatni poticaj za napredak i daljnji razvoj poduzeća.

Zeleni certifikat premium dodijeljen je 2022. godine kao priznanje za uspješno implementiranje digitaliziranih procesa u poslovanje, pozitivno djelovanje u pogledu poboljšavanja kvalitete života te pozitivan utjecaj na okoliš i zajednicu. Time se potiče zeleno, bespapirno poslovanje i zaštita okoliša. Bilježi se manji udio CO₂ za cca. 52.000 kilograma čime se smanjuje ekološki otisak.

Normom HRN EN ISO 14001 se utvrđuju zahtjevi sustava za upravljanje okolišem što organizaciji pomaže da poveća svoju uspješnost upravljanja okolišem kroz učinkovito korištenje resursa te izbjegavanje i smanjivanje nastajanja otpada. Time se povećava konkurentnost i povjerenje od interesnih strana (HZN, bez dat.)

"Norma HRN EN ISO 26000 služi kao pomoć pri ugradnji Vodećih načela Ujedinjenih naroda o poduzetništvu i ljudskim pravima za pridonosenje održivom razvoju. Ona je vodilja za poboljšanje rezultata organizacije kao i njezina opredjeljenja za održiv razvoj koji uključuje ljudska prava i stavlja ih u središte organizacije." (HZN, bez dat)

Humana Nova predstavlja primjer zelenog i društveno odgovornog poduzetništva koje kombinira gospodarske ciljeve s rješavanjem socijalnih i okolišnih problema. Njihov model poslovanja donosi pozitivan utjecaj na zajednicu i okoliš te pruža podršku osobama s invaliditetom i marginaliziranim skupinama.

5. Zaključak

U zaključku ovog istraživanja, istražena je tema "Zeleno poduzetništvo i njegov utjecaj na području Međimurske županije". Kroz analizu različitih područja zelenog poduzetništva i njegovog utjecaja na zajednicu, došli smo do važnih saznanja koja doprinose razumijevanju ove ključne teme i njenom realizacijom.

Analiza je pokazala da je zeleno poduzetništvo postalo vrlo bitan faktor u suvremenom poslovnom okruženju Međimurske županije i svijeta. Kroz primjenu ekološki održivih praksi i tehnologija, poduzeća na ovom području ne samo da ostvaruju gospodarski uspjeh, već također aktivno doprinose zaštiti okoliša i očuvanju prirodnih resursa. Možemo zaključiti to da su poduzeća koja su usmjerena na zeleno poduzetništvo često inovativnija, privlače veći interes te stvaraju pozitivan imidž u zajednici. Važno je naglasiti da Međimurska županija posjeduje bogato prirodno nasljeđe koje se može iskoristiti kao temelj za razvoj zelenog poduzetništva.

Unatoč pozitivnim učincima, važno je napomenuti da postoje i izazovi koji su povezani s implementacijom zelenog poduzetništva. Nedostatak svijesti jedan je od glavnih problema kod postizanja održivosti u poslovanju i zajednici kao i potreba za dodatnim financijskim potporama, često se ističu kao prepreke u potpunom iskorištavanju potencijala zelenog poduzetništva. U tom slučaju poduzeće Tehnix daje najbolja moguća rješenja tj. tehnologije.

Budući da je ova tema dinamična i usko povezana s globalnim ekološkim kretanjima, daljnje istraživanje i inovacije od ključne su važnosti. Humana Nova jedan je primjer poslovanja koji stvara suradničke mreže između lokalnih poduzeća, lokalne zajednice, vlasti te izostavljenih skupina ljudi. Takvo djelovanje može potaknuti daljnji rast zelenog poduzetništva u Međimurskoj županiji.

Na samom kraju, ovo istraživanje ukazuje na potencijal zelenog poduzetništva kao pokretača ekonomske aktivnosti i održivog razvoja u Međimurskoj županiji i šire. Integracija ekoloških vrijednosti u poslovanja ne samo da ima pozitivan utjecaj na lokalnu ekonomiju, već također pridonosi zaštiti okoliša i stvaranju boljih uvjeta za buduće generacije.

Popis literature

- Anketa Eurobarometra: Why are EU citizens less keen to start up their own business than in the US? (2005.) preuzeto 18.6.2023. s: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/05/48&format=HTML&aged=0&Xlanguage=EN&guiLanguage=en>
- Bahtijarević-Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N. (2008). Suvremeni menadžment – vještine, sustavi i izazovi. Zagreb: Školska knjiga
- Basdekidou, V. (2017). Green Entrepreneurship & Corporate Social Responsibility: Comparative and Correlative Performance Analysis. International Journal of Economics and Finance. Preuzeto 25.6.2023. na https://www.researchgate.net/publication/320826604_Green_Entrepreneurship_Corporate_Social_Responsibility_Comparative_and_Correlative_Performance_Analysis
- Berle G.(1991). The Green Entrepreneur: Business Opportunities That Can Save the Earth and Make You Money, Liberty Hall Pr
- Buble M., Kružić D.(2006). Poduzetništvo. Zagreb: RRIF PluS
- Colijn, B. (2014). Green jobs in Europe and the increasing demand for technical skills. Preuzeto 18.5.2023. na http://www.neujobs.eu/sites/default/files/publication/2014/02/Neujobs_Del4.2_27012014%20.pdf
- Črnjar M., Črnjar K. (2009). Menadžment održivog razvoja. Zagreb: AKD
- Detelj K. (2021). Izvori poduzetništva. Varaždin: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike (nastavni materijal)
- Dr.-Ing. Viktor Simončić (2023.) MO-BO-TO je trenutno najbolja tehnologija sortiranja u ovom dijelu svijeta. Preuzeto 21.8.2023 s <https://zg-magazin.com.hr/mo-bo-to-je-trenutno-najbolja-tehnologija-sortiranja-u-ovom-dijelu-svijeta/>
- Drucker, P. F. (1985.) Innovation and Entrepreneurship. USA: Harper & Row
- Drucker, P. F. (2001). Essential Drucker (1st ed.). London: Routledge.
- Društvo bibliotekara Istre (bez dat). Preuzeto 20.6.2023. s <https://zk.dbi.hr/2015/04/21/zeleno-gospodarstvo-kao-optimalni-pravac-razvoja-hrvatske-s-naglaskom-na-istru/>
- Fair Trade: Pravedna trgovina za pravedniji svijet (2014). Preuzeto 24.7.2023. na <https://jatrgovac.com/fair-trade-pravedna-trgovina-za-pravedniji-svijet/>
- FIMA vrijednosnice (bez dat). Preuzeto 25.7.2023. s <https://fima.vrijednosnice.hr/podrska/rjecnik/P/>
- Gibbs, D., O'Neill, K. (2012). Green Entrepreneurship: Building a Green Economy? Evidence from the UK. Pristupano 22.6.2020. na <https://www.researchgate.net/publication/2811>

Hill C. W. L. (2003). Global Business Today. USA: Irwin Professional Pub

Hisrich, R. D., Peters, M. P. (1984). Marketinške odluke za nove i zrele proizvode: planiranje, razvoj i kontrola. UK: Merrill Pub Co

Hrvatski jezični portal (bez dat). Preuzeto 26.7.2023. s https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=d1tvWxc%3D

Hrvatski zavod za norme (bez dat.) HRN EN ISO 1400 – Upravljanje okolišem. Pristupano 26.7.2023. na <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53>

Humana Nova (bez dat). Preuzeto 17.7.2023 s <https://humananova.org/>

Humana Nova postala nositelj premium zelenog certifikata (2021). Preuzeto 24.7.2023 na <https://humananova.org/humana-nova-postala-nositelj-premium-zelenog-certifikata/>

Hunjet A., Kozina G., (2014). Osnove poduzetništva. Varaždin: Sveučilište sjever

Kolaković, M., (2006). Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija nakladništvo

Kuvačić, N., (1999.) Počela poduzetništva. Split: Ekonomski fakultet Split i Veleučilište u Splitu

Kuvačić, N., (2005.). Poduzetnička biblija. Split: Beretin

Objavljen novi statistički godišnjak „Međimurska županija u brojkama“(2022.) Preuzeto 16.8.2023. s <https://medjimurska-zupanija.hr/2022/07/19/objavljen-novi-statisticki-godisnjak-medjimurska-zupanija-u-brojkama/>

OECD (2011). Entrepreneurship at a Glance 2011. Pariz: OECD Publishing <https://doi.org/10.1787/9789264097711-en>

OSHA (bez dat.). Sigurnost i zdravlje radnika na zelenim poslovima. Preuzeto 25.7.2023. na <https://osha.europa.eu/hr/emerging-risks/green-jobs>

Osobine i djelatnosti poduzetnika, (bez dat.) Preuzeto 25.7.2023. na <http://www.partnerstvo-razvoj.net/hr/poduzetnistvo/osnove-poduzetnistva/osobine-i-djelatnosti-poduzetnika/>

Ostroški, V. (2020). Zeleno poduzetništvo u kontekstu društveno odgovornog poslovanja. (Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike) Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:683049>

Rizik Citati (bez dat). Preuzeto 24.7.2023 s <http://citati3.blogspot.com/2014/12/rizik-citati.html>

Schumpeter, J. A. (1934). Teorija ekonomskog razvoja : istraživanje profita, kapitala, kredita, kamata i poslovnog ciklusa. Cambridge, Mass: Harvard University Press

Steiner A. (2015). Uncovering pathways towards an inclusive green economy a summary for leaders. [Brošura]. Naysán Sabha. Preuzeto 20.6.2023. s https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9838/-_Uncovering_Pathways_towards_an_Inclusive_Green_Economy_a_Summary_for_Leaders-2015IGE_NARRATIVE_SUMMARY_Web.pdf.pdf?sequence=3&%3BisAllowed=y%2C%20Portuguese%7C%7Chttps%3A/wedocs.unep.org/bitstream/handl

Širola, D. (2014). Poduzetništvo, Rijeka: Veleučilište u Rijeci

Škrtić, M. , 1. Mikić M. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija nakladništvo

Tarnai, E. (2021). Zeleno poduzetništvo (Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb) Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:58037>

Tehnix (bez dat). Preuzeto 20.8.2023 s <https://tehnix.hr/>

Popis slika

Slika 1. MO-BO-TO tehnologija (MO-BO-TO tehnološki proces, bez dat.)	23
Slika 2. Suradnja u brojkama (Suradnja s Regeneracijom non-wovens u brojkama, bez dat.)	27
Slika 3. Šivaona (Proizvodni pogon – šivaona, bez dat.)	28
Slika 4. Radnici Humana Nove (Radnici Humana Nove, bez dat.)	29

Popis tablica

Tablica 1. Trgovačka društva prema pravnim ustrojbenim oblicima u Međimurskoj županiji	20
--	----